



**CENTRO DE INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS  
SUPERIORES EN ANTROPOLOGÍA SOCIAL**

---

---

**CAMPOS Y VALORES DEL TRABAJO ARTESANAL:  
MUJERES TSOTSILES Y TSELTALES EN EL MERCADO NACIONAL  
E INTERNACIONAL DE TEXTILES DE LOS ALTOS DE CHIAPAS**

**T E S I S**

**QUE PARA OPTAR AL GRADO DE**

**DOCTORA EN CIENCIAS SOCIALES**

**P R E S E N T A**

**RACHEL SCHAETZEL BARBER**

**DIRECTOR DE TESIS:  
DR. JORGE EDUARDO ACEVES LOZANO**

**GUADALAJARA, JALISCO, JUNIO DE 2025**





## AGRADECIMIENTOS

Estoy infinitamente agradecida con todas las personas que hicieron posible esta tesis. Antes que nada, quiero expresar mi agradecimiento a todas las mujeres tejedoras y bordadoras de Los Altos de Chiapas que me regalaron su tiempo y me abrieron sus casas. Gracias por aceptar mi extraña y repentina presencia en sus vidas y por su generosidad y paciencia con mis preguntas metiches sobre su trabajo. Son tantas quienes me ayudaron que no me sería posible destacar a tan sola algunas de ustedes aquí, pero sus nombres aparecen a lo largo del texto y sus caras están en los vídeos que me dejaron filmar. Me ha sido muy grato conocerlas y convivir con ustedes.

Varios grupos y personas me brindaron un apoyo enorme orientándome y apoyándome cuando empecé mi trabajo de campo. Agradezco mucho a Carlos Barrera por su amistad y su generosidad a la hora de compartir sus conocimientos y sus contactos adquiridos tras más de una década de trabajo comprometido con las artesanas de Los Altos y por incluirme en su proyecto. Muchísimas gracias a la Colectiva Malacate y a Karla Pérez Cánovas por abrirme sus puertas y permitirme observar su trabajo diario. Gracias también a Lola y Dani por su compañía en el taller. Agradezco a la cooperativa J'pas Joloviletik, la cooperativa Jolob Jlumaltik y la organización COFEMO por permitirme participar en sus reuniones y actividades. Gracias al Instituto Casa de las Artesanías de Chiapas por dejarme documentar sus operaciones y los talleres que imparten.

Agradezco a mi director de tesis, el Dr. Jorge Eduardo Aceves, por su apoyo y temple a lo largo del doctorado. Como asesor y maestro, su guía fue indispensable en la tarea de organizar y analizar mi corpus de material y aprecio mucho la confianza que ha depositado en mí. Agradezco a todas mis lectoras por el conocimiento y los caminos que me abrieron: a la Dra. Christine Eber, no solo por su propio trabajo de investigación sobre Los Altos, que han sido libros de cabecera para esta tesis, sino también por orientarme hacia la literatura feminista sobre el trabajo; a la Dra. Patricia Álvarez por las nuevas perspectivas que me abrió desde su propio estudio del comercio artesanal en Perú; y a la Dra. Carolina Rivera por su profundo conocimiento de la región que me empujó a ser rigurosa en mis descripciones de las dinámicas que enmarcan el trabajo artesanal en Los Altos. Agradezco a mis compañeros y compañeras del doctorado por su camaradería, aunque como generación de la pandemia, el tiempo del que dispusimos fue demasiado corto.

Estoy agradecida por el apoyo material del Conahcyt, que me permitió dedicar mi tiempo y energía a desarrollar este proyecto. Asimismo agradezco la beca que me otorgó la OEA al inicio del programa. Gracias a mi familia, a mi madre, a mi padre y a mi hermana, por su amor que

siempre me acompaña. Y por el apoyo en todas las formas materiales, emocionales, intelectuales y gramáticas que existen, gracias a mi David.

## RESUMEN

En Los Altos de Chiapas, las artesanas textiles tsotsiles y tseltales experimentan una marginación peculiar. Mientras sufren de pobreza extrema, una historia de represión colonial y discriminación étnica y opresión en sus comunidades por su género, a la vez han sido colocadas en el centro de atención internacional en los últimos años. El auge de la moda artesanal junto con el afán de mejorar las condiciones de vida de las mujeres indígenas ha venido acompañado con la entrada de varias ONG y la inversión de millones de dólares dedicados a la capacitación de las artesanas y a la comercialización de sus productos. Estas nuevas conexiones comerciales y oportunidades de venta han acarreado nuevos modelos de productos y nuevas prácticas laborales.

Al trabajar con estas diferentes organizaciones, las artesanas tienen la oportunidad de vender sus productos a precios mejores a clientes nacionales y extranjeros. También entran en contacto con nuevas ideas sobre su trabajo, nuevas formas de organizarlo, y nuevas demandas de producción. A partir de entrevistas y de la observación participativa con 82 artesanas en 15 municipios de Los Altos, este estudio pretende analizar las diversas formas en que las mujeres tsotsiles y tseltales participan en este mercado nacional e internacional. En este análisis, se abordará el (des)encuentro entre formas laborales foráneas y locales, y los diferentes valores subyacentes con el fin de evaluar cómo las artesanas rechazan, se apropian o negocian estas influencias en su organización de la producción artesanal.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

|                                     |          |
|-------------------------------------|----------|
| <b>INTRODUCCIÓN .....</b>           | <b>1</b> |
| Preguntas de investigación .....    | 8        |
| Objetivos .....                     | 11       |
| Ruta metodológica y muestra.....    | 12       |
| Organización de los capítulos ..... | 18       |

### PARTE I

#### **LA FORMACIÓN DE UN CAMPO: EL MERCADO NACIONAL E INTERNACIONAL DE LA ARTESANÍA EN LOS ALTOS**

|                                                                                              |           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>CAPÍTULO 1. LA COMUNIDAD Y EL CAPITALISMO: TRANSFORMACIÓN<br/>SOCIAL Y ECONÓMICA.....</b> | <b>21</b> |
| 1.1 La comunidad indígena: su constitución estructural y cultural .....                      | 24        |
| 1.2 Capitalismo. El carácter cultural de la organización social y productiva .....           | 30        |
| 1.3 Tipos de encuentros entre la comunidad y el capitalismo .....                            | 37        |
| 1.4 El espacio concreto de encuentro del mercado.....                                        | 44        |

|                                                                                                                                                       |           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>CAPÍTULO 2. ACTORES E IDEOLOGÍAS EN LA CONFORMACIÓN DEL<br/>CAMPO COMERCIAL ARTESANAL DE TEXTILES EN LOS ALTOS DE<br/>CHIAPAS, 1930-2010 .....</b> | <b>50</b> |
| 2.1 La reforma agraria cardenista: la centralidad de la tierra y la emergencia de un<br>cacicazgo indígena .....                                      | 52        |
| 2.2 El INI y la negociación de una ideología indigenista .....                                                                                        | 54        |
| 2.3 La emergente industria artesanal de Los Altos, 1970-1993 .....                                                                                    | 58        |
| 2.3.1 La mercantilización de la artesanía: entre el desarrollo y la conservación.....                                                                 | 61        |
| 2.3.2 La vinculación entre financiamiento público y privado .....                                                                                     | 64        |
| 2.3.3 Los grupos de producción y las cooperativas como campo de batalla.....                                                                          | 71        |
| 2.4 El movimiento zapatista: nuevos actores y rutas en el comercio artesanal, 1994-<br>2010 .....                                                     | 77        |

|                                                                                                                                                               |           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>CAPÍTULO 3. UN NUEVO MERCADO ARTESANAL EN LOS ALTOS: EL<br/>CAMPO COMERCIAL NACIONAL E INTERNACIONAL PARA LA ARTESANÍA<br/>TEXTIL, 2010-PRESENTE .....</b> | <b>85</b> |
| 3.1 La época de las ONG, 2010-presente.....                                                                                                                   | 87        |
| 3.1.1 Agencias gubernamentales.....                                                                                                                           | 92        |
| 3.1.2 Cooperativas .....                                                                                                                                      | 94        |
| 3.1.3 Colectivos, marcas y tiendas de moda .....                                                                                                              | 97        |
| 3.1.3.1 Orígenes y vinculación con el campo académico.....                                                                                                    | 97        |
| 3.1.3.2 Organización interna: división entre venta y producción .....                                                                                         | 100       |
| 3.2 Vinculación entre organizaciones en el campo de la producción artesanal .....                                                                             | 102       |

|         |                                                                                                |     |
|---------|------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 3.2.1   | Intermediación entre marcas y grupos de artesanas .....                                        | 104 |
| 3.2.2   | Vinculación entre organizaciones: alianzas .....                                               | 107 |
| 3.2.3   | El poder diferencial entre actores establecidos y recién llegados .....                        | 110 |
| 3.2.4   | Relaciones jerárquicas de poder entre organizaciones: diferentes tipos de capital social ..... | 114 |
| 3.2.5   | El papel del <i>broker</i> .....                                                               | 120 |
| 3.2.5.1 | Los intermediarios y la preservación de su papel .....                                         | 125 |

## PARTE II

### EL CAMPO DE LA PRODUCCIÓN ARTESANAL

#### **CAPÍTULO 4. LA PRODUCCIÓN Y VENTA DE LAS ARTESANAS PARA DIFERENTES MERCADOS .....133**

|       |                                                                                        |     |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 4.1   | El mercado local: ropa ceremonial y trajes de uso diario (tipo de venta K y L) ....    | 137 |
| 4.1.1 | Pasos y reparto de labores en la realización de los trajes de uso diario.....          | 142 |
| 4.2   | Mercado regional: prendas para turistas (tipo de venta I y J).....                     | 152 |
| 4.3   | Mercado nacional e internacional.....                                                  | 156 |
| 4.3.1 | Venta ambulante (tipo de venta H).....                                                 | 156 |
| 4.3.2 | Venta a otras artesanas (tipo de venta G) .....                                        | 158 |
| 4.3.3 | Venta en colectivos y cooperativas (tipo de venta B, C y D).....                       | 159 |
| 4.3.4 | Artesanas con grupos propios y venta directa a clientes (tipo de venta A, E y F) ..... | 160 |
| 4.4   | Perfiles de artesanas y su posición variable en múltiples mercados .....               | 162 |

#### **CAPÍTULO 5. LAS POSICIONES DESIGUALES DE LAS ARTESANAS: LA INFLUENCIA DE RELACIONES ESPACIALES E HISTÓRICAS .....167**

|         |                                                                                                    |     |
|---------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 5.1     | Características compartidas de las artesanas: arraigo sociocultural y marginalidad económica ..... | 169 |
| 5.2     | Diferencias entre las artesanas .....                                                              | 174 |
| 5.2.1   | La consolidación de posiciones espaciales desiguales: algunos casos .....                          | 175 |
| 5.2.1.1 | Posiciones desiguales en el centro de Zinacantán: artesanas-comerciantes del centro.....           | 178 |
| 5.2.1.2 | Posiciones desiguales en Tenejapa: nuevas rutas frente al control de grupos grandes.....           | 181 |
| 5.2.1.3 | Posiciones desiguales en Larráinzar: trabajo independiente de una mujer.....                       | 186 |
| 5.2.2   | Pautas en las trayectorias históricas en Los Altos: posiciones espaciales desiguales.....          | 188 |
| 5.2.2.1 | Paraje vs. cabecera.....                                                                           | 196 |
| 5.2.3   | Afianzamiento de posiciones: las ventajas de ser artesana de segunda generación .....              | 202 |

#### **CAPÍTULO 6. EL TRABAJO ARTESANAL EN EL MARCO DE LA FAMILIA Y EL CAMPO .....212**

|       |                                                                                                                              |     |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 6.1   | Relaciones de pareja y papel en la economía familiar.....                                                                    | 213 |
| 6.1.1 | Sacar adelante a sus hijos: mujeres separadas, viudas y con parejas alcohólicas.....                                         | 216 |
| 6.1.2 | Apoyo a la economía familiar: las mujeres casadas.....                                                                       | 223 |
| 6.1.3 | Las responsabilidades de las mujeres libres: el papel de las mujeres solteras en los grupos artesanales y las familias ..... | 231 |

|       |                                                                                                  |     |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 6.2   | La relación entre el trabajo artesanal y el trabajo en el campo.....                             | 235 |
| 6.2.1 | Adaptar el trabajo artesanal al trabajo del campo .....                                          | 237 |
| 6.2.2 | La prioridad del campo durante temporadas: esposos jóvenes y ciclos agrícolas.....               | 238 |
| 6.2.3 | Dejar el trabajo en el campo: “trabajar en la sombra” .....                                      | 239 |
| 6.3   | Una domesticidad productiva: acomodos entre el trabajo remunerado y el trabajo reproductivo..... | 241 |

### **PARTE III**

### **VALORACIONES CAMBIANTES DEL TRABAJO ARTESANAL**

#### **CAPÍTULO 7. EL VALOR DEL TRABAJO EN LA CONFORMACIÓN DEL MERCADO ARTESANAL..... 246**

|         |                                                                                                                        |     |
|---------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 7.1     | La delimitación de un campo y la singularización del producto: prendas tradicionales para consumidores informados..... | 250 |
| 7.1.1   | La definición del campo mediante la diferenciación: la separación del campo regional para la artesanía .....           | 255 |
| 7.2     | Transformaciones del campo: comercio moral.....                                                                        | 260 |
| 7.3     | Campo actual: empoderamiento y desarrollo sostenible.....                                                              | 262 |
| 7.3.1   | El empoderamiento .....                                                                                                | 263 |
| 7.3.2   | El desarrollo sostenible.....                                                                                          | 271 |
| 7.3.2.1 | Mantener una cultura tradicional .....                                                                                 | 271 |
| 7.4     | Las artesanas como líderes de su propio desarrollo .....                                                               | 272 |

#### **CAPÍTULO 8. TRANSFORMANDO EL TRABAJO ARTESANAL PARA EL MERCADO EXTERNO: CHOQUE Y ADAPTACIÓN DE SISTEMAS DE VALORES ..... 277**

|           |                                                                                       |     |
|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 8.1       | Empoderamiento para el mercado vs. los derechos de la mujer en la comunidad .....     | 280 |
| 8.2       | La construcción social del espacio laboral: una visualización de acomodos mutuos..... | 286 |
| 8.2.1     | Espacio contiguo de trabajo y vida íntima .....                                       | 286 |
| 8.2.2     | La manifestación espacial de nuevas organizaciones del trabajo.....                   | 292 |
| 8.2.2.1   | En la casa .....                                                                      | 292 |
| 8.2.2.2   | En los espacios comerciales.....                                                      | 297 |
| 8.2.2.2.1 | El espacio comercial profesional: Casa Chiapas (Icadech).....                         | 297 |
| 8.2.2.2.2 | Una oración para las ventas: J'pas Joloviletik .....                                  | 304 |
| 8.3       | El valor del trabajo artesanal como mano de obra .....                                | 310 |
| 8.3.1     | Otra noción del tiempo y del trabajo: orientación al quehacer.....                    | 318 |
| 8.3.2     | Choques y transformaciones en la organización temporal del trabajo .....              | 322 |

#### **CONCLUSIONES..... 330**

#### **ANEXO ..... 349**



|                              |            |
|------------------------------|------------|
| Productos audiovisuales..... | 350        |
| <b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>     | <b>352</b> |

### ÍNDICE DE FIGURAS

|                                                                                                                                                                                    |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Figura 1 Mapa de las comunidades y parajes en Los Altos de Chiapas donde viven las artesanas que participan en la investigación (elaboración propia, adaptado de Pujol, 2008)..... | 13  |
| Figura 2 : Algunas relaciones entre organizaciones y grupos de producción de artesanía textil en Los Altos de Chiapas. Adaptada de Albarrán (2020). ....                           | 131 |
| Figura 3 Cadena comercial de una blusa para venta local en Nachig.....                                                                                                             | 149 |
| Figura 4 Trayectoria laboral de Anastasia de Pantelho’.....                                                                                                                        | 204 |
| Figura 5 Gráfico de Impacto Textil promocionando el comercio ético con base en un mejor pago por hora.....                                                                         | 312 |

### ÍNDICE DE CUADROS

|                                                                                                                                                                                                                       |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Cuadro 1 Distribución municipal de la muestra de mujeres entrevistadas.....                                                                                                                                           | 12  |
| Cuadro 2 Las ONG protagonistas en el comercio textil artesanal en Los Altos de Chiapas.....                                                                                                                           | 88  |
| Cuadro 3 Las principales agencias gubernamentales involucrados en el comercio textil artesanal en Los Altos de Chiapas.....                                                                                           | 92  |
| Cuadro 4 Las cooperativas registradas de artesanas textiles en Los Altos de Chiapas (y también cooperativas que se convirtieron en A.C.).....                                                                         | 95  |
| Cuadro 5 Selección de tiendas y colectivos involucrados en el comercio textil artesanal en Los Altos de Chiapas.....                                                                                                  | 98  |
| Cuadro 6 Tipos de participación de las bordadoras y tejedoras tsotsiles y tseltales en los diferentes mercados para los textiles en Los Altos. ....                                                                   | 137 |
| Cuadro 7 Distribución municipal de la muestra de mujeres entrevistadas (bis).....                                                                                                                                     | 168 |
| Cuadro 8 Promedios de nivel de estudios de las mujeres en Los Altos. Una comparación entre la muestra y el censo de los mismos municipios de Los Altos. Fuente: Censo de Población y Vivienda 2020 (INEGI, 2020)..... | 201 |
| Cuadro 9 Estado conyugal de mujeres en Los Altos. Una comparación entre muestra propia y el censo de los mismos municipios de Los Altos. Fuente: Censo de Población y Vivienda 2020 (INEGI, 2020). ....               | 224 |

### ÍNDICE DE IMAGENES

|                                                                                                       |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Imagen 1 Blusas de milpa encargadas por Malacate a J'pas Joloviletik.....                             | 116 |
| Imagen 2 Cojines diseñados y encargados por Malacate y vendidos por Wicklewood.....                   | 117 |
| Imagen 3 Angela acomoda el traje que hizo para Jesús de la Buena Esperanza. Pantelho’.....            | 139 |
| Imagen 4 Modelo nuevo de blusa con bordado en 3D y chaquira, precio \$6,300. (Blusas ADY, 2023) ..... | 141 |
| Imagen 5 Nagua de pelo largo en venta a \$15,000 pesos (Alicia Mendez, 2024).....                     | 141 |

|                                                                                                                                                                                                                                  |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Imagen 6 Rosa del paraje Chacoma de Tenejapa en su traje de uso diario. El bordado de colores que se nota en su nagua lo hace ella misma cuando dispone del tiempo.....                                                          | 143 |
| Imagen 7 La tejedora María Luisa de la comunidad Paraíso del Grijalva. Ella arma la urdimbre al kómen con la ayuda de su nieto, que gira la rueca donde están colocados los hilos. ....                                          | 144 |
| Imagen 8 Norma en el traje de uso diario de Cancun. Las mangas son tejidos en dos lienzos a parte y se unen al lienzo del centro.....                                                                                            | 145 |
| Imagen 9 Técnica de bordado de listón plisado para el cuello de la blusa de uso diario. ....                                                                                                                                     | 146 |
| Imagen 10 (Arriba) cuello bordado a máquina para blusa de uso diario en Aguacatenango y El Puerto. (Abajo) el cuello que la bordadora está realizando para vender a un cliente extranjero a través de la Colectiva Malacate..... | 146 |
| Imagen 11 Blusa de uso diario de El Puerto y Aguacatenango (parte hecha a máquina). ....                                                                                                                                         | 146 |
| Imagen 12 Felipa con la blusa de uso diario de El Puerto y Aguacatenango (cuello bordado a mano).....                                                                                                                            | 146 |
| Imagen 13 Mujeres del paraje Nachig, Zinacantán, en sus trajes tradicionales rezando el día de la Virgen de Fátima. ....                                                                                                         | 147 |
| Imagen 14 Blusa de uso diario en el paraje de Nachig, Zinacantán, bordada a máquina. ....                                                                                                                                        | 148 |
| Imagen 15 Mochebal de Zinacantán bordada en una máquina de punto de cruz computarizada. ....                                                                                                                                     | 148 |
| Imagen 16 Blusas que "se unen" en Aguacatenango para vender a comerciantes de Chamula. El diseño de esta blusa es un brocado realizado en telar de cintura de Larráinzar. ....                                                   | 154 |
| Imagen 17 Sara y su hermana Juana Victoria en sus trajes tradicionales de San Juan Cancun mostrando una blusa para la venta nacional.....                                                                                        | 156 |
| Imagen 18 Huipil ceremonial tejido por Sebastiana Gómez Pérez, hija de Petrona (fuente Original 2023). ....                                                                                                                      | 184 |
| Imagen 19 María y sus hermanas tejiendo (Tzelejpotobtic, Aldama).....                                                                                                                                                            | 193 |
| Imagen 20 El huipil ceremonial, modelado por la hermana de Martha Julia, que se vendió en 20,000 pesos. ....                                                                                                                     | 194 |
| Imagen 21 Ceci en una venta en Tlaquepaque, Jalisco.....                                                                                                                                                                         | 206 |
| Imagen 22 María de Yochib, realizando el pedido que recibió de una tienda en la Real de Guadalupe en San Cristóbal.....                                                                                                          | 207 |
| Imagen 23 Pascuala y su cuñada Rosi trabajando en el patio de su casa en Zinacantán, con vista a la calle. ....                                                                                                                  | 209 |
| Imagen 24 El sendero que llega a la casa de María en el barrio Tzajalchen de Yochib. ....                                                                                                                                        | 209 |
| Imagen 25 Comparación entre el tipo de blusa que Bervalina bordaba antes para vender con un intermediario y el traje de Chalchihuitán que borda ahora. ....                                                                      | 223 |
| Imagen 26 Taller sobre derechos impartido por THP en J'pas Joloviletik. ....                                                                                                                                                     | 282 |
| Imagen 27 Antonia borda en cuadrillé mientras su hija prepara el desayuno. Tzajalchen, Tenejapa. ....                                                                                                                            | 287 |
| Imagen 28 Martidiana y su hermana bordando suéteres para un pedido mientras pastorean sus borregos. Catixtic, Chamula.....                                                                                                       | 288 |
| Imagen 29 Rosa, en su sala, corta el diseño de una falda mientras cocina frijoles en su anafre y ve la tele. Nachig, Zinacantán.....                                                                                             | 288 |

|                                                                                                                                                    |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Imagen 30 Lucilda, cargando su bebé, señala un detalle del trabajo que hizo su hija mientras su cuñada prepara tamales. Ch'empil, Huixtán. ....    | 290 |
| Imagen 31 Ceci con su telar en el segundo piso. Los libros y juguetes de sus hijos se ven tirados en el suelo. ....                                | 296 |
| Imagen 32 Alumnas de la Universidad Anáhuac, Ciudad de México, visitando el taller de Ceci. (Fuente: Tulan Textiles, 2023) .....                   | 296 |
| Imagen 33 Espacio de taller de teñido con un grupo turístico. (Fuente: Worldwide Textiles Tribe, 2025) .....                                       | 297 |
| Imagen 34 Usando el espacio de la Casa de las Artesanías para secar prendas. Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. ....                                       | 300 |
| Imagen 35 Sala de espera y checador de prendas. ....                                                                                               | 300 |
| Imagen 36 Juana Victoria en el chequeo de prendas. ....                                                                                            | 301 |
| Imagen 37 Juana Victoria y Paty revisan una prenda en la Casa de las Artesanías mientras Paty da pecho a su hijo. ....                             | 301 |
| Imagen 38 Categorización de prendas recibidas. ....                                                                                                | 302 |
| Imagen 39 Rendición de cuentas entre las socias del consejo. ....                                                                                  | 305 |
| Imagen 40 Oración en J'pas Joloviletik. ....                                                                                                       | 308 |
| Imagen 41 Preparación de los gallos usados en la ceremonia para un caldo. ....                                                                     | 309 |
| Imagen 42 Etiquetas de textiles artesanales elaborados por tejedoras y bordadoras tsotsiles en las tiendas Fábrica Social, Malacate y Táabal. .... | 311 |

# INTRODUCCIÓN

La producción artesanal contemporánea parece situada entre dos mundos encontrados. Por un lado, la artesanía se asocia con una tradición cultural, técnicas de fabricación manuales, y la cosmovisión de sus creadores. Por otro lado, la producción artesanal contemporánea existe a la sombra del mercado global capitalista, que influye en el valor económico (y también en el simbólico) que cobran los productos artesanales y hace que no se puedan considerar encerrados en esquemas puramente tradicionales propios de pueblos autóctonos. García Canclini describe el producto artesanal “híbrido” generado por esta “doble inscripción: histórica (en un proceso que viene de las sociedades) y estructural (en la lógica actual del capitalismo dependiente)” (1982, p. 104). Si bien la diferencia entre la lógica de producción capitalista y una forma tradicional de producir artesanía representa una divergencia fundamental que afecta tanto a la producción tanto como a los productos artesanales, el término general de hibridación no abarca las transformaciones tortuosas en la producción artesanal que resultan de este choque entre mundos diferentes. Las diversas formas de producción y comercialización artesanal que han surgido en México ponen de manifiesto las articulaciones económicas, sociales y culturales muy particulares que emergen de estos encuentros entre lógicas mercantiles y culturales. Como señala Teresa Ramos (2004, p. 67), las negociaciones que las artesanas llevan a cabo con las influencias externas y las de su entorno local en comunidad generan “nuevas desigualdades sociales, nuevas formas de cooperación y nuevos conflictos que cuestionan la cohesión cultural contemplada muchas veces en la producción y el consumo de los objetos artesanales”.

Una región idónea para escrudinar las negociaciones de prácticas y las relaciones que surgen de esta confluencia de influencias foráneas y presiones locales es Los Altos de Chiapas. Esta zona ha experimentado un asombroso auge en la comercialización de artesanía que ha cambiado drásticamente las oportunidades de venta de los productos de las artesanas, en su mayoría mujeres, indígenas tsotsiles y tseltales<sup>1</sup> y pobres. Aunque hoy en día la artesanía representa el principal trabajo remunerado de las mujeres en muchas comunidades de Los Altos, hace menos de cincuenta años las posibilidades de venta eran muy escasas. Diana Rus señala que, en 1976, en el paraje de Catixtic<sup>2</sup>, Chamula, un municipio tsotsil en Los Altos, sólo el 2% de las familias en el paraje “vendían artesanías tradicionales de lana, y esas solamente a otros indígenas; y NINGUNA familia reportó vender bordados, ropa de algodón o productos no tradicionales a turistas” (Rus, 1990, p. 6). En el lapso de estos 50 años, varias mujeres de la comunidad fundaron una cooperativa en la que ahora están integradas sus nietas, y hay múltiples grupos en la

---

<sup>1</sup> Se usan las formas ortográficas tsotsil y tseltal en el texto salvo cuando se citan textos que usan tzotzil y tzeltal que fueron las formas aceptadas anteriormente.

<sup>2</sup> Catixtic también aparece como K’at’ixtic en algunos de los textos citados.

comunidad que trabajan con ONG y venden sus bordados a marcas internacionales. En los últimos 15 años, nuevas oportunidades comerciales han brotado en la zona, notablemente estimuladas por los millones de dólares estadounidenses donados por parte de la Fundación Kellogg a organizaciones que trabajan con artesanas como Impacto, Aid to Artisans, Fundación León XIII, K'inál Antsetik (Tierra de Mujeres, en tseltal), COFEMO y la Red Binacional de Mujeres Artesanas Niu Matat Napawika<sup>3</sup>.

Esta fase más reciente en la comercialización de la artesanía en la región de Los Altos marca la entrada de ONG nacionales e internacionales en la escena bulliciosa de la producción artesanal de textiles de Los Altos de Chiapas, donde también se encuentran el EZLN y el gobierno mexicano; familiares de las artesanas y sus vecinos; intermediarios locales; diseñadores; tiendas en San Cristóbal; y ONG locales. Estos diversos actores ejercen una influencia en las formas en que trabajan las artesanas, su relación con sus productos y el valor que se asigna al trabajo artesanal. Sin embargo, esta influencia no se trata de una pura imposición ideológica o de un formato particular de producción, sino representa la articulación entre esquemas culturales y económicos locales y globales.

La pregunta abierta es cómo se articulan estos diversos esquemas económicos y culturales en el trabajo actual de las artesanas de Los Altos. Dadas las posiciones diferenciadas que ocupan las artesanas tsotsiles y tseltales según sus vínculos comerciales, además de las conexiones superpuestas que muchas tienen con familiares que forman su grupo de producción, con intermediarios locales, con miembros de su cooperativa, o con ONG internacionales que les vinculan con clientes extranjeros, tampoco habrá una respuesta sencilla. Para comprender cómo se entrelazan o chocan la cultura local con el capitalismo global que surge en Los Altos de Chiapas y los efectos de este encuentro, es necesario centrarse por un lado en los puntos de articulación que constituyen el mercado artesanal y, por el otro, en las prácticas y decisiones laborales de las artesanas.

Una primera tarea consiste, por lo tanto, en describir el campo comercial de la artesanía en Los Altos. Mi acercamiento empírico a este campo comercial durante mi trabajo de campo cambió drásticamente la concepción previa que tenía de él y de las formas de participación comercial de las artesanas. En un primer momento, con el fin de ofrecer una descripción fidedigna del mercado y capturar la diversidad de la participación de las artesanas en él, había planeado seguir el ejemplo de Victoria Novelo, quien comparaba cuatro formas de producción

---

<sup>3</sup>La Fundación Kellogg empezó a invertir en Chiapas y la península del Yucatán a partir del año 2008. Tan sólo entre los años 2020 a 2022, Kellogg ha otorgado un total de casi 3 millones de dólares a organizaciones y fundaciones que promueven la comercialización de artesanía en Los Altos de Chiapas (Kellogg Foundation, 2022).

artesanal en su libro *Artesanías y capitalismo en México*. De forma similar, pensaba comparar tres formas de producción y comercialización artesanal presentes en la región de Los Altos: 1) la producción artesanal como maquila; 2) el taller familiar; 3) la cooperativa. Además de analizar las distintas lógicas de la producción en estas diferentes formas organizativas, quería evaluar el grado variable de contacto con actores externos, como comerciantes y consumidores (como el gobierno, diseñadores mexicanos y extranjeros, turistas, y consumidores en ferias y expoventas).

La complejidad comercial con la que me encontré al adentrarme de lleno en el campo derrumbó la imagen previa que me había formado de las modalidades de producción y venta, cambiando por completo este planteamiento original. Antes, imaginé que la comercialización y la producción de la artesanía eran actividades contiguas y fuertemente entrelazadas, y que existía una correspondencia uno a uno entre los distintos grupos que conformaban el campo comercial en Los Altos y el tipo de producción de las artesanas. Es decir, que las artesanas que trabajan en cooperativas solo trabajarían en cooperativas y, por lo tanto, tendrían perfiles laborales distintos a los de las artesanas que trabajan en la producción tipo maquila. Según mi idea, habría algunas artesanas que venderían con ONG y otras que lo harían mediante agencias del gobierno. La realidad comercial y productiva desmintió esta visión singular y unitaria del trabajo artesanal.

Casi todas las tejedoras y bordadoras que conocí participaban simultánea o diacrónicamente en diferentes modalidades de venta y grupos de comercialización. Observé cómo artesanas recibían pedidos a través de ONG, subcontractaban prendas a otras mujeres de su comunidad y luego bordaban por su cuenta otras prendas para vender a comerciantes intermediarios, todo al mismo tiempo. Por lo tanto, mientras que existe una organización comercial por un lado, existe una brecha significativa entre este campo comercial y el campo de producción de las artesanas, donde las posiciones y participaciones de las artesanas en esta organización resultaban ser múltiples.

Además de lo complejo que resultó la estructuración de la producción, mientras intentaba trazar y entender las diversas relaciones comerciales que mantenía cada artesana, las cosas de repente cambiaban. Varias artesanas salían de los grupos donde trabajaban y entraban en nuevas relaciones en el transcurso de uno o dos años. Quedé perpleja frente a las diversas relaciones comerciales de las artesanas y sus decisiones de entrar y salir de ellas. ¿Por qué Martidiana decidió dejar de trabajar con la ONG donde recibía grandes pedidos a precios altos pero, en cambio, seguía en la cooperativa donde casi no había ventas? ¿Por qué Rosa borda faldas para venderlas a comerciantes del mercado local cuando ya es presidenta de una cooperativa que vende a turistas? Si Adriana recibe pedidos grandes para bordar blusas en \$450 pesos mediante

un colectivo, ¿por qué también costura las blusas que le encargaban intermediarios locales en \$30 pesos?

Esta complejidad y volatilidad laboral no se ajustaban a los esquemas establecidos que yo conocía. La mayoría de los textos sobre la producción artesanal en Los Altos se centran en los productos mismos y su presentación como mercancía para consumidores extranjeros (Escalona, 2016; Bayona, 2015, 2020; Flores-Montes, 2019) o estudian un solo tipo de participación comercial de las mujeres a través de cierto tipo de organización o espacio comercial, ya sea una cooperativa (Cruz, 2018; Eber, 1993, 2000; Eber y Tanski, 2001; Orantes y Vásquez, 1993; O'Donnell, 2012), ONG (Montero, 2015; Vega, 2016), puestos locales (O'Brian, 1992) o en colaboración con diseñadores (Pérez, 2014).

Los pocos autores que se centran en las diferentes formas en que las mujeres tsotsiles y tseltales producen y comercializan los textiles las igualan con perfiles laborales unitarios. Así que las modalidades de producción y venta —como la de artesana comerciante o la de artesana de tipo maquila— representan identidades laborales singulares y estables, tal y como yo lo había imaginado en un principio (Del Rasso, 2016; Ramos, 2010; Rus, 1990). Esta premisa no resta valor a los aportes de esta literatura, que ofrece ricas descripciones etnográficas de las diversas experiencias laborales y formas comerciales de las artesanas en Los Altos. Sin embargo, no ofrece un marco para comprender las múltiples, simultáneas y cambiantes formas de producción y comercialización que yo observaba entre las mujeres tsotsiles y tseltales.

Por lo tanto, la tarea de describir el mercado artesanal en Los Altos, algo que imaginaba en un principio sería una cuestión relativamente sencilla consistente en identificar diferentes tipos de organizaciones y comparar las formas en que se organiza el trabajo artesanal en ellos, se volvió un problema de dos pasos. En primer lugar, fue necesario identificar los lugares de venta, las organizaciones y las agencias gubernamentales que conforman el campo comercial en Los Altos y las relaciones que tienen entre sí. Después, había que definir y evaluar por separado las diversas participaciones de las artesanas en este campo. Al deconstruir el concepto singular y estático del mercado, en el que solo existe una forma singular y exclusiva de producción que corresponde a una modalidad de comercialización, se desvanece la imagen abstracta de un “mercado global” singular y ordenado. En su lugar, emergieron los contornos de múltiples campos comerciales de textiles conformados por distintos conjuntos de actores en donde las artesanas ocupan posiciones dinámicas y múltiples. Basándome en las diversas experiencias y relaciones comerciales de las 82 bordadoras y tejedoras tsotsiles y tseltales que entrevisté y



observé, además de mi observación participativa en tiendas, colectivos y cooperativas artesanales de Los Altos, reconstruí, pieza por pieza, el campo comercial que encontré.

Por un lado está el mercado nacional e internacional de la artesanía textil en Los Altos que se concentra en San Cristóbal y está conformado por agencias gubernamentales, cooperativas fundadas en los años setenta y ochenta, tiendas de moda, colectivos y ONG nacionales e internacionales que llegaron en los últimos 15 años. Además de estos distintos tipos de agrupaciones que cuentan con una historia particular y circuitos comerciales propios, este campo está estructurado por las relaciones desiguales que existen entre estos diversos actores. Si bien las artesanas participan en este campo, su papel es principalmente el de productoras y su influencia como actor comercial es limitada. Incluso en las cooperativas y los colectivos, que plantean una organización autogestiva por parte de sus socias, el manejo comercial de estos grupos suele quedar en manos de los actores que tienen las capacidades necesarias para entablar relaciones comerciales bilaterales y mediar entre los mundos sociales y culturales de las comunidades indígenas de Los Altos y los de los clientes capitalinos y extranjeros (véase el Capítulo 3)<sup>4</sup>. Esta coordinación no es solo un trabajo logístico. Formar estas relaciones que antes no existían implica la adaptación de las prácticas culturales y laborales de las artesanas por un lado y la traducción de las expectativas de los clientes sobre los tiempos de trabajo y las características de los productos por el otro. En otras palabras, para establecer relaciones comerciales entre artesanas tsotsiles y tseltales y consumidores capitalinos en México y en el extranjero se requiere una labor de mediación cultural. Por lo tanto, además de describir los actores principales, los circuitos de venta, y la organización de producción en este nuevo campo comercial, pretendo analizar el trabajo de mediación de ciertas organizaciones y artesanas para analizar su papel en la formación de este mercado.

Luego, al momento de analizar la participación de las artesanas en este campo, se enfrenta el reto importante que surge del hecho que los textiles que realizan no solo se venden en este mercado. Además de su participación en el mercado nacional e internacional que es el enfoque de mi investigación, las tejedoras y bordadoras de Los Altos también venden sus productos en el mercado regional de textiles destinados a turistas y en los mercados locales donde se comercializan los trajes típicos de las mujeres de diferentes municipios de Los Altos. Cada uno de estos mercados tiene sus propias dinámicas de producción y relaciones comerciales y cada bordadora y tejedora tiene una distinta historia laboral en ellos. Con el fin de capturar las

---

<sup>4</sup> Vargas (1999) señaló esta estructuración del campo comercial en torno a cooperativas artesanales hace 25 años y, a pesar en cambios importantes de los actores comerciales, sigue vigente hoy en día.

diferentes rutas comerciales de las mujeres en estos campos, identifiqué los tipos de venta que realizan las artesanas en estos tres campos comerciales para dar cuenta de las diversas combinaciones que se hacen de ellos.

El tamaño y el alcance de la muestra de tejedoras y bordadoras de mi investigación, que está conformada por 82 mujeres originarias de 14 municipios tsotsiles y tseltales de Los Altos de Chiapas, me han permitido retratar un panorama abarcador de estos campos comerciales y de las modalidades de venta de las artesanas en ellos. Este enfoque amplio sirve para corregir algunos puntos ciegos en los estudios sobre las artesanas en Los Altos, donde el mercado local en las comunidades de Los Altos destaca por su ausencia y existe un sesgo a la hora de presentar el mercado como un espacio unificado y unitario. En esta descripción del panorama comercial de textiles en Los Altos, pretendo destacar las diferentes relaciones y los distintos tipos de productos propios de estos mercados tanto como las posiciones desiguales de las artesanas en ellas.

El análisis de las posiciones de las artesanas en el campo también implicó una labor de deconstrucción de modelos previos y una reconstrucción posterior a partir de los datos recolectados mediante mi trabajo de campo. Son muy pocos los trabajos que comparan las diferentes modalidades de venta o las posiciones laborales desiguales de tejedoras o bordadoras en Los Altos, incluso en estudios que se limitan a poblaciones más acotadas de artesanas. Algunas excepciones valiosas son el censo que Diane Rus (1990) realizó en el paraje tsotsil de Catixtic, en Chamula, al final de la década de los 80, que señala los diferentes tipos de productos artesanales que producen las mujeres para diferentes mercados, y el libro *Artesanas tseltales: Entrecruces de cooperación, conflicto y poder*, de Teresa Ramos (2005), que incluye descripciones de las diferentes modalidades del trabajo de costura de las mujeres en el pueblo tseltal de Aguacatenango. En este último libro, se encuentra una de las pocas referencias a las combinaciones de diferentes modalidades de venta de una sola artesana: “una misma mujer puede ser trabajadora y empleadora al mismo tiempo, artesana en algunas épocas y comerciante en otras” (Ramos, 2010, p. 134). Sin embargo, mientras que la autora interpreta esta variabilidad y multiplicidad de posiciones laborales como evidencia de que las “mujeres adquieren identidades laborales múltiples y flexibles”, sugiriendo que refleja la libertad de las mujeres para trazar sus propios caminos laborales, considero necesario situar estas posiciones laborales múltiples y cambiantes en relación con las dinámicas estructurales de poder que las enmarcan.

Teniendo en cuenta la extrema marginación que acosa a las artesanas –la mayoría de las cuales vive en municipios donde más del 95% de la población está en situación de pobreza

(CEIEG, 2022) y donde el grado promedio de escolaridad es de 5 años (INEE, 2019)—, se podría asumir que las posiciones estructurales que ellas ocupan son relativamente similares. Sin embargo, al reconstruir las rutas laborales de las 82 mujeres tsotsiles y tseltales de mi muestra, encontré diferencias significativas que condicionan su acceso a distintos campos comerciales y sus modalidades de producción y venta en ellos. Lo que emerge de la comparación de sus trayectorias es una topografía desigual de relaciones históricas, espaciales y familiares entrecruzadas que moldean su participación comercial.

### **Preguntas de investigación**

En el trabajo artesanal, los diferentes campos comerciales y sociales señalados arriba convergen y se negocian, implicando a su vez la negociación entre diferentes sistemas de valores y cambios en las posiciones que ocupan las mujeres artesanas en diversas relaciones sociales. Esta convergencia y negociación no es un proceso automático ni inexorable que conduce a un solo destino, sino un proceso concreto y abierto en el que las artesanas trazan distintas trayectorias laborales. Estas trayectorias dan cuenta de las posibilidades reales de las mujeres según sus posiciones en diferentes campos, pero también cómo logran transformar estas posibilidades y posiciones al entrar en nuevas relaciones comerciales. Para indagar en los diversos cambios que resultan de las configuraciones actuales de producción y comercialización de la artesanía, busco responder a la pregunta: *¿Cómo las mujeres tseltales y tsotsiles afianzan, redefinen o transforman sus posiciones en diferentes campos sociales y comerciales mediante el trabajo artesanal textil?*

En esta pregunta subyacen algunas premisas sobre el trabajo artesanal. La primera es que el trabajo artesanal está vinculado con otros ámbitos de la vida de las artesanas, de forma que sus actividades laborales y sus relaciones comerciales se ven afectados por estos otros ámbitos. Esto puede parecer una obviedad: por supuesto las diferentes partes de nuestra vida se conectan de alguna manera porque somos al fin y al cabo la misma persona. Sin embargo, en el caso de las artesanas, lo distintivo es que estos diversos ámbitos no solo se reúnen en la artesana individual, sino también a través de ciertas relaciones sociales. En el trabajo artesanal de Los Altos, se reta la división básica que se hace en el capitalismo entre el trabajo y la familia, o entre la producción económica y la reproducción social, ya que el grupo base de casi todas las artesanas está compuesto por sus familiares. Por lo tanto, las relaciones sociales, y en particular las relaciones en el seno de la familia están estrechamente relacionadas con la organización de su trabajo y su participación en el campo comercial. ¿Cómo afecta el trabajo artesanal al papel que las mujeres desempeñan en su economía familiar? ¿Y cómo se ven afectadas otras relaciones

familiares, como la de pareja, cuando el tiempo que se dedica al trabajo artesanal quita el tiempo que la artesana dispone para realizar los quehaceres de la casa?

La estrecha relación entre el trabajo artesanal y los otros ámbitos de la vida de las artesanas hace que la introducción de nuevos valores y prácticas en el trabajo artesanal tenga la posibilidad de transformar las relaciones sociales en las que las artesanas están insertas. Para guiar mi análisis de estos vínculos y fricciones entre el campo del trabajo artesanal, el campo económico y el campo de la familia, recurro a varios teóricos que han escrito sobre estos campos y su relación entre sí. La teoría de los campos de Bourdieu (1993) ofrece un modelo útil para entender la relación entre estos ámbitos y también la estructuración de posiciones jerárquicas dentro de los mismos. Según Bourdieu, las prácticas y disposiciones de las personas se forman dentro de un campo determinado según la posición que ocupan en él. Esta posición depende a su vez de las condiciones de existencia de las personas dentro de estos campos, que Bourdieu define en términos del capital económico o simbólico que poseen. Cada campo —como el campo de la producción artesanal, el campo de las clases sociales, o el campo social de la comunidad presente en cada pueblo tsotsil o tseltal— tiene su propio tipo de capital. Además del capital económico que está presente en todos los campos y puede adoptar formas materiales diferentes, como dinero, tierra o ganado, existe el capital simbólico particular de cada campo. El capital simbólico es el agregado de las propiedades distintivas de las personas como su aspecto físico, su lenguaje, sus prácticas y su manera de actuar, que está valorado dentro de un campo particular. La posición que una persona ocupa dentro de un campo particular depende de los diferentes tipos de capital que posee según el sistema de clasificación vigente en él. En cada campo, sus miembros compiten entre sí para acumular estas formas de capital, pero también existe una competencia entre los diferentes campos para dominar e imponer sus esquemas de capital y clasificación. Este modelo teórico de los campos de Bourdieu ayuda, por lo tanto, a considerar los criterios detrás de las dinámicas sociales y las posiciones desiguales existentes dentro de los diversos campos donde viven y trabajan las artesanas, como sus pueblos y los mercados locales, nacionales e internacionales de artesanía, y también la relación entre estos campos diferentes. Como señala Graeber (2013), en las relaciones de poder, no solo es importante el valor que se acumula, sino también la definición misma de lo que se considera valioso y la forma en que valores diferentes como el honor o el dinero se imponen unos a otros o se relacionan entre sí. Al entrar en nuevas relaciones comerciales, las artesanas también entran en contacto con estos nuevos campos, específicamente los campos comerciales de la artesanía, lo que implica cambios

en su capital pero también choques entre los tipos de capital y los sistemas de clasificación vigentes en el campo social de su pueblo y del campo comercial.

Por lo tanto, para poder responder a esta pregunta y describir los cambios de posiciones de las artesanas en estos diferentes campos, es necesario primero describir los campos mismos en donde las artesanas viven y trabajan. Si bien hay una plétora de campos que son relevantes para la organización de las relaciones sociales y las actividades económicas de las artesanas, incluyendo los campos religioso, educativo y político, pretendo enfocarme en aquellos que inciden directamente en la organización de su trabajo: el campo de la producción artesanal destinada a la venta externa; el campo de la comunidad tsotsil o tseltal; y el campo de la familia.

En lugar de considerar a las personas como universalmente motivadas por una racionalidad de interés, propongo analizar las decisiones laborales que toman las artesanas en términos de sus relaciones sociales. La pregunta *¿qué relaciones sociales y estructurales influyen en las trayectorias laborales de estas artesanas?* sirve para entender los cambios en la posición de las artesanas que surgen en relación con su trabajo artesanal más allá de un juego de suma cero. Como nos recuerda Graeber (2013, p. 223): "Marx y Engels dejaron claro que la 'producción' siempre se refiere a la producción de bienes materiales y de relaciones sociales -y, por extensión, de seres humanos, quienes se recrean a sí mismos y a los otros en el proceso mismo de actuar sobre el mundo". Identificar cuáles relaciones sociales importan para las artesanas y de qué manera sirve para entender las decisiones laborales que transforman o afianzan sus posiciones en estas relaciones, ya que estas decisiones no solo se guían por una cuestión de interés propio sino también por el valor *que tienen estas relaciones sociales* para las artesanas.

Este enfoque en las relaciones sociales que se articulan con el trabajo artesanal pone de manifiesto los valores sociales y culturales que entran en juego en la actividad laboral. En vez de asumir que las artesanas solo están motivadas por el interés propio de mejorar su posición económica, tener en cuenta sus relaciones con su familia, con miembros de su comunidad, con sus antepasados y con sus nuevas asociaciones comerciales ayuda para profundizar nuestra comprensión de los motivos sociales y culturales que definen sus decisiones laborales. Para profundizar en este objetivo, un último factor que pretendo explorar en esta investigación es cómo los valores sociales y culturales afectan a la labor artesanal de las mujeres que estudio: *¿qué valores relacionados con el trabajo artesanal y el papel de la artesana promueven las diferentes organizaciones y grupos de artesanas?* La identificación del valor asignado al trabajo artesanal y a la figura de la artesana misma me permite conectar los elementos concretos de la organización económica con los elementos ideológicos y culturales que se promueven en estos diferentes grupos de artesanas.

Concretamente, pretendo relacionar aspectos concretos y materiales de la organización del trabajo artesanal – como el horario, el pago, y su situación en las relaciones sociales y estructurales – con la valoración que se evidencia en los discursos en torno al trabajo artesanal y también mediante la organización del trabajo en estos grupos.

Como complemento a esta pregunta, que se centra en la influencia que ejercen los actores comerciales sobre el trabajo artesanal, busco analizar la reacción de las artesanas frente a estas influencias: *¿cómo entran en disputa o se articulan la organización y valoración del trabajo promovidas dentro de un sistema capitalista con formas organizativas y valorizaciones locales?* *¿Cómo las artesanas asimilan, rechazan o negocian estas influencias?* Con esta pregunta, pretendo situar el análisis de la experiencia subjetiva de las artesanas en el contexto estructural que moldea sus oportunidades económicas y prácticas sociales. Desde una perspectiva dinámica de posiciones estructuradas, que se reproducen constantemente a través de relaciones sociales y están respaldadas por diferentes valores culturales, se evaluará cómo las artesanas lidian con diversas demandas culturales y económicas en el ejercicio actual de su oficio. Así, pretendo comprender el significado y las consecuencias de la labor artesanal para las mujeres indígenas, evitando reducirlos a interés económico o, en cambio, a una cuestión de perduración cultural estática.

## Objetivos

Guiada por estas preguntas principales, mis objetivos centrales de investigación son:

- Identificar las posiciones que ocupan las mujeres tseltales y tsotsiles en diferentes campos sociales y describir cómo se afianzan o se transforman estas posiciones en relación con su inserción en ciertas configuraciones de trabajo artesanal y sus prácticas laborales.
- Categorizar las diferentes configuraciones de trabajo artesanal en las que participan las mujeres tseltales y tsotsiles en Los Altos de Chiapas.
- Identificar las relaciones sociales y estructurales que influyen en la organización y las decisiones laborales de las artesanas.
- Definir los valores que promueven diferentes tipos de organizaciones artesanales respecto al trabajo artesanal y la figura de la artesana, y la manera en que las artesanas se apropian (o no) de estos valores.
- Vincular estas asimilaciones o resistencias a diferentes valores con disputas entre el sistema de valores del capitalismo y el de los campos sociales de las artesanas.

## Ruta metodológica y muestra

Para poder responder a mis preguntas de investigación sobre los tipos de relaciones sociales y valores que influyen en el trabajo artesanal y su relación con los cambios de posición de las artesanas, primero es necesario ubicar el trabajo artesanal y las relaciones sociales en este contexto complejo que conforma el campo de la producción y comercialización de la artesanía en Los Altos. Con este fin, entre 2021 y 2023, realicé entrevistas semiestructuradas a 90 bordadoras y tejedoras en Los Altos, provenientes de 15 municipios de esta zona. Recorté la muestra a 82 mujeres, eliminando algunas por falta de información que dificultaba la comparación de perfiles. Las tejedoras y bordadoras que conforman la muestra viven en 15 municipios diferentes de Los Altos de Chiapas. Diez de estos municipios son tsotsil-hablantes, cuatro son tseltal-hablantes y el último es San Cristóbal de Las Casas, predominantemente hispanohablante, donde migraron cinco de las artesanas entrevistadas. El Cuadro 1 indica las localidades donde viven las mujeres que componen la muestra. Visité a todas las artesanas de la muestra en sus casas, la gran mayoría en múltiples ocasiones, para realizar las entrevistas y observar sus actividades laborales, lo que me permitió conocer de primera mano su situación familiar y económica.

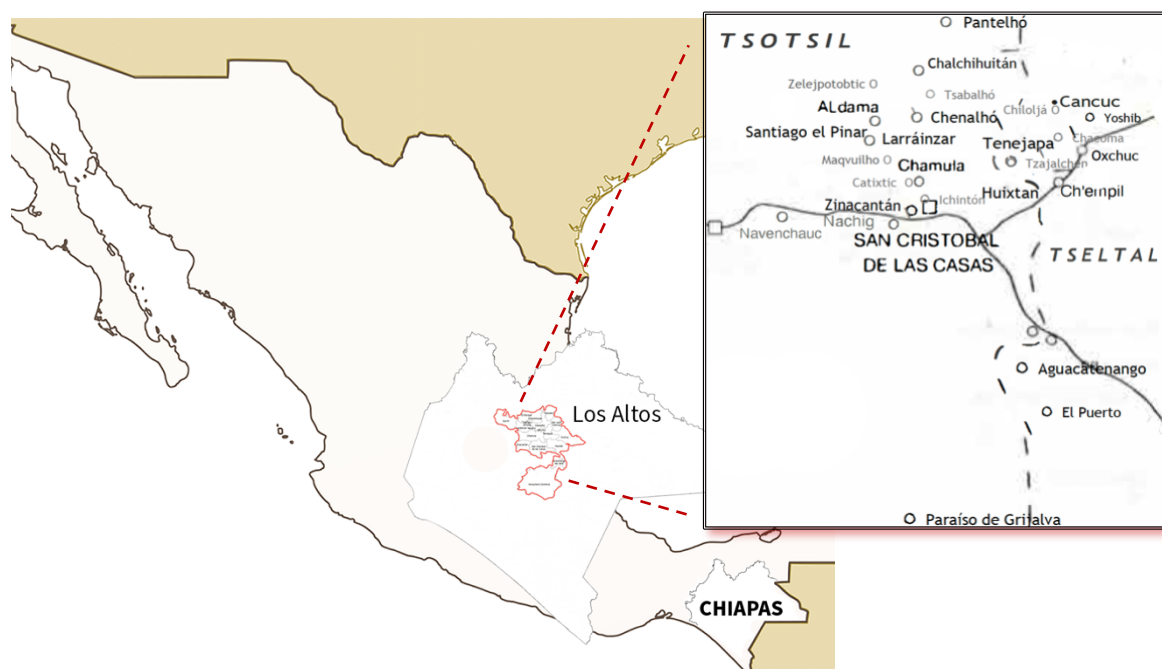
| Municipio                  | Pueblo                                                                                         | Número de entrevistadas |
|----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| Aldama                     | Aldama (cabecera), Tzelejpobtic                                                                | 8                       |
| Amatenango del Valle       | Aguacatenango; El Puerto                                                                       | 9                       |
| Chalchihuitán              | Chalchihuitán (centro)                                                                         | 1                       |
| Chenalho'                  | Chenalho'; Tsabalho'; Chixiltón                                                                | 6                       |
| Huixtán                    | Ch'empil                                                                                       | 3                       |
| Pantelho'                  | Pantelho' (cabecera)                                                                           | 4                       |
| Oxchuc                     | Yochib                                                                                         | 2                       |
| San Andrés Larráinzar      | Larráinzar (cabecera); Oventic; Natilyaxaltik; Chonomyaquilho'; Pokoltón; Suytik               | 14                      |
| San Juan Cancuc            | Cancuc (cabecera); Chiloljá                                                                    | 5                       |
| San Juan Chamula           | Ichinton; Macvilho; Catixtic                                                                   | 3                       |
| San Cristóbal de Las Casas | Originarias de: Tsacucun, Chalchihuitán; Oventic Chico, Larráinzar; Oxchuc; Mahomut, Chenalho' | 4                       |
| Santiago el Pinar          | Santiago El Pinar                                                                              | 2                       |
| Tenejapa                   | Chacoma, Tzajalchen                                                                            | 7                       |
| Venustiano Carranza        | Paraíso del Grijalva                                                                           | 1                       |
| Zinacantán                 | Zinacantán (cabecera); Bochojbo Bajo; Nachig; Navenchauc                                       | 13                      |
| <b>Total</b>               |                                                                                                | <b>82</b>               |

*Cuadro 1 Distribución municipal de la muestra de mujeres entrevistadas.*

En mis entrevistas con las mujeres, mis preguntas giraron en torno a sus trayectorias laborales. Les pregunté cómo aprendieron a tejer y bordar, cuándo empezaron a comercializar

sus productos y con qué organizaciones colaboraban. Sin embargo, para captar el sentido de estas trayectorias y evaluar cómo se asemejan o se diferencian de las de otras mujeres, buscaba contextualizarlas en dinámicas sociales y estructurales más generales, así como en los marcos particulares de las vidas de las mujeres. Interrogué sobre cómo las mujeres entablaron relaciones con las organizaciones o personas con quienes trabajan, qué trabajos realizaban sus padres, si de niñas trabajaban en el campo o iban a la escuela, cuándo se casaron o por qué no lo hicieron, y por qué decidieron vender sus productos con ciertas personas o, en algunos casos, dejar de venderlos.

Además de realizar entrevistas, también hice observación participante en 12 casos, pasando el día, y en varios casos, la noche en sus hogares, y documentando sus actividades laborales y sus vidas cotidianas. Me acerqué y realicé observación participante en organizaciones que comercializan o apoyan a la organización del trabajo artesanal, que incluyen Colectiva Malacate, La Milpa y Arte Yamtel Bats'i Antsetik (Arte Trabajo de las Mujeres Tsotsiles, en tsotsil); la cooperativa J'pas Joloviletik (Las que Hacen el Tejido, en tsotsil) y los talleres que imparten The Hunger Project en su tienda en San Cristóbal; la organización Colectivo Feminista Mercedes Olivera (COFEMO) y la nueva cooperativa que estaban formando que se llama Jolob Jlumaltik (Tejiendo Territorios, en tsotsil); y la marca Fábrica Social. Entrevisté a 11 personas que trabajan en estas organizaciones y otras dedicadas a la promoción y comercialización de la artesanía textil de Los Altos de Chiapas.



*Figura 1 Mapa de las comunidades y parajes en Los Altos de Chiapas donde viven las artesanas que participan en la investigación (elaboración propia, adaptado de Pujol, 2008).*



A partir de los datos contruidos mediante estas entrevistas y observaciones, así como del análisis de contenido de mis entrevistas y de mis notas y diario de campo, identifíco pautas en los perfiles de las artesanas (en términos de su estatus civil, escolaridad, edad y generación de artesana) que corresponden al tipo de producto y comercialización que realizan. Con base en estas pautas generales, analizo las relaciones clave en los campos sociales y familiares de las artesanas que moldean sus modalidades de venta y sus posiciones en el mercado nacional e internacional para los textiles de Los Altos.

En conjunto con la identificación de estos perfiles y el análisis de las relaciones sociales que condicionan las prácticas comerciales de las artesanas, presento a lo largo del texto análisis de casos más focalizados en ciertos sujetos de la muestra, con el fin de desentrañar los valores subyacentes en la organización de su trabajo artesanal. Para profundizar en este análisis sobre los valores laborales, pretendo identificar y evaluar los discursos sobre el valor artesanal que producen los grupos con los que trabajan las artesanas y ellas mismas. Estos discursos provienen de fuentes documentales que he recopiladas, de mis notas y de mi diario de campo, así como de mis registros audiovisuales de las labores cotidianas de las artesanas. Algunos ejemplos incluyen la caracterización de las artesanas como “emprendedoras” y el “empoderamiento” que logran mediante su trabajo, lo cual se repite en varias organizaciones que apoyan a la comercialización de la artesanía en Los Altos.

Mediante la combinación de los diferentes métodos descritos arriba —a saber, entrevistas, observación y análisis del discurso— abordo de manera integral el contexto sociocultural de las artesanas y los valores que asignan a su trabajo. Pretendo llegar al objetivo último de definir el valor culturalmente moldeado del trabajo artesanal en Los Altos de Chiapas a través de un enfoque en el actor social que lo entiende como producto y participante de las prácticas que conforman su entorno sociocultural. De acuerdo con este abordaje, mi análisis del trabajo artesanal ha implicado un ir y venir continuo entre las decisiones y los juicios de las mujeres artesanas y la estructura organizativa de la producción y el comercio artesanal en Los Altos de Chiapas.

El proceso de descifrar las lógicas y los valores que orientan el trabajo de las mujeres tsotsiles y tseltales de mi investigación ha implicado la revelación de los valores implícitos que yo tenía sobre el trabajo en relación con mi propio contexto sociocultural. Al enterrarme de las formas ajenas en que las mujeres organizaban, valoraban y definían su trabajo, pasé por una experiencia similar de descubrimiento a la que describe Bourdieu respecto a las prácticas económicas de los cabileños que estudió en Argelia: “[L]a larga cadena de reacciones de sorpresa,

asombro y desconcierto que me llevaron a experimentar de forma tangible el carácter contingente de tantos comportamientos que forman parte de nuestra ronda cotidiana normal: el cálculo de costes y beneficios, el préstamo a interés, el ahorro, el crédito, la creación de una reserva, la inversión o incluso el trabajo” (Bourdieu, 2005, p. 3). Entender la perspectiva de las mujeres tsotsiles y tseltales sobre su trabajo conllevaba la identificación de la organización y los valores laborales que yo había tomado como naturales y que provienen de mi propio contexto sociocultural y del sistema capitalista.

Finalmente, tomé más de 1,000 fotos y alrededor de 40 horas de video en los días laborales de las artesanas, en la realización y la entrega de productos y en su participación en talleres. Documenté de esta manera las actividades productivas y comerciales de todas las mujeres de la muestra, ya fuera por medio fotográfico o por video. Con la mayoría de las mujeres, las visité en sus casas y registré sus actividades laborales en repetidas ocasiones. Me centré en documentar el proceso de elaboración artesanal, lo que incluye la técnica y los pasos de elaboración textil, el tipo de producto que se realizaba y los espacios en los que las mujeres tejían o bordaban (por ejemplo, la cocina de su casa, el patio, la parcela, etc.). Tomé fotos de las entregas de las artesanas en las siguientes organizaciones y tiendas: Colectiva Malacate, J’pas Joloviletik, Folkloria y el Instituto Casa de las Artesanías de Chiapas (Icadech). Documenté también talleres impartidos en Colectiva Malacate; Icadech; COFEMO; en el Centro para el Desarrollo de las Mujeres (CDM) en San Andrés Larráinzar por parte de la Secretaría de Igualdad de Género (SEIGEN); y en J’pas Joloviletik por parte de la ONG The Hunger Project.

Este registro foto y videográfico ha servido como un recurso metodológico tanto como una herramienta para la presentación de resultados. Por un lado el análisis visual de las fotos y los vídeos permite percibir elementos que quedan sublimados en los discursos o ignorados en el momento original de la observación: "Mirar es un modo de entender lo no dicho de la sociedad, y justamente la dominación, particularmente la dominación colonial, por haber traspasado las épocas y ser coetánea de la modernidad, tiende a disfrazarse" (Rivera Cuisicanqui, 2015, p. 312). Aunque no analicé mi material audiovisual de forma exhaustiva y sistemática, la realización de cortometrajes a partir de la grabación del trabajo cotidiano de las artesanas de mi muestra sirvió como tareas intermedias para analizar la organización del trabajo artesanal. Al revisar el material grabado y editarlo, identifiqué pautas y diferencias en los ritmos de trabajo de las artesanas, lo que complementaba el análisis de contenido de mis entrevistas con ellas.

Realicé más de 15 cortometrajes sobre las tejedoras y bordadoras que constituyen materiales complementarios y paralelos a la parte escrita de la tesis. Algunos de estos cortos se

enfocan en las rutinas laborales de ciertas mujeres particulares de la muestra, como el cortometraje que realicé *Artisans by Trade*, un video de 27 minutos que perfila artesanas en tres pueblos tsotsiles y tseltales: Cancuc, Nachig y Pantelho’, o el corto *Ser artesana: un trabajo entre otros*, que retrata un día en la vida de Antonia, una bordadora de Tenejapa. Otros cortos se centran en la experiencia laboral de diferentes grupos de artesanas que se encuentran en la misma situación laboral, como *Todo el tiempo y toda la vida, costuramos* que documenta la experiencia de dos grupos de mujeres en El Puerto y Aguacatenango al realizar un pedido para una tienda de EE. UU. La lista completa de los materiales audiovisuales realizados en el marco de la investigación se presenta en el Anexo al final de la tesis.

Estos productos audiovisuales me permitieron explorar desde otra perspectiva y modalidad temas relacionados con el trabajo artesanal de las mujeres en Los Altos de Chiapas. Mediante la inclusión puntual de este material audiovisual pretendo ofrecer ejemplificaciones visuales de diversas relaciones espaciales y sociales y destacar las diferencias en la organización del espacio de trabajo y las prácticas laborales de las artesanas de la muestra. A lo largo del texto, cito varios cortometrajes que realicé que involucran la identificación y el análisis preliminar de temas de interés en la investigación. Presento también algunos aquí en la nota de pie para que el lector o la lectura pueda referirse a ellos como una introducción para algunos temas y personas que aparecen de forma recurrente en la tesis.<sup>5</sup>

Vale la pena hacer una breve reflexión sobre la relación que entablé con las artesanas que son los sujetos de mi investigación. Conocí a las artesanas mediante diferentes vías: en un primer momento, conocí a varias de ellas a través de Carlos Barrera, un artista de la Ciudad de México

---

<sup>5</sup> *Todo el tiempo y toda la vida, costuramos* presenta el horario laboral de las mujeres, la combinación de sus actividades artesanales con sus quehaceres de la casa, además de los cambios en sus movimientos y trabajo a raíz de nuevas relaciones comerciales con una marca estadounidense (<https://www.anthropology-news.org/articles/making-it-as-embroiderers/>).



En *Artisans by Trade* se presenta tres artesanas de tres municipios diferentes (San Juan Cancuc, Zinacantán y Pantelho’) y destaca las distintas formas en que organizan su trabajo artesanal y lo compaginan con sus relaciones familiares (<https://www.thejugaadproject.pub/artisans-by-trade>).



que lleva 15 años ofreciendo talleres de tinte natural a artesanos textiles en Los Altos, y a otras las conocí durante mi participación como observadora en Colectiva Malacate durante seis meses. Luego, cuando me encontraba en San Cristóbal, me presenté en diferentes cooperativas (J'pas Joloviletik y Jolob Jlumaltik) y locales (Tulan Chulel, La Milpa, Folklor, Arte Yamtel Bats'i Antsetik). A partir de estos acercamientos a proyectos y organizaciones involucrados en la comercialización de productos artesanales en San Cristóbal, la técnica de bola de nieve me puso en contacto con familiares o conocidos de las artesanas en sus comunidades o mediante los talleres donde las acompañé.

Con todas las artesanas, algunos factores que marcaron nuestras relaciones fueron la brecha socioeconómica y mi nacionalidad como estadounidense. La mayoría de las artesanas que conocí reciben pocos ingresos y me preguntan si les puedo ayudar a vender sus productos. Algunas también me han preguntado sobre cómo migrar a los EE. UU. o, solo medio en broma, si podrían ir conmigo en mi maleta. Al mismo tiempo, he cultivado relaciones cercanas con algunas de ellas y mantengo un contacto regular. También, como muchas han expresado un interés en aprender inglés (además de algunas que quieren que les ayuden a hablar español) ofrecía durante dos años una clase informal en línea cada jueves para quienes tuvieran internet y quisieran asistir.

Al final, las relaciones que tengo con las artesanas en mi investigación se encuentran marcadas por cuestiones económicas y diferencias culturales pero también por afinidades y amistades. No ignoro las diferencias que nos separan: son profundas e ignorarlas sería ignorar la realidad de nuestras vidas y circunstancias. He procurado aportar a los grupos artesanales que participaban y ayudaban en mi investigación mediante la realización de cortometrajes<sup>6</sup> para los proyectos de colectivos, videos que documentan la entrada en cargos religiosos de sus familiares, la fotografía de bodas de familiares y sesiones de fotos para los catálogos de sus productos. Por amistad y empatía, he aprovechado mi situación económica para ayudar a cubrir el costo de exámenes médicos y gastos funerarios. También compro productos de las artesanas que estudio

---

<sup>6</sup> Para apoyar a la Colectiva Malacate, organización con la cual realicé mucho de mi observación participante, también filmé y edité un corto sobre el tema de autoría y propiedad intelectual en la producción artesanal (<https://vimeo.com/742489597>).



por los motivos de mi propio interés y gusto en la artesanía y el deseo de apoyarlas económicamente. Como esto evidencia, las prácticas económicas también coexisten con sentimientos amistosos y el placer de pasar tiempo con las personas.

Para devolver la información que me brindaron las artesanas y las organizaciones que participaron en mi investigación, he recurrido a los videos que realicé con ellas. El formato más accesible de los videos, en los que represento a las mujeres que forman parte de mi investigación desde mi perspectiva y con un enfoque en su trabajo artesanal, sirve como un medio idóneo para devolverles lo que ellas a su vez habían compartido conmigo. En junio de 2022, renté una sala de cine en el foro cultural Kinoki en San Cristóbal para proyectar dos de los videos que había realizado con las integrantes de la Colectiva Malacate. De esta forma las mujeres que participaron en los videos podían verse retratadas en grande y también tuvimos la posibilidad de dialogar sobre los temas representados en ellos. A partir de 2025, la propia Colectiva Malacate ha lanzado una serie de jornadas de socialización de la videomemoria que realicé con ellas, que se muestra en los municipios donde viven las artesanas que forman parte de la colectiva.

### **Organización de los capítulos**

La tesis se organiza en tres secciones generales: la Parte I, la Parte II y la Parte III. La Parte I, que incluye los Capítulos 1, 2 y 3, introduce conceptos claves y describe la formación y la configuración del mercado nacional e internacional de la artesanía textil en Los Altos de Chiapas. El Capítulo 1 ofrece un acercamiento teórico a algunos de los conceptos centrales de esta investigación: la comunidad indígena y el capitalismo. A diferencia de un capítulo teórico, que proporciona un marco para el análisis posterior de los datos, este capítulo sirve más como una guía general para entender las dinámicas de interacción y transformación de los diferentes sistemas sociales de organización del trabajo. En los capítulos que siguen, se presentarán otros enfoques teóricos según la dimensión de la valoración y de la organización del trabajo artesanal que abordo en cada sección. El Capítulo 2 proporciona el contexto histórico del comercio artesanal en dicha región. Este contexto va más allá de las transformaciones en la producción y venta de productos textiles para abordar el entramado de relaciones sociales, laborales, religiosas y políticas en las comunidades tsotsiles y tseltales de Los Altos que han influido en el comercio artesanal y en las relaciones que las mujeres artesanas tienen con actores fuera de sus comunidades. El Capítulo 3 esboza el panorama actual del comercio nacional e internacional de textiles artesanales producidos en Los Altos de Chiapas, haciendo hincapié en las conexiones entre los principales actores comerciales: a saber, las cooperativas, las ONG, las agencias estatales, los diseñadores o académicos y sus marcas o colectivos.

La Parte II, que incluye los Capítulos 4-6, describe el campo de la producción artesanal y las relaciones sociales que moldean el trabajo artesanal. En el Capítulo 4 se describen los diferentes mercados en los que venden las bordadoras y tejedoras de Los Altos y se identifican los diferentes tipos de venta que se realizan en ellos. El Capítulo 5 y 6 presentan pautas en las rutas laborales de las artesanas textiles de Los Altos en conexión con relaciones espacial e históricamente construidas de desigualdad (Capítulo 5) y con relaciones dentro de las comunidades y familias de las artesanas que influyen en sus decisiones sobre su trabajo (Capítulo 6). Se pretende responder a la pregunta de investigación *¿Qué relaciones sociales y estructurales influyen en la organización y las decisiones laborales de estas artesanas?* mediante el análisis de la participación comercial de las artesanas y la organización de su trabajo en función de estas relaciones.

La Parte III, que incluye los Capítulos 7 y 8 describe la valoración del trabajo artesanal en estos dos campos (el campo comercial nacional e internacional y el campo de producción) y las diferentes formas en que las artesanas de la muestra las adaptan. El Capítulo 7 aborda las valoraciones del trabajo artesanal en Los Altos con base en los discursos que circulan en el campo comercial de su venta nacional e internacional. *¿Qué valores relacionados con el trabajo artesanal y del papel de la artesana promueven las diferentes organizaciones y grupos de artesanas?* En el Capítulo 8, se presenta una descripción de la transmisión de la valoración del trabajo artesanal descrita en el capítulo anterior mediante talleres para las artesanas y la organización espaciotemporal del trabajo. Al analizar diferentes casos de rechazo, adaptación y apropiación de estas por parte de las artesanas, se pretende responder a las preguntas de investigación: *¿cómo entran en disputa o se articulan la organización y valorización del trabajo promovidas dentro de un sistema capitalista con formas organizativas y valoraciones locales? ¿Y cómo las artesanas asimilan, rechazan o negocian estas influencias?*

Los aportes de cada capítulo, al analizar diversas pautas en las trayectorias de las artesanas, los discursos sobre su trabajo y la organización de su trabajo en la vida cotidiana, responden desde diferentes ángulos a la pregunta principal de esta investigación: *¿cómo las mujeres tseltales y tsotsiles afianzan, redefinen o transforman sus posiciones en diferentes campos sociales y comerciales mediante el trabajo artesanal textil?* En la conclusión de la tesis, hilaré estas diversas contribuciones para describir la influencia mutua entre las relaciones y los papeles sociales de las mujeres en Los Altos, su inserción en diferentes configuraciones de trabajo artesanal y las decisiones que toman acerca de sus prácticas laborales.

**PARTE I**  
**LA FORMACIÓN DE UN CAMPO:**  
**EL MERCADO NACIONAL E**  
**INTERNACIONAL DE LA ARTESANÍA EN**  
**LOS ALTOS**

**CAPÍTULO 1**  
**LA COMUNIDAD Y EL CAPITALISMO:**  
**TRANSFORMACIÓN SOCIAL Y ECONÓMICA**



Diversos autores que tratan el tema de la artesanía y la producción artesanal han observado la existencia de dos enfoques predominantes: uno que se centra en la artesanía como inscrita en una tradición cultural local, a menudo indígena, y otro que analiza su transformación como mercancía en el mercado global capitalista (Escalona, 2016; García Canclini, 1982; Lugo-Morin et al., 2008). Al enfocarse exclusivamente en la interioridad cultural de una comunidad por un lado, o en el valor de cambio en términos puramente económicos por el otro, estos dos enfoques fallan a la hora de ofrecer una visión completa de la producción artesanal contemporánea. De acuerdo con García Canclini, el reto en el análisis de la producción y comercialización artesanal consiste en “encontrar un camino” entre estos “dos vértigos: la tentación folclorista de ver sólo el aspecto étnico, considerar las artesanías apenas como supervivencia crepuscular de culturas en extinción; o, por reacción, el riesgo de aislar la explicación económica, estudiarlas como cualquier otro objeto regido por la lógica mercantil” (García Canclini, 1982, p. 104).

Robert Wasserstrom (1983) y Jan Rus (1995, 2005) describen cómo el enfoque que resalta la continuidad tradicional y la homogeneidad interna de las comunidades indígenas ha sido particularmente común en los estudios antropológicos de Chiapas. El Proyecto Chiapas de Harvard, que se originó en 1955 por iniciativa entre otros de Alfonso Caso, el entonces director del Instituto Nacional Indigenista (INI), estableció una pauta investigativa que seguía implícitamente la visión indigenista predominante en México en aquella época, según la cual las comunidades indígenas de Los Altos de Chiapas eran comunidades cerradas y culturalmente aisladas, vestigios de una cultura maya precolombina (Rus, 2005). Sin embargo, la diferenciación entre identidades étnicas y culturales, que ha sido el enfoque de esta línea de investigación, es de hecho un acontecimiento relativamente nuevo que data del final del siglo XIX (Wasserstrom, 1983). La producción artesanal en México, como los pueblos indígenas donde se encuentra mucha de su producción, se ha ido transformando a la par que los cambios de su contexto social, económico y político más amplio.

No fue hasta la década de 1970 cuando se empezó a cuestionar el enfoque culturalista predominante en Chiapas y a considerar la organización social y cultural de las comunidades indígenas de Chiapas a partir de sus vínculos con la sociedad circundante (Rus, 1995, 2005). De acuerdo con esta perspectiva, la artesanía, si bien se puede entender como un producto cultural local, también es una mercancía que está inmersa en dinámicas comerciales que condicionan tanto su valor económico como su valor simbólico. La historia del colonialismo, el proyecto indigenista del Estado mexicano, y el auge del mercado capitalista global representan distintos

periodos históricos que ponen de manifiesto las presiones externas que afectan a la producción y el consumo de artesanía. Estas presiones son a la vez políticas, económicas y sociales. Como señala Andrés Fábregas (2015), la política pública de promover la economía de mercado en la época colonial en Chiapas se puede observar en el texto del fray Matías de Córdova titulado *Utilidades de que todos los indios y ladinos se vistan y calcen a la española y medios de conseguirlo sin violencia, coacción ni mandato*. Según la propuesta del fraile, al obligar a los indígenas y a la población general a adoptar indumentaria española, se lograría impulsar las industrias textiles y del calzado y, al mismo tiempo, asimilar “las culturas indígenas a las nacientes sociedades mestizas americanas, para fortalecer así sus identidades y sus lealtades locales” (Fábregas, 2015, p. 15). Si bien esta propuesta de asimilación fue de carácter no violento, otras dimensiones del dominio colonial incluían el control por la fuerza del comercio, la exigencia de tributos, la producción forzada, y la conversión religiosa. Lejos de ser una política unificada impuesta a la población chiapaneca por la Corona, estas imposiciones estuvieron marcadas por luchas internas entre misioneros y autoridades civiles así como por la resistencia y reinterpretación de estas influencias por parte de la comunidad indígena (Wasserstrom, 1983).

Esta consideración abreviada de la época colonial en México nos señala la interrelación que existe entre las políticas económicas y las transformaciones culturales, así como los modos variados en que se administran y se reciben. Si bien es una afirmación evidente que lo social no existe de forma separada de lo económico y lo político, es importante enfatizarla para emprender el estudio del complejo escenario en que se encuentra la producción artesanal hoy en día. El reto que se presenta al estudiar el trabajo actual de las artesanas en Los Altos de Chiapas es el de comprender cómo se articula su forma de producción con las dinámicas sociales y económicas más amplias en las que están insertadas y, asimismo, cómo ellas asimilan estas diversas influencias. En esta investigación, se centran en las relaciones sociales y económicas que estructuran el trabajo artesanal que provienen de dos campos principales: 1) el campo de la comunidad tsotsil o tseltal donde viven y trabajan las mujeres artesanas y 2) el campo comercial nacional e internacional en donde se venden sus productos. Las trayectorias laborales de las artesanas están moldeadas por estos dos campos separados y distintos que cuentan con sus propias lógicas organizativas. ¿Pero qué es exactamente lo que distingue las comunidades de los espacios comerciales “fuera” de ellas? ¿Cómo se diferencia su organización social y económica y sus valores culturales de aquellos del sistema hegemónico del capitalismo que las rodea? En los siguientes apartados, destacaré algunos enfoques teóricos sobre la comunidad indígena y el

capitalismo, así como investigaciones sobre la producción artesanal en México que guían mi enfoque a estas cuestiones.

### **1.1 La comunidad indígena: su constitución estructural y cultural**

La palabra “comunidad”, sobre todo la “comunidad indígena”, suele presentarse como sinónimo de una organización social preexistente y homogénea. Este también fue el enfoque dominante en los estudios antropológicos sobre Chiapas hasta la década de los sesenta, cuando se pretendía establecer una continuidad cultural de las comunidades indígenas que se remontaba a un pasado precolombino. Sin embargo, la comunidad, como toda organización humana, se constituye históricamente a través de diversos procesos políticos de conflicto, conformidad, resistencia y acción concertada. Eric Wolf, en su ensayo sobre *comunidades corporativas cerradas de campesinos* publicado en 1957, buscaba contrarrestar la visión de la comunidad como un conjunto de elementos culturales duraderos. Wolf (2001) argumentó que el modelo conceptual de estas comunidades debe basarse en pautas de relaciones estructurales y definió las comunidades corporativas cerradas de campesinos como comunidades que tienen tierras comunales e instituciones propias donde la pertenencia se limita a personas nacidas y residentes en la comunidad. Subrayó que estas comunidades son los resultados y también los participantes determinantes en procesos históricos que están estrechamente vinculados con campos políticos y económicos más amplios.

En su revisión de la literatura sobre el enfoque hacia las comunidades indígenas y la conceptualización del cambio cultural en Mesoamérica, Catharine Good (1993) nota que el modelo dinámico e históricamente determinado de la comunidad propuesto por Wolf ha sido frecuentemente malinterpretado y metido a presión en los confines de la noción dominante de la comunidad indígena como entidad aislada y estática. En cambio, Good, junto con otros autores (Cancian, 1994; Dietz, 2000; Greenberg, 2002; Stephen, 2005b; Escalona, 2009; Nagengast y Kearney, 1990; Schryer, 1990), reivindica el enfoque de Wolf sobre la comunidad indígena como una formación cambiante que tiene una organización interna y cultura propias que, no obstante, siempre existe de manera interconectada con relaciones estructurales más grandes.

De acuerdo con este enfoque, en vez de considerar los diferentes pueblos tsotsiles y tseltales de Los Altos como entidades estables y duraderas, hay que entenderlos como producto y partícipes de relaciones estructurales cambiantes. Estas relaciones son de distintos tipos y existen en diferentes formas organizativas. En las comunidades indígenas de Los Altos estas formas de organización que incluyen la unidad doméstica y las relaciones familiares que se

organizan en torno a una división del trabajo productivo y reproductivo, que varía en función de la diferenciación sociocultural de género y de edad; la organización de cargos religiosos; organizaciones religiosas de diversas confesiones vinculadas con otras comunidades locales, regionales y extranjeras. También destacan la organización política y legal de usos y costumbres internos de cada comunidad que se conjuga con el sistema político y legal estatal y nacional, y la organización de la producción que abarca el trabajo agrícola de subsistencia así como cultivos destinados al comercio y los diversos oficios de comerciantes, profesionistas, maestros, albañiles, etc.

En esta somera revisión de las diferentes clases de relaciones que conforman la comunidad destacan dos cualidades. Primero, la diversidad de posiciones y agrupaciones que existen dentro de la comunidad. De estas distintas relaciones nacen divisiones y diferenciaciones internas que ponen en tela de duda la imagen homogénea y unida de la comunidad. Segundo, se hace evidente que muchas de estas relaciones implican contacto y participación en redes y procesos que se extienden más allá de las fronteras del pueblo: los cultivadores de flores de Zinacantán venden sus productos en el mercado local de San Cristóbal; los políticos locales del PRI en Chamula participan en las actividades y los eventos de su partido; las feligresas de una iglesia pentecostés en Larráinzar reciben visitas de miembros de otras iglesias de la región y de Guatemala.

La heterogeneidad de las relaciones dentro de la comunidad indígena y sus nexos con relaciones estructurales y procesos económicos, políticos y religiosos más amplios desafían la imagen homogénea y aislada que todavía permea los discursos sobre las comunidades. Wolf había señalado esta tendencia hacia la cosificación de los nombres que usamos para hablar del mundo, lo que le quita sus matices e interconexiones reales: “Al atribuir a las naciones, sociedades o la cultura, la calidad de objetos internamente homogéneos y externamente diferenciados y limitados, creamos un modelo del mundo similar a una gran mesa de *pool* en la cual las entidades giran unas alrededor de las otras como si fueran bolas de billar duras y redondas” (2005, p. 19). En contraposición a este modelo erróneo de las comunidades y sus culturas, Wolf propone un análisis de la comunidad y su cultura en relación con procesos y sistemas de relaciones más amplios.

Este énfasis en las relaciones estructurales caracteriza el enfoque de varios autores que estudian comunidades indígenas en México (Dennis, 1987; Nagengast y Kearney, 1990; Stephen 1996, 2005b; Greenberg, 2002). En sus análisis sobre la formación de las comunidades indígenas actuales, estos autores localizan su origen en el periodo colonial, cuando los pueblos autóctonos

fueron subyugados como un grupo étnico general (es decir, indígenas) y al mismo tiempo, reducidos y congregados en comunidades para facilitar su control y explotación por parte de los españoles (y posteriormente los mestizos). Esta opresión continuada se entrelazó con conflictos territoriales entre los pueblos que sufrieron la erosión de sus tierras y su acaparamiento por parte de ladinos. Phillip Dennis (1987) argumentó que en el contexto de Oaxaca estos conflictos entre comunidades indígenas colindantes fueron alentados por el gobierno colonial y luego mexicano para prevenir la solidaridad entre comunidades. Nagengast y Kearney (1990) atribuyen a esta opresión el desarrollo de nuevas expresiones culturales, diferencias dialectales y “tradiciones” de los distintos pueblos mixtecos como respuesta a la hostilidad que enfrentaban. Lynn Stephen (1996) también señala esta opresión estructural e histórica como la razón de ser de la identidad étnica y cultural de los pueblos indígenas. Sin embargo, Stephen (1996, 2005b) también demuestra cómo la adscripción étnica de los miembros de diferentes comunidades zapotecas cambia dentro de la comunidad, donde se evidencian mayores brechas entre sus miembros basadas en diferencias de clase, en comparación con la presentación étnica hacia fuera, donde se presenta una imagen más homogénea y unida de la comunidad.

Considero fundamental la visión que aporta este enfoque, que sitúa a la comunidad en relaciones políticas, económicas y sociales más amplias. Pone de manifiesto que la comunidad no es una unidad natural, creada por sí misma, sino una configuración social y cultural que forma parte de estructuras sociales más amplias. Sin embargo, coincido con Good (1993) en su observación de que estos análisis, al dar prioridad a los procesos externos que transforman la comunidad y su cultura, descuidan las dinámicas internas de las comunidades que también participan en su formación. En este respecto, la síntesis de Nagengast y Kearney (1990) que afirma que la generación y la resignificación de formas sociales locales y sistemas simbólicos surgen de la dialéctica entre miembros de la comunidad y extraños, un binomio perpetuo de opresión y resistencia no es suficiente para entender las complejas transformaciones que ocurren en el seno de la comunidad. Good, aunque busca tener en cuenta procesos económicos y políticos más allá del contexto inmediato de la comunidad, los considera factores que moldean, pero no determinan, el cambio cultural local de estos grupos. En su investigación sobre la reproducción social y cultural nahua en dos comunidades de Guerrero, Good redirige su atención a los mecanismos dentro de las comunidades que alientan tanto la continuidad tanto como el cambio cultural. Siguiendo los enfoques a la cultura de Mintz y Price (1976) y de Farriss (1984), que buscan conceptos principales y supuestos fundamentales sobre el mundo y las relaciones sociales que orientan las acciones de las personas de diferentes contextos culturales,

Good considera la lógica cultural nahua como una fuerza motriz de la continuidad y el cambio dentro de la comunidad.

En las investigaciones etnográficas existe el peligro de que las categorías hermenéuticas que empleamos terminen opacando los fenómenos reales que nos interesa analizar. Categorías como “social”, “económico”, “cultural”, “familia” y “trabajo” adquieren una solidez abstracta muy diferente a la diversidad y complejidad de las actividades y situaciones materiales que observamos. Al confiar demasiado en el poder descriptivo de estos conceptos no solo corremos el riesgo de pintar un cuadro simplista del mundo, sino también de moldearlo a nuestra propia semejanza. Habrá que interrogar las abstracciones que empleamos para evitar la tendencia del ficticio observador “objetivo” de las ciencias sociales de “importar en el objeto los principios de su relación con el objeto” (Bourdieu, 2009, p. 46). Nuestro manejo de conceptos supuestamente generales y aplicables a diferentes contextos sociales y culturales lleva las marcas invisibles de las referencias que han adquirido en *nuestros* espacios sociales, no sólo en su sentido, sino también en su relación con otras categorías.

Por lo tanto, conceptos como “economía” “trabajo” y “genero” no tienen definiciones estables que permitan su salto de un contexto a otro sin sufrir modificaciones en su significado y referencias. Al igual que las comunidades son campos sociales dinámicos, el espacio más allá de sus fronteras no es un marco neutro, sino que también conforma ya sea uno o múltiples campos sociales. Así al entrar en nuevas relaciones con clientes en San Cristóbal, la Ciudad de México o Londres, las artesanas no están meramente expandiendo sus relaciones comerciales, sino entrando en nuevos campos sociales donde operan distintas ideas y expectativas sobre *qué es el trabajo* y como se debe organizar.

Si bien hay diferencias entre los campos sociales, económicos y culturales de los nuevos lugares fuera de la comunidad donde las artesanas venden su trabajo, todos ellos pertenecen a sociedades capitalistas. Trabajos antropológicos (Escobar, 2010; Tsing, 2005, 2015; Yanagisako, 2002), teóricos (Fraser y Jaeggi, 2019; De Angelis, 2007; Postone, 1993), feministas (Gibson-Graham, 2006) e históricos (Thompson, 1995a, 2012) han mostrado desde sus diversos enfoques la formas fragmentarias, heterogéneas e histórica y geográficamente distintas en que los procesos y las sociedades capitalistas han existido. Sin embargo, a pesar de estas diferencias entre las “formas históricas pasajeras” del capitalismo, existe no obstante una “lógica más duradera que se oculta en ellas” (Fraser y Jaeggi, 2019, p. 17). Aunque cada uno de los autores mencionados arriba se centra en distintos aspectos de esta “lógica más duradera” del capitalismo, coinciden en resaltar la organización particular de las relaciones de producción del sistema capitalista descrita

por Marx, en la que los trabajadores tienen que vender su fuerza de trabajo a cambio de dinero para poder comprar los medios necesarios para su reproducción como seres humanos. De acuerdo con este rasgo distintivo de la sociedad capitalista, el trabajo asalariado aparenta ser una actividad económica desvinculada de las relaciones sociales. Como nota Fraser:

La peculiaridad de la sociedad capitalista es que trata las relaciones sociales que la definen y estructuran como si fueran “económicas” y pertenecieran a un subsistema independiente de la sociedad, a una “economía”. Pero es solo la apariencia. Pronto nos dimos cuenta de que teníamos que hablar de las condiciones de fondo “no económicas” que permiten que esa sociedad exista. (Fraser y Jaeggi, 2019, p. 56)

Aquí Fraser desmiente el carácter neutro y aparentemente abstracto del término “economía”. Si bien existen distintas conductas económicas que corresponden a diferentes sociedades y culturas, la idea básica de que la economía existe como una esfera distinta de otras actividades sociales y culturales ya es una construcción culturalmente arraigada en una forma particular de organización social (la capitalista). Bourdieu (2023, p. 16-7) hace eco a esta observación al argumentar que

todas las instituciones económicas son invenciones históricas; no tienen nada de universal y no son productos puros de la razón. Es necesario, pues, reintroducir la historia del proceso en virtud del cual se constituyeron los universos que llamamos ‘economía’ y, más precisamente, la historia del proceso de autonomización del universo económico que nunca está del todo separado de los demás universos, como por ejemplo el de la familia, pero que lo está particularmente en nuestras sociedades, donde el proceso de separación, no obstante, se efectuó con mucha lentitud en el transcurso del tiempo.

Esta historización y relativización de la economía como concepto permite evaluar mejor la transformación que sucede cuando las artesanías entran en nuevas relaciones económicas y venden sus productos en nuevos mercados. Se trata de una situación “de contactos de economías” que Bourdieu (2023, p. 43) califica apropiadamente de “aculturación”. Esta visión de la transformación cultural que *siempre* acompaña la transición de un sistema económico a otro matiza el enfoque bidireccional en las relaciones estructurales más amplias y los procesos sociales dentro de las comunidades tsotsiles y tseltales. Cada configuración social conlleva una organización particular de la economía y la política, que a su vez forma parte de una cultura particular.

E. P. Thompson ilustró este hecho de manera histórica. Argumentó de forma persuasiva que la cultura, lejos de ser un elemento secundario y estar relacionado con la economía solo mediante los débiles lazos ideológicos, como lo plantea cierta corriente marxista, está inextricablemente conectada con la organización fundamental de la sociedad.

No podemos siquiera empezar a describir la sociedad feudal o capitalista en términos "económicos" independientemente de las relaciones de poder y dominación, los conceptos de derecho de uso o de propiedad privada (y sus correspondientes leyes), las normas culturalmente impuestas y las necesidades culturalmente formadas características del modo de producción. [...] ¿Dónde situaremos los ritmos consuetudinarios de trabajo y ocio (o de las fiestas) de las sociedades tradicionales, que son intrínsecos al acto mismo de la producción y que, sin embargo, tanto en las sociedades hindúes como en las católicas, han sido ritualizados por instituciones religiosas de acuerdo con creencias religiosas? (Thompson, 1989, p. 98)

Al describir la forma entrelazada en que la cultura y la economía existen, Thompson demuestra de paso lo artificial que es distinguir la organización estructural de una sociedad o comunidad de su reproducción en la práctica. La economía y la cultura forman parte del mismo tejido social, uno que es vivido por sus miembros y reproducido por sus acciones y relaciones, no solo como estructura e ideología esqueléticas que existen como representaciones mentales incorpóreas. Estas acciones realizadas por las personas que reproducen el mundo social donde viven es lo que Bourdieu describe como el “sentido práctico”.

Forma particularmente ejemplar del sentido práctico como ajuste anticipado a las exigencias de un campo, lo que el lenguaje deportivo llama el “sentido del juego” (como “sentido de la ubicación”, arte de “anticipar”, etc.) da una idea bastante exacta del cruce cuasi milagroso entre el *habitus* y un campo, entre la historia incorporada y la historia objetivada, que hace posible la *anticipación* cuasi perfecta del porvenir inscrito en todas las configuraciones concretas de un espacio de juego. (Bourdieu, 2009, p. 107)

Bourdieu, de forma similar a Thompson, recalca la manera práctica en que las disposiciones y las actividades realizadas de los sujetos en su vida cotidiana se adaptan al campo social en el que se encuentran. La metáfora predilecta de Bourdieu sobre el campo social como un espacio de juego es particularmente adecuada, ya que recalca la noción de que ni el juego ni los jugadores son comprensibles como unidades separadas. Aunque se pueden utilizar las “reglas del juego” para analizar la estructura del campo y los movimientos de las personas que forman parte de él, el juego, como el campo, solo tiene sentido como una estructura viva, reproducida y hecho real por los jugadores. Asimismo para entender los jugadores —los motivos, las elecciones y los gustos de las personas que forman parte de un campo— es necesario entender el juego en que están inmersos.

El énfasis de Bourdieu y Thompson en la práctica y en la forma vivida en que los valores y las normas subyacentes a la organización institucionalizada de una sociedad están incorporados en los *habitus* de sus miembros supera el viejo modelo dialéctico que contraponía la acción de los individuos a la estructura social. Rompiendo con los dualismos “del determinismo y de la libertad, del condicionamiento y de la creatividad, de la consciencia y del inconsciente o del



individuo y de la sociedad”, las disposiciones estructuradas y estructurantes que son el habitus “es una capacidad infinita de engendrar, con total libertad (controlada), unos productos – pensamientos, percepciones, expresiones, acciones– que siempre tienen como límite las condiciones histórica y socialmente situadas de su producción” (Bourdieu, 2009, p. 90). Thompson (1995b) también emplea la noción de habitus para referirse a los valores como las normas, reglas y expectativas que se aprenden en la familia, en el trabajo y en la comunidad inmediata, en lugar de una noción de valores como ideas abstractas que la gente simplemente “piensa”. Por lo tanto, examinar los valores de las personas debe basarse en un análisis de su modo de vida y, sobre todo argumenta Thompson, de sus relaciones productivas y familiares.

De acuerdo con esta perspectiva, en cambio en la forma en que las tejedoras y bordadoras tsotsiles y tseltales trabajan y dónde venden sus productos representa un cambio que atañe al sistema de valores subyacentes en la organización de sus relaciones y prácticas que va más allá del ámbito laboral. Si aceptamos que no se trata de un cambio meramente económico dado que la economía no existe como una cosa desvinculada de una organización sociocultural particular, ¿qué transformación social y cultural implica? ¿Y cómo viven esta transformación las propias artesanas?

Para entender el cambio social y la transformación cultural en las comunidades es necesario adoptar una perspectiva bidireccional que combine un enfoque en las relaciones estructurales que configuran los procesos sociales de las comunidades con atención a los sistemas sociales y culturales internos. Por lo tanto, pretendo tener en cuenta las relaciones y los procesos más amplios que estructuran las comunidades de Los Altos así como las lógicas culturales propias de dichas comunidades que también guían las actividades de sus miembros. A continuación, señalo primero la estructuración del trabajo en sistemas capitalistas y después la organización particular del trabajo artesanal de diferentes comunidades indígenas frente a esta estructuración más amplia.

## **1.2 Capitalismo. El carácter cultural de la organización social y productiva**

Según el esquema de valorización predominante bajo el capitalismo, que conforme la lógica del campo comercial nacional e internacional en Los Altos de Chiapas, la producción artesanal existe en un espacio ambiguo entre trabajo productivo y reproducción social. Esta perspectiva se pone de manifiesto en Gorz (1991), cuando describe el trabajo como “una invención de la modernidad” (p. 25). Según esta visión del trabajo, la idea contemporánea del trabajo difiere de la producción artesanal en varios sentidos:

Únicamente los jornaleros y los peones eran pagados por su ‘trabajo’; los artesanos se hacían pagar su ‘obra’ según un baremo fijado por esos sindicatos profesionales que eran las corporaciones y las guildas. [...]

La “producción material” no estaba pues, en su conjunto, regida por la racionalidad económica. No lo estaría ni siquiera con la extensión del capitalismo mercantil. Hasta alrededor de 1830 en Gran Bretaña, y hasta finales del siglo XIX en el resto de Europa, el capitalismo fabril, luego industrial, coexiste con la industria doméstica para la producción textil, cuya mayor parte está atendida por obreros a domicilio. La fabricación de tejidos —lo mismo que entre los campesinos el cultivo de la tierra— no es para los tejedores a domicilio un simple medio de subsistencia sino un *modo de vida* regido por unas tradiciones que —aunque sean irracionales desde el punto de vista económico— los propios comerciantes capitalistas respetan. (Gorz, 1991, p. 27)

En esta cita, Gorz señala una diferencia fundamental entre el “trabajo” del jornalero y la “obra” de los artesanos que se puede interpretar como la diferencia entre una racionalidad económica y una racionalidad sociocultural regida por la tradición. Según esta división, la producción de trabajadores se circunscribe a una esfera económica, separada del espacio privado de la casa y de la vida social del trabajador, mientras que la producción de los artesanos se entrelaza con su vida social y reproduce su cultura tradicional.

Estas ideas de Gorz reflejan una perspectiva general sobre los artesanos que perdura hasta la fecha y que hace que no les considere como meros trabajadores porque, como los artesanos de la antigüedad, su “producción material” no se puede entender sólo en términos económicos. Enrique de la Garza (2009), aunque no habla del trabajo artesanal, señala algunos de los supuestos que subyacen en el “tipo ideal” de trabajo que conforma las características predominantes del trabajo en los países desarrollados: “industrial, estable, subordinado a un solo patrón y empresa, con relaciones claras de quién es trabajador subordinado y ante quién es patrón (relación laboral bilateral), de tiempo completo y con contrato por tiempo indeterminado, con seguridad social” (p. 125). Está claro que el trabajo artesanal no se ajusta a los preceptos generales de la racionalidad económica que señala Gorz ni al modelo particular del trabajo clásico que describe de la Garza. Sin embargo, vale la pena indagar y problematizar la diferenciación entre el trabajo y la producción artesanal en la literatura sobre el capitalismo antes de abordarlo en su forma empírica y actual en Los Altos de Chiapas.

Cabe recalcar que la concepción “clásica” del trabajo que Gorz describe como una invención de la modernidad es un producto histórico vinculado con el auge del capitalismo. Polanyi (2003) señala en su obra clásica *La gran transformación* la profunda ruptura que sucedió con la expansión del mercado que invirtió la relación que existía anteriormente entre lo económico y lo social. Mientras que antes la economía formaba parte de las relaciones sociales, ahora la sociedad humana se ha convertido en un “accesorio del sistema económico” (Polanyi, 2003, p.

126). Polanyi describe esta transformación como una perversión de la “regla general” según la cual la economía humana está sumergida en las relaciones sociales (Polanyi, 2003, p. 94). Para Polanyi, la conversión del trabajo en una mercancía, algo que se puede extraer de la persona que trabaja, surge de una lógica errónea. La mercancía, argumenta Polanyi, es algo que debe haber sido producido para su venta, lo cual no se aplica al trabajo. “El trabajo es sólo otro nombre para una actividad humana que va unida a la vida misma, la que a su vez no se produce para la venta sino por razones enteramente diferentes; ni puede separarse esa actividad del resto de la vida, almacenarse o movilizarse” (Polanyi, 2003, p. 123)

El capitalismo ha fundamentado una división tajante entre lo económico, lo social y lo político. Por esta misma razón, el capitalismo no se debe pensar solo como un sistema económico; como señala Nancy Fraser en su libro dialógico con Rahel Jaeggi, “la mejor forma de concebir el capitalismo no es ni como sistema económico ni como una forma reificada de vida ética, sino como un *orden social institucionalizado* [...]” (Fraser y Jaeggi, 2019, p. 60) Esta perspectiva nos alerta sobre la importancia de no dar por sentadas las distinciones entre la producción económica, la actividad política, o la reproducción sociocultural como si fueran diferencias ontológicas. Las sociedades capitalistas, dice Fraser,

institucionalizan múltiples (más de dos) orientaciones normativas y ontológicas. Aunque cada una de ellas se suele asociar a una determinada esfera institucional, ninguna está estrictamente vinculada a ninguna esfera [...] De modo que no existe una ‘lógica de acción’ perfectamente definida y específica de cada ámbito. Lo que hay son modelos de acción e interpretación sedimentados, expuestos ellos mismos a la contestación, la alteración y la transformación. (Fraser y Jaeggi, 2019, p. 60)

Como arguye Fraser, las fronteras de las distintas esferas erigidas por el orden social institucionalizado que es el capitalismo son históricamente constituidas y se transforman con el tiempo.

Pero si partimos de un entendimiento del capitalismo como un orden social institucionalizado y luego observamos que sus separaciones institucionales se transforman, ¿qué es lo que caracteriza el capitalismo como un orden particular que le diferencia de otros? Recurriendo a Marx, Weber y Fraser, podemos identificar algunas las características fundamentales del sistema capitalista que nos sirven para identificar su influencia en la estructuración del trabajo artesanal y para identificar las alternativas que se oponen al orden capitalista.

Marx sigue siendo una si no *la* referencia fundamental para el análisis del capitalismo. Aquí, sólo quiero destacar brevemente algunos de los rasgos característicos del capitalismo que él señala que nos permiten identificarlo como un orden social particular. Siguiendo el resumen

de la concepción ortodoxa del capitalismo de Fraser y Jaeggi (2019), podemos señalar tres características definitorias del capitalismo derivadas de la obra de Marx:

(1) la propiedad privada de los medios de producción y la división de clase entre propietarios y productores; (2) la institución de un mercado laboral libre; (3) la dinámica de la acumulación de capital basada en una orientación hacia la expansión del capital en oposición al consumo, unido a una orientación hacia la obtención de beneficios en lugar de la satisfacción de necesidades. (p. 17-18)

Los dos primeros puntos están estrechamente vinculados. Mientras que en formaciones sociales anteriores “la mayoría de las personas, por distinta que fuera su situación, tenían cierto acceso a los medios de subsistencia y los medios de producción [...] sin tener que pasar por los mercados laborales” (Fraser y Jaeggi, 2019, p. 18), en el capitalismo los recursos compartidos se han transformado en propiedad privada y las personas tienen que vender su trabajo en el mercado libre para acceder a ellos. De esta manera, la “libertad” del individuo de vender su trabajo donde quiera es un espejismo: lo que parece una manifestación de su propia libertad es en realidad “la expresión de su absoluta esclavitud” a un sistema que no ofrece más alternativa que la venta de su trabajo para subsistir (Marx, 1976, p. 33).

El tercer punto, la acumulación de capital orientada hacia la expansión del capital, es un tema que también aborda y desarrolla Weber. En su reconstrucción de los orígenes del espíritu del capitalismo en la ética protestante del trabajo, Weber distingue entre el impulso de acumular bienes, dinero, plusvalía o beneficio, algo que argumenta que existe en todas las formaciones sociales y personas, y el impulso a maximizar la rentabilidad (*profitability*) que es propio del sistema capitalista. Esta maximización de la rentabilidad se caracteriza por la conducta racional y continua de empresas de obtener beneficios, y luego de perseguir una y otra vez este beneficio (Weber, 2009, p. 208). Mientras que el primero impulso corresponde a una ética de tradicionalismo económico, según el cual el trabajo se entiende como un mal necesario para satisfacer “necesidades tradicionales”, el segundo impulso corresponde a una ética de racionalismo económico que caracteriza el capitalismo, donde la ciencia y el conocimiento están empleados en aras de la organización sistemática del trabajo y el proceso de producción con el fin de aumentar la capacidad productiva (Weber, 2009). Weber subraya el hecho de que el *espíritu capitalista* no necesariamente corresponde con una *forma* de organización capitalista del trabajo (al igual que la ética del tradicionalismo económico no necesariamente corresponde con una forma de organización tradicionalista), sobre todo en momentos de transición de un orden social y económico al otro. Sin

embargo, Weber señala que en la modernidad capitalista, el espíritu capitalista se encuentra ampliamente extendido y que, efectivamente, la organización capitalista del trabajo corresponde a la ética del racionalismo económico.

Frente a la lógica general del racionalismo económico característico del capitalismo que señala Weber, Fraser precisa algunos rasgos puntuales que corresponden con lo que ella denomina las divisiones estructurales y separaciones institucionales perdurables del “orden social institucionalizado” que es el capitalismo. Fraser señala cuatro divisiones integrantes del capitalismo: 1) la separación institucional entre la ‘producción económica’ y la ‘reproducción social’, que corresponde con una separación de género basada en la dominación masculina; 2) la separación institucional entre la ‘economía’ y la ‘política’, donde los asuntos definidos como “económicos” se presentan como un ámbito aparte de las políticas estatales y da vía libre al capital para que reine en “una tierra de nadie transnacional”; 3) la división ontológica entre lo ‘natural’ (no humano) y lo ‘humano’ (aparentemente no natural); 4) la distinción institucionalizada entre explotación y expropiación, “sobre la que se asientan específicamente formas capitalistas de depredación imperial y opresión racial” (Fraser y Jaeggi, p. 60-61).

Estas divisiones institucionalizadas del capitalismo recalca el hecho de que el capitalismo estructura la vida más allá del ámbito económico y, como un sistema social más amplio, se ciñe a ciertas normas particulares de operación. Una división institucionalizada particularmente relevante en esta investigación que estructura el trabajo tanto como la vida social es la separación en torno al género entre la producción económica y la reproducción social. Muchos autores feministas han señalado la explotación del trabajo doméstico de las mujeres como un rasgo central y distintivo del orden capitalista (Barrett, 2014; Delphy, 1984; Federici, 2020; Fraser y Jaeggi, 2019; Mies, 2019; Molyneux, 2005; Seccombe, 2005; Weeks, 2011; Zaretsky, 1976). La organización capitalista del trabajo gira en torno al trabajo productivo y remunerado que se asocia con una esfera pública y masculina. En esta configuración, el trabajo reproductivo asociado con la esfera doméstica, privada y femenina queda subordinado y subsume bajo esta primera esfera. Dado el dominio del trabajo remunerado, el concepto de trabajo en el capitalismo solo contempla este tipo de actividad laboral. La centralidad del trabajo doméstico para el mantenimiento de estas actividades productivas remuneradas, en cambio, se invisibiliza y se considera como una clase de labor de segundo orden (Seccombe, 2005).

De esta estructuración general surgen varias jerarquías de valor y relaciones asimétricas en torno al trabajo. Señalo aquí algunos que son centrales para esta investigación: a) El predominio del trabajo remunerado y, por ende, la infravaloración del trabajo de reproducción social

que forma parte del trabajo doméstico, como la crianza de los hijos, el cuidado de mayores y el mantenimiento de diversos tipos de relaciones sociales; b) la subordinación en estatus y poder de las mujeres por su asociación con la esfera doméstica de reproducción social por un lado y por los salarios menores que reciben en la esfera de trabajo económico productivo (Molyneux, 1980); y c) la división espacial entre la casa y el lugar de trabajo, lo cual mantiene una separación de la esfera doméstica, concebida como privada y femenina, de la esfera económica, vista como pública y masculina, y también refuerza la dependencia de las mujeres de los hombres, quienes se dedican con mayor exclusividad al trabajo remunerado (Barrett, 2014).

Si bien los pueblos tsotsiles y tseltales de Los Altos no existen más allá del capitalismo, la organización particular de la vida social y económica en estas comunidades estructura el trabajo de manera distinta. Por consiguiente, existen otros esquemas de valor con respecto a las categorías de lo femenino, lo doméstico y lo privado. Un componente importante de esta organización del trabajo tiene que ver con la centralidad de la milpa y el trabajo en el campo. Aunque desde hace varias décadas la economía de los pueblos combina el cultivo de la milpa para autoconsumo con el trabajo de jornalero en tierras calientes y, más recientemente con otros trabajos remunerados mediante la migración (véanse Wasserstrom, 1977; Cancian, 1994; Collier, 1990; Rus, 2012), el trabajo agrícola en torno a la milpa sigue siendo un referente cultural central en la forma de vida de los pueblos de Los Altos. La importancia del trabajo en el campo reconfigura un aspecto fundamental de la relación entre las esferas doméstica y económica bajo el capitalismo. En el sistema capitalista, las actividades económicas se limitan a la producción de mercancías con valor de cambio, lo que “lleva a la creación conceptual de una esfera doméstica separada de la esfera productiva, y excluye de la población económicamente activa a las mujeres dedicadas a su hogar o a los niños menores de determinada edad” (Martínez y Rendón, 1983, p. 22). En cambio, esta división que se erige en el capitalismo entre lo doméstico y lo público, lo reproductivo y lo productivo, lo social y lo económico, se encuentra reconfigurada en la organización del trabajo en las familias campesinas: “puede suceder que las producciones orientadas hacia la venta se lleven a cabo íntegramente en el marco doméstico, y que las que se destinan al autoconsumo se vinculen al mercado por la compra de los insumos necesarios” (Martínez y Rendón, 1983, p. 22). El trabajo artesanal de tejer y bordar de las mujeres tsotsiles y tseltales, al realizarse en los espacios domésticos y en grupos de producción conformados por sus familiares, plantea una organización distinta del trabajo.

Entre los investigadores feministas del campo antropológico, no existe un consenso sobre cómo abordar estas configuraciones diferentes de la división del trabajo, particularmente con

respecto a las relaciones de género. Como señala Marilyn Strathern (1988), algunos estudios analizan cómo diferentes construcciones culturales funcionan “realmente” para oprimir a las mujeres mientras otros buscan evitar la aplicación de lo que afirman que son conceptos occidentales a sistemas que no cuentan con las mismas lógicas jerárquicas o divisiones del trabajo y de género. Uno de los retos de esta investigación es de entender la organización particular del trabajo artesanal de las mujeres tsotsiles y tseltales sin caer en la trampa de subsumirlo al marco hegemónico del capitalismo por un lado ni obviar las desigualdades propias de su organización diferente. Un punto de partida es desnaturalizar algunos de los valores centrales del capitalismo. Por un lado, esto implica cuestionar la hegemonía de la esfera pública y “tratar de visualizar un nuevo tránsito que sea capaz de desmontar el Uno universal que ella instaure” (Segato, 2016, p. 95). Tampoco se puede asumir que los espacios domésticos sean necesariamente privados ni subsidiarios de otros espacios.

Por otro lado, es necesario prestar atención a las categorías *emic* que se utilizan para estructurar y valorar el trabajo en los pueblos tsotsiles y tseltales. En su análisis del trabajo en comunidades nahuas, Catharine Good retoma la propuesta de Collier y Yanagisako (1987) de estudiar los procesos de organización social basándose en los significados culturales locales. Good argumenta que adoptar la perspectiva *emic* de las comunidades que estudia “permite abarcar las esferas ‘femeninas’ y ‘masculinas’ como una totalidad, y revela que los principios de diferenciación surgen más de las formas de trabajo y las relaciones de intercambio” (Good, 2013, p. 14). A pesar de no contar con los recursos lingüísticos necesario para examinar la terminología que se usan en las comunidades tsotsiles y tseltales en referencia al trabajo con la misma profundidad que Good, en mi investigación y en mi revisión de literatura pretendo identificar los conceptos clave que se usan para definir y diferenciar el trabajo artesanal.

Con base en estas distintas aportaciones teóricas sobre la organización del trabajo bajo el capitalismo y sus estructuraciones distintas en otros sistemas sociales, planteo abordar el estudio de las formas de trabajo artesanal de las tejedoras y bordadoras de Los Altos, prestando atención a las distintas maneras en que el orden capitalista puede intervenir; a saber, desde la organización formal del trabajo (según las características señaladas por Marx) pero también mediante normas, éticas y racionalidades que se manifiestan en los discursos y las prácticas laborales que son difundidos por actores comerciales no locales y reproducidos, rechazados o adaptados por las artesanas.

De acuerdo con este enfoque, podemos reevaluar teórica y empíricamente la distinción que hace Gorz entre el trabajo moderno y el trabajo artesanal. Según los autores revisados, queda

claro que la “invención moderna” del trabajo no se puede entender como algo nítidamente circunscrito a la esfera económica, que representa sólo un medio de subsistencia mientras que el trabajo artesanal representa un modo de vida. El trabajo hoy en día, en sus diversas formas y racionalidades, también representa un modo de vida, gobernado por valores y prácticas (Just, 2017). ¿Cómo organizan las artesanías este modo de vida, bajo las presiones e influencias de las lógicas capitalistas y aquellas vigentes en sus comunidades? Aunque sólo se puede responder a esta pregunta mediante el análisis de los datos empíricos de las diferentes artesanías, que será la tarea de los capítulos posteriores, hay diferentes resultados posibles que quiero esbozar.

### **1.3 Tipos de encuentros entre la comunidad y el capitalismo**

Bourdieu se interesó por la cuestión de cómo las personas acoplan prácticas y valores provenientes de distintos campos en el caso de la entrada de los trabajadores argelinos a la economía capitalista a finales de los años 50. De acuerdo con su teoría de los campos y su estrecha relación con prácticas y disposiciones, Bourdieu relaciona las transformaciones económicas y culturales que resultan de este cambio laboral con las posiciones que ocupan los argelinos en el campo económico capitalista. La decisión de estas personas de participar en la economía capitalista es descrita por Bourdieu (2006, p. 28) como una “acomodación forzada” a un sistema impuesto por el colonialismo. Las posiciones que ocupan la gran mayoría de los argelinos en este nuevo campo son muy marginales. Los trabajos que tienen son mal pagados, no tienen horarios fijos y sufren desempleo intermitente. Las generaciones jóvenes logran un mayor grado de adaptación a la economía capitalista al asistir a la escuela y aprender el francés, lo que les permite ocupar otra posición en el campo económico capitalista distinta a la de sus padres. Sin embargo, Bourdieu nota la tensión que surge entre los preceptos económicos del capitalismo y los que subyacen en la organización tradicional de sus comunidades.

A medida que crecen el grado de adaptación a la economía capitalista y el grado de asimilación de las disposiciones correlativas, no deja de crecer la tensión entre las normas tradicionales que imponen deberes de solidaridad para con la familia extendida y los imperativos de una economía individualista y calculadora. Los subproletarios están sometidos a presiones contradictorias que suscitan actitudes ambiguas. Así pues, las necesidades de la economía pueden desarrollar en ellos el espíritu de cálculo que la necesidad económica les prohíbe ejercer en su conducta cotidiana. (Bourdieu, 2006, p. 91)

El análisis de Bourdieu sobre la adaptación de los argelinos a la economía capitalista recalca cómo la posición particular que ocupan en este campo determina la forma en que se adaptan. La adaptación de disposiciones y la internalización de los “imperativos de una economía individualista y calculadora” se ven coartadas por su posición de extrema marginalidad en el



sistema capitalista. Además, los trabajadores argelinos no solo participan en el campo económico capitalista, sino simultáneamente habitan un campo social en donde el “modelo precapitalista, y al mismo tiempo las disposiciones que le son solidarias se mantienen a pesar de todo. Se sigue de ello que, tanto en el nivel de las estructuras económicas como en el de las disposiciones, las representaciones y los valores, se observa la misma dualidad [...]” (Bourdieu, 2006, p. 30).

Según Bourdieu, aparte de las “actitudes ambiguas” que mantienen frente a las presiones contradictorias de los dos sistemas económicos de los que forman parte, este estatus marginal de la mayoría de los argelinos que entran en el capitalismo como “subproletarios” da pie a dos *ethos* posibles frente a su situación: el fatalismo o una “rebelión subterránea contra la explotación”. O bien aceptan como su destino precario como algo inevitable y no ven posible otra salida, o bien recurren a tácticas de evasión: “A la explotación y a la injusticia no se le puede oponer otra arma que la de los desarmados, la fuga, la astucia y el subterfugio [...]: todos los medios son buenos para escapar a la explotación, para robar un momento de trabajo indeseable y para ganarse el salario con el menor esfuerzo” (Bourdieu, 2006, p. 119).

Esta respuesta a la explotación que señala Bourdieu pertenece a un tipo de resistencia que James Scott describe como resistencia pasiva o resistencia cotidiana. Scott (1985), centrándose en el caso de los campesinos malayos pobres y su resistencia rutinaria frente a los cambios en la producción de arroz ocasionados por la revolución verde, describe la resistencia cotidiana como una resistencia no abierta que evita la confrontación directa con el poder dominante. Toma la forma de la ralentización en el ritmo del trabajo, de hacer mal el trabajo, el hurto, la difamación, el disimulo, etc. Scott pretende subrayar la ubicuidad de estas estrategias de resistencia entre las clases explotadas, que suelen pasarse por alto o no considerarse como tal debido a la forma indirecta y a menudo no organizada de desafiar el poder hegemónico. Según Scott, este tipo de resistencia cotidiana permite que los campesinos logren sus objetivos, que suelen ser exigencias modestas relacionadas con el trabajo, la tierra y los sueldos, sin tener que correr los riesgos que conlleva una confrontación directa con sus explotadores. Detrás de la fachada de conformidad comportamental e ideológica de los campesinos con las reglas y narrativas impuestas por las élites argumenta el autor, se ocultan innumerables actos de resistencia.

Aunque Bourdieu y Scott se interesan por dos cuestiones diferentes -Bourdieu se centra en el proceso de adaptación a la economía capitalista y Scott se enfoca en las resistencias cotidianas a las nuevas formas de explotación bajo el desarrollo capitalista— ambos autores están orientados hacia la respuesta y conducta de los campesinos en un nuevo campo económico. Si

bien los campesinos mantienen disposiciones que corresponden a las normas sociales y estructuras económicas de sus comunidades —o, en el caso de los campesinos malayos, a su reconstrucción de este orden tradicional para los fines del presente—, la cuestión es cómo se adaptan o resisten al nuevo campo capitalista. Este enfoque puede aplicarse para examinar la entrada de las artesanas tsotsiles y tseltales al campo económico capitalista y llamar la atención sobre las posiciones que ocupan en este nuevo campo. Nos proporciona en este sentido un marco crítico y matizado para entender las relaciones de poder que moldean las prácticas y las disposiciones de las artesanas desde su posición marginal en este nuevo campo.

Sin embargo, este enfoque tiene algunos puntos ciegos. Aunque la atención al poder diferencial entre campos y posiciones es indispensable, cuestiono algunas limitaciones en sus perspectivas sobre los otros campos y espacios más allá del campo capitalista. Si bien ambos autores reconocen la influencia de las normas provenientes de las prácticas e instituciones tradicionales en la conducta de los individuos en la economía capitalista, consideran que estos campos son reducidos y hasta raquíticos. Esta visión se debe en parte a razones empíricas. La transformación de la producción agrícola que describe Scott ocurre en el seno de la comunidad que estudia, lo cual difiere de la transformación en el trabajo de las artesanas que resulta de la entrada en un nuevo mercado y redes comerciales *fuera* de la comunidad. Por lo tanto, al desplazar la organización social y productiva mediante el cambio a una producción agrícola mecanizada y de doble cultivo el nuevo campo económico capitalista efectivamente reemplazó el orden social y productivo anterior. Scott describe los espacios donde la hegemonía de los poderosos no penetra como “una esfera social pequeña donde los que no tienen poder pueden hablar libremente” o “la esfera autónoma donde se pueden desafiar los valores de las elites” (Scott, 1985, p. 330).

Bourdieu, por su parte, describe el campo social de la comunidad tradicional argelina como un campo de batalla que poco a poco cede terreno al campo y a la lógica capitalista impuestos por el régimen colonial.

Dado que la necesidad económica tiende a imponer la subordinación de todos los fines (y en particular de los fines tradicionales) y de todos los medios de la actividad al producto monetario, las antiguas normas y particularmente las que regulan las relaciones con los parientes, así como los antiguos valores de honor y solidaridad, deben tener también en cuenta las exigencias del cálculo y a veces ceder a ellas. (Bourdieu, 2006, p. 86)

Las descripciones de ambos autores sobre los campos sociales tradicionales o no capitalistas los sitúan en una posición enfrentada y defensiva respecto al capitalismo. Dan por hecho que las tradiciones que moldean las prácticas de estos campesinos están a punto de desaparecer (o bien

ya se han desvanecidos) frente al arrollador avance del capitalismo. En los casos que estudian, Bourdieu y Scott solo se señalan las posibilidades de conformidad (aunque a veces sea mecánica y no interiorizada), resistencia (que no siempre es abierta) y adaptación al nuevo campo.

Sin embargo, en el caso de las artesanas de las comunidades tsotsiles y tseltales de Los Altos, el campo social de la comunidad perdura. No como un espacio social homogéneo que es inmune a las transformaciones internas e influencias externas, sino como un campo social heterogéneo con una cultura propia de organización social y orientación productiva. Lo que no se puede extrapolar de las situaciones de cambio económico y cultural que analizan Bourdieu y Scott es cómo estos cambios afectan los campos tradicionales o no capitalistas. ¿Cómo transforma la participación de los miembros de la comunidad en un nuevo campo económico la organización misma de la comunidad? ¿Y cómo los individuos compatibilizan sus posiciones en dos campos diferentes?

Los estudios de varios autores que estudian trabajadores y artesanos de comunidades indígenas en México y otros países de Latinoamérica brindan respuestas a estas preguntas e información sobre las transformaciones que ocurren en esta otra dirección, es decir, adaptaciones que suceden dentro del campo social y económico de la comunidad y no solo hacia el campo económico capitalista. Estas adaptaciones evidencian combinaciones, ajustes y acomodos entre las prácticas económicas, modos de producción, la organización social y las lógicas culturales de la comunidad y el capitalismo que trascienden una relación dicotómica de conformismo o resistencia.

Los trabajos de Lynn Stephen (1991, 1996, 2005a, 2005b) sobre artesanos indígenas, particularmente los tejedores y las tejedoras zapotecas de Teotitlán, Oaxaca, resaltan la compleja reformulación de las relaciones sociales y las normas culturales que acompañan a los nuevos modos de producción artesanal y la entrada en el mercado capitalista. Contrario a sus expectativas iniciales de que la comercialización textil de Teotitlán terminaría en la asimilación completa de la comunidad a la economía capitalista global y la pérdida de sus lazos tradicionales, Stephen descubrió un panorama social y económico mucho más complejo en el que la participación en el mercado global coexistía con transformaciones económicas y sociales dentro de la comunidad y en el que, al mismo tiempo, se afianzaban tradiciones y una identidad étnica. Por un lado, surgió una dinámica interna de desigualdad económica entre comerciantes y tejedores que se consolidó en los años 90 mediante contratos internacionales y la herencia de estas fortunas por parte de las familias de los comerciantes. La migración de los teotitecos a los Estados Unidos también ha contribuido a la inversión de capital al pueblo y al comercio textil y,

al mismo tiempo, y ha empezado a cambiar las relaciones de género dentro de la comunidad. Se echó a andar esta transformación cuando las mujeres empezaron a migrar a la Ciudad de México y a los Estados Unidos, una experiencia que motivó a varias fundadoras de los colectivos de tejedoras a cuestionar los papeles de género que tradicionalmente les fueron asignados y atreverse a salir de la casa para reunirse y vender sus productos.

Stephen demuestra cómo las nuevas relaciones desiguales de clase y la reestructuración de las relaciones de género dentro de Teotitlán se conectan con procesos sociales y los movimientos de personas y productos más allá de la comunidad. En esta nueva configuración de la comunidad, las instituciones y relaciones de parentesco que mantienen la reproducción de tradiciones y el orden social tradicional del pueblo -como la *guelaguetza*, el *compadrazgo*, y el *respet* (forma de autoridad dentro de la comunidad) – también entran en las relaciones de producción que se han desarrollado en el pueblo para vender textiles en mercados de exportación. De esta manera, la interacción entre la comunidad zapoteca y el capitalismo se caracteriza por una red de interrelaciones sociales y económicas. La participación de los teotitecos en la economía capitalista se basa en, y a su vez sustenta, relaciones sociales y sistemas comunales locales.

Si bien el carácter entrelazado de las relaciones de parentesco tradicionales de la comunidad y las nuevas relaciones laborales de una producción capitalista trasciende el sencillo esquema de conformidad-resistencia en el que el orden social de la comunidad se opone al orden capitalista, estas interrelaciones tampoco son uniones armoniosas. Las nuevas dinámicas de producción se valen de los lazos de parentesco de la comunidad al mismo tiempo que transforman las divisiones sociales internas de clase y género en el pueblo. Stephen (1991, p. 125) señala la tensión entre la tendencia hacia la acumulación capitalista e individualista y la ideología de cooperación presente en las instituciones de reproducción social de la comunidad.

Catharine Good (1993, 2013), quien se interesa por una cuestión similar de la compaginación del mantenimiento de una identidad cultural y social con la participación en la economía capitalista, revela un tipo de interacción diferente entre el campo local y el campo económico capitalista. En su estudio sobre los pueblos nahuas que venden pintura en papel amate, Good recalca que los valores culturales locales y la reproducción social de la comunidad constituyen la fuente y también la finalidad de su actividad comercial en mercados externos. Good argumenta que en vez de integrarse a la economía capitalista, los nahuas han adaptado estas nuevas prácticas económicas al campo social de su comunidad. La centralidad de la comunidad se pone de manifiesto en la inversión de parte de las ganancias de los ingresos de su

comercio en la agricultura de subsistencia y el ganado y en la persistencia de una organización de intercambio recíproco de tierra, trabajo y recursos que no está monetizado. La reproducción del campo social de la comunidad -que comprende esta organización productiva no capitalista— va de la mano con las lógicas culturales nahuas sobre el trabajo y el intercambio. Estos conceptos surgen de y sostienen las instituciones y la organización laboral interna de la comunidad y, al mismo tiempo, guían la participación de los nahuas en el comercio externo.

Un aspecto interesante que señala Good es cómo encaja el trabajo comercial que realizan los nahuas fuera de la comunidad con el concepto nahua del trabajo. De acuerdo con este concepto, el trabajo es una actividad generalmente no remunerada que se realiza para otros y para la comunidad. Trabajar para familiares en la milpa o apoyar en la construcción de una casa ayuda a mantener relaciones sociales y expectativas de reciprocidad. Además del trabajo realizado para parientes y otros miembros de la comunidad, la noción colectiva del trabajo está institucionalizada en la comunidad mediante un sistema de cargos de diferentes tipos que los hombres desempeñan durante un año cada tres o cuatro años. El pago en efectivo para el trabajo, como Good señala en distintas ocasiones, corta las relaciones de reciprocidad. Por esta razón, recibir dinero por el trabajo que venden los comerciantes nahuas a clientes fuera de su comunidad es una práctica aceptable (no buscan mantener relaciones con los clientes específicos con los que se encuentran en los destinos turísticos donde salen a vender), mientras que pagar o pedir dinero para ayudar en la milpa o la construcción de una casa se considera un acto vergonzoso u ofensivo porque indica el deseo de romper con la relación de trabajo recíproco con otros miembros de la comunidad. Por este mismo motivo, el dinero recibido por los productos vendidos fuera de la comunidad se reintegra en los grupos de trabajo (que por lo general coinciden con los grupos familiares) según un sistema complejo que incluye pagos en dinero por el trabajo individual, su devolución en la forma de bienes o su reinversión en una caja común. La complejidad en torno a la introducción de dinero dentro de la comunidad refleja la tensión existente entre un régimen de trabajo colectivo que supone reciprocidad y el trabajo individual remunerado.

En otro contexto de interacción entre dos culturas diferentes de trabajo, Michael Taussig (2002, 2010) presenta una respuesta cultural distinta a esta tensión en torno al dinero en su descripción de las prácticas de ofrendas y pactos con el diablo entre mineros en Bolivia y trabajadores de plantaciones en el Valle de Cauca en Colombia. Aunque esta práctica de ofrecer regalos a los espíritus de las montañas y de la naturaleza existía desde antes en estas culturas, Taussig argumenta que el carácter siniestro de este espíritu es una novedad que se asocia con las

nuevas situaciones laborales. Taussig considera que estos ritos modificados refleja “el imperativo ético de reciprocidad que está negado por la ideología del intercambio de mercancías” (traducción propia, 2010, p. 228). Los pactos del diablo en las plantaciones refleja la asociación negativa que tiene este tipo de trabajo capitalista y el dinero que se genera de estos pactos se considera contaminado: solo sirve para comprar productos suntuarios y si se intenta invertirlo en otras actividades productivas, en tierra, ganado o cultivos, van a naufragar (Taussig, 2002).

June Nash (1979), por su parte, ofrece una interpretación distinta de estos ritos asociados con el trabajo de los mineros bolivianos. Más que una simple condena de un régimen laboral explotador, ella interpreta estos ritos para apaciguar al Tío, la figura diabólica que controla las minas, como una forma de lidiar con fuerzas de poder irracionales. Nash señala que el personaje del Tío ha adoptado formas cambiantes en diferentes épocas históricas en relación con los distintos regímenes de dominación impuestos primero por la colonización y luego por el imperialismo estadounidense y el capitalismo. Nash interpreta estos cambios como las proyecciones de las circunstancias imprevisibles y poderosas que generan frustración, ansiedad y adversidad en la vida de estas personas y su deseo de controlarlas de alguna forma. Nash también subraya la función social de estos ritos, ya que fomentan la solidaridad entre el grupo de mineros. Estas características —una visión propia de un grupo particular, una tradición dinámica que responde a condiciones nuevas de dominación y una práctica que refuerza la solidaridad del grupo— reflejan las formas culturalmente específicas que adopta la mediación entre la experiencia de un grupo y las condiciones laborales impuestas por el orden capitalista. Indican un ejercicio de poder, si bien limitado por la pobreza y la opresión, de definir su situación en sus propios términos, evocando las figuras míticas de una tradición histórica y una cultura propia.

Estos estudios, además de ilustrar la diversidad de rutas que diferentes comunidades han tomado al entrar en nuevas relaciones laborales capitalistas, nos ofrecen algunas pistas para entender cómo se conjugan en las prácticas y los valores de los trabajadores los distintos campos de la comunidad y la sociedad. Nos llevan a considerar el nivel de represión y la posición marginal que ocupan estas personas en el campo social particular del capitalismo al que están entrando, así como las respuestas de conformidad y resistencia frente a este orden impuesto. No obstante, también vemos la posibilidad de compaginar ciertas instituciones y prácticas capitalistas como el trabajo asalariado con las relaciones sociales y económicas propias y culturalmente definidas de la comunidad.

Los ejemplos revisados hacen patente que, si bien no hay un modelo singular para entender estas transformaciones, hay una interacción continua entre los dos campos respecto a las relaciones, las instituciones y los valores. El espacio central donde se va a analizar esta interacción es el mercado nacional e internacional de los productos artesanales de Los Altos.

#### **1.4 El espacio concreto de encuentro del mercado**

En los Capítulos 2 y 3, pretendo describir el mercado nacional e internacional de los productos textiles artesanales de Los Altos. Los productos que las tejedoras y bordadoras realizan para vender en este mercado están destinados a clientes fuera de las comunidades indígenas. Se elaboran estas prendas para tiendas en San Cristóbal, para tiendas en otras ciudades de la república, para la venta en línea y para marcas extranjeras.

En las referencias a este mercado y la participación de las artesanas en él, existe una tendencia a la abstracción. Si bien a veces se habla de un mercado nacional e internacional para los productos tejidos y bordados en Los Altos, o se reconoce la existencias de diferentes mercados, se suele recurrir a la idea de “el” mercado y la inserción o acceso de las artesanas a ello: “los grupos localizados de producción *se insertan en una economía de mercado*” (Tovilla et al., 2021, p. 1); “Impacto apoya a mujeres artesanas Mayas a crear productos de alta calidad [...] lo que les facilita *el acceso al mercado*” (Impacto, 2016); “de acuerdo con el censo, se calcula que 1,050 *mujeres se incorporaron al mercado* con la elaboración de sus textiles” (Sánchez, 2012, p. 37). Estas referencias vagas al mercado particular que conecta a tejedoras y bordadoras de Los Altos de Chiapas con clientes en ciudades mexicanas y extranjeras no se deben a la imprecisión de estos autores sino a una forma generalizada de pensar en el mercado.

Entonces ¿qué es exactamente un mercado? Varios estudiosos de la economía han señalado la carencia de indagación sobre los conceptos o las instituciones a las cuales se refiere esta palabra (North, 1981; Bourdieu, 2017; Lie, 1997). A pesar de que el mercado representa una categoría central de la economía, el sociólogo John Lie (1997) nota el hecho curioso de que la mayoría de los trabajos sobre la teoría y la historia económica suelen omitir una discusión sobre su significado. “El mercado,” constata Lie, “resulta ser el meollo hueco en el centro de la economía” (1997, p. 342).

Parte del reto a la hora de definir este concepto modular de la economía tiene que ver con las diferentes maneras en que se emplea la palabra. En su libro sobre la relación histórica entre el mercado y el teatro en el pensamiento angloamericano, Agnew (1986) considera el carácter escurridizo del mercado: “¿Qué es un mercado? ¿Es un lugar? ¿Un proceso? ¿Un principio? ¿Un poder?” (p. 17). El autor nota que la concepción misma del mercado ha cambiado

a lo largo de la historia. En el siglo XII, la palabra “mercado” entró en el idioma inglés al mismo tiempo que se empezaron a establecer reglamentos sobre los espacios y las horas de venta de bienes y ganado. En aquel entonces, la palabra se refería o al área, la ocasión o el agrupamiento de personas que se reunían para comprar y vender en una ocasión específica. Agnew señala que, en aquella época medieval, el mercado era una esfera definida y situada de comercio. Sin embargo, 400 años más tarde el significado del mercado transformó sustancialmente. Ya no confinado a un lugar concreto de transacción económica, el mercado ahora se refería a los actos de compra y venta dondequiera que hubiera bienes y rentas disponibles. Al final del siglo XVIII, el mercado había tomado una forma tan ilimitada e intemporal que los teóricos legales vieron la necesidad de diferenciar este nuevo significado de su referencia original y situada mediante el término del “mercado abierto”. Agnew señala esta transformación semántica como una separación gradual del mercado como un *lugar* particular y del mercado como un *proceso*. Mediante esta evolución en su significado, el mercado dejó de considerarse sólo un espacio delimitado de compra y venta para convertirse un proceso abstracto caracterizado por nuevas relaciones de producción y distribución de bienes.

Este estudio histórico de la etimología de la palabra “mercado” es relevante hoy en día. Actualmente, en Los Altos de Chiapas, existe la misma indeterminación al hablar del mercado. En el habla común, el mercado de productos textiles puede referirse a las siguientes cosas: (a) el lugar concreto donde se realiza la compraventa de productos (el mercado de artesanías de Santo Domingo ubicado en San Cristóbal o el mercado semanal que se realizan en las cabeceras municipales); (b) el conjunto real o posible de transacciones de compra y venta de las artesanías (el mercado para la artesanía textil); (c) las transacciones que se realizan con cierto tipo de consumidor (el mercado turístico); (d) un espacio abstracto que sugiere un tipo de venta o producción asociada con el sistema capitalista (cuando se refiere a la inserción de las artesanías en el “mercado global” o las “fuerzas del mercado” que influyen su producción). En estos ejemplos, el mercado se refiere a veces a un lugar concreto, a las posibilidades generales de compra y venta, o a la organización económica en el capitalismo.

Bourdieu señala dos lógicas subyacentes en estas diversas referencias que sirven para orientar nuestro análisis del término del mercado. Por un lado, hay “una lógica pura y puramente matemática, puramente formal, la de los mecanismos de formación de los precios”; por otro lado hay “una lógica realista, la de lugares en los cuales se producen estos fenómenos. Con la ayuda de la polisemia de la palabra, se juega constantemente en esas dos dimensiones: *market place* y *market*” (Bourdieu, 2023, p. 132). De acuerdo con Bourdieu, el uso el término del “mercado”



alterna furtivamente en referirse a un lugar sumamente concreto, situado en el espacio y el tiempo, y una lógica completamente desarraigada de cualquier marco social, geográfico o histórico. Si bien el primer sentido contiene en sí la posibilidad de versiones múltiples y diversas del mercado -el mercado de artesanías de Santo Domingo en San Cristóbal, el mercado de San Juan de Dios en Guadalajara, el mercado de pescado de Marsella-, el segundo sugiere un modelo homogéneo y prototípico que opera de la misma forma independientemente de su composición particular.

Callon describe este segundo sentido del mercado como el discurso predominante del mercado que es ampliamente compartido pero poco discutido. Este entendimiento del mercado, que el autor llama el “modelo de interfaz”, representa un modelo abstracto que se emplea en la teoría de la economía neoclásica para entender los diversos casos de las actividades de mercado. Una de las características de este modelo prevalente del mercado es la abstracción del espacio.

Nada se queda de Lima, Chichicastenango, Tsukiji, o Marsella, los puestos o los instrumentos que permiten pesar y contar, el laberinto de callejones que guían las vueltas de las personas o las conversaciones entre agentes que podría culminar en un acuerdo posible. Lo que sale en primer plano es la muchedumbre de compradores y vendedores, sin geolocalizaciones [...] sin otra identidad aparte de su papel en la transacción, están inmersos en un espacio desmaterializado. (Callon, 2021, p. 36)

Por lo tanto, el mercado se entiende como una esfera atemporal, poblada por individuos sin relaciones preexistentes ni proyecciones futuras más allá de sus roles de vendedor o comprador. Según esta lógica, un caso particular de compra o venta se puede entender de la misma manera que otro, sin tomar en cuenta ni las características particulares del individuo que está comprando o vendiendo, ni las condiciones específicas de su contexto sociocultural. Este individuo aislado se convierte en el genérico “agente representativo”, motivado por la racionalidad supuestamente universal de maximizar la ganancia (Bourdieu, 2023).

Las actividades de compra y venta, tanto como los agentes abstractos que las realizan, sufren una generalización adicional al convertirse en las categorías de oferta y demanda. Aunque estos conceptos ahora parecen una forma natural de describir las actividades agregadas de los dos grupos de vendedores y compradores, Callon, citando a Schumpeter, indica que son el resultado de un proceso de abstracción que tardó más de un siglo en consolidarse. Reflejan una lógica particular según la cual las decisiones de los diversos individuos que compran o venden diferentes cantidades de productos en diferentes tiendas o mercados se abstraen a una escala más grande, convirtiéndose en las fuerzas incorpóreas de oferta y demanda que, al llegar a un equilibrio, determinan el precio del producto. Así la abstracción del individuo motivado por una

racionalidad universal de maximizar su preferencia cimenta todo el entendimiento de cómo funciona el mercado.

Esta visión simplificada, abstraída y universal invocada por el término del mercado convive de una manera peculiar con su otro sentido que se refiere a los distintos espacios concretos donde se compran y venden productos. A pesar de la diversidad que se reconoce implícitamente al emplear la palabra mercado para señalar diferentes espacios y formas organizacionales de compra y venta alrededor del mundo, el sentido abstracto y homogéneo de la palabra parece colonizar esta diversidad, sujetándola a la misma lógica uniforme en la que sólo existe un tipo de actor con un solo objetivo: el *homo economicus*, un individuo sin historia ni país que actúa según los principios del cálculo racional. Esta operación subrepticia de aludir a una sola idea del mercado a pesar de referirse a diversos casos tiene el efecto de congelar la actividad cambiante de los distintos mercados incrustados en distintas organizaciones sociales y someterla a una lógica única.

Al mismo tiempo, esta visión homogénea del mercado encubre las diversas organizaciones del mercado que se encuentran en diferentes espacios y escalas, y también revela una especie de norma ideal que incide en la organización del mercado y el comportamiento de las personas en el campo económico. En otras palabras, representa una visión hegemónica del mercado que corresponde a la organización económica del sistema capitalista. En su libro celebrado, *La gran transformación*, Karl Polanyi describe esta organización moderna del mercado como una inversión de la “regla general” según la cual la economía está sumergida en las relaciones sociales de los hombres; mientras que antes la economía existía como un solo aspecto de las relaciones sociales, ahora el mundo social de los hombres se ha convertido en un “accesorio del sistema económico” (Polanyi, 2003, p. 126).

Se ha vuelto dominante la idea del mercado como una esfera de actividad autorregulada, separada de instituciones no económicas y regida por una lógica atemporal de oferta y demanda. En la realidad, el mercado capitalista sigue siendo enmarañado en una organización social más amplia. Sin embargo, el hecho de que el mercado capitalista esté conformado por procesos políticos y sociales no impide que la *idea* de que es una esfera autorregulada tenga un efecto directo sobre la organización de la vida social. Margaret Somers (2022), basándose en los planteamientos de Polanyi, describe cómo los economistas políticos lograron transformar el ideal utópico de un mercado autorregulado en una realidad social mediante poderes jurídicos y políticos. Somers denomina esta idea hegemónica del mercado el “régimen ideacional del

capitalismo”. A pesar de que representa una idea del mercado ajena a su operación empírica, es una ficción que ha tenido un arraigo real.

¿Cómo analizar “el mercado” y la participación de las artesanas en él sin caer en la reproducción irreflexiva de esta narrativa dominante? Dado que la idea del mercado autorregulado y su planteamiento concomitante del sujeto individuo como un actor racional que solo busca maximizar sus preferencias no es nada más una ficción inocua que circula en los estudios económicos sino la forma prevaleciente de entender y organizar la economía capitalista, no podemos descartarla por completo. Esta idea del mercado, sobre todo al referirse a un “mercado global”, tiene una función performativa: si bien no describe fielmente las operaciones del mercado, dado que estas dependen de instituciones no económicas, se impone como una ideología poderosa. Esta imposición se realiza en parte por el institucionalismo jurídico del mercado autorregulado. El institucionalismo jurídico se establece no meramente a través de leyes, sino mediante un amplio aparato legal que incluyen discursos legales, conceptos normativos de la justicia, y constructos y coerciones legales (Somers, 2022, p. 229). Como señala Bourdieu (2005), esta visión dominante de la práctica económica es en realidad la universalización de la organización particular de la economía según su expresión en la estructura social de los Estados Unidos. La palabra “globalización” va de la mano con las pretensiones universalistas de este modelo de mercado, que pretende unificar en un solo campo económico diferentes mercados nacionales y prácticas económicas heterogéneas.

Al analizar las actividades del mercado de las artesanas en Los Altos, se tomará en cuenta la incidencia de este modelo del mercado en el emergente campo económico de comercialización artesanal a clientes foráneos. Sin embargo, existe una bifurcación entre la función performativa de esta *idea* del mercado y la realidad institucionalizada y social y legalmente sostenida de su operación. Contrario a la narrativa de su funcionamiento independiente de instituciones sociales, el mercado es inextricablemente inmerso en relaciones y redes sociales particulares. Estas relaciones sociales son de diferentes tipos e influyen en la organización del mercado de diversas maneras y en distintos niveles. Estas incluyen el flujo de información a través de las redes sociales de las personas que les permiten encontrar trabajo (Granovetter, 1995); la fuerza variable de las relaciones entre diferentes actores que inciden en el comportamiento y la organización económica de personas y grupos, que van desde vínculos débiles entre individuos que apenas se conocen hasta vínculos fuertes entre parientes (Burt, 2001; Gudeman, 2008); las dinámicas de poder y las posiciones diferenciales que ocupan los actores en los campos económicos (Bourdieu, 2017, 2023; Fligstein, 2001; Fligstein & McAdam, 2012).

En el caso del mercado nacional e internacional de productos artesanales en Los Altos, estos distintos tipos de relaciones forman parte de la organización de este nuevo campo económico emergente. Considerar este nuevo mercado como un campo de fuerzas, poblado por actores con diferentes posiciones de poder, nos brinda un prisma para entender su organización y el comportamiento de los actores dentro de él. En vez de transponer las características genéricas del modelo neoclásico del mercado a este mercado específico —a saber, un esfera atemporal e histórico, inmune al contexto social en el que está inmerso— la metáfora del campo sirve para dirigir nuestra atención a los intereses que dirigen la conducta de los actores en el mercado y las dinámicas cambiantes de poder entre ellos. Como señala Bourdieu, la noción del campo permite la construcción de modelos históricos (en vez de universales) de la acción y las instituciones económicas. Este enfoque alternativo reconoce el hecho de que el mundo social siempre está presente en la actividad económica. Más allá de la idea neutral de meras conexiones sociales, entender el mercado como inmerso en uno, o varios, mundos sociales significa que la actividad en el mercado está mediada por relaciones sociales que involucran diferentes esquemas culturales que moldean la conducta de los actores.

Con este marco conceptual, en los siguientes capítulos pretendo trazar la historia de la formación del mercado nacional e internacional para la artesanía textil de Chiapas (Capítulo 2) y describir las redes y relaciones de poder entre los actores que conforman este campo actualmente (Capítulo 3).

**CAPÍTULO 2**  
**ACTORES E IDEOLOGÍAS EN LA**  
**CONFORMACIÓN DEL CAMPO COMERICAL**  
**ARTESANAL DE TEXTILES EN LOS ALTOS**  
**DE CHIAPAS, 1930-2010**

Si bien es una afirmación evidente que lo social no existe de forma separada de lo económico y lo político, es importante enfatizarla para emprender el estudio del escenario complejo en que se encuentra la producción artesanal en Los Altos de Chiapas hoy en día. El reto que se presenta al estudiar las posiciones y los procesos laborales cambiantes de las artesanías es el de comprender cómo se articula su forma de producción con las dinámicas sociales y económicas más amplias en que están insertas y, asimismo, cómo ellas asimilan estas diversas influencias. Por lo tanto, la historia contemporánea que se presenta en este capítulo no se centra en los cambios en la producción artesanal (cuyas vicisitudes han sido mayoritariamente circunscriptas dentro de las comunidades indígenas hasta los años setenta), sino en los sucesos entretejidos al nivel territorial que han introducido los actores y dinámicas sociales que definen el escenario de producción y comercialización de la artesanía textil de Los Altos hoy en día.

La configuración histórica de relaciones entre actores e instituciones en la región y su evolución son significativas para el análisis de la producción artesanal en Los Altos en dos aspectos. Primero, los actores y las ideologías que fueron protagónicos en periodos anteriores en Los Altos forman parte de la historia de fondo de la etapa actual de producción artesanal. Si bien la intervención de nuevos actores, como son las ONG y los clientes foráneos, representa un cambio en el elenco de actores principales en el comercio artesanal en la zona, las nuevas relaciones que forman y las prácticas de producción que fomentan se delinean sobre las relaciones sociales, económicas y políticas existentes. En el proceso de formar un nuevo mercado global para los textiles artesanales en Los Altos, estos nuevos actores tienen que lidiar con relaciones establecidas en la zona, a veces aprovechando las redes institucionales existentes y otras veces buscando desmantelaras. De esta manera las configuraciones anteriores de relaciones económicas, políticas y sociales no son sucesos transitorios que desaparecen sin dejar rastro, sino se transforman en capas sedimentadas de relaciones. Por cierto, no todas las relaciones se sedimentan de forma pareja. Algunas perduran y se fortalecen con el tiempo. Ciertos actores consolidan su poder o logran adaptarlo dentro de nuevas configuraciones políticas y económicas. Otras se desmoronan o pierden vigencia. La producción y el comercio artesanal actual de la región se erigen sobre el terreno desparejo conformado por estas relaciones sedimentadas. La reconstrucción histórica del contexto social de Los Altos ofrece una radiografía topográfica de estas capas de relaciones que nos orienta en el análisis de las configuraciones laborales actuales.

Además de ubicar actores e ideologías que tienen influencia sobre los circuitos comerciales y la producción artesanal actual, este recorrido histórico también sirve para poner de manifiesto las distintas respuestas de las comunidades indígenas a nuevos proyectos políticos

y económicos. Los pueblos autóctonos de Los Altos, en distintos momentos y en diferentes medidas, han resistido o apropiado los órdenes culturales y económicos impuestos por los colonizadores. A lo largo del periodo colonial, se adueñaron de las instituciones a que les sometieron. La cofradía, por ejemplo, si bien era impuesta con fines de control colonial, terminó siendo apropiada por la población indígena: "fue incorporada al corpus cultural autóctono, donde adquirió características propias, y fue utilizada como un instrumento que le permitió al grupo soportar, bajo diferentes condiciones y formas, la situación de dominio impuesto" (Palomo, 2009, p. 9).

En el siguiente recorrido de las dinámicas que han ido conformado el campo actual de comercio y producción de textiles artesanales en Los Altos, pretendo señalar algunos de las transformaciones importantes en las relaciones sociales entre las comunidades indígenas de Los Altos y los actores foráneos que permiten entender las dinámicas actuales en torno al trabajo artesanal. Este capítulo se orienta por dos objetivos principales: primero, identificar los actores, agencias y grupos principales que han intervenido en la región y que siguen siendo influencias perdurables en el comercio artesanal. Y segundo, señalar los propósitos y las ideas principales detrás de los proyectos que han armado estos actores. En combinación, estas dos vertientes brindan información sobre los actores y las tendencias que, a través del tiempo, conforman el panorama actual de la producción y el comercio artesanal en Los Altos de hoy. Más adelante (en el Capítulo 4), este panorama servirá para ubicar a las artesanas tsotsiles y tseltales que participaron en la investigación en las relaciones y dinámicas laborales y comerciales en las que se encuentran actualmente.

## **2.1 La reforma agraria cardenista: la centralidad de la tierra y la emergencia de un cacicazgo indígena**

La relación que las habitantes tsotsiles y tseltales han tenido con la tierra y los términos y procesos de tenencia de esta ha transformado de forma radical a lo largo de los siglos. En la historia más reciente de la región, el cambio más abarcador ocurrió a finales de la década de 1930, momento cuando empezaron a haber cambios en la propiedad de la tierra como consecuencia de la reforma agraria de la Revolución. Antes de tal fecha, los indígenas de la zona trabajaron la tierra bajo diferentes sistemas de endeudamiento: o como mozos para los terratenientes ladinos de Los Altos (Guiteras, 1965) o como peones en las tierras bajas (Rus, 2005). Sin embargo, aunque la devolución de terrenos a los pueblos indígenas de Los Altos a través de ejidos combatió esta forma de trabajo forzado, también trajo consigo diversas repercusiones.

Aun cuando se afirma que la 'época de Cárdenas' reivindicó a los indígenas y les confirió nuevos derechos, una mirada un poco más objetiva revela que, a la larga, introdujo en

realidad una forma más estrecha de dominación. Para aplicar sus reformas, los cardenistas y sus sucesores se inmiscuyeron en las comunidades indígenas, no solamente sustituyendo sus líderes sino también reorganizando sus gobiernos, creando nuevos puestos para tratar asuntos laborales y agrarios al mismo tiempo que se otorgaban novedosos y grandes poderes a los encargados de mantener relaciones armoniosas con el partido oficial y el poder federal. (Rus, 1998, p. 251-252)

Antes de esta reforma agraria tardía, las duras condiciones económicas y laborales que sufrieron las comunidades indígenas de Los Altos impidieron que los hombres en edad de trabajar pudieran dedicarse a desempeñar los cargos civiles y religiosos que formaban (y aun forman) parte del gobierno interno y tradicional de las comunidades tsotsiles y tseltales. Esta situación provocó una reacción de resistencia en las comunidades a partir de cuando los hombres mayores y más tradicionalistas ocuparon estos cargos. Muchas comunidades se cerraron a la influencia exterior -es decir, a las influencias mestizas o ladinas- y rescataron festejos y prácticas religiosas que habían sido abandonados. En el municipio de Chamula, por ejemplo, se impuso la regla de que el presidente municipal tuviera que ser un anciano monolingüe en tsotsil, con el fin de que "no fuera a traicionar a los suyos en favor de extraños, 'vendiéndolos' a contratistas ladinos" (Rus, 1998, p. 255). En su conjunto, esta revitalización cultural y política al interior de las comunidades se dio en un contexto de fuerte opresión y dominación fuera de ellas, así evidenciando una modalidad particular de control cultural autónomo a pesar de las estrechuras que les afligieron al nivel económico y político.

El esfuerzo de los agentes cardenistas de efectuar las reformas agrarias en Chiapas cambió esta postura cerrada y tradicionalista de las comunidades indígenas. Esto sucedió principalmente a raíz de los nuevos puestos relacionados con asuntos laborales y agrarios. Los puestos más importantes en este respecto fueron los de los escribanos, quienes fueron los intermediarios bilingües para las comunidades tsotsiles y tseltales que sirvieron como traductores para los secretarios municipales. Erasto Urbina, el influyente director del Departamento de Protección Indígena en los años 30, formó una nueva generación de escribanos que no fueron ni los ancianos tradicionalistas ni los escribanos bilingües de antes (Rus, 1998). Estos nuevos escribanos no representaron un cambio de guardia superficial sino preludiaron una transformación en las relaciones dentro de las comunidades indígenas con su exterior:

tras décadas de organizar sus comunidades en una forma tal que pudieran servir de bastión contra la explotación de fuereños, los tzotziles y tzeltales se encontraron de pronto, entre 1936 y 1940, con que las estructuras comunitarias mismas estaban regidas por el Estado y por el Partido -entidades fuereñas- como parte de algo que se proclamó como una lucha común contra la explotación. (Rus, 1998, p. 261)



Además de reforzar el poder del Estado dentro de las comunidades, este cambio eventualmente condujo a que los escribanos seleccionados y entrenados por Urbina formaran lo que varios autores han llamado un nuevo cacicazgo (Pineda, 2004; Rus, 1998; Lewis, 2018). Estos escribanos fueron impulsados a asumir cargos religiosos y convertirse en "principales" en sus comunidades (Lewis, 2018). Luego, su protagonismo y poder se vieron reforzados con la llegada del Instituto Nacional Indigenista (INI) a la zona a través de la fundación del Centro Coordinador Tzeltal-Tzotzil en 1951.

## **2.2 El INI y la negociación de una ideología indigenista**

A pesar de compartir una visión de integración económica y asimilación cultural de los pueblos indígenas con los cardenistas, las aspiraciones del INI en Chiapas, a diferencia de la reforma radical que buscaron los cardenistas al nivel territorial y económico, terminaron siendo enfocadas en reformas más modestas de educación y servicios médicos. Este cambio en dirección de la política indigenista se dio en gran parte por las dificultades que encaró el INI frente a la reticencia de las comunidades a sus intervenciones y también por parte de una clase ladina racista que no quería perder su control económico sobre la población indígena. Por lo tanto, los proyectos que persiguió el INI -que incluyeron la construcción de carreteras que conectaron a las comunidades tsotsiles y tseltales con San Cristóbal, la fundación de clínicas médicas en los pueblos, la educación y alfabetización de los indígenas, y la creación de cooperativas comunitarias de consumo- precisaron negociaciones y alianzas con varios grupos.

Un grupo clave entre estas alianzas fue los promotores culturales indígenas, quienes promovieron los proyectos de desarrollo de INI en las comunidades, desempeñándose como maestros bilingües, oficiales sanitarios y dirigentes de las cooperativas de consumo. Un gran número de estos promotores eran los mismos escribanos que trabajaron con Urbina en las reformas agrarias. Otros fueron reclutados entre los conversos del Instituto Lingüístico de Verano que, gracias a los esfuerzos de la misionera estadounidense Marianna Slocum, quien llegó al municipio tseltal de Oxchuc con la organización en 1944, había tenido mucho éxito en convertir las indígenas locales al protestantismo y administrar medicina occidental moderna (Lewis, 2018). Recurrir a ambos grupos para contratar promotores culturales implicaba una negociación por parte del INI y para la política indigenista. Gonzalo Aguirre Beltrán, el primer director del Centro Coordinador del INI en Los Altos, consideró los escribanos anteriores como enlaces indispensables con las comunidades indígenas que fueron necesarios para poner en marcha las metas del INI de la integración y la modernización económica de los pueblos. Eso a pesar de que, en sus propias palabras, Aguirre Beltrán (1991) calificó los escribanos como un

grupo "bajo el dominio de la maquinaria política nacional" con "estrechas e inconfesables relaciones pecuniarias con alcoholeros, habilitadores y comerciantes ciudadanos" (p. 108). Y en el caso de los conversos, aunque su misión religiosa no concordó con el secularismo del INI, su formación y organización bajo el Instituto Lingüístico de Verano les brindaron experiencia y un compromiso con la comunidad local que eran invaluableles (Lewis, 2018).

Otra alianza central en las operaciones y los proyectos del Centro Coordinador en Chiapas fue con la academia norteamericana. Favre (1973, p. 349) nota que el INI fue "la primera institución que ha recurrido al saber de los etnólogos, de los antropólogos y de los sociólogos y ha aplicado la aportación teórica de las ciencias sociales a problemas prácticos de desarrollo". Primero, el INI consultó los trabajos etnológicos que fueron realizados en el marco de una colaboración entre el Instituto Nacional de Antropología y la Universidad de Chicago a principios de la década de 1940. Luego siguió el Proyecto Chiapas de Harvard que se originó en 1955 por la invitación de Alfonso Caso, el entonces director del INI, a Evon Vogt para hacer trabajo a largo plazo en México. Además de instalar un cuerpo de más de 140 investigadores y estudiantes antropólogos durante un periodo de 20 años, este proyecto estableció una pauta investigativa que seguía implícitamente la visión indigenista que predominó en México en aquella época: a saber, una visión de las comunidades indígenas de Los Altos de Chiapas como comunidades culturalmente aisladas, vestigios de una cultura maya precolombina (Rus, 2008). A pesar de las valiosas descripciones de la vida y los costumbres al interior de las comunidades tsotsiles y tseltales que este enfoque proveyó (especialmente sobre la comunidad tsotsil de Zinacantán), Rus nota que también tenía el defecto de que los antropólogos tanto como el INI, no se centraron en las relaciones desiguales con los ladinos que profunda y perennemente afectaban las comunidades indígenas de la región. La falta de este contexto y atención a las condiciones externas hicieron que

el proyecto de Vogt pareció confirmar de manera científica que los zinacantecos (y, por extensión, los indígenas) sí llevaban vidas al margen de las de los demás mexicanos; su aislamiento era real y, lo que es más, había sido impuesto por ellos mismos. Esto, por otra parte, parecía justificar la estrategia adoptada por el Instituto Nacional Indigenista a partir de mediados de los cincuenta: intentar tratar el ciclo de explotación descrito por Aguirre Beltrán principalmente del lado indígena y como un problema indígena. (Rus, 2008, p. 342)

Este punto débil es aún más flagrante cuando se considera el hecho que el trabajo del INI y de los antropólogos en la región exigía que lidiaran de manera constante con la comunidad ladina. En el caso de INI, para aplacar la fuerte resistencia que enfrentó de parte de los ladinos al crear el Centro Coordinador, tuvo que hacer varias concesiones para lograr involucrarse en la

administración legal y política de los municipios indígenas de Los Altos. Vale la pena citar la enumeración que provee Rus (1998, p. 269) de estos arreglos y sus consecuencias:

el INI redefinió sus proyectos conforme a normas capitalistas más afines a las de la élite chiapaneca -y, hay que decirlo, más de acuerdo con políticas nacionales generales de la época, favorables al desarrollo de la iniciativa privada-. Las tiendas cooperativas que habían sido administradas por ex escribanos bajo la tutela del INI, fueron entregadas a sus administradores y se convirtieron en negocios privados; los camiones, antes puestos a disposición de las cooperativas comunitarias, pasaron progresivamente a ser propiedad de ex escribanos y sus familias; y los proyectos agrícolas y de demostración originalmente llevados a cabo en tierras comunales fueron reubicados en fideicomisos privados, sobre todo en aquellos ahora administrados, también en este caso, por ex escribanos.

Estos sucesos subrayan el hecho de que las políticas del INI, al estar puestas en práctica, sufrieron cambios significativos respecto a sus propósitos originales. Eso sucedió precisamente porque estas políticas no fueron implementadas en un vacío sino en un campo donde diversos actores se encontraron en relaciones de fuerza -sea de dominación, coerción, cooperación, oposición o resistencia- que afectaron la realización de las acciones de los demás. Al final, la integración económica y cultural que persiguió el INI no se logró: los cambios arriba mencionados que resultaron de concesiones terminó favoreciendo a los ladinos y a una nueva élite indígena que fueron escogidos como intermediarios por el INI (Rus, 1998, p. 269). De esta forma, estos actores locales poderosos afianzaron su protagonismo en el escenario económico de las comunidades indígenas y resultaron ser los principales beneficiarios de políticas que habían sido intencionadas a favorecer a los pueblos indígenas como una colectividad. Muchos de los promotores culturales que trabajaron con el INI siguieron como presidentes municipales en Los Altos en las décadas de 1960 y 1970 (Pineda, 1993; Lewis, 2018). El poder obtenido por este grupo tampoco terminó con esta generación de actores, sino fue reproducido por medio de las mismas instituciones educativas a las cuales tenían un acceso privilegiado: se obstruyó el ingreso al albergue del internado en la cabecera municipal a no familiares para que no pudieran convertirse en promotores, haciendo que, en 1975 en Chamula, el municipio más grande de Los Altos, 80% de los promotores y maestros estaban relacionados con ex promotores (Rus, 2005). Los ladinos, por su parte, en vez de ver su antiguo poder disminuido con la intervención del INI, lograron ensanchar su dominación:

Como en el pasado, son los ladinos los que los controlan, fijando el precio arbitrariamente y obligando al indio tanto a la compra como a la venta. Los comerciantes que practican el intercambio por asalto no sólo han mantenido el campo de su actividad, sino que hasta lo ha extendido. Gracias a los caminos abiertos por el Centro con la cooperación de los indios, han logrado dominar en la actualidad toda la economía de algunas comunidades, que antes escapaban en parte a su empresa porque no eran aún accesibles. Si la producción de las comunidades tzotzil-tzeltales ha aumentado, sigue

siendo acaparada por los ladinos que se la apropiaron con medios técnicos reforzados (Favre, 1973, p. 354).

Al mismo tiempo que se ignoraron la dominación y las relaciones sociales con la población ladina que afectaron profundamente la vida dentro de las comunidades indígenas en Los Altos, se sobreestimaron la cohesión y la homogeneidad de los pueblos tsotsiles y tseltales. La propuesta de desarrollo económico del INI mediante la formación de las cooperativas de consumo, por ejemplo, se fundamentó en la noción de que el trabajo igualitario en colectivo era una cualidad innata al pueblo indígena. Este intento de "canalizar la solidaridad comunitaria tradicional, sobrestimada sin duda" (Favre, 1973, p. 244) terminó avivando tensiones dentro de la comunidad. Al final, estas cooperativas fracasaron por organizarse según lealtades familiares, por reforzar desigualdades existentes al dar dividendos sobre la inversión de hombres bilingües que eran mejor conectados, y por la incapacidad de los propios miembros de revisar sus cuentas (Favre, 1973; Lewis, 2018). El INI también enfrentó obstáculos cuando intentó valerse de formas cooperativas de organización que ya existían dentro de las comunidades para la construcción de carreteras. Resultó que, aunque los indígenas realizaron trabajos colectivos, no siguieron las jornadas laborales con horas fijas que les pidieron (Favre, 1973, p. 347) y según Agustín Romano, el director del Centro Coordinador en esta época, muchos sólo trabajaron el tiempo necesario para cubrir costos urgentes o relacionados con sus cargos en la comunidad (citado en Lewis, 2018, p. 312).

Aunque las comunidades indígenas de Los Altos acabaron adoptando las propuestas del INI (como las carreteras, las escuelas y ciertos medios sanitarios) cuando percibieron la utilidad que tenían para ellos (Favre, 1973, p. 353), la forma en que fueron implementadas tanto como los resultados que dieron se desviaron mucho de la visión indigenista de integración de "regiones de refugio" que propugnó el INI. Lejos de ser entidades aisladas, los pueblos tsotsiles y tseltales eran (y siguen estando) insertos en dinámicas sociales y de poder entrelazadas. Para llevar a cabo sus proyectos, el INI tuvo que lidiar con estas dinámicas, recurriendo a y aliándose con actores como los ladinos locales, los escribanos indígenas, antropólogos norteamericanos y el Instituto Lingüístico de Verano y modificando sus programas frente a sus intereses y las respuestas de las comunidades indígenas mismas. Estas alianzas consolidaron el poder de diversos grupos, formando nuevas articulaciones políticas y sociales que, no obstante, dejó intacto la explotación económica ladina de siempre. Varios de estos actores, así como también el INI mismo, luego jugarían un papel importante en la promoción de la producción artesanal textil de Los Altos.

### 2.3 La emergente industria artesanal de Los Altos, 1970-1993

En Chiapas, este interés en la artesanía como medio de desarrollo se reflejaba en la formación de cooperativas de artesanas a finales de la década del 70. Aunque se menciona la existencia de cooperativas de tejido administradas por agencias gubernamentales desde los años 50 (Eber, 1999; Eber y "Antonia", 2011), no fue hasta finales de los 70, y con más intensidad en los 80, cuando estas emergieron como una vía recurrida por las mujeres tsotsiles y tseltales para comercializar sus productos. Antes de este momento, muchas mujeres realizaban prendas para su propia familia, pero fueron muy pocas quienes vendían sus tejidos. Las que hacían prendas para vender fueron pocas y se restringían a la venta local en dos modalidades principales: una fue la venta a miembros de la propia comunidad o a comunidades cercanas. Como lo describe el hijo de una artesana en el municipio de Tenejapa quien, como madre soltera, buscaba la manera de vender sus productos para mantener a su familia, antes de mediados de la década 70 "todavía no hay mercado, no hay donde podemos vender nada más se tejen y se bordan y hay algunos vecinos que compran. Y ya muy después, encontraron mercado en San Cristóbal." Otras mujeres mayores del mismo municipio recuerdan que antes sólo vendían a veces parte del traje tradicional<sup>7</sup> a los hombres que tenían cargos (Entrevista con María, Chacoma, 06 de agosto de 2022). Una artesana de la comunidad de Macvilho, Chamula, dice que antes de que naciera su abuela vendía el traje de hombre de lana en el municipio colindante de Zinacantán (Entrevista con Antolina, Macvilho, 09 de julio de 2022), lo cual refleja la especialización de las chamulas en la producción de prendas de lana que vendía de forma ocasional a un mercado circunscrito a otras comunidades indígenas de Los Altos (Turok, 1978).

Luego, la otra modalidad antes del auge turístico de la década de los 70 fue la venta escasa de productos textiles por comerciantes concentradas en la calle Real de Guadalupe (Ramos, 2010, p. 191; Imbertson, 2020). En este periodo anterior, aún no había un mercado turístico para estas prendas, y aparte de la compra de servilletas hechas en telar o bordadas, los mestizos que viven en Los Altos no usaban los textiles elaborados por indígenas (Entrevista con Angela y Cecilia, 4 de agosto de 2022). Sin embargo, las conversaciones recopiladas por Diane Rus con mujeres coletas de familias propietarias de tiendas en la calle Real de Guadalupe revelan que estas tiendas servían como intermediarios comerciales entre indígenas. "En ese entonces, había pocas tiendas, y eran tiendas pequeñas. Porque era el trato de un indígena con otro" explica Doña Minerva Penagos, dueña de una de las primeras tiendas que vendía artesanía en San Cristóbal, "Por

---

<sup>7</sup> Los términos traje tradicional, traje de uso diario y traje típico se usan de forma intercambiable a lo largo del texto para referirse a la indumentaria de las mujeres tsotsiles y tseltales. Estos trajes son distintos en los diferentes municipios de Los Altos, aunque existe influencia entre ellos, particularmente en los pueblos colindantes.

ejemplo, los de Chamula les hacían las chamarras de los de Tenejapa. Hacían el trabajo unos y lo compraban otros” (Rus, 1997, p. 82). Estas tiendas incrementaron la venta de prendas artesanales con la llegada de antropólogos a la zona, quienes se interesaron en los textiles que realizaron las comunidades indígenas (Imbertson, 2020). Aunque todavía no constituían un grupo muy grande de consumidores, los antropólogos foráneos cambiaron la venta de los textiles artesanales de las tiendas la calle Real de Guadalupe. Doña Minerva rememora la llegada de Gertrudis y Frans Blom, la pareja fotógrafa y antropólogo quienes fundaron el centro de investigación y conservación Na Bolom, y el nuevo tipo de comercio que trajeron a la tienda de su familia:

Fue cuando yo, la verdad de las cosas, tengo muy gratos recuerdos de doña Gertrudis, y conocimos a don Frans, y había otra señora, la esposa de un conde, una mujer muy guapa pero no recuerdo ahorita su nombre que vino con doña Gertrudis. Entonces ella nos empezó a traer el turismo europeo. Y si con los indígenas ganábamos 5 pesos en cada pieza, con ellos le ganamos 20 pesos, pues, y nos maravillábamos, porque era una utilidad fantástica. (Rus, 1997, p. 82)

Sin embargo, este comercio textil al por menor antes de los años 70 no cambió la forma de trabajar de la gran mayoría de las mujeres tsotsiles y tseltales, quienes concentraban sus actividades y movimientos en torno al hogar y la familia. A pesar de la ampliación de la red de carreteras que ocurrió en los años 60 y conectó más pueblos indígenas con el centro comercial de San Cristóbal, la división espacial con base en género se expandió y clasificó las carreteras y centros urbanos como espacios masculinos, mientras que las mujeres se confinaban fundamentalmente a rumbos relacionados con sus quehaceres que tenían que ver con la vida doméstica. No fue hasta que empezaron a operar camiones a mediados de los años 60 que las mujeres, acompañadas por sus maridos, comenzaron a viajar hasta San Cristóbal para vender sus productos (Nash, 2001, p. 94).

Uno de los factores más relevantes detrás de la decisión de las mujeres indígenas de Los Altos de comercializar sus productos fue la situación económica en la cual se encontraron a finales de los años 70 y que llegó a su punto crítico en los años 80. Por un lado, el crecimiento poblacional en Los Altos que empezó en esta época provocó disputas por los terrenos limitados y la sobreexplotación de los suelos (Guzmán, 2020; Nash, 2001; Rus, 1995; Viqueira, 2004). En muchos pueblos de Los Altos, los caciques (muchos de ellos ex promotores culturales<sup>8</sup>), por motivos de competencia de terreno tanto por los de mantener su poder, expulsaron cientos de rivales políticos y protestantes (Lewis, 2018). Varias de las mujeres protestantes expulsadas de

---

<sup>8</sup>Para los años 1977 y 1979, 63.6% de los municipios indígenas de Los Altos eran encabezados por ex promotores y maestros bilingües (Pineda, 2004, p. 293).

Chamula (el municipio más notorio con respecto a estas expulsiones) que tuvieron que reubicarse en las afueras de San Cristóbal, recurrieron a la venta de artesanía (Nash, 2001, p. 94).

Junto con el crecimiento poblacional y la consiguiente reducción en la distribución de terrenos por herencia, los hombres tsotsiles y tseltales tuvieron que buscar trabajo asalariado para sobrevivir. El estudio realizado por Wasserstrom a mediados de la década del 1970 en Chamula demuestra que por estas fechas, al contrario de la caracterización común del indígena como campesino autosuficiente quien complementa su producción agrícola con el trabajo asalariado, "el chamula es un proletario que completa su sueldo con el cultivo de 0.25 has, lo único que le queda de su tierra ancestral. Con esta superficie, en comparación de la cual el minifundio sería un paraíso, se proporciona tan solo un 11% del maíz que necesita su subsistencia" (Wasserstrom, 1977, p. 1). Aunque el autor señala que este no fue un fenómeno reciente dado que desde los comienzos del siglo XX los hombres indígenas de Los Altos emigraban como trabajadores temporales a las fincas cafetaleras del Soconusco, otros estudios sugieren que, por lo menos en ciertos municipios, antes de los años 70, la mayoría de los indígenas eran agricultores independientes de maíz y solo el cuartil más pobre de la población trabajaban como jornaleros (Cancian, 1994; Collier, 1990). En el paraje de Nachig en el municipio Zinacantán, por ejemplo, 96% de los hombres cultivaban maíz, si bien 93% de estos en terrenos arrendados en las tierras bajas del estado (Cancian, 1994, p. 19).

No obstante, el boom petrolero que ocurrió en la década de 1970 marcó el inicio de un cambio drástico en estas dinámicas laborales. La inversión en proyectos de infraestructura estimulada por el dinero del petróleo y los préstamos internacionales creó decenas de miles de empleos formales en la construcción de carreteras, puentes, refinerías y presas en Chiapas y Tabasco (Rus, 2012, p. 40-41). Los hombres de Los Altos que habían cultivado terrenos arrendados en las tierras bajas de Chiapas, y por lo tanto tenían mejor manejo del español y más experiencia en el trato con ladinos acudieron a estos trabajos como albañiles. Los que no hablaban español o no se adaptaban a las demandas del trabajo en construcción recurrieron a los trabajos como jornaleros en fincas cafetaleras (Rus, 1995, p. 79). Esta entrada (o regreso) a trabajos remunerados fue acelerada por el desplome en los precios internacionales del maíz causado por la inflación, lo cual provocó una reducción en los empleos que ofrecían los grandes productores de maíz a los indígenas jornaleros (Rus, 2012, p. 39).

Estos cambios laborales para los hombres afectaron las relaciones sociales y económicas dentro del hogar en Los Altos. Las mujeres, quienes se quedaron en casa a cuidar sus hijos y hacer los quehaceres de la casa, estuvieron por un lado más dependientes de los salarios que

ganaron los hombres comparados con periodos anteriores cuando los hombres y las mujeres trabajaban juntos en la producción y consumo doméstico (Collier et al., p. 403). Pero, por otro lado, las largas ausencias de sus maridos por sus migraciones laborales convirtieron a las mujeres en las jefes de familia durante estos periodos y fueron ellas las responsables de sacar adelante a sus familias (Rus, 1990, p. 6).

Esta combinación de la escasez de tierras para sembrar la milpa y de esta manera alimentar la familia, mayor dependencia sobre los salarios de los hombres ganados en construcción y como jornaleros cosechando maíz o trabajando en las fincas de café, y la red ampliada de carreteras que conectaban las comunidades indígenas con San Cristóbal, incentivó la venta de productos artesanales por las mujeres como una forma alternativa de generar ingresos (Rus, 1990; Nash, 2001). Este impulso comercial encontró salida en un auge de turismo que ocurrió después de 1975, fomentado por proyectos de infraestructura y la promoción de la actividad turística por el Estado (Rus, 1990). El censo que realizó Diane Rus del paraje de K'at'ixtik, Chamula en 1987 revela el crecimiento explosivo en la comercialización de productos artesanales en el transcurso de la década anterior: mientras que en 1975-6, según el censo realizado por Wasserstrom (1977) en el mismo paraje, "sólo 2% de las familias de K'at'ixtik vendían artesanías tradicionales de lana, y esas solamente a otros indígenas; y NINGUNA familia reportó vender bordados, ropa de algodón, o productos no-tradicionales a turistas", en el censo de 1987-8, un total de 42% de las mujeres en el paraje participaron en la artesanía, vendiendo productos de lana, algodón y bordados (Rus, 1990, p. 6-7).

### **2.3.1 La mercantilización de la artesanía: entre el desarrollo y la conservación**

El interés emergente en las artesanías que cobró más relevancia en los años 70 refleja una transformación en ideas sobre el valor cultural y económico de esta clase de productos. A principios del siglo XX, la artesanía no figuró como un elemento notable en la concepción del patrimonio cultural común de la nación mexicana. En esta formulación previa del patrimonio cultural en México, se premiaba la valoración del pasado y una herencia cultural ligada a un proyecto del presente de aquel entonces: la construcción de una identidad nacional. Según esta visión, el patrimonio cultural se restringió a artefactos, sitios y monumentos históricos y majestuosos que habían perdido su valor de uso en la época actual. Mientras se celebraba las obras del antepasado "indio arqueológico" imaginario, los diferentes grupos indígenas que seguían viviendo en el territorio mexicano y producían objetos según técnicas tradicionales no figuraban en esta visión de un patrimonio cultural singular de la nación mexicana.



Sin embargo, con el auge de una ideología desarrollista, esta visión empezó a cambiar en la segunda mitad del siglo XX. A cambio de un proyecto nacional arraigado en una imagen glorificada del pasado, México volteó hacia un proyecto moderno enfocado en cortar lazos con un percibido atraso cultural y económico:

si ha habido un lema compartido por todas las vanguardias políticas latinoamericanas, sean de izquierda o de derecha, es su lucha por modernizar la región, ambición que dominó en gran parte de la intelectualidad latinoamericana hasta el último tercio del siglo XX y que fue pensada como proceso de ruptura con el pasado por considerarlo lastrado por una sociedad pobre o indígena acechada por las tradiciones y los mitos (Nivón, 2013, p. 25).

Según Nivón, esta visión modernista orientaba las políticas culturales latinoamericanas hacia la explotación de elementos de la cultura popular con vistas al entrar en la producción industrial moderna. Tal perspectiva representa una segunda y nueva paradoja respecto a la valoración de las culturas indígenas: en vez de la celebración del “indio arqueológico” a costa del reconocimiento de las diversas comunidades de indígenas actuales, el afán de modernizar impulsó el valor (económico) de los productos artesanales mientras denigraba como retrasadas y subdesarrolladas a las comunidades que los crearon.

En México, esta política cultural de modernización se reflejaba en la inversión del Estado en la comercialización artesanal con el propósito de ampliar el mercado interno de consumidores nacionales e internacionales. En 1951, el INI y el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) juntos crearon el Patronato de las Artes e Industrias Populares (PAIP). Las funciones del PAIP eran:

- I. Proteger, desarrollar y fomentar las artes e industrias populares.
- II. Realizar investigaciones sobre distintos aspectos de las artes e industrias populares, con el objeto de proponer las medidas necesarias para su conservación y mejoramiento.
- III. Crear expendios en que se venda al público una selección de las mejores muestras de las artes e industrias populares. (Caso, 1955, citado en Rubín de la Borbolla, 2014, p. 44).

Cada una de estas tres funciones refleja el interés en la conservación por un lado y el desarrollo por el otro de “las artes e industrias populares”. Diez años más tarde, se fundó el Fideicomiso para el Fomento de la Artesanía, bajo la égida del Banco Nacional de Fomento Cooperativo (BANFOCO), que tenía el mismo enfoque hendido entre el desarrollo y la preservación de técnicas artesanales. Novelo (1976) describe la manera concreta en que se aplicó esta política de doble enfoque: a las mujeres tejedoras de Cuanajo, Michoacán, “se les aconsejó que, utilizando el mismo procedimiento primitivo, hicieran cobijas, o colchas, como ellas las

llaman, *pero* debían volver a la técnica tradicional de hilar el estambre para que fuera más ‘auténtico’” (p. 72-73). En este ejemplo, el desarrollo de la industria artesanal se realiza mediante la creación de piezas que tienen utilidad para consumidores que no pertenecen al mismo contexto socioeconómico y cultural de las artesanas, y la preservación se cumple mediante la iniciativa promovida por el regreso a una técnica tradicional ya poco practicada por las mismas artesanas.

La sustitución del Fideicomiso para el Fomento de la Artesanía por el Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART) en 1974 continuaba en la misma línea desarrollista de acuerdo con los siguientes objetivos:

1. Procurar un mejor salario para los artesanos.
2. Conservar el sentido artístico de la artesanía.
3. Constituir un patrimonio nacional.
4. Conceder créditos y adelantos a los artesanos, procurándoles asimismo ayuda técnica y administrativa.
5. Formar una sociedad anónima, cuya finalidad principal sea la comercialización de las artesanías adquiridas por el Fondo. (Gouy-Gilbert, 1987, p. 52)

Mientras la mención del “patrimonio nacional” señala una continuidad con la política cultural de consolidación de una cultura e identidad nacional única, otros de los conceptos presentados en los objetivos señalan un vuelco notable en la valoración de la artesanía. Una transformación notaria es que los objetos artesanales creados no sólo por un “indio arqueológico” sino por indígenas actuales, entraron en la noción del patrimonio. Esta nueva visión de los objetos artesanales como patrimonio se puede conectar con una perspectiva ampliada de patrimonio cultural que se encontraba en la Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural (1972), y que reflejaba una concepción “más antropológica” y no puramente arqueológica del patrimonio cultural (Millán, 2006, p. 56). Por estas mismas fechas, en México se pasó la Ley Federal de Patrimonio Cultural de 1970, en donde también se encontraba una definición ampliada de lo que se considera patrimonio cultural. Gálvez González (2009, p. 24) señala la importancia del capítulo VII de la Ley por darle valor a “las manifestaciones consideradas como vernáculas, populares, tradicionales, a las que por costumbre se consideró de poco interés [...]”.

Según esta nueva visión del patrimonio cultural, la valoración de objetos artesanales ya no estaba confinada al plano histórico de un pasado remoto. Cada vez más la concepción y valoración del patrimonio cultural se acercaban al presente – a las expresiones actuales de los artesanos a partir de técnicas tradicionales y a las condiciones sociales y económicas que los

rodeaban. Esta visión de la artesanía como una tradición viva conllevaba también la idea de que debe ser explotada para servir las necesidades de los y las artesanos que realizaban estas técnicas ancestrales. En esta época las necesidades de los artesanos, la mayoría pobre e indígena, estaban vinculadas principalmente con sus carencias económicas, lo cual se conjugó con una política nacional desarrollista de propulsar un mercado interno de consumidores nacionales e internacionales.

### **2.3.2 La vinculación entre financiamiento público y privado**

La organización de la incipiente pero acelerada producción y comercialización de la artesanía textil en Chiapas para un nuevo mercado turístico fue moldeada por una constelación de organizaciones y actores gubernamentales, académicos e independientes en San Cristóbal. A pesar de que se estaba finalizando el proyecto Chiapas de la Universidad de Harvard en este periodo, se habían instalado por entonces varios investigadores quienes se involucraron en la formación de cooperativas y la comercialización de los textiles de la zona. Martha Turok, quien había estudiado los textiles en Magdalenas (ahora el municipio de Aldama), organizó una tienda en la casa museo Na Bolom (Mosquera, 1995). Francesco Pellizzi, antropólogo millonario quien también participó en el proyecto Chiapas, financió el proyecto de un grupo de artesanos apoyado por Alejandra Álvarez y el norteamericano Walter "Chip" Morris, ambos empleados por FONART, que luego se convirtió en la cooperativa Sna Jolobil (Casa del Tejido, en tsotsil). Según el testimonio de Morris (1991), a mediados de los años 70, FONART invirtieron muchos recursos en Chiapas para subvencionar la compra y venta de artesanía. Para este fin, Morris y los otros empleados de FONART en su sede regional en Chiapas había organizado 3,000 tejedoras y bordadoras en grupos de producción en sus comunidades para surtir productos artesanales que FONART vendía en sus tiendas en toda la República.

Sna Jolobil, que fue fundada formalmente en 1978, fue no sólo una de las primeras cooperativas de tejedoras y bordadoras sino la que ha tenido más influencia y envergadura en Los Altos hasta la fecha. La cooperativa inicialmente empezó con 50 de las artesanas que habían formado parte de los grupos de producción de FONART y fue apoyado por Morris y otros empleados de FONART. Al formarse, recibió financiamiento de un conjunto diverso de agencias gubernamentales tanto como entidades independientes. Recibió apoyo del Museo de Artes e Industrias Populares (que era dependencia del INI), personas filantrópicas nacionales y extranjeras (Mosquera, 1995), además de entidades gubernamentales como la Comisión de Planificación de Áreas Marginadas (COPLAMAR) y el Programa de Desarrollo Socio-Económico de Los Altos de Chiapas (PRODESCH), programa fundado en Chiapas en 1971

que contaba con apoyo de cinco entidades de las Naciones Unidas y que usurpó las actividades coordinadoras del Centro Coordinador del INI (Lewis, 2018, p. 245-247).

Sna Jolobil también entabló una relación con una cooperativa de consumo de lana formada para artesanas por una investigadora norteamericana, Francisca Méndez, quien se había instalado en el municipio de Tenejapa y quien también hizo encargos de bolsas a muchas artesanas en la zona (Mosquera, 1995; entrevista con María López, Chacoma, 06 de agosto de 2022). Esta cooperativa de consumo, llamada la Sociedad Cooperativa de Artesanas Santa Lucía, fue convocada por Sna Jolobil para asesorarla en sus operaciones. La cooperativa Santa Lucía a su vez también recibió una donación de Desarrollo Social de Mexicanos Indígenas, una organización filantrópica afiliada con la iglesia católica, y por la Fundación Interamericana de los Estados Unidos.

El INI por su parte creó un programa de apoyo a la comercialización en 1979 y empezó a formar una cooperativa, brindando capacitación, personal administrativo y comprando sus productos. La cooperativa, registrada en 1989 como J'pas Joloviletik (Las que Hacen Tejido, en tsotsil), representó artesanas de 14 municipios de Los Altos y recibió donaciones también del Programa Mundial de Alimentos (PMA) de la ONU (Mosquera, 1995).

En este primer momento de crecimiento en la comercialización de la artesanía, instituciones como el INI, FONART y el Banco Nacional de Fomento Cooperativo (BANFOCO), que fue una versión anterior del FONART administrada por el Centro Coordinador del INI en Chiapas, desempeñaron un papel central. Apoyaron no sólo la formación de cooperativas, sino también otros grupos solidarios de producción mediante las compras que hicieron, el abastecimiento de materias primas, y cursos de capacitación. En 1972, el INI organizó el Primer Concurso de Arte Popular Indígena en Los Altos de Chiapas, en el cual premió las piezas de primer, segundo y tercer lugar, además de la compra de piezas artesanales por un total de \$150,000 (Turok, 1978, p. 109). Luego, cuando FONART abrió una tienda regional en San Cristóbal en 1974, manejó un presupuesto de un millón de pesos en los primeros dos años de operación que llegó a alrededor de 2,000 artesanos mayoritariamente mujeres (Turok, 1978, p. 111).

Dentro de los diferentes municipios, también se formaron otros grupos y cooperativas de artesanas textiles. La primera cooperativa textil que se menciona en Los Altos, el Grupo Solidario de Artesanas Indígenas de Venustiano Carranza, fue creada en 1971 y contaba con 150 mujeres del municipio del mismo nombre (Orantes y Vázquez, 1993, p. 78). También se nota que en Aguacatenango se había constituido un grupo cooperativo en 1979, la Sociedad

Cooperativa de la Virgen de la Natividad, que contaba con 26 integrantes y tres representantes (Imberton, 2020, p. 127). En un paraje en Chamula, Rus (2012, p. 161) describe la formación de un grupo informal de artesanas como un proceso paulatino que respondía a las necesidades vigentes de las mujeres: primero, empezaron a vender por su cuenta en San Cristóbal. Luego, para aliviar el costo y la carga de entregar mercancía, algunas mujeres empezaron a turnarse en hacer el viaje y llevar las prendas de todas. Ya empezando la década de 1980, se juntaron en los patios para trabajar juntas y cuidar a sus hijos y también cooperaron para comprar sus materias primas al mayoreo. Fue hasta después de la crisis económica en 1982 que las mujeres buscaron vender sus productos y recibir créditos mediante FONART y otras organizaciones gubernamentales e independientes. Christine Eber, quien estudió tejedoras en Chenalhó, registró la presencia de cuatro cooperativas en este municipio en 1989: la primera y más grande siendo Sna Jolobil, que tenía un grupo allí y que por este entonces operaba de forma independiente, y las otras dirigidas por el INI, el PRI y La Confederación Nacional Campesino (CNC) (Eber y Rosenbaum, 1993, p. 168).

Existían en esta época también varios compradores independientes. Desde antes de la formación de Sna Jolobil y la llegada de la investigadora Francisca Méndez, había un profesor Pedro Jiménez en Tenejapa quien también compró productos textiles de lana de varias mujeres del municipio (Entrevista con Juan, Chacoma, 14 de febrero de 2023). Al mismo tiempo que se formaban estos diversos grupos de producción en Los Altos, empezaron a llegar también empresarios, turistas y diseñadoras que entablaron relaciones comerciales con artesanas tejedoras y bordadoras de Los Altos (Imberton, 2020). Maruch Gomes Monte (2016, p. 100), del paraje Catixtic, Chamula, cuenta cómo empezó a trabajar con una "americana" en 1975, al principio haciendo muestras pero luego aumentando su producción hasta que ella y su grupo de 10 mujeres llegaron a entregar "tres docenas de piezas cada dos semanas". Algunos años después, se enteró que Chip Morris estaba buscando mujeres en Chamula que supieran tejer, hilar y encoger chamarras de lana para integrarse en Sna Jolobil y así también empezó a trabajar en la cooperativa. Luego, un representante del INI le invitó a la cooperativa que estaban formando y ella empezó a trabajar también en J'pas Joloviletik. Estos nuevos comerciantes independientes extranjeros y nacionales introdujeron nuevos diseños y operaban con distintas cantidades y tiempos de entrega. Una artesana de un paraje en Tenejapa entregaba servilletas de telar de cintura de varios colores en San Cristóbal a una compradora de los Estados Unidos cada seis meses en el transcurso de 8 años, empezando a mediados de los años 70 (Entrevista con Juan, Chacoma, 14 de febrero de 2023). Imberton (2020) describe las diferentes relaciones que tenían

un grupo de empresarias estadounidenses con mujeres de Chamula, Aguacatenango y Bochil que bordaban sus piezas: en Aguacatenango visitaron a las artesanas y formaron relaciones cercanas, ayudándolas cuando tenían emergencias; en Chamula vino una representante del grupo cada 10 días para tomar y entregar los pedidos; y en El Bochil vinieron los maridos de las mujeres del grupo para recibir y entregar las piezas.

Este nuevo contacto que se dio entre artesanas, empresarios y agencias gubernamentales introdujo cambios significativos en relaciones sociales dentro y fuera de las comunidades mientras que reforzó otras<sup>9</sup>. Por un lado, las mujeres tsotsiles y tseltales que empezaron a vender sus productos en cooperativas o por encargo ganaban, la gran mayoría por primera vez, su propio dinero. Como rememora la artesana Maruch Gomes (2016, p. 104), este cambio en la economía doméstica conllevó cambios en las relaciones entre parejas:

Un problema es que hay hombres en K'at'ixtik que no quieren que sus esposas estén ganando dinero. Agarran su trabajo y lo echan al fuego o lo arrastran en el lodo, o lo manchan con tierra. Se ponen muy bravos. Pero otros lo aceptan. “Está bien, trabaja”, dicen. “Yo voy a cuidar tu trabajo”. Entonces los dos trabajan igual. Antes, mi marido también se enojaba mucho. “Vete a San Cristóbal de una vez. Vete a la casa de la gringa. Vete a la casa de la mexicana. Vete a la casa de Chip”, me gritó. “Bueno, entonces, me voy”, le dije,” porque no voy a dejar de trabajar. Con este trabajo me sostengo. Si no trabajo, ¿con qué voy a comprar mi maíz, mis tortillas?, ¿cómo voy a ganar dinero?” Como ya sé trabajar bien, como ya sé hacer muchas cosas, nunca voy a dejar de trabajar.

Al trabajar y también salir para recibir y entregar pedidos, las mujeres retaron los papeles establecidos de hombre y la mujer dentro de las comunidades. Anteriormente, no sólo fueron los hombres quienes ganaban dinero, sino ellos quienes salían a trabajar - o en fincas cafetaleras, en tierras arrendadas, o en construcción- mientras sus esposas cuidaban la casa, la milpa y los hijos en su ausencia. Frente a cambios en esta relación suscitados por sus nuevas labores artesanales, y en algunos casos una inversión completa en donde las mujeres ganaron más que sus maridos (Rus, 1990, p. 5), surgieron tensiones y reajustes en las dinámicas domésticas y los roles tradicionales de género. Como señala el testimonio de Maruch Gomes, las reacciones

---

<sup>9</sup>Es interesante notar que mientras las mujeres indígenas de Los Altos abrían relaciones con empresarios y diseñadores que venían de otros lugares de México y de otros países y, de esta manera empezaron a tener más relación con el mundo fuera de la comunidad, ocurría en varias comunidades un proceso de "reindianización". Viqueira (2004, p. 225-6) señala dos movimientos relacionados con esta reindianización: uno fue la expulsión de ladinos de municipios indígenas, notablemente en San Andrés Larráinzar en 1974 (Nash, 2001; Ruiz, 2006); el otro fue una disminución en la vergüenza sentida por ser hablante de una lengua indígena, lo cual se refleja en un incremento en las personas que reportan ser hablantes de tsotsil o tseltal en los censos. Algunos municipios donde había mayor presencia de ladinos, como Pantelho<sup>3</sup>, tuvieron por primera vez presidentes municipales indígenas (Castellanos, 1988, p. 45).

de los hombres y las mismas mujeres frente a este cambio no fue parejo: había resistencia, aceptación parcial, apoyo y cambios paulatinos en las relaciones entre marido y esposa.

Recurrir a la comercialización de sus tejidos y bordados fue una estrategia económica generalizada en esta época; en el año después de que FONART abrió una oficina regional en San Cristóbal en 1974, 3,000 tejedoras y alfareros formaron grupos de producción en Los Altos (Morris, 1996, p. 37). Sin embargo, la entrada masiva de las artesanas textiles a este nuevo mercado artesanal no sucedió de forma pareja para todas. Las agencias gubernamentales principales que incentivaron la producción y comercialización de la artesanía mediante el otorgamiento de créditos para la compra de materias primas, la compra de productos y asesoría en la formación de grupos -a saber, INI, FONART y, a partir de los años 80, el Desarrollo Integral de la Familia (DIF)- crearon grupos selectos de artesanas que gozaron de los servicios que ofrecían. Novelo (1976, p. 56), con base en la investigación que realizó en Michoacán en los años 70, nota que "no sólo el INI, sino cualquiera institución fomentadora, *protege* a un grupo reducido de productores en cada localidad. Los productores no favorecidos por una institución buscan entonces la *protección* de otra institución".

Por lo tanto, al entrar en este nuevo mercado artesanal, las mujeres de Los Altos pronto se encontraron filtradas en una jerarquía económica y social que dependía de sus conexiones comerciales. Además de las instituciones antes mencionadas, en este contexto, ciertos individuos desempeñaron un papel importante como *brokers* para conectar artesanas con instituciones. Chip Morris jugaba un papel importante en esta época como puente entre agencias gubernamentales en México como FONART y en los Estados Unidos como la InterAmerican Foundation, la cooperativa Sna Jolobil, la asociación Na Bolom, el Museo de Ciencias en Minnesota, EE. UU., donde estaba vinculado como investigador, turistas y empresarios en la región y artesanas locales. Además de las muchas artesanas que Morris invitó a formar parte de Sna Jolobil, también fue un enlace para diseñadores y empresarios que buscaban artesanas en Los Altos para bordar o tejer piezas; Imbertson (2020, p. 129) menciona una empresaria del norte de México quien empezó a trabajar con tejedoras de Chamula mediante Morris. La asesoría de Morris y otros investigadores quienes tenían vínculos con instituciones y clientes en los Estados Unidos ofreció oportunidades valiosas para Sna Jolobil y otros grupos más pequeños que tenían trato con ellos. Morris logró que en 1985 Sna Jolobil exhibiera piezas de su colección textil en el Museo de Ciencias en Minnesota, EE. UU. La exhibición luego viajó a cinco museos adicionales, generando un total de alrededor \$6,000 USD en ventas y mucha publicidad en el extranjero (Morris, 1996, p. 41).

Morris, como otros investigadores que vivieron en comunidades tsotsiles y tseltales de Los Altos y aprendieron el idioma local, sirvieron como enlaces comerciales particularmente valiosos dado que la mayoría de las mujeres tsotsiles y tseltales en esta época eran monolingües<sup>10</sup>. La experiencia que ganaron las mujeres al trabajar con instituciones como el INI o FONART, y con diseñadores o empresarios nacionales y extranjeros, abrieron puertas para nuevas oportunidades con otras instituciones y compradores, a veces mediante vínculos entre instituciones o las habilidades comerciales o técnicas que las artesanas desarrollaron al elaborar piezas para este nuevo mercado. Rus (1990, 9) nota que muchas de las instituciones se aprovecharon de la organización de las artesanas que ya existía dentro de la comunidad "para alcanzar a un buen número de indígenas por medio de una o dos líderes, muchas veces las mismas que participaron en la fundación de la tienda cooperativa de artesanías en San Cristóbal, 'Sna Jolobil'". De esta forma, se iba estableciendo un grupo de artesanas mejor conectadas y más experimentadas en trabajar con instituciones. Turok (1978, p. 111) describe cómo el Patronato Sakilná, una asociación civil en San Cristóbal que fue creada con fondos del BANFOCO, recurrió a mujeres que habían formado parte de la mesa directiva del Grupo Solidario de Venustiano Carranza: "El Patronato comenzó a comprarle a estas mujeres, que a su vez compraban con otras mujeres, contribuyendo a la creación de intermediarias locales que han, en por lo menos un caso, establecido el trabajo a domicilio [...]".

Así, al nivel local, algunas pocas artesanas alcanzaron éxito mientras la mayoría -menos conectadas, monolingües y quienes no se atrevían a salir de su paraje- estaban relegadas a las cadenas inferiores de producción artesanal. Si bien las artesanas que se desempeñaron como representantes o líderes en estos grupos de producción estaban mejor posicionadas que otras, tampoco se ubicaron en la parte superior de la cadena comercial. Sna Jolobil, la cooperativa más grande y mejor conectada en este tiempo, desde que empezó en 1978 con 50 socios, creció a una membresía de 600 personas de 12 comunidades en Los Altos y ventas anuales de \$100,000 USD en tan sólo dos años (Morris, 1996, p. 37). Sin embargo, Morris también nota que la misma administración exclusivamente masculina ha estado a cargo de Sna Jolobil durante más de una década, con Pedro Meza como director (una dinámica que sigue igual desde hace varias décadas), lo cual impide que los cientos de artesanas que producían las piezas estuvieran involucrados en la toma de decisiones ni que tuvieran contacto directo con los compradores y múltiples instituciones que apoyaban la organización. Un caso que ilustra esta dinámica se presenta en la

---

<sup>10</sup>Según el censo población de 1970, 63% de las mujeres tsotsiles y 65% de las mujeres tseltales eran monolingües (Dirección General de Estadística, 1971).



historia de una mujer de Tenejapa que entregaban piezas a Sna Jolobil y quien había hecho un huipil ceremonial de la Virgen de Santa Lucía. Al ver la pieza, Pedro Meza ofreció comprarla "caro" para que no la metiera en el concurso que había en este momento. Fortuitamente, alguien de la Casa de las Artesanías vio la pieza que Meza había vendido a un museo en México donde apareció el nombre y la información de la artesana y fueron hasta su paraje en Tenejapa para encontrarla (Entrevista con Juan, Chacoma, 14 de febrero de 2023).

Fue este mosaico de agencias gubernamentales estatales y federales, órganos internacionales, filántropos, asociaciones civiles y antropólogos, construido en el contexto de las dinámicas sociales y económicas que existían en los pueblos indígenas, que impulsó el primer auge comercial de los textiles artesanales en Los Altos. Pero como se buscó señalar en este apartado, este boom no tocó a todas las artesanas de forma pareja. Mientras que miles de artesanas acudieron al nuevo comercio artesanal a turistas, los beneficios solían concentrarse entre los individuos mejor posicionados en las nuevas jerarquías que se formaron con la introducción de cooperativas y nuevos contactos comerciales mediante instituciones y empresarios. Varios autores han argumentado que esta nueva coyuntura comercial representaba poco más que la misma explotación de la población indígena marginalizada bajo una nueva forma. Según Diane Rus (1990, p. 13):

la comercialización de la artesanía -resultante del turismo- desempeña en K'at'ixtik exactamente el mismo papel que las fincas del café en otros tiempos: proporciona a los que dependen de ella apenas los ingresos necesarios para sobrevivir en sus comunidades, como mano de obra barata de la economía regional, sin costar a esa economía lo que tendría que gastar en servicios si vivieran en la ciudad

Turok (1978) y Novelo (1976) consideran que el INI y otras agencias gubernamentales involucradas en la artesanía operaban esencialmente de la misma forma que los intermediarios locales anteriores que buscaron eliminar:

Si el INI provee de materia prima a las agrupadas y les compra su mercancía, hace de las tejedoras obreras a domicilio y se convierte en un intermediario con muchas ventajas, pues no tiene compromisos con las leyes de trabajo ni con la seguridad social. En nuestro ejemplo, el INI compraba entre 50 y 150 pesos al mes en mercancía a cada agrupada, lo que además pone de manifiesto lo exiguo de las compras y, por tanto, de los ingresos de esas tejedoras; en otras palabras, la miseria que acompaña a esta producción artesanal: en siete pesos valoraba el INI el trabajo invertido en dos días en cada servilleta. (Novelo, 1976, p. 57-8)

Si bien el precio que pagaba el INI para las piezas artesanales representaba mejoras sustantivas para las mujeres<sup>11</sup>, sólo beneficiaron a las mujeres que trabajaron con ello, y a ellas mediante compras y apoyos esporádicos que dependían de las políticas cambiantes de los sexenios y las demandas de consumidores. Luego existía otro grupo de mujeres quienes por un conjunto de factores perjudiciales -como el de tener que cuidar niños chiquitos, no contar con el apoyo de su esposo o el permiso de sus papás, de vivir lejos de los centros comerciales y administrativos de Los Altos, etc.- no lograron establecer contacto con estas nuevas agencias y actores en el mercado artesanal y estaban relegadas a vender a precios bajos a sus vecinos, bordando para encargos que empezaron a venir de maquiladoras de ropa en San Cristóbal, de forma independiente a turistas en las calles de San Cristóbal o con los comerciantes coletos del Real de Guadalupe (Imberton, 2020; Rus, 1990; Turok, 1978).

De esta manera, el éxito económico que alcanzaron las mujeres tsotsiles y tseltales al entrar en el comercio de textiles artesanales en los años 70 dependía de un abanico de factores sociales, geográficos y lingüísticos. Este nuevo trabajo, al mismo tiempo que se fundamentó sobre dinámicas preexistentes en las comunidades de Los Altos, como relaciones de parentesco y de género, las iba cambiando mediante nuevos arreglos laborales. En los años 80, estas nuevas dinámicas empezaron a sedimentar, dando lugar a nuevas solidaridades y nuevos conflictos.

### **2.3.3 Los grupos de producción y las cooperativas como campo de batalla**

Al igual que sus comienzos, la evolución del mercado artesanal en Los Altos de Chiapas estaba moldeada por situaciones políticas y económicas de gran escala y su eclosión en las dinámicas sociales locales de las comunidades tsotsiles y tseltales. La crisis nacional de 1982 frenó de forma abrupta el empleo que los hombres de Los Altos habían conseguido como albañiles en las obras públicas de construcción de refinerías, presas, carreteras, y puentes en Chiapas y Tabasco a finales de los años 70 (Rus, 2012, p. 40). Al mismo tiempo, había una caída en el empleo de indígenas en el cultivo de maíz que, en combinación con los alrededor de 100,000 guatemaltecos que llegaron a la región cafetalera del suroeste, hacía que los empleos jornaleros que los indígenas de Los Altos pudieron encontrar en los años 80 fueron cada vez menos y, por

---

<sup>11</sup>En el caso que cita Novelo, el INI compró las servilletas en siete pesos en vez de los dos que pagaban los comerciantes locales en Michoacán. En el caso de Los Altos, el precio se calculaba con base en el salario real del trabajo agrícola en la región, dado que el "cómputo utilizando el salario mínimo de la región se hacía solamente con fines científicos, ya que se había comprobado que aunque representaba el precio justo, su magnitud le precluye acceso al mercado" (Turok, 1978, p. 109).

la fuerte competencia, peor pagados (Rus, 2012)<sup>12</sup>. La situación desesperada de empleos en el cultivo de maíz y café llegó a su punto crítico al final de la década cuando los valores de ambos cultivos se desplomaron (Rus y Collier, 2002; Rus, 1995).

Esta situación hizo que las mujeres tsotsiles y tseltales no sólo complementaran los ingresos de sus esposos mediante la venta de sus productos artesanales, sino que varias se convirtieron en las únicas sostenedoras de su familia. El crecimiento explosivo de los números de mujeres en Los Altos que buscaron comercializar sus tejidos y bordados en esta época dio lugar a un conjunto diverso de cambios sociales y culturales en el seno de las comunidades. Al nivel del hogar, como fue evidenciado arriba en el testimonio de Maruch Gomes, había diversas reacciones por parte de los esposos. En medio de la crisis económica, los ingresos que aportaban las mujeres cobraban todavía más relevancia, ganando por un lado más aceptación dentro del hogar por ser en muchos casos la única opción viable para ganar dinero, y por el otro lado, emergiendo como una amenaza dentro de la comunidad a las relaciones y roles establecidos de género. De esta manera, los esposos de muchas mujeres adoptaron nuevos papeles, como describe Pascuala Gómez, otra mujer del municipio de Chamula:

Cuando nos casamos empezó a buscar trabajo en las comunidades, yo sólo me dedicaba a mi telar y lo vio también el Lucas que salía la venta de mis prendas y que ganaba más de cuando él salía a trabajar. Entonces, él comenzó a trabajar en la casa; molía, torteaba, hacía todo el trabajo de la casa y yo me dedicaba a tejer solamente (Gómez, 1995, citado en Gorza, 2006, p. 240)

Rus (1990, p. 3) recuerda que en sus conversaciones con mujeres de Chamula en esta época, una soltera decía que "no encontraba ninguna razón para casarse porque los hombres comían (y gastaban maíz) pero ya no podían mantener a sus familias". Al mismo tiempo que los esposos asumieron nuevos roles dentro de la economía doméstica, también había cambios en las pautas previas de nupcialidad. Según datos de los censos que levantó la antropóloga June Nash en el municipio tseltal de Amatenango, mientras en 1957, el 69% de las mujeres entre 15 y 20 años estaban casadas, en 1987, sólo el 18% de esta demográfica estaban casadas (Nash, 1993, p. 140). Aunque hay varios factores detrás de este cambio, el resultado fue que este grupo más amplio de mujeres solteras conformaba el grupo más productivo de artesanas (Nash, 2001, p. 91).

Si bien estos cambios respondían en gran parte a necesidades económicas y representaban adaptaciones a una nueva realidad laboral, provocaron reacciones hostiles por parte de las autoridades locales. El gobierno local dentro de varias comunidades tomó medidas

---

<sup>12</sup>El desplome en los precios mundiales del café en 1989 arrasó el trabajo en fincas cafetaleras: "De haber empleado a 30,000 trabajadores indígenas de Los Altos en 1980 (de un total de entre 80 y 90,000) emplearon quizás a 25,000 en 1983, a 15,000 en 1988, y aparentemente a ninguno después de 1990" (Rus, 2012, p. 43).

contra los vínculos que estaban formando las mujeres con personas fuera de la localidad que fueron vistos como amenazas a su autoridad y control social. Jan Rus (2012, p. 161-162) describe la reacción de las autoridades locales en el paraje Ch'ul Osil de Chamula frente la evolución del trabajo artesanal en esta época:

Los grupos artesanales como el de Ch'ul Osil habían sido tolerados mientras sólo consistían de círculos de mujeres que se reunían para tejer, cuidar a sus hijos y hacer alguna venta comunitaria. Pero cuando empezaron a tratar de ligarse con grupos parecidos de mujeres en otros municipios y, sobre todo, cuando empezaron a unirse a aquellos grupos para buscar asesoría y asistencia fuera del municipio, las acusaron de saltarse la autoridad del gobierno municipal de hacerse cargo de todas las relaciones con el exterior, con lo que minaban la solidaridad y seguridad colectiva de la comunidad. [...] En el caso de Ch'ul Osil, fue en 1984 que el ayuntamiento por primera vez regañó a los esposos de algunas de las artesanas por los posibles contactos de sus esposas con organizaciones protestantes y católico-liberacionistas que eran anatemas para la "tradición" Chamula, y les preguntaron que si acaso eran todavía lo suficientemente hombres (quizá en alusión al hecho de que muchos no habían tenido trabajo) para controlar a sus mujeres. [...] Mientras en 1982-83 los propios hombres de Ch'ul Osil se habían opuesto a que sus esposas ganaran dinero y estuvieran en contacto con ladinos y la ciudad, no obstante [...] para 1984 algunos ya habían ido a trabajar para ayudar a las mujeres de sus hogares a comercializar sus productos y no tenían para nada la intención de parar lo que ya era la principal fuente de ingresos de sus hogares.

Esta reacción por parte de las autoridades refleja las preocupaciones locales de una pérdida de control social y cultural frente a nuevas solidaridades -sea de nuevas sectas religiosas o de agrupaciones inter-municipales de mujeres artesanas. Pero también demuestra la manifestación local de las tensiones políticas que se habían agudizado en esta época.

En los años 80, se empezó un periodo de austeridad en el gasto público para cumplir con las condiciones impuestas por el Fondo Monetario Internacional (FMI) y de la implementación de políticas orientadas al mercado que dismantelaron los programas de apoyo destinados a campesinos. En este contexto político, se buscaron nuevas vías para conservar lealtad y conseguir votos. Las cooperativas de artesanas, por ser grupos ya organizados de mujeres indígenas, fueron usadas por varios actores políticos para este fin, o bien artesanas organizadas por el partido mismo<sup>13</sup>. En las campañas estatales y presidenciales del PRI, las cooperativas fueron cooptadas para atender a mítines y eventos organizados por los candidatos (Bautista, 2003; Castro, 2003; Novelo, 1979; Nash, 2001; Rus, 1990). Las artesanas "aceptaban ser acarreadas y 'exhibidas' en campañas políticas porque creían que, a cambio, alguien les iba a

---

<sup>13</sup>Artesanas de Chiapas, un grupo patrocinado por el PRI en Chenalho' en 1981 es un ejemplo de este último tipo de grupo (Eber y "Antonia", 2011, p. 124)

ayudar en la venta de sus productos" (Rus, 1990, p. 9). Esta política creó divisiones en las cooperativas y tensiones políticas dentro de las comunidades.

En el caso de J'pas Joloviletik (Las que Hacen el Tejido, en tsotsil), una cooperativa que llegó a tener más de 800 miembros de 9 municipios en Los Altos y que estuvo a cargo del INI hasta los años 90, varios promotores y profesores bilingües, quienes habían sido empoderados por el INI en los años anteriores, llegaron a ejercer control. En J'pas Joloviletik, estas figuras de poder incluían una mujer tseltal de Tenejapa quien fue instalada como una promotora bilingüe en la cooperativa y también una socia, María Peso, una mujer tsotsil monolingüe de Chenalho', y su hijo, un maestro bilingüe que ayudaba a su madre y llegó a tener mucho control político dentro de la cooperativa (Castro, 2003, p. 208). María Peso fue tomada por el PRI como símbolo de la cooperativa tanto como de las mujeres indígenas en Chiapas; recibía visitas de las figuras políticas importantes en las cooperativas y ayudaba a llevar mujeres a eventos del gobierno. Su hijo, aparte de su involucramiento en la cooperativa, era también el traductor oficial del gobernador de Chiapas en esta época. Como lo describe Yolanda Castro, cuando ella entró para evaluar y asesorar a la cooperativa, recibía resistencias por parte del hijo de María, quien intentó organizar a socias de Tenejapa y Chenalho' en su contra, lo cual escaló a llamadas de amenazas de muerte que sospechó venían del equipo vinculado con el gobierno del estado quien consideró la presencia de Castro como un desafío a su control de este espacio políticamente útil.

En la comunidad tseltal de Amatenango, Nash (2001, p. 98) relata el asesinato de Petrona López Bautista, la presidenta de una cooperativa de mujeres alfareras quien fue alentada por mujeres del PRI en la Ciudad de México a presentarse como candidata para presidenta del pueblo. Fue matada tras acusar al ex-presidente del pueblo de expropiar fondos. Dos años después de su asesinato, el presidente en turno dijo que fue necesario pararla porque estaba organizando a mujeres solteras o viudas, lo cual creaba disturbios en la unidad doméstica.

Estos diferentes relatos sobre las cooperativas y los grupos de producción en Los Altos demuestran las pugnas que surgieron en torno a estas formas de organización por transgredir roles tradicionales de género dentro de las comunidades, por un lado, y por el otro por desafiar el control y los canales de poder que habían establecidos los caciques locales. Como nota Garza Caligaris (2002, p. 128), la organización de mujeres en torno a la producción y venta de textiles se puede considerar "el eje de organización más antiguo de las mujeres en Chenalho'", el municipio tsotsil de Los Altos que ella estudiaba.

La razón de que estos grupos fueron vistos como campos políticos tiene que ver no sólo con estas dinámicas internas a las comunidades indígenas sino con los lazos que formaron con

actores fuera de ellas. Y de forma similar a las autoridades locales de las comunidades intentaron reforzar su control sobre estas organizaciones, los políticos nacionales y federales buscaron la manera de cooptarlas. El Programa Nacional de Solidaridad (PRONASOL) que se dio a conocer en 1989 formó parte de la estrategia de Salinas de Gortari para refrenar a organizaciones independientes y mantenerlas bajo el control y vigilancia del partido (Rus y Collier, 2002; Rus, 2012). Con respecto a las artesanas, bajo este programa se otorgaron apoyos y préstamos a cooperativas, además de Fondos Regionales que beneficiaron principalmente a indígenas y luego, en 1992, el Fondo Nacional de Empresas de Solidaridad (FONAES). Estos recursos fueron empleados según criterios clientelares, otorgándolos bajo la condición de que los beneficiarios sean o se conviertan en afiliados del PRI (Rus y Collier, 2002; Espinoza, 2009). En el caso de las artesanas de Ch'ul Osil, Chamula, el apoyo de PRONASOL terminó disolviendo el grupo de producción. Mediante el recién formado Desarrollo Integral de la Familia (DIF), a las mujeres del grupo se le ofrecieron préstamos y apoyo a cambio de integrarse a una cooperativa artesanal administrada por el gobierno (Rus, 2012, p. 169). Sin embargo, las ventas fueron pocas, las mujeres se quejaban de las reuniones que les obligaban a tener con los representantes del gobierno y los préstamos que recibían en forma de materia prima eran de baja calidad.

Tan sólo quince meses después de aceptar la ayuda del DIF y del PRONASOL, la organización informal que las mujeres habían criado a lo largo de los ochenta fracasó. Aunque muy pocas de ellas se cambiaron a otros grupos artesanales patrocinados por el gobierno, la mayoría se restringió a hacer trabajo de bordado mal pagado para los que maquilaban la confección de la ropa terminada (Rus, 2012, p. 169)

De esta forma, el apoyo coercitivo de estos programas gubernamentales intervino en las formas propias de organizarse de las mujeres, muchas veces dividiendo al grupo y ofreciendo ventajas para unas pocas. Nash (2001, p. 104) describe un suceso similar en una cooperativa grande de tejedoras que había movilizó a 200 de sus socias para un evento del candidato priista para gobernador de Chiapas, Patrocinio González Garrido. Una vez electo, su esposa fue instalada como la directora del DIF y, mediante su hermano, quien era el representante mexicano del Banco Mundial, ella consiguió un apoyo de 3 millones USD. Con este dinero, se invirtió en tiendas turísticas y se compró a artesanas individuales, no a las cooperativas, las cuales cobraban precios más elevados por los costos asociados con su operación.

Estas prácticas terminaron por crear rechazo entre muchas de las artesanas que el PRI y las autoridades locales pretendían controlar;

el efecto irónico del PRONASOL fue que muchos de los pobres redoblaron su búsqueda de fuentes 'independientes' de ayuda, y cada vez más se concebían a sí mismos no sólo enemigos de caciques locales, sino de los gobiernos estatal y

federal que mantenían a los caciques en el poder. Como ya era la situación en Chamula, en los municipios de toda la región aquellos que tuvieron malas experiencias con el PRONASOL, o que habían sido excluidos, cada vez más buscaban fuera de sus municipios ayuda de organizaciones regionales independientes. (Rus, 2012, p. 170)

En este contexto, se empezaron a formar fisuras dentro de las cooperativas y las comunidades entre las mujeres que se alinearon del PRI y los políticos locales y aquellas que se desilusionaron con su trato con el gobierno. Las pocas privilegiadas que cultivaron conexiones con el ayuntamiento local lograron asegurar ventas y, más adelante en la década de 1990, invitaciones a expoventas. Pascuala, una artesana de Zinacantán, asevera que en 1985, su mamá era la primera artesana que vendía a gente de fuera de la comunidad. Logró establecerse como artesana mediante la amistad que tenía el presidente municipal con su difunto padre y quien, cuando empezaron a venir turistas a Zinacantán, los dirigían a la casa de su mamá (Entrevista con Pascuala, Zinacantán, 15 de diciembre de 2021).

Otras artesanas estaban descontentas con los apoyos mínimos y condicionados del gobierno pero también con el manejo de las cooperativas más grandes de artesanas textiles, a saber, Sna Jolobil y J'pas Joloviletik. A finales de los años 80, empezaron a abandonarla artesanas de Sna Jolobil por el problema de esperar mucho tiempo para recibir el pago, forzando a las mujeres a esperar varios meses y gastar en hacer varias vueltas a la oficina en San Cristóbal desde su comunidad (Eber y "Antonia", 2011). Las mujeres empezaron a formar otros grupos, valiéndose de los contactos que tenían con empresarios, organizaciones y académicos. Tsobol Antsetik (Mujeres Unidas, en tsotsil), un colectivo que cuenta con 18 miembros, representa uno de estos grupos. Se formó a finales de la década de 1980 con el apoyo de Christine Eber, una investigadora estadounidense quien había vivido en la casa de una de las socias fundadoras durante su investigación y quien les ayudaba a vender sus productos en los Estados Unidos.

En el caso de J'pas Joloviletik, la pugna interna se intensificó sobre la dirección de la cooperativa entre personas afiliadas con el gobierno, varios de los cuales eran hombres parientes de artesanas y no las artesanas mismas, y el nuevo personal mestizo que había sido invitado por el INI a asesorar la cooperativa pero quienes terminaron por cortar lazos con la agencia para trabajar de forma más autónoma con el fin de poner el control y administración de la cooperativa en manos de las socias (Castro, 2003). Con el levantamiento zapatista en 1994, estas tensiones llegaron a un punto álgido y terminaron en la división de la cooperativa J'pas Joloviletik en tres: J'pas Joloviletik (Las que Hacen el Tejido), Jolom Mayaetik (Tejedoras Mayas) y Sta' Lelal (Cultura Maya).

## **2.4 El movimiento zapatista: nuevos actores y rutas en el comercio artesanal, 1994-2010**

El levantamiento zapatista en 1994 fue un suceso complejo, en donde resistencias regionales estaban imbricadas con situaciones nacionales. Como señalan Xóchitl Leyva y Gabriel Ascencio (2002, p. 174): “Existe consenso en afirmar que está en juego un problema de índole nacional: el papel asignado a la sociedad campesino-indígena en el contexto socioeconómico nacional, el desarrollo desigual de las regiones del país y la naturaleza de los espacios de participación democrática”. Leyva y Ascencio también señalan las bases de una solidaridad regional entre los indígenas de Chiapas que se había asentado anteriormente mediante la influencia de la Teología de la Liberación y su propagación de la palabra de Dios<sup>14</sup> tanto como el Congreso Indígena organizado en San Cristóbal en 1974 -con el apoyo de la Iglesia y, en particular, del obispo Samuel Ruíz-, ambos sucesos que habían engendrado lazos de hermandad que extendían más allá de los límites del pueblo indígena local, la primera a través de la religión y la segunda con base en la etnicidad. De esta forma, el EZLN representa un movimiento local y regional a la vez, en el cual se integra una solidaridad de clase, ideas religiosas, y nuevas identidades étnicas, pero también un acontecimiento que respondió a las políticas neoliberales adoptadas por México en esta época. Durante el periodo de la caída del precio del café en el mercado global antes mencionado y luego una baja en el del ganado del 1992 al 1993, el gobierno mexicano había adoptado una nueva política neoliberal de privatización. El Instituto Nacional Mexicano del Café (INMECAFE) que antes había desempeñado un papel central en la mercantilización y compra de café, no intervino para apoyar a los productores chiapanecos y durante el período 1989-1993 miles de pequeños productores abandonaron la producción cafetera (Harvey, 1995).

Los apoyos de PRONASOL antes mencionados contribuyeron también a las condiciones que desembocaron en el levantamiento del EZLN. Si bien "la pobreza, la desigualdad, la opresión, la discriminación sociocultural fueron causas intervinientes de primer orden; pero ni aun éstas explicaban, por sí solas, el alzamiento" (Díaz-Polanco, 2011, p. 156). Díaz-Polanco argumenta que los propósitos de control y el desplazamiento de organizaciones independientes y tradicionales que tenían PRONASOL, programa que también tuvo su mayor inversión en el estado de Chiapas, no traían los apoyos económicos necesitados por la población

---

<sup>14</sup>La Palabra de Dios es el término usado en varias comunidades indígenas en Chiapas para referirse a la iglesia católica bajo la dirección del obispo Samuel Ruíz e implica una lectura de la biblia fundamentada en una búsqueda por la justicia frente a la opresión y sufrimiento de la pobreza (Eber y Kovic, 2003).



indígena y tuvo el efecto de alienar aún más a los que no se habían sumado a los cuadros del partido.

Las mujeres tsotsiles y tseltales de Los Altos estuvieron íntimamente involucradas en estos acontecimientos económicos, sociales y políticos transversales. Como fue señalado arriba, el impulso original de carácter económico de formar grupos de producción y juntarse en cooperativas llevó a las artesanas a conectar con diversas personas de otras comunidades, estados y países. Esto a su vez perturbó a los caciques locales por formar nuevos canales de contacto fuera de la comunidad, además de nuevos roles de género, que retaron su control y poder. Esta transformación social y política ocurría al mismo tiempo que una transformación religiosa profunda dentro de las comunidades. El Instituto Lingüístico del Verano en Los Altos preparó el terreno para la conversión de una proporción importante de la población indígena, quienes eran expulsados en masa de varias comunidades<sup>15</sup>. La ideología de la Teología de la Liberación por su parte creó divisiones dentro de las comunidades entre sus seguidores y los católicos tradicionalistas (Eber, 2003; Ruiz, 2006).

El movimiento zapatista se articuló con estas divisiones, atrayendo seguidores de la palabra de Dios y aquellos que fueron marginados por las políticas neoliberales del PRI. La nueva división que se formó en las comunidades de Los Altos entre los seguidores del zapatismo, quienes se niegan a recibir apoyo del gobierno, y los no seguidores, se reprodujeron al seno de las cooperativas. 200 mujeres y el equipo de consejo de J'pas Joloviletik quienes fueron simpatizantes del zapatismo salieron en 1995 para formar la cooperativa Jolom Mayaetik (Castro, 2003). Las socias que se quedaron en J'pas Joloviletik querían mantener lazos con el INI, lo cual aseguraba un lugar para vender sus productos y la posibilidad de asistir a ferias nacionales (Castro, 2003, p. 214). A finales de la década otra facción de J'pas Joloviletik se separó de la cooperativa debido a disputas internas y problemas financieros y, con el apoyo de un representante del INI, formaron el grupo Sta' Lelal.

Tras el levantamiento zapatista, también proliferaron múltiples cooperativas de artesanas zapatistas en las comunidades tsotsiles y tseltales de Los Altos. Por ejemplo, Flor de Margarita, una artesana zapatista quien ya tenía la experiencia de formar la cooperativa Tsobol Antsetik, apoyó a mujeres refugiadas de Polho' durante el periodo de represión del ejército para formar su propio grupo colectivo y vender sus tejidos (Eber y "Antonia", 2011). Luego en 1996, Flor de

---

<sup>15</sup>La conversión al protestantismo representa una tendencia presente en todos los municipios de Los Altos, aunque varían las proporciones y las respuestas de las autoridades locales en los diferentes pueblos tsotsiles y tseltales. Según Castellanos (1988, p. 75): "La identidad étnica entre los tseltales de Tenejapa puede que sea la más fragmentada de la subregión. La división se refleja en la existencia de un 25% de la población protestante, un 31% católico y un 40% que 'no tiene religión' o de *costumbre*".

Margarita fundó otro grupo de producción colectiva, Xojobal K'ak'al, en su paraje de Tsabalho', Chenalho'. En 1997, se formó la cooperativa Mujeres por la Dignidad con una membresía de más de 500 mujeres zapatistas (Nachman, 2014) y se incorporaron ambos grupos en la cooperativa regional.

El movimiento zapatista posicionó Los Altos en el foco de atención mundial, atrayendo a muchos visitantes extranjeros a los pueblos donde había presencia de la organización zapatista, particularmente San Andrés Larráinzar y Chenalho'. Este nuevo turismo político hacia los pueblos indígenas abrió nuevas oportunidades de venta para las artesanas tsotsiles y tseltales, si eran zapatistas o no. Fidencia, 42 años, originaria del municipio de Larráinzar, empezó a vender sus piezas en este momento:

Me acuerdo que me dicen "no vayas a salir porque dice que viene gente de fuera" [...] Bueno aquí se dice en tzotzil, 'aliman' le dicen [...] Antes siempre dicen que roban niños, yo no lo creo. Entonces como yo nunca lo creí. ¡Al contrario! Llegaba la gente así, como ya empecé a hacer mi pieza así, como bolsas, como caminos, y así poco a poco, rebozo... terminaba mi pieza [...] Entonces de repente veía pasar la gente por la calle y le ofrecí a mi pieza. Como ya hablaba un poco el español -aunque medio, medio bien pero- yo le dije que si no compraban las piezas, si tengo una bolsa y llego a ofrecer mi bolsa. Pero como creo que nadie vendía artesanía más que nada, casi siempre, de vez en cuando que no lo vendo, casi siempre lo vendo mi pieza. [...] Y así sigo y sigo y sigo. Ya en el, creo que en el 94, 95, es que aquí fue lo del diálogo del Paz y de Reconciliación, no sé, eso de los zapatistas, y vino mucha gente de fuera de otros países y todo. Y entonces como ya tenía algunas piezas mías, otras eran de mi tía, otras... tantas señoras que venían antes y "¿Vas a vender tus piezas?" "Sí." "¿Puedes poner aquí mi pieza también?" me decían. "Bueno". Aunque yo ni la conocía, pero ellas me conocían las señoras. "Bueno a ver si se vende, vienes a preguntar tal día pues las pongo aquí tus piezas" [...] Anteriormente sí permitían pues allí enfrente de la iglesia, allí hay una banquita allí, ahí poníamos nuestras piezas con una amiga que estudiamos juntas en la secundaria: "Vamos a ir a vender nuestras piezas y como va a venir mucha gente." "¡Vamos!" dice también. [...] Y sí vendimos nuestras piezas. Lo que sí se vendía bien son puros huípiles de lana. Y había tanto frío acá y la lluvia y todo, y venía mucha gente y todo, ahí vendimos nuestras piezas. (Entrevista Fidencia, Larráinzar, 12 de marzo de 2022)

Este testimonio da cuenta no sólo de la novedad que representó tener foráneos en las comunidades en esta época, sino de cómo esta novedad incidió en el comercio artesanal. De forma independiente, Fidencia empezó a comercializar sus piezas, integrando poco a poco a otras mujeres interesadas en vender. De este inicio, ella estableció contacto con varias personas mestizas y extranjeras que se convirtieron en clientes que le hacen pedidos que enviaba por paquetería.

Mientras en algunos sentidos la llegada de estos extranjeros representa una segunda fase del turismo en la zona que surgió en los años 70, las simpatías políticas de los integrantes de este

nuevo influjo implicaban diferentes formas de intervenir en la región de Los Altos. Una característica propia de los extranjeros que llegaron en esta época a finales del siglo XX fue su solidaridad con el zapatismo, muchas veces mediada por ONG y organizaciones de la sociedad civil (OSC). Valga señalar que la presencia de ONG estuvo en alza en Chiapas desde mediados de la década de los 80, tras la crisis humanitaria provocada por llegada de refugiados guatemaltecos y la erupción del volcán Chichonal, ambos sucesos ocurridos en 1982 (González, 2002, 2007). Sin embargo, después del levantamiento, hubo una proliferación de nuevas ONG y, al mismo tiempo, la utilización de las organizaciones existentes<sup>16</sup> como conductos de apoyo internacional para el movimiento zapatista. Este apoyo se manifestó en términos económicos tanto como sociales, mediante financiamiento por entidades internacionales y un voluntariado extranjero que se acercó a la organización zapatista mediante estas entidades.

Antes de 1994, González (2002, p. 88) recalca que "la gran mayoría de organizaciones civiles carecían de financiamiento", lo cual fue un motivo para recurrir al gobierno estatal. En el panorama después de levantamiento, por la situación de la guerra de baja intensidad en Chiapas, recibir financiamiento del estado representaba una toma de partido. Este hecho constituyó una escisión entre las organizaciones entre quienes recibían fondos del gobierno y quienes no, contribuyendo a la consolidación de redes diferenciadas de ONG. Ricardo Iglesias, quien era integrante de una organización llamada Comité de Solidaridad de los Pueblos basado en las Islas Canarias, llegó a Chiapas en 1997 y trabajó como voluntario en los Campamentos Civiles por la Paz que organizaba el Centro de Derechos Humano Fray Bartolomé de Las Casas en las comunidades zapatistas. Después, continuó trabajando en varias ONG en San Cristóbal que apoyan a artesanías indígenas, como K'in al Antsetik (Tierra de Mujeres, en tseltal) y Aid to Artisans. Iglesias reflexionó sobre el panorama de financiamiento y vinculación en los años después del levantamiento:

Precisamente algo que ahora ya no está tan presente pero que en ese momento sí lo estaba, en la década de los 90 y posteriormente: las organizaciones no gubernamentales, las OSC, desarrollaron mucho en términos financieros vinculados a fondos de la cooperación internacional y no fondos gubernamentales. Porque el recibir fondos del gobierno en una situación de conflicto, especialmente los años 90 pero también en los primeros años de la primera década de este siglo, de 2001, 2002, 2003, los ponía en una

---

<sup>16</sup> González (2002, p. 156) nota que "[la] naturaleza entonces de las ONG que surgieron después de 1994 tiene como característica la defensa de los derechos humanos, el apoyo incondicional a las demandas indígenas, en particular a las del EZLN, su vinculación a temas que son la agenda 'global', esto es; el modelo de desarrollo que hoy disputa, recursos naturales, apertura de mercados, regionalización, etcétera." Algunas de las organizaciones ya existentes que se compaginaron con estas nuevas organizaciones incluyen el Centro de Derechos Humanos "Fray Bartolomé de Las Casas", fundado en 1989 y encabezado por el obispo Samuel Ruiz; la asociación civil Grupo de Mujeres de San Cristóbal, de donde nació K'in al Antsetik; Desarrollo Económico y Social de los Mexicanos Indígenas (DESMI); y Chi'iltak.

situación digamos de conflicto a la hora de desarrollar su trabajo porque de alguna manera se alineaban con las instancias de gobierno. Entonces, aunque sí existían organizaciones en Los Altos, las OSC, organizaciones no gubernamentales en Los Altos, que solicitaban fondos a programas gubernamentales, la mayor parte de ellas crecieron o desarrollaron su trabajo en contacto con la cooperación internacional que se interesó mucho por Chiapas. (Entrevista con Ricardo Iglesias, Zoom, 18 de marzo de 2022)

De esta forma, el zapatismo dio lugar a nuevos vínculos y canales de financiamiento entre organizaciones locales e internacionales, lo cual a su vez abrió nuevas vías comerciales para organizaciones de artesanas. En el caso de las artesanas zapatistas, varias organizaciones solidarias en los Estados Unidos y Europa tejían redes entre organizaciones y grupos de producción y realizaban ventas para apoyar al movimiento zapatista y a las mujeres indígenas. Este tipo de comercio fue impulsado por el compromiso social de las organizaciones extranjeras y sus clientes y su interés en promover el comercio justo. Algunos ejemplos de estos vínculos incluyen la relación entre Weaving for Justice, una asociación sin fines de lucro basada en Nuevo México en los EE. UU., que desde finales de la década de 1980 comercializa productos artesanales de la cooperativa zapatistas 'Tsobol Antsetik de Chenalho', las mujeres abejas de Jolom Luch Maya (Tejedoras y Bordadoras Mayas, en tsotsil) de Acteal, y la cooperativa zapatista coordinadora de Mujeres para la Dignidad basada en Oventic. La ONG K'injal Antsetik, A.C., se formó en 1995 con la intención de solicitar fondos de fundaciones y organizaciones internacionales y así apoyar a cooperativas de producción artesanal que las fundaciones suelen apoyar sólo a través de ONG intermediarias (Castro, 2003). Pasó a ser un enlace coordinador entre la cooperativa de artesanas textiles Jolom Mayaetik, originalmente formada por mujeres simpatizantes del EZLN, y fundaciones financiadoras. También había casos de extranjeros que buscaban apoyar al movimiento zapatista mediante la formación de tiendas de productos artesanales en San Cristóbal y la organización de ventas solidarias en el extranjero. Este fue el caso de la francesa Elsa Mocquet quien, mediante la ONG DESMI basada en San Cristóbal, fundó la organización y tienda La Milpa Textil en 2007 donde se venden productos de varios colectivos de artesanas zapatistas (Entrevista con Elsa Mocquet, Zoom, 10 de diciembre de 2021).

Estas nuevas redes organizacionales vinculaban financiamiento y ventas en el extranjero con la producción artesanal en la región de Los Altos. Si bien el turismo en la zona que empezó en la década de 1970 también creó oportunidades de venta internacional para algunas artesanas, el nuevo panorama de las organizaciones de la sociedad civil en Chiapas después del levantamiento zapatista representó vías comerciales más consolidadas, de mayor alcance y con

más financiamiento. Varias autoras aseveran que, a finales de los años 90, sin el apoyo externo de las ONG y otros grupos solidarios, las cooperativas en Chiapas no hubieran sobrevivido (Eber y Tanski, 2001; Rovira, 1997).

En 1993, cuando el gobierno se había enterado de la actividad guerrillera en Chiapas, y en los años que siguieron, la respuesta del gobierno era la de aumentar los fondos otorgados en la región mediante PRONASOL (Díaz-Polanco, 2011; Espinoza Flores, 2009). Esta canalización de fondos ascendió a "6 mil millones de dólares adicionales durante los tres años siguientes a 1994 en comparación con los tres años anteriores" (Rus, 2012, p. 172). Algunos de estos fondos- particularmente el Fondo Regional de Mujeres Indígenas de Los Altos y los administrados mediante el Fondo Nacional de Apoyo para las Empresas de Solidaridad (FONAES)- fueron otorgados a grupos de producción y cooperativas de artesanas en Chiapas. Las cooperativas J'pas Joloviletik y Sta' Lelal, una nueva cooperativa de mujeres que formó en 1999 con 60 mujeres que eran anteriormente socias de J'pas Joloviletik, recibieron fondos de ambos programas: en 1999, mediante FONAES, Sta' Lelal recibió \$47,000 pesos para equipo para su tienda y J'pas Joloviletik recibió \$100,000 para el acopio y comercialización de sus productos. En 2000, el Fondo Regional de Mujeres Indígenas a su vez otorgó un total de \$412,972 pesos a las dos cooperativas para el acopio y comercialización de sus productos artesanales, materias primas y molinos para nixtamal (INI, 2000). A partir de 1995, otras artesanas que no formaban parte de cooperativas pero ya tenían conexiones con el gobierno, accedieron a préstamos de alrededor de \$5,000 y \$10,000 pesos sin interés que les sirvieron para aumentar su producción (Entrevista con Pascuala, Zinacantán, 15 de diciembre de 2021).

En estos años también empezaron a participar en expoventas organizados por agencias gubernamentales tanto como partidos. Pascuala, una artesana de Zinacantán, recuerda su primera salida para vender fue en 1995 en una expoventa organizada por el Partido Verde. A partir de entonces, las expoventas se convirtieron en un componente importante del comercio de muchas artesanas ya que les permitían no solo vender sus productos, sino también llegar a clientes con tiendas en otras ciudades y países. El gobierno organiza expoventas de forma regular a través de FONART, la Secretaría de Cultura, la Secretaría de Economía, el SAT, la Secretaría de Turismo, el INI (actualmente el Instituto Nacional de Pueblos Indígenas, o INPI) y el DIF. El gobierno también inició proyectos y espacios de venta artesanales dentro de las comunidades de Los Altos. Estos incluyen, por ejemplo, un parador artesanal construido en 2005 en la entrada de la cabecera de San Andrés Larráinzar.

La proliferación de nuevos grupos de producción y cooperativas de artesanas durante esta época demuestra el efecto que tuvieron estos nuevos flujos de financiamiento que se dieron por un lado mediante OSC que recibían financiamiento de ONG y grupos solidarios internacionales y, por el otro, mediante el gobierno que buscaba debilitar al EZLN y recuperar control de las organizaciones independientes. A pesar de la brecha que se formó en este periodo entre las artesanas zapatistas y no zapatistas que afectaron las rutas comerciales que tomaron - a saber, recibir apoyo del gobierno o apoyo de OSC solidarias-, se puede atribuir al movimiento zapatista el hecho de haber colocado al centro la cuestión de la autonomía de los pueblos indígenas y los derechos de las mujeres, lo cual marcó de forma indeleble la región y, por extensión, el comercio artesanal de ahí en adelante. Las demandas zapatistas, concretas y explícitas sobre los derechos de las mujeres (a trabajar, a la educación, a tomar decisiones sobre su vida personal y a participar en decisiones sobre su comunidad<sup>17</sup>) y de justicia para los indígenas marginados, discriminados y subyugados desde hace 500 años a una pobreza atroz, suscitaron cambios radicales. Habitantes indígenas, incluso no zapatistas, de San Andrés Larráinzar, lugar donde se realizaron los acuerdos entre el EZLN y el gobierno, atribuyen al zapatismo la reivindicación de la dignidad de los pueblos indígenas que antes eran echados al olvido, y citan la pavimentación de carreteras después del levantamiento en el municipio como evidencia de esta transformación (Marcela Hernández, comunicación personal).

Uno de los cambios que afectó profundamente las dinámicas laborales en Los Altos fue el legado que dejó el zapatismo sobre las relaciones de género. Gabriela, 40, zapatista y representante de la tienda La Milpa textil, describe la experiencia de esta transformación en su pueblo natal tsotsil: Antes:

no hay un trabajo que así ganan las mujeres. Los hombres siempre trabajaban en las fincas, con los patrones, porque no había otra entrada económica digamos más que eso. Por eso estaban muy sometidos a lo que diga el hombre porque es el único que puede salir y puede traer el azúcar, la sal, entonces por eso... Que yo recuerdo una historia así bonita que tengan un colectivo donde trabajan y metan dinero también las mujeres, pues no, no. Mi único pues recuerdo es eso de si te encontraste con un buen hombre que no te pega, que no te golpea, pues sí, tal vez feliz. Y sino, pues, también. Porque me recuerdo de mis abuelos antes, pues una mujer no podía quedar sola. Se tiene que casar cómo sea. ¿Porque cómo vas a poder? ¿Por qué? Porque el hombre sale a trabajar, da dinero, hace la milpa, y la mujer pues no. Entonces a través de la reorganización zapatista es donde pues hay mucha gente que no la reconoce, pero sí realmente vimos el cambio que las mujeres también pueden meter dinero, pueden trabajar el campo, pueden hacer lo que hace el hombre. (Entrevista con Gabriela, San Cristóbal, 10 de diciembre de 2021)

---

<sup>17</sup> Véase *La Ley Revolucionaria de Mujeres* (EZLN, 1993).

El zapatismo produjo una transformación no sólo en las ideas sobre las actividades que pueden hacer las mujeres -trabajar en el campo, ganar dinero, salir de su casa y de la comunidad-, que se encapsula en la idea que expresa Gabriela más adelante de que "todos tenemos el mismo derecho y el mismo deber", sino también un cambio en la valoración del trabajo que antes se consideraba propio de las mujeres y, por lo tanto, intrascendente: "tal vez no aprendieron trabajar en el campo pero mira cuantas cosas saben hacer también. Cosa que antes no se le hacía valer eso. O sea, no tiene valor: 'eso es lujo de ellas', nada más, pero no tiene valor para meter dinero a la familia".

Es importante destacar la influencia zapatista en la defensa de los derechos de las mujeres en Los Altos de Chiapas. Como señala Anna María Garza Caligaris en su libro sobre género y conflicto en el municipio de Chenalho':

El proyecto del EZLN para muchas mujeres indígenas significó una oportunidad para cuestionar "costumbres malas", para hablar de derechos: el decidir sobre su cuerpo, el respeto y la no violencia contra ellas, el trabajo y la remuneración justa, la toma compartida de decisiones a nivel familiar, en localidades y organizaciones, la corresponsabilidad en las tareas domésticas y la crianza de los hijos. (Garza, 2002, p. 142)

Hasta la fecha, muchas de las mujeres artesanas tsotsiles y tseltales hacen referencia a sus derechos en este sentido: que ellas y su labor valen igual que los hombres y su trabajo. Que tienen el derecho de salir, de recibir una educación, de tomar decisiones sobre casarse y tener hijos. El zapatismo no fue la única fuente de estas nociones de derechos de las mujeres en los años noventa, pero fue una de las más fructíferas. En un mapeo de las organizaciones de mujeres registradas en Chiapas realizado en 2016, sólo cuatro de las 14 organizaciones fueron fundadas antes de 1994, lo que recalca la importancia del movimiento zapatista en este sentido (Olivera et al., 2016, p. 47-9).

**CAPÍTULO 3**  
**UN NUEVO MERCADO ARTESANAL EN LOS**  
**ALTOS: EL CAMPO COMERCIAL NACIONAL**  
**E INTERNACIONAL PARA LA ARTESANÍA**  
**TEXTIL, 2010-PRESENTE**



La historia comercial de la artesanía en Los Altos, como el recorrido del capítulo anterior demuestra, no es una historia que se limita a un grupo estático de actores ni a un campo puramente económico de actividad. La comercialización de productos artesanales fue el resultado de un abanico de factores que impactaron la vida familiar y entorno social de las artesanas. Estos factores incluyen cambios en los hombres tsotsiles y tseltales (que fueron afectados a su vez por la economía nacional, el precio del café y proyectos de infraestructura regional); una política nacional de apoyar proyectos de producción en cooperativas; el surgimiento de turismo en la región; y el involucramiento de antropólogos y activistas que promovieron ventas solidarias. La complejidad de estas relaciones transversales y entrelazadas demuestra la futilidad de intentar relatar un cuento único y linear de la producción y comercialización actual de la artesanía en Los Altos de Chiapas. La venta de productos artesanales a nuevos consumidores implica no sólo un movimiento de bienes, sino el establecimiento de nuevas relaciones entre las artesanas y otros productores, comerciantes y compradores y la reconfiguración de relaciones establecidas.

En este capítulo, pretendo identificar primero quiénes son los actores principales que conforman el campo de este nuevo mercado nacional e internacional para la artesanía textil. Busco responder en los primeros apartados a la pregunta general de cómo se ha creado este nuevo mercado y por quiénes. Si bien la producción artesanal forzosamente depende de las artesanas, igual que las industrias en otros sectores dependen de los obreros, no son ellas ni sus grupos de producción que dirigen la organización y actividades económicas en este campo sino otros tipos de corporaciones. Pertenecen a cuatro categorías generales: 1) ONG; 2) cooperativas; 3) agencias gubernamentales; 4) marcas o colectivos. Los considero los actores principales porque dirigen el movimiento del grueso del capital en el mercado y coordinan los procesos de producción. Como argumentaré a continuación, se pueden entender estas entidades como distintos tipos de intermediarios: son diferentes organizaciones que conectan los productores que son las artesanas con clientes ubicados principalmente en ciudades nacionales e internacionales. Mientras algunos de estos actores estuvieron presentes en la etapa anterior de la creación del mercado nacional para la artesanía que fue impulsado por el gobierno en los años 80—a saber, las cooperativas y las agencias gubernamentales— otros son nuevos y su llegada ha implicado cambios sustanciales en la organización y carácter del mercado.

De acuerdo con Fligstein y Bourdieu, los actores dentro del campo no tienen el mismo poder. La lógica particular del campo refleja los intereses y las perspectivas de los actores que ocupan posiciones dominantes en él. En cambio, los integrantes del campo con menor poder

tienen menos influencia en la lógica dominante en el mercado, aunque tienen que adaptarse a ella de todas formas. Como nota Fligstein, la lógica institucional del campo es rara vez compartida completamente por todos los actores en la misma medida. Analizaré las posiciones de los diferentes actores y la lógica dominante en él con mayor profundidad en el Capítulo 7.

### **3.1 La época de las ONG, 2010-presente**

Hoy en día, San Cristóbal de Las Casas alberga más de 100 organizaciones de la sociedad civil, llevándola a ser caracterizada como “la capital de las ONG” (González, 2007, p. 444). Si bien la presencia inicial de algunas de estas organizaciones se debe a su solidaridad con el movimiento zapatista, ahora constituye un campo filantrópico y económico aparte. Existe una amplia gama de organizaciones que trabajan con artesanas tsotsiles y tseltales en cuanto a su tamaño, misión y trayectorias. En mi trabajo de campo, identifiqué 14 organizaciones principales involucradas en proyectos de comercialización de artesanía textil en Los Altos (véase el Cuadro 2). Van de asociaciones civiles que han tenido presencia en la zona desde los años 90 como el Colectivo Feminista Mercedes Olivera y Bustamante (COFEMO), K’inál Antsetik, y la Institución de Asistencia Privada Fundación León XIII a organizaciones como Aid to Artisans (ATA) e Impacto cuya llegada en Los Altos data de la década del 2010. Algunas son chicas - COFEMO por ejemplo cuenta con 10 empleadas en total— mientras que otras, como ATA, forman parte de organizaciones internacionales que tienen proyectos con artesanas en más de 100 países.

Algunas organizaciones, como ATA e Impacto, sirven como puente entre marcas ubicadas en otras ciudades y países y grupos de artesanas que reclutan de Los Altos. Estas organizaciones se encargan del trabajo de coordinación y comunicación entre las artesanas y los clientes. Impacto toma un porcentaje de 15% de las ventas de las artesanas por este trabajo, más la revisión de las piezas que las artesanas realizan antes de entregarlas a los clientes. Organizan talleres para las artesanas que les capaciten en habilidades técnicas que sirven en la realización de pedidos para estos nuevos clientes, como talleres de corte y confección y combinación de colores, además de otros talleres dirigidos al desarrollo de otras capacidades y valoraciones más abstractas, como el liderazgo, la autoestima y los derechos humanos. La ONG internacional The Hunger Project, quien ha trabajado desde hace 10 años con la cooperativa J’pas Joloviletik y empieza a involucrarse con otros grupos de artesanas, tiene una forma similar de trabajar con artesanas aunque está menos enfocado en la comercialización de productos y más centrado en “fortalecer el liderazgo” de las mujeres. Otras organizaciones desarrollan su propia línea de prendas textiles junta con una cooperativa de artesanas, como COFEMO con la cooperativa que

formó Jolob Jlumaltik y K'in al Antsetik con su cooperativa asociada Jolom Mayaetik. Y otras tienen tiendas físicas (Na Bolom) o en línea (León XIII con su sitio Kitzin) en donde venden productos que compran de artesanas. Red Niu Matat Napawika desempeña una mezcla de estas funciones, dándoles talleres a las artesanas, conectándoles con clientes foráneos y también vendiendo sus artículos en su tienda en línea Matat. Finalmente, Ensamble Artesano, una iniciativa de reactivación económica liderada por la Fundación Haciendas del Mundo Maya y Taller Maya para ayudar a artesanos mexicanos afectados por la pandemia, vende productos artesanales en una plataforma en línea, colaborando con ATA, Impacto, Fundación León XIII, y la Red Niu Matat Napawika, además de varias cooperativas y marcas ubicadas en Chiapas y en otros estados.

|                                                                                                |                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ONG                                                                                            | <i>Local</i>         | <b>Colectivo Feminista Mercedes Olivera y Bustamante COFEMO*</b><br>Centro de Textiles del Mundo Maya<br>Desarrollo Económico y Social de los Mexicanos Indígenas (DESMI)<br>Foro para el Desarrollo Sustentable<br>Huellas que Transcienden<br>Impacto<br>K'in al Antsetik (Tierra de Mujeres)<br>Na Bolom (Casa del Jaguar) |
|                                                                                                | <i>Nacional</i>      | Fundación León XIII<br>Ensamble Artesano                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|                                                                                                | <i>Internacional</i> | Aid to Artisans (ATA)<br>Natik (Nuestra Casa)<br>Red Binacional Niu Matat Napawika<br><b>The Hunger Project</b>                                                                                                                                                                                                               |
| *Están resaltadas en verde las organizaciones que observé directamente en mi trabajo de campo. |                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |

Cuadro 2 Las ONG protagonistas en el comercio textil artesanal en Los Altos de Chiapas.

A pesar de la diversidad de estas organizaciones y sus diferentes proyectos de comercialización de la artesanía textil en Los Altos, existe una convergencia entre ellas en su misión de conectar artesanas con un mercado nacional y global por sus productos y promover el desarrollo sustentable en sus comunidades. A diferencia de las iniciativas de apoyo y asesoría de las artesanas llevadas a cabo por las agencias gubernamentales como el INI, FONART, y el DIF el último cuarto de siglo en Los Altos de Chiapas, las ONG que se han vuelto protagónicas en el comercio artesanal de la zona ya no se centran únicamente en el desarrollo económico, sino en un desarrollo basado en lo social. Esto incluye el enfoque de género, muchas veces expresado

como el "empoderamiento de las mujeres", y un énfasis en el desarrollo vinculado con la comunidad de origen de las artesanas, a menudo descrito en los términos de "autonomía económica" y "desarrollo local sostenible".

Julia Elyachar (2015) nota como el auge de las ONG en los movimientos de solidaridad en el sur global a finales del siglo XX -justo como aquello que surgió en San Cristóbal tras el levantamiento zapatista- asentó las bases para una infraestructura comunicativa y financiera que ahora se está aprovechando para la realización de estos proyectos económicos y sociales. No obstante, la nueva centralidad de las ONG en la comercialización de la artesanía en Los Altos tanto como la convergencia ideológica de sus proyectos no representan una sencilla evolución de las actividades que desempeñaron estas mismas organizaciones hace 20 años. Si bien el financiamiento de grupos de solidaridad internacional todavía existe, el involucramiento de nuevos financiadores ha cambiado el enfoque de los proyectos llevados a cabo por las ONG.

Uno de los más prominentes entre estos nuevos financiadores en Los Altos de Chiapas es la Fundación Kellogg. En 2010, la Fundación Kellogg, una de las fundaciones más grandes del mundo, destinó recursos a proyectos sociales en regiones con altos niveles de pobreza en Chiapas y Yucatán. Si bien estaban (y están todavía) presentes varias financiadoras internacionales desde los años 90 -la Fundación MacArthur, la Interamerican Foundation (IAF), la Fundación Ford, además de diferentes agencias de cooperación para el desarrollo de países europeos (española, alemana, italiana)- el financiamiento de la Fundación Kellogg ha tenido un impacto notable en el campo del comercio artesanal de Los Altos de Chiapas. Ricardo Iglesias, que ha trabajado durante las últimas dos décadas en ONG basadas en San Cristóbal, caracteriza la llegada de la Fundación Kellogg, que "ya había tenido una presencia puntual pero se desarrolla su trabajo a partir del año 2011-2012", como "una segunda etapa en términos políticos en la historia del estado y frente a otras financiadoras". Mientras las financiadoras anteriores tenían un perfil más "político" la Fundación Kellogg hace un "planteamiento territorializado". Es decir, "que en el caso de México, solo opera geográficamente con proyectos que estén en Los Altos de Chiapas, entre los municipios con más bajo índice de desarrollo humano".

La presencia de organizaciones ahora protagónicas en la producción y el comercio de los textiles artesanales, particularmente Aid to Artisans (ATA), se debe en gran parte a esta inversión de Kellogg.

En este momento desde prácticamente desde 2011-2012, en que van ampliando su presencia y su financiamiento, yo diría que ahora mismo debe haber [...] seguramente más de 30 a 40 organizaciones con sede en San Cristóbal o aquí en Chiapas que reciben financiamiento directamente de la Fundación Kellogg [...] Algunas organizaciones son

organizaciones de carácter internacional que [...] de alguna manera su presencia en Chiapas está directamente vinculada a la obtención de fondos de la Fundación Kellogg [...]

La fundación Kellogg cuando empieza a trabajar en Chiapas hace una apuesta por las organizaciones que ya estaban presentes aquí, pero su financiamiento sirve también como banderín de enganche, como el llamado para que organizaciones de fuera del estado, incluso organizaciones de carácter internacional como ATA, como Aid to Artisans, que digan "Ah bueno, Chiapas es de nuestro interés porque vamos a llegar a Chiapas a trabajar ya con un financiamiento de la Fundación Kellogg que va a ser nuestra plataforma para trabajar en Chiapas". (Entrevista con Ricardo Iglesias, Zoom, 18 de marzo de 2022)

Kellogg, por lo tanto, no solo ha moldeado los proyectos de las ONG que ya estaban presentes en Chiapas, sino ha atraído otras organizaciones a la zona por el financiamiento que canalizó a Los Altos. Además de ATA, casi todas las OSC importantes que trabajan con artesanas en Los Altos -ofreciendo talleres de capacitación de corte y confección, sobre derechos, y que sirven como enlace con marcas y diseñadores en México y el extranjero- reciben financiamiento de la Fundación Kellogg. Estas incluyen Impacto Textil (que también llegó a San Cristóbal en el año 2012), K'in al Antsetik, el Colectivo Feminista Mercedes Olivera (COFEMO), la Red Binacional de Mujeres Artesanas Niu Matat Napawika A.C., y la Fundación León XIII, I.A.P. Tan sólo entre los años 2020 y 2022, estas organizaciones recibieron un total combinado de \$1,275,000 USD de la Fundación Kellogg (W. K. Kellogg Foundation, 2022). Expandiendo el marco temporal a los últimos seis años (2018-2024), la Fundación Kellogg ha donado más de seis millones de dólares a estas mismas seis organizaciones para proyectos de desarrollo sostenible con artesanas en Los Altos (W. K. Kellogg Foundation, 2024).

Además de la promoción de proyectos y actividades orientadas a las artesanas que conlleva esta inversión masiva, la Fundación Kellogg propulsa la vinculación organizacional entre los beneficiarios de sus donativos. Por esta razón, en 2013, se formó un Círculo de Organizaciones Aliadas de los Altos de Chiapas, conformado por donatarias de la Fundación Kellogg (IDESMAC, s.f.). De esta manera, Kellogg, gracias a su financiamiento, también ha promovido la coordinación y convergencia entre proyectos textiles entre diferentes ONG. Esta coordinación fue evidente en el proceso de la conformación que organizó COFEMO de una nueva cooperativa de artesanas en 2022, que buscó de forma deliberada asesoría sobre estrategias de promoción y comercialización de sus productos de otras organizaciones como K'in al Antsetik e Impacto Textil por pertenecer al Círculo de Aliadas.

La Fundación Kellogg, además del financiamiento que otorga a las organizaciones, ofrece fondos específicos adicionales para este tipo de colaboraciones con el fin de crear y

fortalecer alianzas entre OSC (Entrevista con Ricardo Iglesias, Zoom, 18 de marzo de 2022). A este respecto, el papel de financiador que desempeña Kellogg no se limita a movilizar capital, sino comprende también dirigir dónde y cómo las ONG van a utilizar el dinero que les donaron. De esta manera, las redes formadas mediante proyectos del desarrollo sostenible de la producción artesanal no son simples conexiones comerciales, sino circuitos transnacionales que forman nuevos lazos entre diversos actores y cuyas trayectorias están encarriladas por estas instituciones financieras.

Resalto la Fundación Kellogg por su inversión masiva y reciente en Los Altos y la referencia reiterada a ella que observé en varios de las organizaciones que observé y entrevisté. Sin embargo, la Fundación Kellogg no representa un caso único, sino más bien forma parte de un grupo de donadores que han ejercido una influencia clave en la formación del campo comercial para las artesanías en Los Altos. Vale la pena recalcar esta influencia porque desmiente la idea de que los grupos artesanales y este mercado particular en Los Altos han surgido de demandas completamente locales o de las dinámicas neutrales de demanda y oferta. Estas fundaciones influyen en los enfoques de los proyectos que proponen las ONG, sus objetivos y sus métodos para realizarlos. Su influencia no termina con el otorgamiento de fondos sino se extiende mediante los requisitos de la rendición de cuentas e informes de parte de las ONG, además de las nuevas iniciativas mencionadas arriba de compaginar las actividades de diferentes organizaciones recipientes de fondos. Victoria Bernal (2017), quien estudia las redes de ONG y donadores en Tanzania, usa el término del “régimen de donadores internacionales” para caracterizar la convergencia en las prácticas entre estas fundaciones y su influencia sobre qué asuntos políticos, sociales y económicos reciben atención y financiamiento. Para recibir financiamiento, las ONG tienen que proponer proyectos que encajan con los intereses de este régimen de donadores. Por lo tanto, la convergencia entre los enfoques y las actividades de las ONG que trabajan con artesanías en Los Altos no es el resultado de ósmosis difuminado entre organizaciones sino el producto de redes financieras concretas y la institucionalización de prácticas a través de ellas.

Sin embargo, aunque las ONG ajustan sus propuestas y actividades a las especificaciones de estos donadores, no son meros peones controlados por estas entidades internacionales. La labor que hacen de traducir y aterrizar las demandas de estas agencias globales al contexto local donde realizan sus proyectos se asemeja más a un trabajo de intermediación. En el caso de la comercialización de la artesanía en Los Altos, esta intermediación ocurre entre tres lados: por un lado, las ONG reciben financiamiento y adaptan sus actividades a las demandas de los

donadores internacionales; por el otro lado, localizan diferentes grupos de artesanas – a veces cooperativas que ellas mismas forman o grupos informales más pequeños— y tienen que adaptar los proyectos que habían logrado financiar a las demandas y realidades concretas de las mujeres bordadoras y tejedoras; y finalmente, tienen que tomar en cuenta un tercer grupo, los clientes y consumidores a los cuales están destinados los productos artesanales.

Las ONG desempeñan un papel clave al vincular los donadores, productores y consumidores que participan en este nuevo mercado para los textiles artesanales en Los Altos. Sin embargo, a pesar de la fuerte influencia que ejercen fundaciones como Kellogg y las redes particulares que tejen entre ONG en Los Altos, no son los únicos actores importantes que se encuentran dentro de este nuevo mercado. Coexisten juntos y a veces colaboran con las cooperativas de artesanas y las agencias gubernamentales que apoyaron su formación en los años 70-90.

### 3.1.1 Agencias gubernamentales

Si bien el financiamiento de la Fundación Kellogg tanto como de otras organizaciones financieras como Fundemex y Promujer han fortalecido y también transformado la presencia de las ONG en Los Altos, estas organizaciones no han remplazado por completo al estado como impulsor de actividades artesanales. Las agencias principales que desempeñan este papel de promotor de la artesanía son el Instituto Casa de las Artesanías de Chiapas (Icadech) y FONART. Icadech, referido por las artesanas como Casa Chiapas, compra piezas de las artesanas y brinda apoyos en la forma de materias primas y organiza talleres que fomentan el emprendimiento y la igualdad de género. FONART, por su parte, lleva a cabo una compra anual de productos artesanales. Según las artesanas que entrevisté que están invitadas a esta compra anual, los integrantes de su grupo perciben un monto de entre \$3,000 a \$12,000 pesos cada una.

|                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Agencia gubernamental</b>                                                                          | FONART<br><b>Instituto Casa de las Artesanías (Icadech)*</b><br>DIF<br>Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas (INPI)<br><b>Secretaría de Igualdad de Género (SEIGEN)</b><br>Secretaría de Economía<br>Secretaría de Turismo (Sectur) |
| <i>*Están resaltadas en verde las organizaciones que observé directamente en mi trabajo de campo.</i> |                                                                                                                                                                                                                                           |

*Cuadro 3 Las principales agencias gubernamentales involucrados en el comercio textil artesanal en Los Altos de Chiapas.*

Icadech y FONART también organizan concursos artesanales que premian los artesanos ganadores y compran productos de las artesanas de la región. Uno de los concursos principales para las artesanas de Los Altos es el “Fray Bartolomé de las Casas”, un concurso estatal de artesanías en Chiapas que recibe fondos de Icadech tanto como de FONART, otorgan premios que van de \$2,500 y \$39,000 pesos a las piezas artesanales ganadoras. Si bien Icadech y FONART operan de forma separada -la primera a nivel estatal y la segunda al nivel federal- existe una fuerte vinculación entre los dos. Icadech tiene un Padrón Artesanal con el registro de personas artesanas del estado, lo cual sirve a las artesanas cuando desean entrar en concursos nacionales organizados por FONART (Entrevista con Anastasia, Pantelho’, 04 de agosto de 2022). FONART también recurre a Icadech para identificar artesanas cuando hacen sus compras anuales en el estado. El DIF estatal también sigue involucrado en la promoción artesanal mediante expoventas en Tuxtla y algunos puntos de venta de productos artesanales, como la Cafetería Marca Chiapas que se ubica en el Aeropuerto Internacional Ángel Albino Corzo.

Varias de las artesanas entrevistadas notaron que el número de expoventas organizadas por agencias gubernamentales ha bajado en años recientes. Artesanas que antes salían a expoventas organizadas por el Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI), por ejemplo, dijeron que el Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas (INPI), el órgano que lo sustituyó en el sexenio de López Obrador, ya no organizan estos eventos. Otras artesanas también recuerdan una época dorada de apoyo de gobierno, y rememoran sobre periodos anteriores de recibir préstamos sin interés y gozar de buenas relaciones personales con el secretario del CDI. Pascuala, cuya madre era una de las primeras artesanas en vender productos a personas de fuera de Zinacantán, contó que tenía conexiones en la presidencia municipal que le llevó a conocer personalmente al secretario de Pueblos Indígenas. Este les concedía préstamos sin interés de \$5,000 o \$10,000 pesos y los llevaba a eventos en la Ciudad de México. Durante el sexenio de Peña Nieto, la Secretaría de Turismo (Sectur) del estado de Chiapas también apoyó a algunas artesanas para asistir a ferias en Alemania, España y Francia (comunicación personal, María López, 2024).

Mientras que algunos de estos apoyos anteriores que beneficiaron ciertas artesanas se vieron mermados por los cambios de gobierno en los últimos seis años, la Secretaria de Cultura ha organizado otras iniciativas nuevas. Entre ellas se destaca Original, un evento anual inaugurado en 2021 que tiene lugar en el Complejo Cultural Los Pinos en donde se invitan artesanos y artesanas de todo el país a vender sus productos y participar en talleres, demostraciones y pasarelas. En 2023, más de 1,100 artesanos fueron invitados. Entre ellos, 45



fueron artesanos textiles de pueblos tsotsiles y tseltales de Los Altos de Chiapas, que incluyen 10 artesanos que había entrevistado en mi trabajo de campo. La mayoría, aunque no todas, de las artesanas que habían recibido apoyo del CDI también fueron invitadas a Original. Luego, había otras artesanas que no habían participado antes en las ferias organizadas por el gobierno y recibían por primera vez invitación a participar en Original. En 2024, varias artesanas de Chiapas también fueron invitadas a participar en la Expo de los Pueblos Indígenas que fue organizada por el INPI. Por lo tanto, aunque algunas agencias estatales y federales han ofrecido menos recursos en la promoción y comercialización de artesanía en Los Altos, hay otras nuevas iniciativas que involucran a artesanas sin relaciones institucionales anteriores tanto como a artesanas que había gozado de reconocimiento e invitaciones en estos proyectos gubernamentales anteriores.

### **3.1.2 Cooperativas**

Aunque en las descripciones de las asociaciones de artesanas suelen confundirse las referencias a cooperativas y colectivos, las cooperativas se refieren a una entidad jurídica de carácter diferente a las demás sociedades económicas. Su carácter legal y jurídico particular se basa en principios que orientan su funcionamiento, como el de ayuda mutua y la gestión democrática, y conlleva requisitos respecto a su organización y operaciones, como la obligación de los socios de asistir a las asambleas generales y la existencia de un consejo administrativo formado por integrantes nombrados por los socios (Valenzuela, 2018). Las cooperativas representaban la forma más común de comercializar productos artesanales a finales del siglo XX y siguen siendo actores importantes en el comercio artesanal en Chiapas, pero con una forma sustancialmente adaptada desde sus inicios en las décadas de los 70 y 80. Antes, la apuesta del gobierno como medio de desarrollo económico en las comunidades pobres hizo que las cooperativas sufrieran el clientelismo que acompañaba al apoyo que el gobierno brindaba en los años noventa. Este apoyo coercitivo contribuyó a que algunos individuos se apropiaran de los recursos destinados a la cooperativa y sembró desconfianza entre las socias. En J'pas Joloviletik, la presidenta actual, Rosa Pérez, cuya madre y abuela fueron fundadoras de la cooperativa, cuenta cómo las socias llegaron a los golpes cuando se enteraron de que el INI les daba ayuda con materiales, pero la representante del grupo se quedó con todo y nunca informó a las otras socias. A raíz de este incidente, de las 35 socias que empezaron en Nachig, 10 salieron. Por su parte, Tsobolotic Ta Abtel (Unidas en el Trabajo, en tsotsil), una cooperativa que absorbió a las mujeres que se separaron de J'pas Joloviletik en 1999, llegó a contar con 900 socias en 2004 según el testimonio de Teresa Ruíz, asesora que trabajaba con la cooperativa desde entonces. La

cooperativa mantenía contacto directo con funcionarios del INI y recibía fondos anuales a través de ellos, principalmente mediante el Fondo Regional de Mujeres Indígenas. Sin embargo, al haber logrado cierto tamaño y éxito comercial, dejaron de ser elegibles para recibir esta ayuda y, por lo tanto, empezaron a buscar fondos con otras entidades gubernamentales. En ese momento, una de las asesoras de la cooperativa, junto con su esposo, empezó a gestionar proyectos que sacaban del gobierno sin informar al comité directivo y a malversar los recursos. Rosa Gómez, integrante de la cooperativa, recuerda que la asesora mandó a "su muchacha" a una reunión para un proyecto con la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (SAGARPA), haciéndola pasar por integrante de la cooperativa. En otra reunión para el mismo proyecto la asesora, quien era mestiza, asistió vestida con el traje tradicional de Chenalho' para aparentar ser una de las socias indígenas. Estos manejos condujeron a una división interna que terminó con la disolución de la cooperativa en 2010 (Entrevista con Rosa Gómez y Teresa Ruíz, San Cristóbal, 31 de marzo de 2022).

|                                                                                                       |                                                                                                                                                                       |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Cooperativa</b>                                                                                    | <b>J'pas Joloviletik (Las que Hacen el Tejido)*</b><br>Jolom Mayaetik (Tejedoras Mayas)<br><b>Jolob Jlumaltik (Tejiendo Territorios)</b><br>Mujeres Sembrando la Vida |
| <b>Cooperativas que se convirtieron en A.C.</b>                                                       | Sna Jolobil (Casa del Tejido)<br>Sta' Lelal (Cultura Maya)                                                                                                            |
| <i>*Están resaltadas en verde las organizaciones que observé directamente en mi trabajo de campo.</i> |                                                                                                                                                                       |

*Cuadro 4 Las cooperativas registradas de artesanas textiles en Los Altos de Chiapas (y también cooperativas que se convirtieron en A.C.).*

Aunque varias de estas cooperativas siguen existiendo, ya no reciben apoyo del gobierno. Este hecho, junto con la pandemia y las bajas ventas de los últimos años, ha provocado que muchas socias se den de baja. Este declive se pone de manifiesto en los siguientes tres ejemplos: Sta' Lelal, que anteriormente pertenecía a Tsobolotic Ta Abtel, la cooperativa formada en 2000 con el apoyo del INI y los fondos regionales mencionados anteriormente, se separó de la cooperativa de 900 socias en 2010. En 2017, contaba con solo 56 socias y, actualmente, en 2024, tiene una membresía de solo 43 (Cruz, 2018).

J'pas Joloviletik, que se formó con 814 socias en 1987, tenía 240 socias antes de la pandemia. En 2022, solo contaba con alrededor de 100 socias y, en mi última visita a la cooperativa en 2023, este número había bajado a 63 socias.

Finalmente, Mujeres Sembrando la Vida, un grupo formado en Zinacantán en 1990 y legalizado como cooperativa en 2008, también sufrió un descenso significativo en su membresía.

Mientras que en 2011 contaba con 200 mujeres, en 2023 solo contaba con 80 (Entrevista con Xunka, Zinacantán, 9 de octubre de 2023). Las hermanas Yoli y Xunka, que son las cofundadoras de la cooperativa, también mencionaron que están pensando en convertirse en una A.C. para facilitar la recepción de donaciones.

Sin embargo, a pesar de que han dejado de ser la principal vía de comercialización, las cooperativas siguen teniendo una presencia importante en el comercio artesanal de la región. Jolom Mayaetik, fundada en 1995, cuenta actualmente con alrededor de 250 socias de cinco municipios de Los Altos. Y en 2022, la ONG COFEMO impulsó la formación de una nueva cooperativa, Jolob Jlumaltik, formada por 80 artesanas de cuatro municipios de Los Altos. La formación de esta nueva cooperativa, el éxito continuado de Jolom Mayaetik, que cuenta con el apoyo de la ONG K'in al Antsetik, y el interés de Mujeres Sembrando la Vida de convertirse en A.C. son indicios de las transformaciones que han experimentado el mercado nacional e internacional para la artesanía en Los Altos en las últimas décadas. A pesar de la relevancia continuada de las agencias gubernamentales en la organización de ventas y ferias, el centro de gravedad de las actividades comerciales se ha desplazado hacia las ONG.

Esta nueva realidad también se nota en los circuitos de venta de las cooperativas. Aunque varían según el caso particular, Jolom Mayaetik, que cuenta con el apoyo de la ONG K'in al Antsetik, se basa en un modelo de “comercialización desde la solidaridad norte-sur”. Cuenta con una amplia red comercial que va desde el nivel nacional hasta el internacional y que incluye a muchos clientes, así como colaboraciones con diseñadores y diversas organizaciones sin ánimo de lucro (Entrevista con Marla Gutiérrez, Zoom, 18 de marzo de 2021). Sin embargo, este modelo ha ido evolucionando con los años. Desde 2015, trabaja con marcas de diseño como Sarah Hamui en el proyecto Maestras Artesanas, “un modelo productivo y comercial que nos permite a la cooperativa implementar adecuaciones o nuevas estrategias que contribuyan con la viabilidad a largo plazo de la cooperativa asegurando nichos de mercado y alianzas estratégicas que nos acercan oportunidades” (Maestras Artesanas, s.f.).

J'pas Joloviletik, a diferencia de Jolom Mayaetik, es una cooperativa completamente conformada por mujeres tsotsiles, la mayoría con baja escolaridad y pocos vínculos que les conecten con otras redes comerciales, por lo que su clientela se limita principalmente al turismo local. En los últimos 10 años, ha recibido un poco de ayuda para ampliar estas redes a través del involucramiento de las ONG The Hunger Project y la Red Binacional Niu Matat Napawika, que han permitido conseguir pedidos de clientes gestionados por esta última organización.

Mujeres Sembrando la Vida, por su parte, fue formado con el apoyo de varias ONG, entre ellas el Foro para el Desarrollo Sustentable con sede en San Cristóbal y Natik, una organización internacional que apoya proyectos de desarrollo sostenible. Sna Jolobil (que ya no es una cooperativa pero que se podría considerar dentro de esta categoría con respecto a sus orígenes, que marcaron su desarrollo posterior) ha contado con apoyos del gobierno y de varios organismos internacionales desde sus inicios, lo que le ha permitido ocupar un lugar privilegiado en circuitos internacionales de venta importantes como el Mercado Internacional de Arte Popular en Santa Fe, Nuevo México.

### 3.1.3 Colectivos, marcas y tiendas de moda

#### 3.1.3.1 Orígenes y vinculación con el campo académico

Los colectivos, las diversas marcas y los proyectos comerciales de diseñadores representan una adición importante al panorama comercial de la artesanía en Los Altos. Al igual que las ONG, en los últimos 15 años ha habido una proliferación de este tipo de grupos y tiendas. Estas marcas y colectivos varían en cuanto a su tamaño y escala de operaciones; desde colectivos integrados por menos de diez mujeres (como Arte Yabtel Bats'i Antsetik) hasta marcas transnacionales con cientos de locales en todo el mundo (como West Elm). Aunque ambos tipos de comercio forman parte del mercado emergente de productos artesanales de Los Altos de Chiapas, me centraré en describir los colectivos y las marcas que se basan en San Cristóbal y mantienen un trato directo con los grupos de artesanas que realizan los productos que comercializan.

|                                                                     |                                                                                             |                         |                        |
|---------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|------------------------|
| <b>Colectivo</b>                                                    | <b>Colectiva Malacate*; Arte Yabtel Bats'i Antsetik (Arte Trabajo de Mujeres Tsotsiles)</b> |                         |                        |
| <i>Basado en San Cristóbal</i>                                      |                                                                                             |                         |                        |
| <i>Basado en una comunidad indígena</i>                             | Tsobol Antsetik (Mujeres Unidas); <b>Tulan Textiles; X-Chilul Pak (Brocado Textil)</b>      |                         |                        |
| <b>Marca/tienda</b>                                                 | Casa Textil                                                                                 | Jalabil                 | Onora                  |
| <i>Local (basada en San Cristóbal)</i>                              | Corazón Artesanal                                                                           | Juxta Nation            | O'kil Maya             |
|                                                                     | Catemma                                                                                     | Kip Tik                 | Táabal                 |
|                                                                     | Denisse Kuri                                                                                | Komen Arte Textil       | Tonton Textil          |
|                                                                     | Dos Tierras                                                                                 | <b>La Milpa</b>         | <b>Tulan Chu'lel</b>   |
|                                                                     | El Camino de Los Altos*                                                                     | Lek Lek                 | XYK Tejidos de Chiapas |
|                                                                     | <b>Folklor</b>                                                                              | Lourdes Toriello        |                        |
|                                                                     | Guillermo Jester                                                                            | Maya Koton              |                        |
|                                                                     |                                                                                             | Omorika                 |                        |
| <i>Nacional (tiendas en la CDMX, en línea y/u otras ciudades en</i> | Andrea Velasco                                                                              | Ensamble Artesano       | Pepen                  |
|                                                                     | Arroz Con Leche                                                                             | <b>Fábrica Social**</b> | Sarah Hamui            |
|                                                                     | Avae                                                                                        | Jovenes Artesanos       | Someone                |

|                                                                                                                                                                   |                                                                                     |                                                              |                                 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|---------------------------------|
| <i>la República)</i>                                                                                                                                              | Carla Fernández<br>Carmen Rion<br>Casilda Mut<br>Chamuchic<br>Collectiva Concepción | Kitzin<br>Maka México<br>Matat<br>Materia Mexa<br>Mezcalínea | Somewhere<br>Yakampot<br>Wepil  |
| <i>Marca internacional</i>                                                                                                                                        | Akojo Market<br>Arteaga<br>Arte de Mi Tierra                                        | <b>Mi Golondrina</b><br>Matta NY<br>MINNA                    | NIRMI<br>West Elm<br>Wicklewood |
| <i>*Están resaltadas en verde las organizaciones que observé directamente en mi trabajo de campo o donde entrevisté personas involucradas en su organización.</i> |                                                                                     |                                                              |                                 |

*Cuadro 5 Selección de tiendas y colectivos involucrados en el comercio textil artesanal en Los Altos de Chiapas.*

\* El Camino de Los Altos es basado en San Cristóbal pero fue fundado por un grupo de diseñadores franceses.

\*\*Fábrica Social es una empresa registrada (SA de CV) pero también cuenta con una A.C. que se usa para recibir donaciones y financiar talleres para los artesanos con los cuales trabaja.

Varios de estos fueron fundados en los últimos 10 a 15 años por diseñadores y/o personas involucradas en la academia. Colectiva Malacate, descrita como una "colectiva autogestiva" por su fundadora Karla Pérez Cánovas, surgió en 2010 a partir de su tesis de antropología aplicada. Karla empezó ayudando con la comercialización de textiles de un grupo de artesanas de Nachig, Zinacantán, que ahora ha crecido a un colectivo de alrededor de 100 artesanas provenientes de 13 municipios de Los Altos. Chamuchic, una marca que también fue fundada en 2010, fue un proyecto de Claudia Muñoz, una diseñadora de la Universidad Iberoamericana quien vino a Chiapas para un año sabático y terminó colaborando con artesanas de San Andrés Larráinzar. Margarita Martínez, una lingüista tsotsil originaria del municipio de Huixtán, formó el colectivo Arte Yabtel Bats'i Antsetik con artesanas locales donde vive en Ichinton, Chamula, empezando por vender sus piezas con amigos académicos quienes visitaban su casa (Entrevista con Margarita Martínez, San Cristóbal, 5 de julio de 2022).

Luego, están varios diseñadores, la mayoría de la Universidad Iberoamericana de Puebla, quienes hicieron su servicio social en Chiapas y crearon proyectos comerciales de artesanía. Mai Martínez hizo su servicio social en 2008 en la misión de Bachajón y luego regresó a Chiapas en 2012 y, a través Claudia Muñoz, quien fue su maestra, fundó Corazón Artesanal. Valeria Rodríguez hizo su servicio social con la cooperativa zapatista Mujeres de Maíz en Resistencia y, en 2011, regresó para formar la marca Pepen, trabajando con las mismas mujeres con las que había coincidido durante su servicio social (Rojas, 2022). Guillermo Macías hizo su servicio social con AlSol Chiapas, que tenía un proyecto artesanal que coordinó después de su servicio

social (Pérez, 2014). Después, él trabajó en ATA y fundó la empresa social Kip Tik, que a su vez surgió de los proyectos de ATA, junto con la artesana Margarita López de Zinacantán.

Los antecedentes académicos de estos proyectos son significativos para el desarrollo del mercado artesanal en Los Altos en varios sentidos. En primer lugar, demuestra la importancia de los antropólogos y diseñadores que establecieron relaciones directas con las artesanas. Este contacto generó confianza entre las artesanas y estos individuos foráneos, y también les permitió adquirir experiencia en el trabajo conjunto, lo cual sentó las bases para construir proyectos comerciales posteriores. Al revisar la historia de la formación de las cooperativas de artesanas de hace 40 años, se aprecian las similitudes y diferencias entre ellas y el surgimiento reciente de decenas de proyectos comerciales en San Cristóbal. Si antes la formación de cooperativas se debió al impulso puntual de agencias gubernamentales y a la contratación de promotores antropólogos y de otras personas que ya trabajaban en la zona, ahora hay un trabajo similar de vinculación llevado a cabo por antropólogos y diseñadores para formar nuevos colectivos y proyectos comerciales, pero de manera más dispersa. Algunos de estos individuos procedieron a fundar sus propios proyectos comerciales con artesanas, como Malacate, Corazón Artesanal, Chamuchic, Pepen, Arte Yabtel Bats'i Antsetik. Otros se unieron a los proyectos de ONG en la zona como ATA.

Además, los vínculos que sostienen este nuevo mercado con el mundo académico sirven para tejer redes comerciales también. Si bien no todas las tiendas y nuevos proyectos comerciales de San Cristóbal tienen sus orígenes a estas raíces académicas, existe una cercanía entre el campo comercial artesanal en Los Altos y el campo académico que se nota en los vínculos y los objetivos compartidos que se sostienen entre ambos. En el caso de algunos de los colectivos observados, estos vínculos forman una parte fundamental de sus circuitos comerciales. Karla Pérez, la antropóloga fundadora de Malacate, afirma que lograron “construir nuestro mercado”. Este mercado particular, que forma parte del mercado más grande para la artesanía producida en Los Altos de Chiapas, consiste en diferentes redes y esquemas de venta. Karla destaca la importancia de las redes académicas en la trayectoria del colectivo:

empecé a difundir en espacios académicos siempre en coloquios para presentar donde había temas afines y tomar la oportunidad para poder difundir lo que habíamos hecho al trabajar mis compañeras y poder vender las piezas. También en seminarios, en encuentros, en festivales... Y bueno, mis redes se fueron haciendo a partir de eso, prácticamente de los coloquios y de los festivales voy conociendo más gente. Lo que yo hacía era difundirlo de la investigación y el trabajo que estábamos haciendo. (Entrevista Karla Pérez, San Cristóbal, 20 de mayo de 2022)

En esta misma entrevista, Karla me mostró más de 50 certificados que recibió por su participación en conferencias y coloquios, en los que impartió ponencias y talleres sobre el trabajo de la Colectiva.

Margarita Martínez, la cofundadora del colectivo Arte Yabtel Bats'i Antsetik, compró una vitrina para guardar y mostrar las prendas que hacían mujeres artesanas que ella conocía, y también para amigos o gente de la academia que venían a tomar cursos. "Así fue como empezamos en el 2011 me parece o 2010, 11 creo y entonces pues les decía también a los profesores o amigos 'Ah pues si quieren comprar aquí hay cosas de las compañeras'" (Entrevista Margarita Martínez, San Cristóbal, 5 de julio de 2022).

En el caso de estos dos colectivos -Malacate y Arte Yabtel Bats'i Antsetik— las redes representan circuitos de venta importantes y, sobre todo en el caso de Malacate, influyen en las estrategias de comercialización de sus proyectos. Para Karla, quien se encarga de la parte de las ventas y el contacto con los clientes en la colectiva, es de una importancia primordial que los productos que se venden estén contextualizados en los contextos sociales de las artesanas y los procesos particulares de la colectiva.

### **3.1.3.2 Organización interna: división entre venta y producción**

La mayoría de las marcas y los colectivos cuentan con un fundador no indígena y con varios grupos diferentes de artesanas de las comunidades tsotsiles y tseltales que realizan las prendas que venden en sus tiendas y espacios de venta. Estas prendas están diseñadas basándose en las técnicas y los estilos de bordado y telar que manejan las artesanas de estas diferentes comunidades, que varían de manera significativa entre los distintos municipios de Los Altos. En estos colectivos existe una división básica entre los procesos de venta y diseño de productos liderados por personas no indígenas y los procesos de producción de las piezas textiles realizados por las artesanas indígenas.

La lógica detrás de esta división tiene que ver con las diferencias entre los mundos sociales y trayectorias de los diseñadores y fundadores de estas marcas y colectivos, por un lado, y los de las artesanas que producen los textiles, por otro. Dado que los productos de estos colectivos y empresas están destinados a clientes ubicados en otras ciudades o países, los diseñadores y vendedores mestizos están familiarizados con los gustos y las expectativas de sus clientes acerca de los productos y la experiencia de compra. Varios de los fundadores y empleados de estas tiendas y colectivos cuentan con estudios relacionados con el diseño o los negocios. Adaptan los cortes, los colores y los tipos de textiles a los gustos y estilos de vida de los clientes de la capital. En cambio, para la mayoría de las artesanas que fabrican las piezas para

estas tiendas y colectivos, que tienen poca experiencia saliendo de sus comunidades y hablando en español con personas de fuera, los gustos y las expectativas de estas clientas son incógnitas.

Sin embargo, existen algunas excepciones a esta regla general. Una de ellas es el colectivo Arte Yabtel Bats'i Antsetik, fundado por varias mujeres tsotsiles de Chamula, entre las que se encuentra Margarita Martínez, una artista y doctora en Lingüística de la comunidad tsotsil de Huixtán. En este colectivo, Marí, una de las artesanas que confeccionan las prendas que venden, también atiende a clientes en la tienda que comparten con el colectivo zapatista La Milpa en la calle Guadalupe de San Cristóbal. Marí también sale a vender cuando el colectivo recibe invitaciones para ferias y expoventas fuera de Chiapas. Luego, existen varios grupos formados por artesanas y personal que trabajaron en las ONG Impacto y ATA. Las artesanas que luego formaron sus propios grupos recibieron capacitación en corte y confección, combinación de color y costeo, y participaron como coordinadoras en estos cursos, que les permitió tener experiencia en la realización de pedidos para clientes foráneos a través de estas asociaciones. Kip Tik fue fundado con el apoyo de ATA por Margarita, una artesana de Zinacantán y coordinadora de campo con ATA, y Guillermo, un diseñador de Guanajuato, quienes se conocieron trabajando juntos en Aid to Artisans. Ceci, una tejedora de San Andrés Larráinzar que también había sido coordinadora de campo y luego trabajó como presidenta en Kip Tik, pasó a formar su propio grupo, Tulan, con familiares y artesanas de un paraje de su municipio. Juana Victoria, una tejedora de San Juan Cancuc que trabajó varios años con Impacto, formó su propio colectivo, X-Chilul Pak, con familiares y vecinas de su municipio, con las que ya había trabajado anteriormente y con las que tenía clientes en común gracias a Impacto.

En tres de estos colectivos— Arte Yabtel Bats'i Antsetik, Tulan y X-Chilul Pak— las propias artesanas se ocupan de las ventas y de las relaciones con clientes, sobre todo las representantes del grupo (Mari, Juana Victoria y Ceci respectivamente). En el caso de Kip Tik, por tratarse de una organización mucho más grande, basada principalmente en San Cristóbal pero que trabaja con un total de 400 artesanas en Chiapas, Guanajuato, Puebla y Michoacán, hay una división de labores entre la realización de las prendas y su venta. Por lo tanto, las artesanas se limitan a realizar los pedidos mientras que hay otros empleados como Margarita, que fue artesana antes, y otras mujeres de comunidades indígenas de Los Altos se encargan de coordinar los pedidos con los clientes y llevar a cabo la logística de producción con los grupos de artesanos con los que trabajan.

Al llegar a cierto tamaño, la mayoría de las tiendas y los colectivos contratan empleados de comunidades tsotsiles y tseltales para ayudar a comunicar información sobre los pedidos que



reciben o las líneas que van a hacer con los diferentes grupos de bordadoras y tejedoras que los realizarán. En las tiendas y colectivos observados y entrevistados que trabajan con más de cinco grupos de artesanas y venden por lo tanto más seguido y cantidades más grandes de sus productos – que incluyen Colectiva Malacate (aproximadamente 100 artesanas), Folklor (100 artesanas) y Fábrica Social (125 artesanas)— todos tienen empleados internos que se ocupan de la logística de la venta por un lado y del seguimiento de los procesos de producción, control de calidad y comunicación con las artesanas por el otro. En el caso de Colectiva Malacate, cuyos procesos de venta y producción observé durante varios meses diariamente, han ido expandiendo su personal a medida que aumentaban sus pedidos y los grupos con los que trabajaban. Ahora tienen dos empleadas de las comunidades tsotsiles de Zinacantán y Aldama de tiempo completo (y una de tiempo parcial) que se encargan de enviar las prendas en FedEx y de comunicarse con las artesanas sobre los pedidos y dar seguimiento a su producción.

Por lo tanto, existe una diferencia entre los colectivos y tiendas más pequeños, como Arte Yabtel Bats'i Antsetik, Tulan y X-Chilul Pak, en donde las propias artesanas gestionan los pedidos y las relaciones con los clientes, y los más grandes, en donde hay empleados que sirven de enlace entre los clientes y las artesanas. Aunque hay variaciones en la organización del trabajo de estos enlaces entre los diferentes marcas o colectivos, su función de conectar clientes foráneos con artesanas de Los Altos se parece mucho a la de las ONG.

Estos cuatro tipos de organismos - cooperativas, ONG, agencias gubernamentales e individuos diseñadores o académicos y sus marcas o colectivos - son los actores más importantes para la comercialización nacional e internacional de la artesanía textil en Chiapas. Estos diferentes tipos de actores ocupan ámbitos diferentes y ofrecen distintas rutas de comercialización; las agencias del estado, por ejemplo, fomentan la comercialización de productos artesanales más bien al nivel nacional en sus tiendas y mediante expoventas mientras que las ONG y marcas o grupos de diseñadores suelen tener sus propias redes comerciales nacionales tanto como internacionales. A pesar de los circuitos diferentes que ocupan estos cuatro tipos de actores en el comercio artesanal, existe a la vez una fuerte vinculación entre ellos. Con el fin de iluminar las alianzas y los puentes que tienden entre estos actores comerciales, a continuación, se presenta un esbozo de las diferentes formas en que estos tipos de organismos se relacionan entre sí.

### **3.2 Vinculación entre organizaciones en el campo de la producción artesanal**

En los últimos 10 años, la llegada de varias ONG, y de Impacto Textil y ATA en particular, ha transformado el panorama comercial en Los Altos. Ambas organizaciones son actores clave

que ponen en contacto a grupos de tejedoras y bordadoras con marcas locales, nacionales e internacionales<sup>18</sup>. Esta labor de intermediación tiene dos componentes principales. Uno de ellos consiste en ofrecer talleres gratuitos de diferentes tipos a las tejedoras y bordadoras indígenas de Los Altos. Esta faceta de la labor de intermediación no es tanto entre personas sino entre culturas y gustos; en estos talleres las artesanas reciben instrucción sobre técnicas, procesos de producción, cotización y mercadotecnia, además de instrucción sobre derechos, autoestima, equidad de género y empoderamiento (se profundizará en estos elementos en los Capítulos 7 y 8). El segundo componente de la intermediación que realizan estas ONG es de carácter más estructural. Se trata principalmente de conectar a grupos de artesanas con marcas y acompañarlas en la ejecución de estos pedidos. Si bien Impacto y ATA representan las ONG con más alcance en la región en estas capacidades, otras organizaciones locales, internacionales y gubernamentales, como la Fundación León XIII, la Red Binacional Niu Matat Napawika, SEIGEN y la Colectiva Malacate también desempeñan un papel similar. A pesar de realizar una función similar—a saber, conectar artesanas con marcas y clientes— cada organización teje sus propias redes de conexiones y tiene diferentes grados de antigüedad en la región. Esta diferenciación entre las redes y la experiencia de las diferentes organizaciones ha dado paso a colaboraciones entre ellas, aunque con distintos objetivos. Por un lado, se puede observar un intento por parte de entidades financieras como la Fundación Kellogg de unir a los diferentes proyectos que subvencionan para el fin de una mayor coherencia y coordinación entre las diferentes organizaciones y evitar su fragmentación. Por otro lado, existe un segundo tipo de colaboración que surge entre organizaciones sobre la marcha en donde se aprovecha de las técnicas que manejan diferentes grupos de artesanas para completar pedidos que reciben de marcas o, en cambio, nuevas organizaciones buscan aprender de las experiencias de organizaciones más experimentadas respecto a su trabajo con grupos de artesanas en la zona.

En los siguientes apartados, ofreceré un resumen de los diferentes tipos de intermediación organizacional que ocurren en el mercado nacional e internacional para los textiles artesanales producidos en Los Altos. La intermediación principal ocurre entre organizaciones que trabajan directamente con artesanas y marcas que buscan artesanas para realizar sus piezas. Luego se hablará de los tipos de colaboraciones que suceden entre las diferentes organizaciones – ONG, colectivos, cooperativas y marcas— que trabajan directamente con artesanas.

---

<sup>18</sup> La mayoría de las marcas locales y nacionales, y todas las marcas internacionales que aparecen en la Cuadro 4 trabajaron con grupos de artesanas en Los Altos de Chiapas mediante Impacto y ATA.

### 3.2.1 Intermediación entre marcas y grupos de artesanías

Las dos organizaciones más importantes para propulsar la vinculación de artesanías con marcas son ATA e Impacto. En 2021, Impacto reporta haber consolidado 11 colaboraciones entre "aliados comerciales estratégicos" y grupos de mujeres artesanías provenientes de 11 comunidades tsotsiles y tseltales de Los Altos (Impacto, 2021). En comparación con el año anterior, iniciaron cuatro nuevas colaboraciones; "esto significó un aumento en la producción de 5,419 productos con presencia en México, Estados Unidos, Austria y Francia. Gracias a tres colaboraciones constantes (Andrea Velasco, NIRMI y Mi Golondrina), permiten que 11 grupos posean trabajo e ingresos regulares, contribuyendo directamente en su ingreso económico y el de sus familias" (Impacto, 2021, p. 13). Impacto también ha forjado relaciones con muchas marcas y tiendas locales en San Cristóbal como Maya Koton, O'kil Maya, Lek Lek, Casa Lum Hotel, entre otras, y las conectan con los grupos de artesanías con los cuales trabajan. En estas colaboraciones, Impacto cobra el 15% del costo del pedido por su ayuda en el seguimiento y chequeo del control de calidad de las piezas.

ATA desempeña un papel similar al conectar marcas y tiendas nacionales e internacionales con los grupos que ellos capacitan. Sin embargo, a diferencia de Impacto, ATA no cobra una comisión por los pedidos y más bien busca trabajar un tiempo definido con los grupos. Anastasia, una de las tejedoras de Pantelho' que fue capacitada por ATA, describe la misión de la organización de la siguiente manera: "lo que quiere es que las artesanías se independicen, verdad. Que no tengan intermediarios" (Entrevista con Anastasia, Pantelho', 04 de agosto de 2022). Así que la intervención de ATA fue concebida desde un principio como una intervención temporal. Sin embargo, Ceci, la traductora quien acompañó a ATA en sus primeros talleres en la región, notó un cambio en los propósitos de la organización en este respecto:

lo que siempre tuvo el objetivo de ATA es que sí se desarrollan [las artesanías] ellas mismas. [...] Cuando comenzamos, la primera etapa era de tres años y había ciertos como resultados en estos tres años, y sí tenías que ir a presentar los resultados tanto de aprendizajes y de ventas a cada grupo. Y entonces sí había presión. Pero la chica que se dedicaba al mercado, sí ella también venía con ese con esa intención de dar resultados, pues. Eso me gustó mucho. [...] Pero pues yo vi que como empezó a crecer más el equipo y a meter otras personas, ya no les ponía ese dedo encima de que si hay que cumplir en ciertos tiempos. Y se empezó a meter más en el gobierno como a pedir financiamiento. (Entrevista con Ceci, Larráinzar, 29 de marzo de 2022)

Ceci identifica cambios en diferentes áreas —el crecimiento del equipo, la disminución de la presión para presentar resultados y la aparición de nuevas fuentes de financiación— como factores que cambiaron la meta de ATA de formar artesanías autónomas que no dependieran de

la organización para vender sus productos. En la década en que ATA e Impacto se instalaron en la región de Los Altos, ambas organizaciones han crecido y emprendido nuevas direcciones en muchos sentidos. Impacto pasó de trabajar con un total de 61 artesanas en 2015 a 707 en 2021 (Impacto, 2021). Como parte de su proyecto de Manos Vivas, ATA ha trabajado con 1,100 artesanas en Chiapas y Yucatán y ha colaborado con alrededor de 50 marcas y diseñadores (Aid to Artisans México, 2021). Ambas organizaciones han creado sus propias líneas de productos y han fundado empresas propias para venderlos: Kip Tik en el caso de ATA y Juxta Nation en el caso de Impacto.

Julio Montero del Puerto (2015, p. 275) describe las organizaciones que realizan este trabajo de intermediación entre marcas y artesanas como "*brokers* que gestionan con el mercado global las cotizaciones de los productos culturales". Como señala la directora en México de ATA, "nosotros incluso nos llamamos intermediarios sociales. ¿Por qué intermediarios sociales? Porque nuestro esfuerzo es tratar de hacer los vínculos entre los clientes y los artesanos tratando de que sea una relación equitativa" (IDESMAC, 2018).

Karla Pérez, la fundadora de la Colectiva Malacate, quien se encarga de las relaciones con los clientes tanto individuales como de marcas que compran a la colectiva, describió el trabajo de "equilibrar" que ella hace entre las compañeras y los clientes. Por un lado, hay que averiguar qué pasa con las compañeras, entender los desafíos a los que las artesanas se enfrentan para crear sus piezas y, particularmente, cómo elaboran piezas nuevas. A veces son cuestiones técnicas: que no quedan bien las medidas, que se encoge la tela al lavarla, o se rompe la tela al bordarla, que hay manchas u otros detalles en el trabajo artesanal. Otras veces se tratan de situaciones familiares: la muerte de un pariente, enfermedades, trabajo que hacer en el campo, problemas con el esposo. Por el otro lado, hay que asegurar "que la cliente quede bien y esté contenta" (Diario de campo, 14 de octubre de 2021). Para lograr mantener este equilibrio, Karla busca comprender tanto las necesidades de las compañeras como de los clientes y transmitir esta comprensión a ambas partes. Ella considera que las compañeras tienen que ser responsables de su trabajo, lo cual no solo consiste en bordar sino "de ver cómo voy a hacer mi trabajo", lo que implica estar en contacto con las encargadas de su grupo y apartar el tiempo de hacer el pedido que tiene que hacer. Luego, con los clientes, Karla busca que entiendan las situaciones de vida y los procesos de trabajo de las artesanas, que se establezca una "condición de horizontalidad, se visibilice las compañeras, y paguen bien" (Diario de campo, 12 de enero de 2022).

A pesar de que es innegable que este trabajo de intermediación permite a las artesanas acceder a marcas de ciudades de México y del extranjero que pagan hasta cuatro veces más de

los precios que suelen recibir por su trabajo dentro de sus comunidades o en mercados turísticos de San Cristóbal, hay algunas fracturas en el argumento de que el acceso a estos nuevos mercados nacionales e internacionales sirve para mejorar los ingresos, la calidad de vida y la autonomía de las mujeres artesanas a la vez. Claudia Muñoz, la cofundadora de la marca Chamuchic quien trabajó varios años en Impacto y ahora es directora de la tienda del Museo de Arte Popular en la Ciudad de México, expresó sus dudas sobre la sostenibilidad del modelo de intermediarios como ATA e Impacto entre marcas y artesanas. Aunque reconoció los beneficios que trajo la oleada de diseñadores extranjeros y mexicanos que llegaron en los años 2000, y luego las ONG en los 2010, entre ellos materiales de mejor calidad y “un montón de clientes de Estados Unidos y de otros países”, los modelos “muy propios de la maquila” en que se basaba la forma de trabajar con artesanas también hizo que entraran en otra lógica de mercado nacional e internacional. Por un lado, el cálculo de pago, a pesar de una llamada para un pago justo basado en el salario mínimo, se empezó a hacer a partir de los precios que se podría pagar a artesanas en países como la India o Afganistán “donde la mano de obra se paga muchísimo más barato que en México. Y con esos estándares decidieron poner también uno aquí que siempre fue para mí muy bajo” (Entrevista con Claudia Muñoz, Zoom, 07 de enero de 2021). Por otro lado, las colaboraciones entre artesanas y marcas foráneas realizadas gracias a estos nuevos intermediarios se basan sobre todo en un propósito comercial. A diferencia de los proyectos llevados a cabo por organizaciones locales, que tienen relaciones más directas y duraderas con las artesanas con quienes trabajan, las marcas internacionales no tienen ningún vínculo previo ni compromiso para continuar trabajando con las mismas artesanas. Claudia pone un ejemplo que ilustra la precariedad que implican estas nuevas relaciones de mercado para las artesanas:

si yo soy un cliente en Estados Unidos que trabaja con y nunca ha visto a las artesanas en su vida, entonces una temporada quería hacer blusas en Aguacatenango. Pero pues la moda ya cambió y entonces ahora las quiero en Tenejapa. Pero la próxima, yo no sé qué. Entonces sí, se prestan para que se den esos modelos. O sea qué bueno, que durante seis meses le diste trabajo a una comunidad pero al abandonarlo, para mí también abandonas esa bandera de voy a ayudar a artesanos.

Claudia describe aquí la falta de compromiso duradero que conlleva el modelo de intermediación entre marcas foráneas y grupos de artesanas en Los Altos. Si bien, en el ejemplo que ella describe, un cambio de moda puede causar la repartición de trabajo entre nuevos grupos de artesanas de distintas comunidades, también implica la pérdida de trabajo para los antiguos grupos. Al expandir su mercado, se introduce otras lógicas de competencia y modas cambiantes que pueden estar en pugna con los objetivos de comercio justo. Según Claudia, “deberíamos de tener un

compromiso mucho más directo” para contrarrestar la precariedad que implica la lógica impersonal e impulsada por fines de lucro del mercado global.

### **3.2.2 Vinculación entre organizaciones: alianzas**

El trabajo de intermediación que realizan Impacto, ATA y otras organizaciones entre grupos de artesanas y clientes comerciales representa una nueva dinámica comercial que a su vez forma parte de un nuevo modelo de desarrollo económico. Se trata del modelo de desarrollo sostenible, lo cual ha sido ampliamente adoptado por estados nacionales tanto como grupos de la sociedad civil y promovido por la ONU que en 2015 estableció el Agenda 2030 de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Este listado de 17 objetivos está respaldado por el FMI, los Estados Miembros de la ONU y ha sido adoptado por ONG y empresas. Uno de los rasgos principales que caracteriza este nuevo modelo de desarrollo es el hincapié que hace en las alianzas. El lema de colaboración ha sido aclamado como el nuevo paradigma del siglo XXI (Martin et al., 2019). De acuerdo con este enfoque, el objetivo de las colaboraciones es de encontrar soluciones innovadoras y transformadoras que garanticen el desarrollo sostenible que brinda beneficios mutuos a las partes involucradas. Este enfoque tiene varias aristas. Una de ellas es la idea de que los destinatarios del desarrollo sean colaboradores y estén involucrados activamente en la toma de decisiones mediante procesos de empoderamiento. En relación con las ideas de colaboración e interconexión subrayadas por este enfoque, se habla de las cadenas de valor, que amplía el concepto de cadena de suministro para tomar en cuenta el abanico de actividades que se han llevado a cabo para crear y llevar un producto al consumidor, con la idea de que cada vínculo en esta cadena añade valor al producto (CISL, s.f.). La promoción de relaciones horizontales y una cadena de valor ética se puede notar en el trabajo que hace ONG como Impacto y ATA de vincular grupos de artesanas y marcas descrito arriba.

Otra arista central es la importancia que se otorga a la vinculación de actores en alianzas multisectoriales. Uno de los sellos distintivos del modelo de desarrollo sostenible es la colaboración de múltiples partes interesadas (*multi-stakeholder partnerships*) o asociaciones público-privadas (*public private partnerships*). Estos tipos de colaboraciones están ensalzadas por su potencial para fomentar cambios transformativos al coordinar los recursos diferenciados que poseen actores en los diferentes campos de actividad: el gobierno, empresas, la sociedad civil (sobre todo las ONG) y agencias de desarrollo (Stibbe et al., 2020). Aunque se nota que falta mucho para alcanzar la meta de formar colaboraciones que se basan en los principios de inclusión, transparencia y rendición de cuentas y que promueven cambios transformativos a varios niveles, se señalan el hecho de que algunas colaboraciones transformativas suelen

involucrar colaboraciones al nivel local entre empresas y ONG, normalmente con el apoyo de donadores internacionales (Martin et al., 2019).

Este tipo de colaboración, tanto como la adopción de los términos del modelo de desarrollo sostenible, se evidencian en distintos proyectos que tienen que ver con la producción artesanal en Los Altos de Chiapas. El proyecto “Fomento y modernización del sector artesanal de mujeres tejedoras en Los Altos de Chiapas”, iniciado en 2012, reunió actores comerciales, de la sociedad civil y del gobierno para desarrollar productos artesanales y su pago justo en mercados locales, nacionales e internacionales. El proyecto se inició con un diagnóstico de la zona de Los Altos bajo el enfoque de la Innovación para el Desarrollo Equitativo (IDEQ) que buscó combatir la pobreza mediante el emprendimiento y el desarrollo empresarial sostenible. Este diagnóstico fue llevado a cabo por la Organización Internacional de Trabajo (OIT) y cayó bajo el esquema de la Agenda Chiapas-ONU, una alianza entre el gobierno estatal de Chiapas y la ONU que se inició en 2008 (Montero del Puerto, 2015). Posteriormente se involucraron las organizaciones ATA, la Fundación León XIII y la incubadora de empresas sociales del Tec de Monterrey quienes ofrecieron capacitaciones y recursos en diferentes áreas: 1) Diseño y producción de piezas artesanales (ATA); 2) desarrollo de las capacidades empresariales (Tec de Monterrey); y 3) cajas de ahorro y banco de materiales (Fundación León XIII) (Monroy, 2016). El proyecto fue financiado por tres fundaciones nacionales - Fundemex, la Fundación ADO y Nacional Monte de Piedad-, dos agencias gubernamentales - BANCHIAPAS y CONABIO-, además de la fundación privada internacional de Kellogg (Creative Learning, s.f.). La Fundación Walmart colaboró también en la adquisición de productos elaborados por las artesanas en Chenalho’ y Pantelho’ para vender en sus tiendas. Como parte de la estrategia de intervención de Fundemex - la Alianza para el Desarrollo Económico Inclusivo (ADEI)- se buscó formar lazos multisectoriales con estas organizaciones aliadas para combatir la pobreza mediante el fortalecimiento de la empresa social y el desarrollo de cadenas de valor inclusivas. Fundemex propone la vinculación entre empresas privadas y las empresas sociales como un medio clave y eficiente para lograr un desarrollo centrado en la persona (Fundemex, 2014). Creative Learning, la organización matriz de ATA, afirma que el proyecto benefició a 346 artesanas textiles indígenas en 13 municipios de los Altos y que en promedio, "se triplicaron las ventas de las artesanas de manera sostenible" (Creative Learning, s.f.).

ATA también lideró otro proyecto colaborativo que se llama *Alianza Komon A'tel* y que opera exclusivamente en el municipio San Juan Cancuc. Se trata de una alianza entre ATA y cuatro A.C. locales del estado de Chiapas: CONIDER, MUCOSDI, Xnichimal Jlumaltik y

Yomolotik. El proyecto está financiado por la Fundación Kellogg y tiene la meta de "desarrollo integrado" que pretende mejorar el acceso a servicios de salud, generación de ingresos y agua limpia. A pesar de sus diversos enfoques, estas organizaciones comparten el objetivo de empoderar y fomentar el liderazgo de los hombres y mujeres indígenas de la comunidad. En el caso de ATA, su visión del empoderamiento de las mujeres se va de la mano con la generación de ingresos mediante la producción artesanal de textiles.

Ensamble Artesano fue otro proyecto colaborativo de largo alcance que surgió como respuesta a la pandemia COVID-19. La Fundación Haciendas del Mundo Maya, Taller Maya, Design Week Mexico, Mexico Territorio Creativo, Caralarga y Estafeta iniciaron el proyecto comercial Ensamble Artesano con el fin de aportar un sustento a los artesanos mientras que no tenían ventas durante este periodo. Con financiamiento de la Fundación Kellogg, la Fundación Alfredo Harp Helú y el Museo Kaluz entre otras organizaciones, en la primera edición del programa en 2020, se juntaron 25 millones de pesos que se repartieron a 2,000 artesanos en la cantidad de 9,000 pesos durante tres meses en 18 estados de la República para que hagan una producción de algo diferente y experimenten durante este periodo de tiempo (Entrevista con Lorena De la Piedra, Zoom, 13 de octubre de 2021). También recibió donativos del Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA), la Fundación Legorreta Hernández, Nacional Monte de Piedad, y Citibanamex entre otras empresas y fundaciones. Ensamble cuenta también con asesoría de la empresa mexicana Igeneris y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo en México (PNUD). Tiene una plataforma en línea donde se comercializan los productos de los artesanos y, después de la segunda edición del programa en 2021-22, han logrado "una derrama económica acumulada de +41 Millones de pesos impactando de forma directa a +4,700 artesanos y artesanas". Chiapas representa el estado donde hay más grupos de artesanos que participan en el proyecto, de los cuales alrededor de 1,800 son tejedoras y bordadoras (Ensamble Artesano, s.f.). Los aliados comerciales -que son marcas de diseño, cooperativas y OSC- con quienes colabora Ensamble Artesano en la región de Chiapas, y quienes representan el enlace entre Ensamble Artesano y los grupos de artesanas, incluyen Jolom Mayaetik, la Red Binacional de Mujeres Artesanas Niu Matat Napawika, Casilda Mut, Catemma, Omorika, Tonton textil, ATA, El Camino de los Altos, la Fundación León XIII e Impacto. Ensamble Artesano describe su "modelo" como uno que

busca tener incidencia en toda la cadena de valor del sector mediante dos ejes rectores:

**1. Eje de Activación económica.** Pago anticipado por las colecciones de edición limitada a grupos artesanales.



**2. Eje de Fortalecimiento.** Reinyección del capital recuperado por las ventas de la colección para impulsar a la profesionalización y fortalecer las capacidades de grupos artesanales enfocando a las cadenas de valor para impulsar la autogestión mediante herramientas útiles, pertinentes y prácticas que tomen en cuenta los diversos contextos y retos. (Ensamble Artesano, s.f.)

Estos tres proyectos - “Fomento y modernización del sector artesanal de mujeres tejedoras en Los Altos de Chiapas”, *Alianza Komon A'tel* liderados principalmente por ATA, y Ensamble Artesano- comparten el enfoque en la colaboración multisectorial entre empresas privadas, organismos gubernamentales nacionales e internacionales, fundaciones y marcas.

### **3.2.3 El poder diferencial entre actores establecidos y recién llegados**

Hasta ahora, las relaciones entre los diferentes actores que conforman el campo del mercado nacional e internacional para la artesanía en Los Altos han sido planteadas en términos de la configuración de redes de dos tipos: 1) los vínculos formados mediante ONG/colectivos/tiendas entre grupos de artesanas y clientes capitalinos/tiendas extranjeras; y 2) las alianzas multisectoriales en las que colaboran empresas, ONG, agencias públicas, organismos internacionales y entidades financiadoras colaboran en iniciativas para comercializar los productos artesanales de grupos de mujeres tejedoras y bordadoras. Estos dos tipos de redes -la primera que conforme la cadena de producción y la segunda que vincula las organizaciones y empresas que coordinan los procesos de producción y venta — proveen un mapeo general de las conexiones que estructuran este mercado. Este mapeo nos brinda información sobre los actores principales y la transformación de sus posiciones en este mercado, particularmente sobre la reciente centralidad de las ONG con financiamiento extranjero y el declive de las cooperativas subvencionadas por el estado mexicano.

Sin embargo, con este enfoque singular sobre los vínculos que conforman estas redes, existe el riesgo de dar la falsa impresión de que estas relaciones entre actores son horizontales. Esta tendencia está presente a menudo en los análisis sociológicos del mercado, en los que se contraponen la organización en redes a la organización jerárquica. Según esta formulación, una red económica está constituida por un grupo de agentes que mantienen relaciones de intercambio duraderas y en las que no existe una autoridad organizativa que arbitre y resuelva disputas (Poldony y Page, 1998, p. 59). Esta organización se contraponen a la organización jerárquica de las relaciones económicas, en la que existe una autoridad central que canaliza las actividades del mercado. Según esta visión dicotómica, las relaciones entre los actores del mercado son horizontales o verticales; o se trata de una colaboración entre iguales o de un control de unas actividades por parte de otras.

Sin embargo, si adoptamos la teoría del campo de mercado, en donde los actores económicos tienen posiciones desiguales de poder dentro del campo y, por lo tanto, ejercen una influencia diferencial sobre las reglas de operación vigentes en el campo, podemos prescindir de la clasificación reduccionista de las relaciones en el mercado como o horizontales o verticales. Como se puede apreciar en el caso de las ONG y sus donadores, existen diferentes tipos de relaciones jerárquicas y horizontales, de diferentes grados de fuerza, que se tejen entre diferentes actores. También existen muchos actores que ocupan posiciones similares pero que no interactúan directamente entre sí. De acuerdo con el modelo del campo, el poder y la influencia de un actor dentro de un campo no se limitan a los casos concretos de *interacción* entre actores sino que se manifiestan en la *estructuración* del campo mismo. Dicho de otra manera, el poder de un actor va más allá de su influencia directa sobre las acciones de otros en el campo; tiene que ver, en cambio, con su posición en el campo y el capital que tiene en él, lo cual trasciende el poder explicativo de relaciones de mercado puramente en términos jerárquicos o horizontales.

Si la descripción de las relaciones entre actores que se presentó en los apartados anteriores nos proporciona un mapa para entender el campo comercial del mercado nacional e internacional para la artesanía textil de Los Altos, un mapa de los tipos de actores y las conexiones y colaboraciones entre ellos, el enfoque del campo nos brinda un mapeo más completo de este mercado. Uno que indica no sólo los actores principales y las rutas que los conectan, sino también la topografía de las posiciones relacionales de estos integrantes del campo. Al igual que ocurre en la cartografía de una región, la topografía que se encuentra en este mercado es compleja y dispareja, aunque con ciertos patrones que reflejan la historia de sus relaciones.

Existen algunos conceptos de los teóricos del campo que sirven para remarcar esta estructuración más compleja del mercado. El primero proviene del sociólogo Neil Fligstein, quien se interesó en particular en las cuestiones relacionadas con la formación, transformación y estabilidad de los campos. Recalca la distinción entre los actores establecidos (*incumbents*) y los recién llegados (*challengers*) para entender la estructura del campo. Según Fligstein, los actores establecidos ejercen una mayor influencia en el campo y sus intereses suelen verse favorecidos por la organización general del mismo. Esta congruencia entre los intereses de estos actores dominantes y la estructuración y lógica del campo no es una coincidencia. Los actores dominantes tienen capital valorado que les otorga poder en el campo por un lado, y su posición dominante también les permite definir las reglas del juego operativas en el campo por el otro.

Los recién llegados, en cambio, ocupan nichos menos privilegiados en el campo y ejercen menos influencia en su orden y funcionamiento (Fligstein y McAdam, 2012).

Al aplicar estos conceptos al mercado nacional e internacional de los textiles artesanales de Los Altos de Chiapas, encontramos una dinámica de actores establecidos y nuevos llegados que no coinciden exactamente con las posiciones de poder que resume Fligstein. En este caso, las ONG como Impacto y ATA, con una inyección significativa de financiación de la fundación Kellogg, son los recién llegados, pero en el lapso de 10 años parecen haber logrado una posición dominante en el campo. Una reflexión sobre la historia de venta de productos artesanales para un mercado foráneo en Los Altos nos proporciona algunos indicios para interpretar las posiciones de poder diferenciales que ocupan los diferentes actores señalados en este mercado actual. Como vimos en el capítulo anterior, el mercado nacional e internacional para textiles artesanales de Los Altos de Chiapas emergió apenas en los años 80, a raíz del auge en turismo en la zona y del impulso de agencias gubernamentales para formar cooperativas. Sin embargo, entre las fisuras internas generadas por clientelismo y las disputas entre grupos, el reducido involucramiento directo y apoyo financiero del gobierno a las cooperativas, y la emergencia de nuevas fuentes de apoyo a través de las ONG, las cooperativas tanto como las agencias del gobierno perdieron su predominio en este campo comercial. Por lo tanto, a pesar de que siguen existiendo varias cooperativas con mayor antigüedad, como J'pas Joloviletik y Jolom Mayaetik, la conversión de otras en A.C. (p. ej. Sna Jolobil) y la emergencia de otras aún mediante el apoyo de ONGs (como Mujeres Sembrando la Vida y Jolob Jlumaltik) nos alertan de los profundos cambios que están reconfigurando el campo. Las nuevas fuentes de financiación procedentes de fundaciones privadas, las ONG locales e internacionales que administran estos fondos y las tiendas vinculadas con grupos de artesanas a través de estas ONG no son meros actores recién llegados, sino todo un nuevo ecosistema comercial. Gracias a su capital económico y social, las ONG (especialmente las que reciben la reciente afluencia de financiación de la Fundación Kellogg) han logrado ocupar una posición dominante en este campo a pesar de su reciente llegada.

No obstante, estas nuevas organizaciones no operan de forma unilateral. A pesar de su poder económico y sus nexos con clientes foráneos, al incursionar en Los Altos por primera vez, tienen que encontrar artesanas con quienes trabajar. En la mayoría de los casos, el punto de entrada para conectar con artesanas ha sido las organizaciones ya instaladas en la zona. En los primeros talleres que ofreció ATA en Pantelho', por ejemplo, recurrieron al Instituto para el Desarrollo Sustentable en Mesoamérica (Idesmac), una ONG formada en San Cristóbal en 1995

que busca superar la pobreza y conservar recursos naturales mediante procesos sostenibles. Otras organizaciones que llegaron a Chiapas buscaron grupos de artesanas ya formadas. Las ONG The Hunger Project y la Red Binacional Niu Mata Napawika, por ejemplo, se acercaron a la cooperativa J'pas Joloviletk para realizar sus proyectos de fortalecer la autosuficiencia de las artesanas y de comercializar sus productos. En sus inicios, Impacto también contactó a muchas organizaciones que ya estaban presentes en Los Altos, y organizó talleres como “Modelo de Teoría de Cambio y Visión Sistémica” con Idesmac, Cofemo, K'in al Antsetik, Na Bolom, Centro de Textiles del Mundo Maya, J'pas Joloviletk, Malacate y Jolom Mayaetik, en donde se intercambiaron experiencias que guiaba su propio enfoque incipiente.

Por lo tanto, a pesar de su importante influencia en la conformación del campo comercial de la producción textil en Los Altos, donde se promovió un modelo de venta a tiendas capitalinas que, al menos en un principio, funcionaban como intermediarios, no se ignoran las relaciones organizativas preexistentes en la producción artesanal de la zona. Este hecho se pone de manifiesto en los esfuerzos de la Fundación Kellogg para fomentar la colaboración entre las diferentes organizaciones receptoras de donativos, bajo el formato del círculo de organizaciones aliadas descrito arriba. Kellogg busca crear redes nuevas con el propósito explícito de consolidar relaciones duraderas entre diferentes actores en torno a los objetivos comunes de desarrollo sostenible y empoderamiento. Sin embargo, la posición que ocupa la Fundación Kellogg en el campo comercial de la producción artesanal en Los Altos no es cimera y su influencia es lejos de absoluta. Una evaluación de los proyectos de la Fundación Kellogg en México sugiere que las alianzas que se formaron entre las organizaciones becadas no se deben a los objetivos estratégicos de Kellogg sino a las relaciones ya existentes entre estas organizaciones:

al analizar cómo surgieron dichas colaboraciones, el nivel de implicación de los distintos aliados y la estructura formal que tenían, se observó que por lo general estas experiencias previas se construyeron en base a la coincidencia territorial y/o el conocimiento previo de los distintos actores ya sea a nivel organizacional o personal. Es decir, surgieron de oportunidades relacionales y no tanto de un análisis de contexto y un mapeo de actores. (GlobalCAD, 2020, p. 12-13)

La incursión de nuevas organizaciones, fuentes de financiamiento y tiendas en la comercialización de productos artesanales en Los Altos de Chiapas implica por lo tanto un reacomodo de relaciones existentes. A pesar de colaboraciones e intentos de crear alianzas en torno a objetivos compartidos, hay varias consecuencias no previstas de estas colaboraciones. El mismo documento citado arriba encontró cambios en las relaciones entre organizaciones y

también el financiamiento que reciben del estado a causa de la inversión de Kellogg en la región de Los Altos.

Otra característica que marca el contexto en el que la WKKF inicia su estrategia de sembrar alianzas en 2010 es según comentan algunas personas entrevistadas, la disminución en los recursos financieros para las Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC) por parte de las instituciones públicas, lo que puso en riesgo su sostenibilidad y la continuidad de los trabajos ya iniciados. Esto provocó por un lado que aumentase la competencia por el acceso a los recursos y por el otro que las organizaciones trataran de reorientar sus áreas de trabajo a lo que demandaban los financiadores siendo por lo tanto estos últimos quienes predeterminaron en gran medida las áreas de trabajo de las OSC y no necesariamente las necesidades de las comunidades. (GlobalCAD, 2020, p. 13)

Además de mostrar los efectos secundarios y no anticipados de la entrada de nuevos actores en el campo, esta descripción da cuenta del poder que ejercen unas sobre otras. En este caso, se observa la influencia que Kellogg ejerce sobre la orientación de los proyectos que realizan las ONG y también las relaciones que tienen entre sí. Al mismo tiempo, queda claro que Kellogg no tiene un control absoluto sobre estas relaciones, ya que muchas veces las alianzas que buscan formar de manera estratégica surgen de relaciones previas entre actores y, por lo tanto, se forman por motivos que no coinciden necesariamente con el tipo de alianzas u objetivos que impulsa Kellogg. Este ejemplo sugiere que el poder que ejerce Kellogg en el campo comercial de la artesanía en Los Altos es parcial y descansa sobre todo en su capital económico. En cambio, parece que el capital social de las organizaciones ya establecidas en la zona, que les conecta por un lado con grupos de artesanas que producen textiles para venta en el exterior y por el otro con otras organizaciones que trabajan con artesanas, les otorga otro tipo de ventaja. Sin embargo, vale la pena examinar con más precisión el tipo de capital social de las organizaciones establecidas frente a las recién llegadas.

### **3.2.4 Relaciones jerárquicas de poder entre organizaciones: diferentes tipos de capital social**

El capital social, uno de los tipos de capital propuestos por Pierre Bourdieu para entender la estructura de un campo particular y las prácticas de sus agentes, es el conjunto de recursos (como capital económico, información, etc.) que se accionan mediante una red de relaciones más o menos institucionalizadas (Bourdieu, 2005, p. 194-5). Es importante distinguir esta definición de capital social de su uso posterior por parte de sociólogos como Coleman (1988) y Putnam (1999). En su análisis del concepto de capital social según estos últimos autores, Narotzky (2007) nota una abstracción de las relaciones sociales, que transforma relaciones heterogéneas y concretas en un objeto uniforme que se analiza desde la óptica de su utilidad para un individuo,

un sistema económico o una sociedad. Este enfoque, que se adscribe a la teoría de elección racional, discrepa de la teoría del campo de Bourdieu al centrarse en las interacciones entre individuos en vez de en la estructuración del campo que moldea las posiciones y la conducta de los agentes en ello. Según esta formulación alternativa, el capital social es el valor abstraído de relaciones sociales de cualquier tipo: la solidaridad dentro de un grupo étnico que asegura confianza en intercambios comerciales, las normas de cuidado a niños en una comunidad suburbana que permiten que una madre deje sus hijos moverse sin supervisión, los grupos de estudio que ofrecen un espacio de reunión y organización que sirven para cultivar células de oposición política (Coleman, 1988). Aunque esta concepción de capital social busca corregir la tendencia en el análisis de la acción social de enfocarse en el individuo separado del contexto social al tomar en cuenta las relaciones, normas y reglas que guían el comportamiento individual, sigue limitado en su alcance al analizar las redes sociales de las personas y su impacto en *otras instituciones y áreas de su vida* en vez de considerar cómo estas redes forman parte de la estructuración misma de los campos en donde actúan las personas. Esta idea de capital social toma las redes sociales como un recurso empleable para el individuo o una colectividad sin considerar los fines generales para los que se emplean. En el modelo del campo de Bourdieu, en cambio, el capital social es la forma de movilizar otros tipos de recursos y capital, pero siempre con un fin que se entiende dentro de un campo particular.

El campo, “integrado por un conjunto de relaciones históricas objetivas entre posiciones ancladas en ciertas formas de poder (o de capital)” (Bourdieu y Wacquant, 1995, p. 23), constituye un “espacio de juego”. Aunque es un juego que no tiene reglas explícitas, cada campo tiene reglas de operación y formas de capital que otorgan posiciones diferentes a los participantes en el campo. Por lo tanto, no existe el capital social abstracto y desarraigado de un campo particular porque las relaciones conforman un recurso que se emplea dentro de una arena social delimitada con su lógica propia (por ejemplo, el campo político, el campo universitario etc.).

En el caso del campo comercial del mercado nacional e internacional para la artesanía textil, un análisis de las posiciones y relaciones jerárquicas entre diferentes tipos de actores nos permite hacer distinciones entre el valor relativo del capital social de estos actores. Al igual que en el campo político, en donde el capital social que otorga una conexión con el presidente es mayor que una relación con el representante local, en el campo comercial en cuestión vemos una diferencia importante entre el capital social que representa conexiones con clientes foráneos y el capital social con artesanas locales. Si bien ambos tipos de conexiones son importantes en el campo comercial – después de todo, para que un mercado exista es necesario conectar

productores, vendedores y compradores— las diferencias en los precios que pueden comandar distintos actores varían en función del tipo de capital que tienen.

Durante mi observación de Colectiva Malacate a lo largo de varios meses, noté que la

*Imagen 1 Blusas de milpa encargadas por Malacate a J'pas Joloviletik.*



colectiva recurre a otros grupos de artesanas que no pertenecen a Malacate para realizar algunos pedidos. Uno de estos pedidos fue un encargo de blusas que Malacate hizo directamente con la cooperativa J'pas Joloviletik. Estas blusas, muchas veces llamadas “blusas de milpa”, pertenecen a un tipo de diseño realizado por bordadoras del municipio de Chamula que se popularizó en los años 80s como un estilo que se vendía a turistas. En Colectiva Malacate no hay un grupo de artesanas de Chamula, así que la decisión de buscar a otro grupo para realizar estas prendas fue tomada por Karla, la fundadora de Malacate, quien se encarga de las ventas, con la idea de que este diseño en particular pudiera interesar a sus clientes.

Karla se reunió con el vendedor de la cooperativa J'pas Joloviletik y le encargó las blusas. Le pagó 450 pesos por cada blusa y las vendía a sus clientes en 1,200 (que, por una promoción

que estaban haciendo en enero, supuso un descuento del precio normal de 1,600). La diferencia entre el precio que cobró J'pas Joloviletik cobró y el que cobró Malacate tiene que ver con su capital social. Mientras que Malacate tiene contacto con muchos clientes en varios lados de la república, y manda alrededor de 10 paquetes diario por FedEx a estos clientes, J'pas Joloviletik tiene artesanas de varios municipios que pueden realizar las prendas pero no tiene una red tan extendida de clientes que puedan pagar el precio más elevado que Malacate cobró para las blusas.

En otra ocasión, Malacate recibió un pedido de Wicklewood, una tienda de Londres de interiorismo artesanal. A partir de una discusión con Karla y basándose en diseños textiles de diferentes comunidades de Los Altos de Chiapas, esta tienda hizo un pedido de cojines extragrandes con el estilo de bordado de Chamula, además de otras piezas con el estilo de bordado de Zinacantán. Karla encargó a las artesanas de Nachig que forman parte de Malacate las piezas con el estilo de bordado de Zinacantán y a J'pas Joloviletik las de Chamula. Los cojines extragrandes encargados a J'pas Joloviletik fueron bordados por las artesanas de esta cooperativa sobre una manta que Karla consiguió y trabajó con una confeccionista de San Cristóbal para cumplir con las especificaciones del diseño que pidió la tienda londinense. De nuevo, aunque ambas organizaciones se encuentran en el mismo campo comercial de textiles artesanales, el capital social que tiene que les conecta con clientes de fuera les otorga posiciones diferentes y la



*Imagen 2 Cojines diseñados y encargados por Malacate y vendidos por Wicklewood.*



posibilidades de cobro diferentes. Por esta misma razón, la tienda Wicklewood en Londres cobra \$308 USD (casi \$6,000 MXN) para el mismo cojín.

Aunque no me enteré de los precios pagados a las artesanas en esta ocasión, Karla me había comentado que suele vender los productos de la colectiva alrededor de dos o tres veces más el precio de producción. Karla había aprendido la regla comercial de que el cálculo del precio debe ser tres veces el costo de producción cuando la colectiva hizo un trabajo para Someone Somewhere, una empresa basada en la Ciudad de México que promociona el desarrollo sustentable. Sin embargo, Karla me explicó que sólo pueden triplicar el precio si el costo de producción de la pieza no es muy alto, lo cual depende muchas veces de la técnica y la comunidad que lo hace. Si el precio es 700, me explicó, podemos triplicarlo. Si el precio es muy alto, solo podemos venderlo a dos veces el precio redondeado. Por ejemplo, un vestido de estilo llamado panal, una técnica que se hizo popular en Zinacantán en los años 80 y que reactivaron en la colectiva, tiene un precio de producción de \$1,112. La compañera que lo hizo recibe 800 pesos, la tela cuesta 260 y el hilo cuesta 52 pesos. Si triplicaran el precio para venderlo a 3,300 pesos, no encontrarían quién lo comprara en este precio. Por lo tanto, lo venden en 2,400. La ganancia de Malacate explicó Karla, se usa para pagar los sueldos de las empleadas que ayudan a Karla con la logística de la venta, para pagar la renta del taller, el costo de materiales y nuevas producciones de otros grupos en la colectiva.

Aunque todos estos gastos afectan la magnitud de las ganancias que reciben de las ventas, al final, no es lo que determina el precio. Como indica Karla, a fin de cuentas, el precio depende de lo que los clientes están dispuestos a pagar. En J'pas Joloviletik, los precios de venta en la tienda que tiene la cooperativa en San Cristóbal añaden sólo el 15% del precio que recibe la artesana, que está destinado a cubrir los costos compartidos en la tienda de electricidad, los sueldos de los vendedores y el pago al contador. Aparte de las compras que reciben de Malacate, la mayoría de las ventas de la cooperativa han sido a través de turistas que visitan la tienda en San Cristóbal, algunos pedidos que les llegan de otras ciudades en México que conocía la tienda antes y, más recientemente, a través de algunas pocas expoventas y colaboraciones llevadas a cabo por las ONG The Hunger Project y la Red Niu Matat Napawika. La red de clientes que tiene J'pas Joloviletik es mucha más reducida que aquella de Malacate, que tiene una fuerte presencia en redes y está en contacto con tiendas al extranjero. Esta diferencia en capital social es central para entender las diferencias en precios que cobran y las posiciones que ocupan estas dos organizaciones en el campo comercial. El capital social de Malacate, entendido en el sentido propuesto por Bourdieu como relaciones que permiten movilizar recursos y que refuerzan y

reflejan la posición que uno tiene dentro de un campo particular, es mayor que el capital social de J'pas Joloviletik. Son en gran parte *este tipo de capital social*, y no otros tipos como conexiones con artesanas, lo que otorga a ciertas organizaciones una posición mejor en el campo y la posibilidad de cobrar precios más altos. Por ejemplo, aunque ambas organizaciones tuvieron un número comparable de artesanas en 2021 (alrededor de 100, aunque posteriormente en la cooperativa este número ha ido bajando y en Malacate ha ido subiendo), esta clase de conexión fue de un valor menor y, a pesar de ser esencial para la venta de productos artesanales en este nuevo mercado exterior, no otorga posiciones iguales en este campo comercial.

Vale la pena detenernos en este argumento sobre la importancia del capital social a la hora de determinar la posición de poder de los actores y el precio que cobran por sus productos, ya que desafía el dogma neoclásico de la economía, que pretende que exista una lógica inmutable e indiferente del mercado que hace irrelevantes las diferencias de poder y las redes sociales. Según este argumento, cada empresa persigue su interés de maximizar sus ganancias de acuerdo con las restricciones impuestas por la competencia y la demanda del producto. En este modelo, el precio se determina por la lógica ineludible del mercado, puesta en marcha por las dinámicas de oferta y demanda. No se tiene en cuenta el poder desigual entre agentes a la hora de determinar los precios, ya que, según esta teoría, la presión de las acciones de otros agentes que buscan vender su mercancía mina el poder unilateral de un agente particular para manipular los precios en su beneficio. Esta caracterización del comportamiento de los agentes en el mercado como moldeado por la fuerza igualadora de la competencia ha sido cuestionada más recientemente por las corrientes teóricas de la nueva economía institucional y la nueva sociología económica. Desde diversos enfoques, los autores de estas corrientes han recalcado la importancia de las dinámicas sociales en las operaciones del mercado, el papel de las redes en los movimientos de información y actores (Granovetter, 1995; White, 2002; Uzzi, 2002), las instituciones legales, políticas y propias del mercado que influyen en sus reglas de operación (Coase, 1988; Fligstein, 2001) y las normas compartidas o culturales que definen la forma y las reglas para participar en el mercado (Beckert, 2009; Gudeman, 2008; Guyer, 2004).

En las transacciones comerciales descritas arriba, en las que el precio que se puede cobrar depende no de una competencia entre empresas y la regla de oferta y demanda sino de las posiciones desiguales de los productores en el mercado, vemos cómo varios de estos elementos sociales influyen en el precio y la posición de los actores. Karla legitima el precio que paga a las artesanas de Malacate y de J'pas Joloviletik con base en las normas del mercado (análisis costo-beneficio) y el consejo de otros actores reputados en el campo (la regla de triplicar el costo de

producción que le dio Someone Somewhere). Sin embargo, el factor que parece cobrar mayor importancia al final es el precio a que Karla estima que sus clientes están dispuestos a pagar. En vez de interpretar este hecho como la regla de oro del precio determinado por la oferta y la demanda, es necesario entender las conexiones entre vendedores y compradores de manera más estructurada. En el caso de las compras de J'pas Joloviletik, en distintos momentos y sin transformación de sus cualidades materiales, el mismo producto se vende a tres precios diferentes: se vende a Karla en un precio, Karla lo vende a Wicklewood a alrededor de tres veces este precio y Wicklewood lo vende a su vez a tres veces este precio anterior. El factor que facilita el cambio de precio son los cambios en el capital social que gozan estos diferentes actores.

Esta situación demuestra el hecho que el capital social no se reduce a cualquier relación social sino una relación social que se encuentra en un campo estructurado y, por lo tanto, tiene un valor desigual para actores diferentes, dependiendo de su posición en este campo particular. Esta concepción de capital social contrasta con aquella de Coleman, que destiló su discípulo Ronald Burt (1992) al describir el capital social como la “propiedad conjunta” de ambas partes de la relación dado que si una rompe la relación se disuelve el capital social de las dos. Si bien existen varias relaciones que aportan beneficios a ambas partes, la diferencia de poder entre los participantes en una relación afecta al carácter y la magnitud de estos beneficios. En el caso que nos ocupa, la relación entre Malacate y J'pas Joloviletik beneficia a ambas partes, ya que ambas logran vender sus productos, pero Malacate está mejor situada en el campo, lo que le permite encargar un producto que venderá a otros clientes a tres veces su coste. Aunque la relación beneficia a ambos, uno sale favorecido. Esta ventaja está relacionada con su mayor capital social, que ha obtenido mediante otras relaciones con actores mejor posicionados en el campo o en otros campos.

### **3.2.5 El papel del *broker***

Un aspecto del capital social que no se aborda en las obras de Bourdieu, quien hizo más hincapié en la operación de los diferentes tipos de capital según la lógica de cada campo, es el valor que pueden aportar las relaciones sociales con actores de otros campos. La cuestión de la influencia que ejercen las relaciones entre distintos campos está ligada a la cuestión más general de las dinámicas de interacción e influencia entre campos. ¿Cómo se pueden definir los límites de un campo particular? Y, a continuación, ¿qué influencia tienen unos campos sobre otros, si se supone que cada campo tiene su propia organización, jerarquía y reglas? En el caso que nos ocupa, la tarea que se ha llevado a cabo en este capítulo, que consiste en identificar los actores principales, la historia de posiciones de poder en el campo y las relaciones entre los diferentes

tipos de organizaciones, revela el carácter cambiante de las fronteras que separan el campo comercial de la artesanía textil para la venta nacional e internacional de otros campos. Mientras que en los años 80, por ejemplo, el campo político ejercía una influencia sustancial en la configuración del campo, fundando cooperativas y determinando los fondos que recibían, vemos ahora la importancia de otros campos, como el de las ONG, el de desarrollo internacional y el académico, en la configuración actual del mercado nacional e internacional para los textiles artesanales producidos en Los Altos.

Las redes que se tejen entre los principales actores del campo comercial actual de la artesanía textil, así como entre ONG, instituciones académicas nacionales y otras entidades, representan una faceta clave para entender la organización y el funcionamiento de todo el sector. Hemos observado el importante papel que desempeñan las personas y las empresas que actúan como intermediarios al vincular organizaciones de estos otros campos con la producción artesanal en Los Altos. El éxito de Malacate se debe en gran parte a la capacidad de su fundadora, Karla, para crear estos vínculos fuera del campo comercial.

Crear un mercado: eso es lo que hemos hecho a través de la difusión desde un principio [...] ir presentarnos a festivales, coloquios [...] No nada más íbamos a vender sino yo me inscribía con una ponencia y vendíamos. (Entrevista Karla Pérez, San Cristóbal, 20 de mayo de 2022)

La importancia de estas redes para forjar circuitos de venta y conectar con clientes fuera del campo comercial de Los Altos requiere una reevaluación de la formulación original de Bourdieu de capital social. Aquí queda patente que el capital social no sólo depende de las relaciones que uno tiene dentro de un campo particular, sino que también puede estar constituido por vínculos con actores de otros campos.

A pesar de sus distintas configuraciones de vínculos con el campo académico, el campo de desarrollo internacional y los campos comerciales de otros lados, muchos de los actores principales en el campo comercial de la artesanía textil para la venta nacional e internacional desempeñan el mismo papel de intermediarios entre clientes de estos otros campos y artesanas de Los Altos. La labor de vinculación que realizan estas diversas empresas no las relega a un papel secundario al servir de puente entre productores y clientes, sino que les asigna un estatus privilegiado por poseer este tipo de capital social que abarca múltiples campos. Como han señalado varios autores en referencia al papel clave de los *brokers* en el ámbito político (Lewis & Mosse, 2006; De la Peña, 1986; Wolf, 2001), estos intermediarios son a la vez dependientes y poderosos. A pesar de su posición entre niveles o campos distintos que les vuelve dependientes en cierta medida de los mismos actores que vinculan, la necesidad en primer lugar de alguien que

desempeñe este papel señala la falta de integración de estos distintos ámbitos. Cuando hay una brecha entre distintos campos, como en el caso del campo comercial local de producción artesanal textil en los Altos y el campo del desarrollo internacional o del comercio para la artesanía en otros lugares, los intermediarios son indispensables para establecer contacto entre estos distintos espacios.

Al ser el puente entre productoras, clientes y financiadores, estos *brokers* son los nodos clave en la transmisión de información, recursos y productos. Los otros actores que se encargan de las ventas y operaciones de las empresas y ONG que trabajan con artesanas en Los Altos, tal como Karla en Malacate o el vendedor asalariado de J'pas Joloviletik, son quienes reciben las instrucciones de los clientes sobre las características de sus pedidos y el dinero para las ventas. Son ellos quienes pasan esta información a las artesanas, organizan la producción y entrega de los pedidos y checan la calidad de las prendas entregadas. Al igual que los *brokers* políticos descritos por Wolf (2001) que vincularon grupos en comunidades locales con la política nacional en México, los *brokers* comerciales de Los Altos deben orientarse en dos direcciones simultáneas: tienen que atender a los clientes foráneos y satisfacer sus demandas y, al mismo tiempo, representar las artesanas y sus intereses. En el transcurso de mi trabajo de campo, Karla de Malacate recalcó el desafío de “equilibrar” para que los clientes queden satisfechos y las artesanas vendan sus productos.

Este papel de intermediario implica un trabajo constante de adecuación y traducción de demandas para que ambos lados quedan complacidos con la relación comercial. Sin embargo, eso no implica que los *brokers* sean terceros desinteresados que sólo faciliten la comunicación entre grupos de campos distintos. La cooperativa J'pas Joloviletik tiene el problema perenne de que los vendedores que contratan para atender a los clientes, que tienen que ser bilingües en español y tsotsil para comunicar información sobre los pedidos y ventas de los clientes a las artesanas y viceversa, tienen intereses que no convergen con los de la cooperativa. Un incidente que ilustra esta discordancia ocurrió con el vendedor que era el enlace durante varios meses entre Karla y las artesanas de J'pas Joloviletik. Las blusas de Chamula que Karla les encargó mencionadas arriba a otro grupo de artesanas que no formaban parte de la cooperativa en el absoluto. En este caso, el vendedor sacó provecho de su posición de enlace para usar la información que recibió de un cliente para promover sus propios intereses. Sólo fue hasta después cuando hablé con las artesanas de la cooperativa sobre la salida de este vendedor y los problemas que tuvieron con él que ellas se enteraron de la existencia de este pedido. De esta forma, aunque los actores intermediarios deben cumplir en cierta medida con las expectativas

de clientes y artesanas para que dure la relación, su control singular sobre el flujo de información, recursos y productos también les otorga un poder independiente.

Dado que la labor esencial de los *brokers* es de mediar entre grupos que se encuentran en espacios y culturas distintos, tienen que mantener un equilibrio entre los dos lados que no obstante conserve cierta distancia entre los campos. Si resolvieran por completo la colisión de intereses y la brecha entre grupos, los *brokers* abolirían su propio papel y utilidad como intermediarios, como explica Wolf (2001). En el caso del mercado nacional e internacional para la artesanía textil en Los Altos, la brecha que separa a las artesanas, la gran mayoría de las cuales viven en comunidades indígenas en Los Altos, de los clientes que compran sus productos en la Ciudad de México o Londres es lo suficientemente grande como para que sea difícil realizar pedidos sin la intervención de un intermediario que conozca los procesos de trabajo de las artesanas y las expectativas de los clientes foráneos. Sin embargo, el crecimiento del mercado de la artesanía textil ha afectado a estas relaciones de intermediación y ha dado salida a muchos intermediarios diferentes que operan en distintos niveles.

Antes, la formación de cooperativas requería la intervención de intermediarios para establecer vínculos entre agencias gubernamentales y las cooperativas, entre los propios grupos de artesanas que conforman las cooperativas y entre estas y los clientes. En los años 80, muchos de estos intermediarios fueron contratados por órganos gubernamentales como el FONART y el INI. Una de ellas fue Alejandra, quien había trabajado como promotora en distintas agencias gubernamentales en Chiapas, y fue contratada por FONART para apoyar en la formación de la cooperativa Sna Jolobil, un año después de su fundación. Alejandra trabajó en varios proyectos de vinculación en su papel de promotora: se comunicó con FONART y el gobierno municipal de San Cristóbal para organizar la venta de los productos de las artesanas en la cooperativa, apoyó en el proceso de legalización de Sna Jolobil como asociación y visitó a los diferentes grupos de artesanas que conformaban la cooperativa para promover la solidaridad entre ellas. Alejandra describió su trabajo como sobre todo lo de “relacionar a la gente y promover conciencia y darles una manera de organizarse, y mantenerse unidos como grupos. Y es evidente que mientras que haya alguien que mantiene contacto, que sirve de ese hilo de comunicación, las cosas siguen teniendo esa fuerza” (Rus, 1997, p. 209).

Este trabajo de vinculación fue fundamental para la creación de la cooperativa, ya que, aunque todas las artesanas eran de comunidades tsotsiles y tseltales de Los Altos, anteriormente no tenían mucho contacto entre ellas. Como lo describió Alejandra, al llevar a los representantes de los grupos a otros pueblos, “los representantes empezaron a conocerse entre sí, hasta lograr

una idea de lo que era un grupo, y a conocer que había otras gentes artesanas también. Había gente de Bochil que ni siquiera tenían la idea que existía San Andrés cuando ellos son originarios de San Andrés” (Rus, 1997, p. 207). En este caso, la labor de intermediación que realizó Alejandra fue entre grupos de artesanas de pueblos diferentes de Los Altos. A pesar de la cercanía geográfica y cultural entre estos distintos grupos, los obstáculos para formar una asociación cooperativa fueron, y siguen siendo, muy grandes. Como señalaron Rus y Collier (2002), la identidad y lealtad principal de las personas tsotsiles y tseltales de Los Altos han sido como miembros de sus comunidades específicas: “no sólo tendían a verse a sí mismos como ‘chamulas’ o ‘zinacantecos’ primariamente, en lugar de considerarse ‘tzotziles’ o, aún menos, ‘indígenas de Chiapas’ ni ‘trabajadores migrantes’, sino que todas su energías sociales y políticas y religiosas se enfocaban hacia el interior de sus comunidades” (Rus y Collier, 2002, p. 167).

El trabajo que desempeñó Alejandra como promotora para tender puentes entre los distintos grupos de artesanas continúa actualmente en algunas de las cooperativas en Los Altos. Jolob Jlumaltik, que se formó apenas en 2022, tiene reuniones periódicas en las instalaciones de COFEMO, la ONG que ha impulsado la organización de la cooperativa. Las promotoras en COFEMO también han actuado como intermediarias entre los diferentes grupos, organizando ceremonias inaugurales en cada una de las comunidades en las que tienen asociadas a artesanas que cuentan con el apoyo de representantes de otros grupos, y también se encargan de la comercialización de los productos en línea. En cambio, J’pas Joloviletik, que antes contaba con el apoyo del INI, ya organiza sus propias reuniones, a las que asisten representantes de los diferentes grupos y la junta directiva. Sin embargo, en estos casos actuales, persiste una lealtad principal a los grupos inmediatos en las diferentes comunidades, la mayoría de las cuales siguen estando formadas principalmente por miembros de la misma familia, y existe desconfianza entre los diferentes grupos respecto al manejo de recursos. En varias entrevistas, las socias mencionaron un robo de 70,000 pesos que ocurrió en 2010 en J’pas Joloviletik. En otra ocasión se perdió 10 000 pesos, que resultó ser un robo cometido por la hermana de una de las vendedoras que estaba allí. Los 70 000 pesos, en cambio, nunca aparecieron y las socias que me lo contaron pensaron que fue alguien de la cooperativa. Luego se instalaron cámaras de seguridad para vigilar la tienda.

A pesar de estos ejemplos actuales de cooperativas, hoy en día hay menos interés en la intermediación entre grupos de artesanas para lograr un trabajo cooperativo y más actividad en torno de la intermediación entre los grupos de artesanas que realizan los productos y los clientes que los compran. Esta intermediación está realizada por ONGs, empresas y vendedores dentro

de y entre organizaciones. En diferentes momentos los mismos actores desempeñan distintos papeles de intermediarios. Karla, por ejemplo, como fundadora de Malacate, dirige la producción y venta de los grupos de la colectiva, así sirviendo como intermediario entre ellos y los clientes, y también compra piezas de otros grupos como J'pas Joloviletik para ofrecerlas a clientes, actuando como intermediario entre Malacate y la cooperativa. Estas distintas actividades de intermediación constituyen la parte más importante de la actividad comercial de Malacate, lo que otorga a Karla un papel y una posición únicos en la organización, contrariamente a lo que sugiere el papel de *broker*. Le da una responsabilidad mayor de responder por el trabajo que hicieron las artesanas, comunicar las demandas de los clientes a las artesanas y en todo momento “hacer el engranaje para que haya beneficios para todos”. Karla describió en varias ocasiones esta labor como la de “dar la cara” al cliente por un lado, y luego respetar el valor, el contexto y los procesos de trabajo de las artesanas y transmitir estos elementos al cliente por el otro.

En este proceso de intermediación, que no se lleva a cabo directamente entre las dos partes sino más bien por separado a través del *broker*, no siempre se logra alcanzar un equilibrio. En el transcurso de observar la relación que tuvo Malacate con Mi Golondrina, una empresa de moda ubicada en Texas que hizo pedidos grandes de entre 50-100 cuellos de los grupos de artesanas de Aguacatenango en Malacate y también de los grupos de artesanas de la misma comunidad que trabaja con la ONG Impacto, hubo varios desencuentros entre Karla y los representantes de Mi Golondrina así como con el grupo de Aguacatenango. Con el grupo de artesanas, hubo muchas entregas incompletas, faltaban cuellos que las artesanas se habían comprometido a entregar, o que tenían problemas de calidad respecto al bordado o el tamaño de los cuellos. El trabajo de intermediación de Karla en estos casos consistía en representar de forma paralela y separada las demandas y situaciones de los clientes y las artesanas. Con respecto a Mi Golondrina, que tenían ciertas expectativas sobre las fechas de entrega y la calidad del bordado, Karla hacía controles de calidad, revisaba las prendas, acordaba las fechas de entrega con las artesanas y les regañaba cuando había detalles en la elaboración de prendas o no entregaban los pedidos completos. Luego, en relación con las artesanas, Karla las defendía ante los representantes de Mi Golondrina, recalando el hecho de que las artesanas tienen tiempos y procesos de trabajo diferentes y mencionando algunas situaciones específicas que vivían, como la enfermedad de parientes, que atrasaba la entrega de pedidos.

### **3.2.5.1 Los intermediarios y la preservación de su papel**

Sin embargo, el trabajo de intermediación no se limita a un equilibrio entre dos partes. También observé varias situaciones en las que Karla defendía el papel de Malacate y también su



propia posición de *broker* en Malacate. Estas ocasiones revelan la tensión que existe entre el trabajo de intermediación que consiste en representar y adecuar los intereses de otros actores y la agencia independiente de las organizaciones e individuos que realizan esta labor. Hubo ocasiones en las que el interés de representar y promover el trabajo de Malacate como colectiva o Karla en su papel de intermediario chocó con los intereses y amenazó la posición de Mi Golondrina, o en cambio, los intereses de otras empresas en el campo comercial entraban en conflicto con los de Malacate. En lo que se refiere a Mi Golondrina, Karla recibió una reprimenda por publicar fotos del bordado que hicieron las artesanas de Malacate para la prenda que les había encargado Mi Golondrina en las redes sociales. Patricia, una de las representantes de Mi Golondrina que se encarga de los pedidos con las artesanas de Chiapas y también trabaja con Impacto, explicó que no se les prohibía a las de Malacate publicar fotos, pero que solo lo hicieran una vez que Mi Golondrina ya había compartido en su página los nuevos diseños para evitar que otras empresas copiaran sus productos antes de que salieran al mercado.

Esta situación ilustra el hecho de que los intermediarios, aunque a veces colaboran con otras empresas en el mercado internacional para la artesanía, coordinando la producción de prendas con las artesanas con quienes trabajan, también se encuentran en situaciones de competencia. En estos enfrentamientos, la posición que ocupa la empresa en el campo afecta su poder para constreñir las acciones de otros. Así, las relaciones entre empresas fluctúan según la situación. Si hay una confluencia entre las organizaciones —cuando ambas partes sacan provecho de la venta de sus productos, por ejemplo, aunque una logra venderlos a otro cliente por un precio más alto—, pueden surgir alianzas. Sin embargo, cuando hay intereses opuestos, como en el caso de quién tiene control sobre la publicación de imágenes de las prendas u otras situaciones en las que está en juego el acceso y control sobre los mismos recursos, clientes o grupos de artesanas, puede haber conflicto y competencia entre los agentes del sector.

Hubo varias situaciones de conflicto que me relataron las artesanas de Malacate y Karla cuando diferentes grupos de artesanas empezaron a realizar pedidos para otros grupos o marcas. Hubo una ocasión en la que las directoras de Mujeres Sembrando la Vida pidieron a Karla que les pusiera en contacto con el grupo de artesanas de Nachig que trabaja en Malacate para realizar un pedido. “Claro te doy el contacto,” dijo Karla, “pero me dijeron que nada más para ese pedido y después terminaron trabajando con ellas. Pero ni siquiera tienen la atención de decirme.” (Entrevista Karla Pérez, San Cristóbal, 20 de mayo de 2022). Varias de las artesanas en el grupo se molestaron que Karla preguntara sobre su trabajo con esta cooperativa y decidieron salir del grupo, sintiendo que Karla quería controlar sus decisiones sobre dónde trabajar.

Luego en 2023, el grupo de artesanas de El Puerto que forma parte de Malacate empezó a trabajar con otras tiendas y marcas, como Tonton Textil y Avae. Karla se enteró de que estaba trabajando con Avae por una publicación en Instagram. Dijo que había copiado el diseño de prendas que ellas vendían en Malacate y, tras varios retrasos en las entregas de pedidos que tenían en la colectiva preguntó “si sería que estos atrasos sería por estar trabajando con otras marcas”. Añadió que “no hay problema tener otros clientes, pero que tenemos acuerdos dentro de la colectiva” (Notas de campo, 26 de septiembre de 2023).

En estas diferentes situaciones, surge la competencia entre organizaciones por el control sobre y el acceso prioritario al trabajo de los mismos grupos de artesanas. En estos casos, esto resultó en la usurpación del poder de Karla -y por extensión, de la colectiva Malacate— como intermediario entre grupos específicos de artesanas y clientes. La posición de Karla y Malacate en el campo comercial depende de su control sobre estas relaciones. Cuando otras empresas incursionan en los grupos de artesanas que forman parte de la colectiva, desafían su capacidad de ejercer control sobre las actividades laborales de las artesanas. De acuerdo con Wolf (2001), los intermediarios operan en las sinapsis de redes sociales que unen distintos niveles. Existen relaciones más o menos estables entre los intermediarios -sean cooperativas, colectivos, tiendas u ONG—, las artesanas con quienes trabajan y los clientes a quienes venden.

Como se puede percibir en las descripciones de estas redes sociales, no existe una unificación de los diferentes circuitos comerciales que establecen intermediarios entre clientes y artesanos. Se forman distintas relaciones comerciales entre cooperativas, tiendas locales y foráneas, colectivos y agencias gubernamentales que, aunque pueden coincidir en varios nodos, por lo general están compuestas de configuraciones diferentes. Es en gran parte debido a esta fragmentación que los intermediarios tienen un papel tan protagónico en el mercado nacional e internacional de la artesanía de Los Altos. Como notó De la Peña (1986, p. 46) con referencia a la intermediación política en México, “la fragmentación propicia el surgimiento de alianzas y patronazgos: de redes jerárquicas que conectan informalmente las instancias formales de poder”. Observamos un fenómeno similar en el nuevo campo comercial del mercado nacional e internacional para la artesanía de Los Altos de Chiapas. Dado que no constituye un campo consolidado,<sup>19</sup> existen distintos circuitos comerciales donde los intermediarios operan,

---

<sup>19</sup> Vale la pena cuestionar la estabilidad de cualquier campo, incluidos los comerciales. Según el argumento de Michel Callon (2021), que se retomará con más detalle en Capítulo 7, los mercados son procesos continuos de evaluación y clasificación que moldean no solo los tipos de bienes que se venden y los precios a que se venden, sino también los productores y los clientes que participan en el mercado. Por lo tanto, ningún mercado, ni producto ni agente en el mercado es una entidad estable porque evolucionan juntos.

conectando artesanas y clientes de fuera. Al igual que los *brokers* políticos que analiza De la Peña, el poder de los *brokers* comerciales en Los Altos descansa en su capacidad para acceder a estos circuitos y ejercer control sobre ellos. Aunque a veces estos circuitos operan por separado —por ejemplo, los clientes individuales que compran en Malacate en línea no suelen ser los mismos que compran en la cooperativa J'pas Joloviletik o de la tienda Colectiva Concepción— también pueden entrar en las mismas órbitas y formarse relaciones de compra y venta entre los mismos intermediarios, como cuando Malacate vende productos realizados por artesanas de J'pas Joloviletik o cuando la marca Carmen Rion vende productos hechos por artesanas de Pantelho' que trabaja en Malacate. En estas intersecciones entre diferentes actores que operan en el campo comercial de Los Altos se manifiesta la estructura jerárquica del campo descrita en la sección anterior.

En vez de pensar en esta jerarquía como una cadena contigua de posiciones, en donde cada actor se encuentra subordinado o superior a otro en diferentes eslabones de una escalera, sería más adecuado considerar las posiciones relativas de los actores a través de la metáfora de órbitas y fuerza gravitacional. Cada actor en el campo comercial de Los Altos, actuando como intermediario o *broker* entre artesanas y clientes, teje sus propias redes comerciales. Estas redes son propias de cada actor y, dependiendo del tamaño de la empresa u organización, pueden estar compuestas por múltiples clientes distintos y varios grupos de artesanas. La colectiva Malacate, a la que tuve la oportunidad de observar durante varios meses, recibe alrededor de la mitad de sus compras de tiendas y grupos más grandes que realizan pedidos de entre 15 y 20 piezas dos o tres veces al año (entre los que se encuentran Mezcalínea, Carmen Rion y Wicklewood), y la otra mitad de clientes individuales de diferentes ciudades de México y del mundo. Estos circuitos comerciales componen lo que se puede entender como una órbita particular de Malacate. Aunque hay algunos puntos de coincidencia con otras tiendas y grupos de Los Altos —la ONG Impacto, por ejemplo, también conecta a Carmen Rion con sus grupos de artesanas—, no suelen provocar competencia directa porque los productos que venden al mismo cliente suelen ser prendas diferentes realizadas por grupos de artesanas de comunidades que manejan diferentes estilos. En este sentido, diferentes organizaciones y tiendas pueden tener contacto con el mismo cliente y pasar por el mismo circuito en su órbita más general, de manera que no entran en conflicto.

Sin embargo, cuando un grupo del campo comercial de Los Altos compra a otra empresa para vender a un cliente foráneo— como los casos presentados de Malacate y J'pas Joloviletik o bien de Mi Golondrina y Malacate— se manifiesta un orden jerárquico entre los actores. En

estas situaciones, el actor mejor posicionado en el campo ejerce una influencia sobre las acciones de los demás. Parecida a una fuerza gravitacional, cuando las trayectorias de dos actores se cruzan de esta manera, las organizaciones más grandes afectan a los movimientos de aquellas más chicas con menos capital económico y social. En estas situaciones, la jerarquía regional en el mercado nacional e internacional para los textiles artesanales de Los Altos de Chiapas guarda parecido con el poder regional en el ámbito político descrito por De la Peña: “La lógica de tal jerarquía implica la capacidad diferencial de los actores de capturar recursos públicos y privados cuyo control les permita subordinar a otros actores en un ámbito espacial determinado” (De la Peña, 1986, p. 46).

No obstante, hay que recalcar que esta jerarquía no siempre es evidente ni relevante en las operaciones diarias de los actores comerciales. Solo se hace patente la diferencia en las posiciones de los actores en el campo comercial en situaciones de confrontación o de subordinación directa entre diferentes empresas o en la diferencia de precios que los grupos comerciales cobran por sus productos. Este entendimiento de la jerarquía en el campo comercial para la artesanía textil en Los Altos como una característica estructural, pero no siempre evidente en las interacciones diarias de los actores, nos ofrece una visión más compleja del funcionamiento del mercado. El mercado, como argumentan Fligstein & McAdam (2012, p. 90), está organizado de acuerdo con los principios duales de cooperación y jerarquía. Según estos autores, cada mercado existe en un continuo entre estos dos polos: algunos, como los formados por ONGs para ayudar a personas afectadas por desastres naturales, suelen ser más cooperativos, mientras que otros, como los estados autocráticos, son más jerárquicos. Sin embargo, lo que observamos en el mercado nacional e internacional de la artesanía textil de Los Altos es un campo que no es intrínsecamente cooperativo ni jerárquico, sino uno en el que ambas características están siempre presentes y se activan puntualmente.

La estructura del campo comercial que se ha esbozado en este capítulo se ajusta en muchos aspectos a la descripción general del campo económico que presentó Bourdieu (2005, 2023). La identificación de los diferentes tipos de actores y sus relaciones que fluctúan entre competencia, subordinación y colaboraciones según su posición y los circuitos comerciales que han formado, refleja la fragmentación que Bourdieu subrayó en su descripción del mercado. Bourdieu retoma los hallazgos del sociólogo Harrison White sobre la desigualdad en las posiciones de los actores en el mercado y recalca su aportación a la concepción del mismo: “Sustituye la idea de mercado unificado, unitario, instantáneamente único o unificado, por la de un mercado constituido por un conjunto de submercados coexistentes, donde el problema de

cada productor es encontrar su mercado, su segmento” (Bourdieu, 2023, p. 167). De acuerdo con este modelo, los circuitos comerciales diferenciados son, a pesar de no entrar en conflicto directo, órbitas jerárquicamente posicionadas que trazan otros actores. Como hemos visto, el capital social de ciertas organizaciones, como Malacate, Impacto, ATA o Jolom Mayaetik, les otorga una mejor posición en el campo que a organizaciones más pequeñas o con menos capital social, como J’pas Joloviletik, La Milpa o Tsobol Antsetik. Sin embargo, estos actores no suelen entrar en conflicto directo a menos que un actor del campo busque apropiarse de este capital particular o de los recursos que maneja otro actor (por ejemplo, mano de obra, donativos o el mismo tipo de pedido del mismo cliente). He citado algunos ejemplos de enfrentamientos, pero, por lo general, la competencia en el mercado suele coincidir con lo que Bourdieu (2023) y Weber (2019) han descrito como el conflicto pacífico e indirecto que caracteriza la competencia en el mercado: “la competencia es un conflicto pacífico, es decir, un intento formalmente pacífico de asegurarse el control de oportunidades y ventajas que también otros desean” (Bourdieu, 2023, p. 162).

De acuerdo con este entendimiento del mercado —y respaldado por mis propias observaciones en Los Altos— las posiciones que ocupan los actores y su poder diferencial no siempre son evidentes en sus relaciones mutuas. Dado que los circuitos comerciales de los diferentes actores pueden no cruzarse, sus posiciones relativas no siempre son observables a través de sus interacciones. Como Bourdieu repite a menudo: “la interacción no es la estructura” (Bourdieu, 2023, p. 170). En cambio, la estructura del campo y las posiciones relativas de los actores en él no se ven determinadas por una competencia constante y directa entre los diferentes actores, sino por el capital que poseen en él. Hasta ahora, me he centrado en el capital social que permite a los actores posicionarse mejor en el campo y cobrar precios más altos por sus productos, a veces subordinando directamente a otros. Sin embargo, la lógica que sustenta la competencia y las alianzas entre actores en el campo comercial señaladas en este capítulo no se reduce a estas conexiones. Para lograr una comprensión más completa del mercado nacional e internacional de la artesanía en Los Altos, es necesario evaluar las reglas, normas y discursos legitimados en este campo. Regresaré a esta cuestión después de los siguientes capítulos, en los que analizaré la participación y las posiciones de las artesanas en este campo comercial.

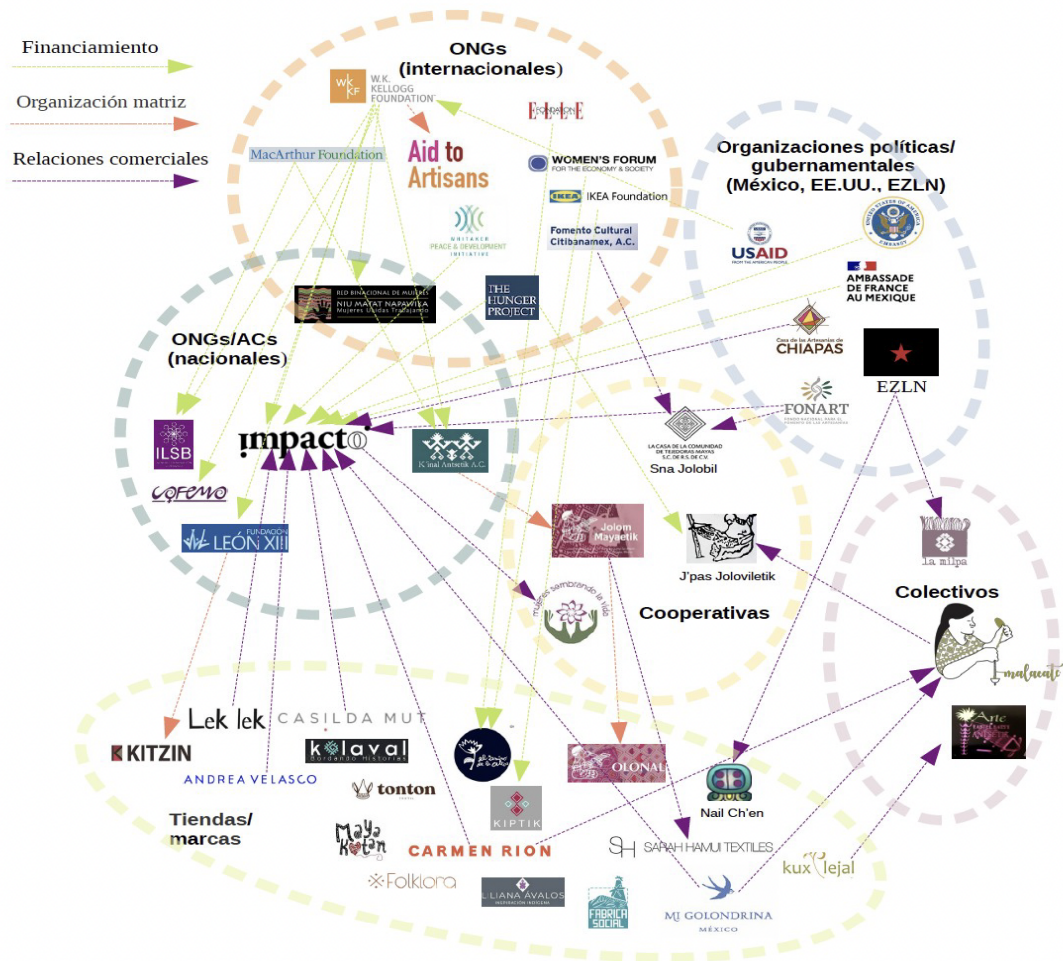


Figura 2 : Algunas relaciones entre organizaciones y grupos de producción de artesanía textil en Los Altos de Chiapas. Adaptada de Albarrán (2020).

**PARTE II**  
**EL CAMPO DE LA PRODUCCIÓN**  
**ARTESANAL**

**CAPÍTULO 4**  
**LA PRODUCCIÓN Y VENTA DE LAS**  
**ARTESANAS PARA DIFERENTES MERCADOS**



El panorama comercial de la artesanía textil en Los Altos de Chiapas descrito en el capítulo anterior esboza los principales actores que trabajan con las tejedoras y bordadoras tsotsiles y tseltales que son los sujetos de esta investigación. Se trata de un campo comercial que tiene su centro en San Cristóbal de las Casas, el lugar donde se concentra el turismo de la zona y también donde se encuentran las ONG, tiendas y cooperativas principales que trabajan con las artesanas. Sin embargo, la gran mayoría de las artesanas mismas viven y trabajan en sus comunidades. Esta separación espacial conlleva una separación de campos. A diferencia del campo comercial orientado a turistas y un mercado nacional e internacional, el campo de la producción artesanal se concentra en las comunidades. Desde que comenzó el comercio de la artesanía para consumidores externos en los años 70, esta producción se ha organizado en torno a la unidad familiar. Esta unidad familiar está compuesta principalmente por las mujeres de la familia nuclear, aunque también se extiende a las nueras o cuñadas, dependiendo de cuál mujer de la familia asume un papel protagónico en la búsqueda de salidas económicas para sus productos. A pesar de la diversidad de formas organizativas de la producción artesanal textil que se dan en Los Altos - como son las cooperativas, los colectivos y la elaboración de piezas a destajo- el grupo familiar, con unas pocas excepciones sigue siendo el núcleo de esta producción.

El capítulo anterior se ha enfocado en los actores y relaciones en el campo comercial de artesanía destinada a la venta a clientes nacionales y extranjeros. Sin embargo, hay otros mercados de Los Altos donde existe otro conjunto de actores y productos. En las comunidades, circulan otros tipos de prendas artesanales que se pueden considerar como parte de dos mercados diferentes: 1) los trajes regionales de las comunidades. Este tipo de trabajo artesanal suele ser más elaborado, ya que incluye más brocado o bordado en las blusas en comparación con las blusas que se venden en el mercado nacional e internacional, y por lo tanto, son más laboriosas de elaborar; 2) prendas más sencillas de peor calidad (en términos de materiales tanto como las técnicas empleadas y la destreza en su elaboración) que se destinan principalmente a la venta turística. El primer tipo de textil lo compran las mujeres de Los Altos para su propio uso. El segundo tipo de textil lo compran y venden intermediarios en los mercados locales que se instalan las cabeceras municipales y en San Cristóbal.

Si bien estos mercados locales no constituyen el enfoque de mi investigación, que se centra en la participación de las mujeres de Los Altos en el mercado nacional e internacional de la artesanía textil, representan campos comerciales importantes en las comunidades en las que también participan las mismas artesanas que constituyen mi muestra. Con el fin de contrarrestar

la tendencia a considerar el mercado como una institución singular y homogénea, el siguiente recorrido por los diferentes mercados de textiles de las comunidades de Los Altos de Chiapas muestra la diversidad de organizaciones y lógicas comerciales que coexisten codo a codo. Estas diferentes organizaciones comerciales no solo son de interés teórico sino que también es importante entender las diferencias que existen entre ellas para analizar cómo y por qué las mujeres tejedoras y bordadoras participan en ellas. No es lo mismo vender prendas en el mercado local que vender en el mercado nacional y la diferencia no se reduce meramente a una cuestión de precio o tipo de producto. Para entender la participación de las mujeres en estos mercados, es necesario tener una idea general de cómo se organiza el trabajo artesanal en ellos.

Los campos comerciales locales son complejos debido a la diversa organización del trabajo artesanal y los tipos de prendas que los caracterizan, pero también debido a la combinación que hacen las artesanas con ventas en el otro campo comercial nacional/internacional. Antes de considerar el entramado de factores que influyen en el mercado en el que participan las artesanas -entre los que se encuentran la edad, el estado civil, la escolarización, el dominio del español, la comunidad en la que viven y la distancia o la dificultad para desplazarse a centros de comercio- pretendo proporcionar un resumen de algunas de las modalidades en las que las artesanas trabajan y venden sus productos.

| <b>Campo comercial</b>           | <b>Tipo de venta</b> | <b>Lugares de venta</b>                         | <b>Forma de participación</b>    | <b>Clientes</b>                                  | <b>Forma de compra/frecuencia de producción</b> | <b>Producto</b>                                   |
|----------------------------------|----------------------|-------------------------------------------------|----------------------------------|--------------------------------------------------|-------------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| Mercado nacional e internacional | A                    | Al extranjero, toda la República, San Cristóbal | Pedidos directamente de clientes | Tiendas, marcas, y clientes individuales.        | Pedidos (bisemanales o mensuales)               | Diseños originales y diseños de otras marcas      |
|                                  | B                    | Al extranjero, toda la República; San Cristóbal | ONG                              | Tiendas y marcas de diseño                       | Pedidos (variable)                              | Diseños de las marcas                             |
|                                  | C                    | San Cristóbal                                   | Cooperativas                     | Turistas y clientes nacionales e internacionales | Pedidos y consignación (variable)               | Diseños tradicionales y propios de la cooperativa |

|                                           |   |                                          |                                                        |                                       |                                                                                                        |                                                                       |
|-------------------------------------------|---|------------------------------------------|--------------------------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
|                                           | D | San Cristóbal; internet                  | Colectivos                                             | Clientes nacionales e internacionales | Pedidos y consignación (variable)                                                                      | Diseños tradicionales y propios del colectivo                         |
|                                           | E | Ciudades en la República y al extranjero | Expoventas y ferias                                    | Clientes individuales y tiendas       | Oferta de productos (1-4 veces al año)                                                                 | Diseños tradicionales y propios del grupo                             |
|                                           | F | Tiendas de Fonart y Casa Chiapas         | Fonart y Casa Chiapas                                  | Gobierno                              | Pedidos 1-2 veces al año para Fonart/ Variable para Casa de las Artesanías Chiapas                     | Diseños propios del grupo artesanal                                   |
|                                           | G | --                                       | Mediante artesanas que pertenecen a las categorías A-F | --                                    | Variable                                                                                               | Trajes tradicionales, diseños propios de los grupos, tiendas y marcas |
|                                           |   |                                          |                                                        |                                       |                                                                                                        |                                                                       |
|                                           | H | San Cristóbal                            | Venta ambulante                                        | Turistas, tiendas, puestos            | Producción semanal (ventas variables/a consignación)                                                   | Prendas sencillas para foráneos/ prendas de segunda mano              |
|                                           |   |                                          |                                                        |                                       |                                                                                                        |                                                                       |
| Mercado regional para turistas            | I | Cabeceras municipales de Los Altos       | Tiendas de artesanías                                  | Guías de turistas                     | Variable                                                                                               | Prendas sencillas para foráneos                                       |
|                                           | J | --                                       | Mediante comerciantes                                  | Turistas, tiendas, puestos            | Encargos (variable)                                                                                    | Prendas sencillas para foráneos                                       |
| Mercado local (dentro de las comunidades) | K | Cabeceras municipales de Los Altos       | Puestos en el mercado                                  | Habitantes                            | Pedidos y oferta de productos (variable); en torno al mercado semanal y las fiestas patronales anuales | Traje tradicional                                                     |
|                                           | L | Pueblos de Los Altos                     | Mediante comerciantes                                  | Habitantes y comerciantes             | Reparto/encargos (semanales,                                                                           | Traje tradicional                                                     |

|                                        |                                                                                      |
|----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| locales o por<br>encargo<br>individual | variables); en<br>torno al mercado<br>semanal y las<br>fiestas patronales<br>anuales |
|----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|

*Cuadro 6 Tipos de participación de las bordadoras y tejedoras tsotsiles y tseltales en los diferentes mercados para los textiles en Los Altos.*

#### 4.1 El mercado local: ropa ceremonial y trajes de uso diario (tipo de venta K y L)

La venta local de artesanía existe en cada municipio de Los Altos, pero varía de un municipio a otro debido a las diferencias entre los trajes regionales y las técnicas utilizadas para elaborarlos. Sin embargo, a pesar de estas variaciones de estilo, en todos los pueblos tsotsiles y tseltales de Los Altos hay dos tipos de venta: 1) los trajes de uso diario y 2) los trajes ceremoniales. Estos últimos se solicitan cuando se necesita ropa ceremonial para presentarse en los ritos y las procesiones. En estas ocasiones, los hombres, que en su mayoría han perdido la costumbre de llevar puesto de forma diaria el traje típico de su comunidad, encargan la realización de prendas como los shorts, faja, el *jerkail* (chamarra de lana blanca sin manga que se usa en Chamula), el *chuj* (chamarra de lana negra para hombres que se usa en varios municipios como Chamula, Tenejapa y Chenalho), el *xakitail* (chamarra de lana negra sin manga que usan las autoridades tradicionales en Chamula) el *pok k'u'ul* (el chaleco para hombres de Zinacantán) (Greenfield, 2004; López, 2016). Las mujeres, por su parte, encargan ropa especial cuando acompañan a sus esposos en sus cargos o, como recientemente empieza a suceder, cuando ellas mismas tienen un cargo en el gobierno municipal<sup>20</sup>. En los municipios de Aldama, Larráinzar y Tenejapa, por ejemplo, existen diseños distintos para los huipiles ceremoniales que usan las mujeres cuyos maridos tienen cargos.

Las mujeres llevan el huipil que es muy diferente a él que lleva la virgen, que es especial. Uno, porque es más pequeño. Dos, porque en esta blusa que es más pequeña que digamos es para uso, tratan de poner los brocados especiales. Una blusa para *me' alférez* [la esposa del alférez], lleva los más importantes [...] Cada mujer, hace, yo creo que también a la vez diseña los brocados que lleva. Acá apellidamos Jiménez por mi papá, pero mi mamá se apellida Santiz. Y el tipo de brocado que sabe hacer ella, no son los mismos que hacen la familia de Pedro. Que ellos son de otra familia, que apellida Ruíz. Entonces es muy diferente, aunque hablamos del mismo brocado, siempre va a tener la diferencia. (comunicación personal con Alberto Jiménez, Aldama)

<sup>20</sup> Tres de las mujeres entrevistadas tenían cargos en su municipio: una era regidora en Larráinzar; otra, también de Larráinzar, tenía una carga que implicaba acompañar al presidente municipal en sus salidas a las comunidades para resolver conflictos junto con otras dos mujeres y tres hombres; y la última tenía un cargo en el Juzgado de Paz y Conciliación en Chalchihuitán.

De acuerdo con la explicación de Alberto, quien es oriundo de Aldama y ha tenido cargos en la comunidad, los huipiles tradicionales que las mujeres realizan para las fiestas son especiales por los brocados que llevan, que representa iconografía original de las comunidades pero también propia de cada familia. De esta manera, las mujeres se destacan mediante las piezas que elaboran (o a veces compran) como miembros de su comunidad y familia, y como mujeres importantes por tener cargo (aunque técnicamente son los hombres los que tienen los cargos, tienen que ser hombres casados y la distinción y la labor que implican el cargo son compartidas por sus mujeres). El valor del trabajo artesanal en los casos de los huipiles y trajes ceremoniales de las vírgenes y los santos, tanto como en los de hombres y mujeres con cargos en la comunidad, está estrechamente vinculado con el uso de las prendas para afirmar su importancia social en términos de su papel y estatus en la comunidad - como una mujer de Aldama, de la familia Santiz, esposa de alférez, por ejemplo. Junto con este uso, el trabajo de tejer y el saber elaborar las figuras tradicionales o propias de la familia, conforman parte del valor de la labor.

Otro tipo de producción textil propia de los pueblos tsotsiles y tseltales de Los Altos es la de vestir a los santos y las vírgenes patronales de los pueblos con huipiles y trajes ceremoniales. Las fiestas dedicadas a estos santos y vírgenes son las celebraciones más importantes en las comunidades. Existen decenas de cargos jerárquicos (mayordomo, mayol, escribán, pixkal, regidor, alférez) que giran en torno a la organización de las fiestas, y que incluyen varias ceremonias, comidas y rituales. Incluso existe un cargo que se dedica al cuidado de la ropa de los santos (el cargo específico del *pixkal*, por ejemplo, en la comunidad de Aldama). Elaborar huipiles y trajes para las vírgenes y los santos es un gran orgullo para las mujeres que lo hacen, ya que les brinda la oportunidad de participar en la celebración de las figuras más importantes para su comunidad y también de exhibir su habilidad como tejedoras ante los habitantes de su pueblo.



*Imagen 3 Angela acomoda el traje que hizo para Jesús de la Buena Esperanza. Pantelho'.*

Luego están los huipiles y blusas tradicionales de uso diario que usa la gran mayoría de las mujeres tsotsiles y tseltales de Los Altos, y que se varían en estilo y técnica de elaboración según la comunidad. Dependiendo de la comunidad y de la calidad y cantidad de bordado o brocado que lleven los trajes, no es raro que un traje completo (que incluye nagua, la falda tradicional, faja, blusa y a veces chal) cueste 5,000 pesos o más. Las mujeres que saben tejer o bordar suelen elaborar uno o dos trajes al año para ellas mismas, aunque este trabajo puede ser parcial, ya que varias blusas (como las de Zinacantán, Chamula o Aguacatenango) requieren diferentes técnicas para su elaboración (por ejemplo, dibujar diseños, bordar a mano, bordar a máquina) o porque las diferentes partes del traje llevan técnicas completamente diferentes (por ejemplo, las naguas de lana de Chamula que son tejidas y las blusas que son bordadas). Lo mismo ocurre cuando predomina una sola técnica artesanal, como en el caso de los huipiles tejidos de Cancuc, Larráinzar o Aldama, donde las mujeres en la comunidad se reparten el trabajo para

elaborar partes diferentes del huipil, como tejer las partes lisas que no llevan brocado, confeccionar la prenda o bordar los picos del cuello (el caso de Cancuc).

Las técnicas que emplean las mujeres para la elaboración de sus propios trajes varían en complejidad. Un ejemplo de una de estas técnicas es el brocado fino, en el que las tejedoras usan hilera (hilo delgado) y bajan cada paso de hilo que tejen con un hueso o espina. Esta técnica se llama *bats'il chil* en tseltal, lo cual se traduce como blusa original o auténtica, y las mujeres mencionan que es menos común ahora encontrar blusas con esta técnica porque tardan mucho en hacerse. Sin embargo, el valor de estas prendas no se mide en función de su tiempo de elaboración, sino en función de la técnica avanzada que se requiere y el efecto estético que se consigue.

Muchas mujeres compran ropa que se distingue de sus otros trajes de uso diario por ser más lujosa o de un modelo nuevo para usar en las fiestas importantes como los santos patronos de sus pueblos. Esta ropa especial puede ser de estilos más elaborados, como las *tsekiles* (naguas de lana negra) de pelo largo que se usan en Chamula para fiestas importantes o la técnica laboriosa del brocado fino para elaborar huipiles en Cancuc. Los nuevos trajes que se estrenan en las fiestas patronales de cada pueblo no siempre son de este tipo más lujoso, pero suponen una compra importante en términos de gasto y también del significado social que tienen en los pueblos de Los Altos. Dado los altos niveles de pobreza en los pueblos de Los Altos, para muchas mujeres comprar un nuevo traje completo representa un gasto considerable. El precio de un nuevo traje puede oscilar entre \$1,500 y más de \$20,000 pesos dependiendo del municipio, la calidad y el diseño. Para las más de 96% de mujeres que viven por debajo de la línea de pobreza y las más de 50% que viven en pobreza extrema en los pueblos de Los Altos (CONEVAL, 2020), esta inversión puede llegar a suponer más de un mes de los ingresos que ganan al año. Sin embargo, la centralidad que tiene el traje de uso diario en la vida social de las mujeres en sus comunidades hace que se le parezca más a un artículo de primera necesidad que a uno de lujo. Aunque se suele considerar la ropa como un aspecto superficial o frívolo de la cultura, la moda, como señala Simmel (1901), es una forma de participación social mediante la cual las personas buscan simultáneamente unirse al grupo y destacarse como individuos. Por consiguiente, los trajes locales, que cambian de colores y diseños según los nuevos modos de los pueblos y los gustos personales y presupuestos de los compradores, forman parte de un campo comercial que se empareja con el campo social de cada comunidad. En la comunidad de Chamula, una blusa del nuevo modelo que emplea técnicas de bordado en 3D y con chaquira se puede llegar a vender



por más de \$6,000 pesos, mientras que una nagua de pelo largo puede alcanzar precios de \$20,000 pesos.



*Imagen 5 Nagua de pelo largo en venta a \$15,000 pesos (Alicia Méndez, 2024).*



*Imagen 4 Modelo nuevo de blusa con bordado en 3D y chaquira, precio \$6,300. (Blusas ADY, 2023)*

Además de ser una forma distintiva de pertenencia a la comunidad, los nuevos trajes de uso diario se estrenan en las fiestas y los eventos importantes de los pueblos. En función de su tiempo y dinero disponibles, muchas mujeres encargan parte o bien toda la elaboración de su traje a artesanas especializadas en este tipo de prendas de cada comunidad. Por lo tanto, existe un ciclo de demanda que refleja las fechas importantes del pueblo, principalmente la fiesta patronal del pueblo o de la cabecera, el Día de Muertos y también las graduaciones escolares. Un mes antes de las fiestas en honor a los santos o vírgenes principales de los pueblos de Los Altos las artesanas que se dedican a la elaboración de los trajes locales están saturadas de trabajo.

La producción de los trajes locales, al girar en torno a las fiestas patronales, sigue un ritmo similar en los diferentes pueblos de Los Altos, aunque estas fechas cambian de un pueblo a otro. Sin embargo, en cada pueblo los trajes son completamente distintos y, por ende, los procesos de elaboración también difieren de un municipio a otro. Cada pueblo cuenta con su propio campo comercial de trajes ceremoniales y de uso diario en donde se venden productos adaptados a los gustos de los habitantes del pueblo. La actividad de producción en este campo comercial suele concentrarse en la cabecera municipal de cada comunidad, sobre todo en los mercados semanales, en donde se venden materiales para la elaboración de los trajes –como tela, hilos, lana- así como prendas como blusas, huípiles y naguas tejidas de lana o estambre en



diversas etapas de elaboración. A partir de este núcleo central en cada cabecera municipal se irradian cientos de circuitos pequeños de producción que conectan a los grupos y personas que bordan y tejen con los clientes locales que compran sus trajes. Como detallaré a continuación, la elaboración de los trajes que se usan en las comunidades indígenas implica la combinación de distintas técnicas, como es el bordado a mano, el bordado a máquina o el tejido, y dentro de cada técnica hay un gran abanico de diseños y estilos de elaboración. Las mujeres que saben tejer o bordar pueden elaborar su propia ropa a partir de materias primas pero debido a la combinación de técnicas artesanales que conlleva su traje, la mayoría de las mujeres solo realizan una parte de su elaboración. Otras, por no saber tejer o bordar, o bien no contar con el tiempo para hacerlo, mandan a hacer todo su traje.

Sería necesario realizar varios estudios aparte para describir con detalle la organización de cada campo comercial de producción artesanal en cada municipio. En esta sección, con el objetivo de entender la organización general de estos distintos mercados locales para luego compararlos con el mercados nacionales e internacional de textiles artesanales de Los Altos, me limitaré a destacar algunos de sus rasgos distintivos. Una de las características principales que suele pasarse por alto es la producción segmentada de los trajes tradicionales de los pueblos.

#### **4.1.1 Pasos y reparto de labores en la realización de los trajes de uso diario**

Se suele pensar que el producto artesanal es el resultado del trabajo de un solo individuo artesano. En oposición al trabajo industrial, el trabajo artesanal se presenta como la herencia cultural de una comunidad encarnada en la figura del artesano individual y sus productos. Varias de las organizaciones que trabajan con tejedoras y bordadoras en Los Altos de Chiapas promueven esta idea en sus publicaciones en redes y en la información publicitaria: “Cada mujer artesana que forma parte de [esta colaboración] deja un pedacito de sí en cada pieza que elabora” (ATA, 2021); “gran parte de la estética de la prenda varía según la artesana y sus saberes. Cada par de manos que crea las piezas de Juxta teje de manera singular y por lo tanto ninguna pieza es igual” (Juxta Nation, 2021). Sin embargo, en la realidad, la producción artesanal de las prendas que conforman los trajes regionales es un trabajo que implica diferentes pasos que suelen repartirse entre varias mujeres (tipo de venta K y L).

En muchos casos, esta repartición se realiza en función del conocimiento de las técnicas de elaboración artesanal y del tiempo que toman. Dado que las técnicas artesanales que se emplean dependen del tipo de producto que se realiza, la división de labores cambia de pueblo

a pueblo. En el municipio de Tenejapa, el pedido más común de los trajes de uso diario son las naguas, las faldas tradicionales de tipo enredo. La tela de las naguas se fabrica en telar de pedal. Pocas personas en las comunidades poseen esta técnica y la maquinaria que requiere, por lo que las mujeres tienen que encargar pedidos de piezas de tela para armar las naguas. Luego, si saben bordar a mano y disponen de tiempo para hacerlo, juntarán los dos lienzos que componen la nagua con un diseño de bordado a mano (véase la Imagen 6). Si no saben o no tienen tiempo para bordar, encargan este trabajo a otras mujeres de la comunidad. El trabajo de bordado cuesta alrededor de 400-500 pesos y se tarda alrededor de tres meses en elaborarlo.

En comunidades como Cancuc, Pantelho', Aldama, Larrainzar y Venustiano Carranza, donde se usan huipiles tejidos en telar de cintura, o Zinacantán donde se teje el chal, también



*Imagen 6 Rosa del paraje Chacoma de Tenejapa en su traje de uso diario. El bordado de colores que se nota en su nagua lo hace ella misma cuando dispone del tiempo.*

existe una serie de pasos para hacer el tejido que se suele repartir entre diferentes miembros de la familia o encargar a otras tejedoras.<sup>21</sup> Antes de empezar a tejer, hay varios pasos preliminares para hacer la urdimbre. Hay que enrollar los hilos, que es una de las primeras tareas que aprenden las niñas en las comunidades donde tejen. Luego hay que armar la urdimbre, que se hace primero en un urdidor de madera llamado *komen* en tsotsil. Con el urdidor se define la longitud de la urdimbre, el patrón de colores y la anchura de la pieza según el número de vueltas de hilos que se hagan en el urdidor. Una vez que armada la urdimbre, hay que colocarla en los palos para poder empezar a tejer. Hay mujeres que saben tejer pero no saben armar

<sup>21</sup> En Chamula, donde se tejen las naguas de lana, hay aún más pasos preliminares porque todavía hay mujeres que crían borregos y así producen su propia lana. Turok (1978) registró un total de 15 fases que implicaron 25 días de trabajo para realizar tejidos de lana, al incluir todos los pasos desde el cuidado de los borregos hasta la costura de la prenda.

la urdimbre, por lo que se encarga este trabajo a otras mujeres que saben usar el urdidor.



*Imagen 7 La tejedora María Luisa de la comunidad Paraíso del Grijalva. Ella arma la urdimbre al kómen con la ayuda de su nieto, que gira la rueca donde están colocados los hilos.*

En el caso de Cancuc, donde el huipil de uso diario está tejido en tres lienzos, también es común que se manda a tejer las mangas. Las mangas se realizan en un tejido liso que, por lo que es menos demandante de tejer que el brocado que lleva el centro del huipil, que tiene figuras que requiere contar los hilos. Sin embargo, son lienzos largos, de 35 cm de ancho por 2 metros de largo, y las mujeres tardan entre dos y cuatro días en realizarlos dependiendo de su ritmo y del tiempo del que disponen. El pago por este trabajo a destajo en Cancuc y sus parajes ha ido subiendo: en 2013, pagaron 50 pesos a las tejedoras por manga. Diez años más tarde, el precio ha subido a entre 100 y 120 pesos (Entrevista con Juana, Cancuc, 03 de agosto de 2022). El brocado que lleva el centro del huipil de Cancuc, la parte donde las artesanas ponen diferentes figuras y colores en el tramo, también se puede realizar con diferentes técnicas que requieren diferentes niveles de maestría. Existe el *lamal chil*, que es el huipil más común realizado con un brocado normal, y el *bats'il chil*, que significa “la blusa original o auténtica” y que requiere más tiempo y paciencia por tener que ir bajando los hilos del telar con una espina o hueso para que el brocado quede más pegado. Solo algunas artesanas saben realizar este tipo de tejido y tienen tiempo para hacerlo. Finalmente, el cuello del huipil de Cancuc, que tradicionalmente se borda a



*Imagen 8 Norma en el traje de uso diario de Cancuc. Las mangas son tejidos en dos lienzos a parte y se unen al lienzo del centro.*

mano en la forma de los “colmillos de jaguar”, también se suele dejar encargado a otra mujer que sabe hacer este tipo de bordado, aunque ahora también ha evolucionado la técnica del brocado para tejer en vez de bordar el diseño tradicional de los colmillos en el cuello.<sup>22</sup>

Esta segmentación de las labores artesanales se vuelve aún más pronunciada con la incorporación de nuevas técnicas y materiales para la elaboración de los trajes tradicionales, como el bordado con máquina de coser, tela comercial o hilos metálicos. En efecto, el término común de “traje tradicional” para describir los trajes de uso diario de los pueblos indígenas oculta la realidad de diseños y procesos de producción artesanal en continua transformación.

Hoy en día, por ejemplo, en las comunidades de Aguacatenango y Chamula, las blusas tradicionales

llevan una parte que está bordada a mano y otras secciones que están costuradas y bordadas a máquina. En el caso de Aguacatenango, la fabricación de la blusa de uso diario implica una serie de pasos: primero, se compra la manta; luego, se corta al tamaño deseado; después, se borda a máquina el diseño de líneas en el medio; después se dibuja el diseño que luego se va a bordar a mano en el cuello, y por último, se hacen los plisados y se bordan las uniones para juntar el cuello y las mangas. Estos diferentes pasos requieren habilidades diferentes. No todas las mujeres saben cortar la tela, ni dibujar y bordar a mano y solo algunas mujeres tienen máquina de coser. También hay ciertos adornos en la blusa, como el bordado de listón plisado, que se hace con una técnica específica de bordado. Por lo tanto hay artesanas que reciben encargos para realizar el

<sup>22</sup> El siguiente video, grabado con Juana Victoria, una artesana de Cancuc, muestra este proceso de bordado y también incluye una descripción de las diferencias entre las técnicas de *lamal luch* y *bats'il luch* para tejer el brocado: <https://vimco.com/788095812/1609a11878> o mediante el código QR de abajo.





trabajo de máquina, y luego las mujeres que los piden hacen la parte del bordado a mano por su cuenta o encargan esta labor a otras mujeres. Se paga entre 60 y 120 pesos a las mujeres que tienen máquinas de coser para hacer las líneas que lleva la blusa tradicional de Aguacatenango y alrededor de 450 pesos a las mujeres que realizan el bordado a mano del cuello. En los últimos años, también se ha empezado a realizar los diseños de flores en el cuello con máquina de coser. Varias de las mujeres entrevistadas en El Puerto y Aguacatenango compran estos cuellos bordados a máquina en el pueblo de Amatenango cuando no tienen el tiempo de bordar sus propias blusas o dinero para encargárselas a otras mujeres. Finalmente, el traje en Aguacatenango y El Puerto se completa con una falda confeccionada a partir de una tela transparente fabricada comercialmente que las mujeres luego plisan y planchan para crear pliegues. Justina, una mujer



*Imagen 12 Felipa con la blusa de uso diario de El Puerto y Aguacatenango (cuello bordado a mano).*



*Imagen 11 Blusa de uso diario de El Puerto y Aguacatenango (parte hecha a máquina).*



*Imagen 9 Técnica de bordado de listón plisado para el cuello de la blusa de uso diario.*



*Imagen 10 (Arriba) cuello bordado a máquina para blusa de uso diario en Aguacatenango y El Puerto. (Abajo) el cuello que la bordadora está realizando para vender a un cliente extranjero a través de la Colectiva Malacate.*

bordadora de El Puerto, hace estas faldas por encargo para las mujeres de su pueblo y cobra 130 pesos para hacer la falda, trabajo que le toma alrededor de un día para hacer el plisado y otro día para plancharla.

Al igual que en Aguacatenango, donde la realización de la blusa de uso diario se realiza mediante una combinación de técnicas, en muchos municipios existen variaciones semejantes en las técnicas que empleadas para la elaboración del traje de uso diario. Además de las diferentes técnicas que se convergen en la fabricación del traje en un solo municipio, las mismas prendas pueden realizarse con distintas técnicas, como vimos con el cuello que tradicionalmente se bordaba a mano pero que ahora también se realiza también con máquina de coser. En algunos municipios, si bien predomina una técnica de manufactura, como el telar de cintura de Larráinzar o el bordado a máquina de Zinacantán, también se realizan las blusas a mano en vez de en máquina o en punto de cruz en vez de en telar de cintura. Debido a la diferencia en el tiempo que se tarda en realizar estas diferentes técnicas –por ejemplo, una blusa bordada a máquina se puede hacer en un día mientras que una realizada con punto de cruz puede tardar tres meses para completar, las mujeres que realizan estos pedidos solo pueden encargarse de algunas pocas prendas a la vez y suelen especializarse en una pieza del traje: la blusa, la falda o el chal.



*Imagen 13 Mujeres del paraje Nachig, Zinacantán, en sus trajes tradicionales rezando el día de la Virgen de Fátima.*

En Zinacantán, donde las tendencias en el traje de uso diario cambian a un ritmo acelerado con nuevos diseños y colores que salen cada tres o seis meses, existe una gran variedad de tipos de bordado. Muchas mujeres compran la tela para la blusa, la falda y el *mochebal* (chal tradicional de Zinacantán) en el mercado de la cabecera municipal y luego encargan a las



artesanas que realicen el estilo de bordado que quieren. Las artesanas hacen distintos diseños y las mujeres que mandan a hacer su ropa escogen a las artesanas en función de los estilos que manejan. El precio varía en función de la cantidad de bordado que se haga en el traje, así como de la calidad de los materiales y la tecnología utilizada. Un traje completo bordado con estambre, un tipo de hilo de menor calidad cuesta alrededor de \$1,250 pesos para realizar el bordado (más alrededor de \$850 pesos para el costo de la tela) mientras que un traje bordado con hilera, un hilo más fino y brillante, cuesta cerca de \$2,000 pesos. Si las mujeres quieren que su traje se realice con punto de cruz, tienen que ir con una de las pocas artesanas que tienen la máquina de coser de punto de cruz computarizada y pagar alrededor de \$2,500 para el trabajo de bordado. Estas artesanas tienen sus locales en la cabecera de Zinacantán o en sus parajes y venden sus productos también en los mercados semanales en los centros de los pueblos. Con esta tecnología -máquinas de coser o máquinas de punto de cruz—pueden realizar varias piezas en uno o dos días.



*Imagen 14 Blusa de uso diario en el paraje de Nachig, Zinacantán, bordada a máquina.*



*Imagen 15 Mochebal de Zinacantán bordada en una máquina de punto de cruz computarizada.*

A veces, las mujeres que venden en los mercados semanales hacen ellas mismas los bordados, pero lo más común es que formen parte de una cadena de producción que involucre a otras bordadoras. Esto suele ocurrir sobre todo con los pedidos de elaboración a máquina de coser debido a la mayor producción que se puede realizar en máquina en comparación con las técnicas de elaboración de bordado a mano o telar de cintura. En el caso de Rosa, una bordadora de Nachig, un paraje en Zinacantán, ella recibe pedidos de blusas y faldas bordadas directamente de vecinas y mujeres de su comunidad pero también de una comerciante que tiene un puesto en el mercado semanal de Nachig. Rosa a su vez paga 80 pesos a una mujer de Pasté, un paraje más retirado de la cabecera, o 100 pesos a su cuñada, para bordar la blusa, aunque este precio depende

también de lo “llenado” que esté el bordado. Rosa proporciona la tela y también tiene una máquina de coser que presta a la mujer que le ayuda. Rosa luego vende esta blusa en 250 pesos



Figura 3 Cadena comercial de una blusa para venta local en Nachig.



a una comerciante local que tiene un puesto en el mercado semanal de Nachig. La comerciante vende a su vez la blusa a 350 pesos. En esta cadena, que es típica de la venta en los mercados locales de Zinacantán, hay dos eslabones de artesanas que venden a otras bordadoras (tipo de venta I) que están mejor posicionadas en el campo.

Como este esbozo de la producción local de trajes de uso diario demuestra, la producción artesanal implica varios pasos e involucra a múltiples actores en cada municipio. Hoy en día, dentro de cada uno de estos campos locales, la fabricación del traje de uso diario ya no se realiza únicamente dentro de la unidad familiar para el uso propio, como solía ser el caso hace 50 años. Si bien las mujeres de Los Altos siguen usando el traje típico de su comunidad, ahora suele producirse en un mercado local en el que no lo realiza una sola bordadora o tejedora ni tampoco con una sola técnica artesanal. Varios aspectos de este campo comercial, como la cadena de producción de las bordadoras a máquina o el trabajo por destajo que caracteriza la fabricación de muchas de las prendas en las comunidades, no son los que se suelen asociar con la producción artesanal de los trajes indígenas, sino que son procesos más bien asociados con el trabajo industrializado de las sociedades occidentales. Me parece importante recalcar este punto porque muchos de los estudios sobre la producción artesanal de las mujeres de Los Altos atribuyen esta forma de trabajar por destajo o de maquila únicamente a los cambios que introducidos en la comercialización de textiles artesanales por marcas. Julieta Flores-Montes (2020, p. 53), por ejemplo, acusa las nuevas marcas en San Cristóbal de “desarticular la cadena productiva de las artesanas, quienes antes elaboraban un textil de principio a fin sin el conocimiento de las medidas ergonómicas o de los colores de temporada; ahora solo tejen lienzos o bordan partes de una prenda [...]”. Gracia Imbertson (2020, p. 130-1) también señala a los empresarios que llegaron a finales del siglo pasado por haber introducido “formas de producción claramente capitalista” entre las que se incluía “el trabajo a destajo, en el que las mujeres maquilaban segmentos de prendas de vestir y ya no un producto terminado”.

Si bien esta forma de trabajar a destajo se aplica al comercio artesanal que promueven tiendas y marcas en San Cristóbal, también aplica al comercio artesanal dentro de los pueblos. Aunque hay pocos estudios sobre la historia de la fabricación de prendas para el uso dentro de las comunidades de Los Altos, los que existen ofrecen otra imagen de la artesana que difiere de la figura de una artesana individual que hace una prenda de principio a fin. Bajo una combinación de modalidades comerciales y familiares de producción textil, las mujeres distribuyen las diferentes tareas que implica la creación de una prenda. Diane Rus (1990, p. 12) notó que en 1988 había mujeres en el municipio de Chamula que trabajaban “hilando, cardando, y tiñendo

lana para sus compañeras”. En Cancun, cuando le pregunté a una de mis entrevistadas si hace 50 años también se encargaba el tejido de las mangas a otras tejedoras del pueblo, me dijo que es lo que les toca hacer a las niñas cuando empiezan a aprender a tejer. Hace 25 años, cuando ella era niña, empezaba a hacer las mangas de sus propios huipiles y también le ayudaba a su madre a hacer las mangas de sus huipiles y de algunas prendas que vendía a veces en el mercado de Yochib, donde se reunían habitantes de tres pueblos tseltales colindantes. De esta manera, la división de labores entre tejedoras experimentadas y principiantes dentro de una familia convive con el encargo de partes del trabajo de tejido a destajo. En su estudio sobre los cambios en el aprendizaje del telar de cintura en Zinacantán, Patricia Greenfield (2004) nota que si bien había un aumento en el pago de piezas por destajo en los textiles utilizados dentro del municipio de Zinacantán, este no representaba un cambio fundamental en el reparto de trabajos artesanales sino una evolución en la costumbre de trueque de textiles entre los miembros de una familia que antes formaba parte de obligaciones no monetizadas. Greenfield recalca que este cambio en la mercantilización de los textiles de uso propio dentro de las comunidades no se debe tanto a la apropiación de un modelo externo de comercialización como al hecho de que había menos mujeres que sabían cómo crear los textiles del traje zinacanteco, que se habían vuelto cada vez más complejos y requerían más tiempo de elaboración.

Si bien es importante no caer en la tentación de crear una falsa dicotomía entre la organización del trabajo de tejido y bordado de los trajes de uso diario y el trabajo artesanal para mercados externos, existen otras diferencias reales entre estos campos comerciales que cambian el trabajo de las bordadoras y tejedoras que participan en ellos. Una diferencia principal es la cercanía del campo comercial donde trabajan las tejedoras y bordadoras con el campo social en el que viven y en el que también usan estas prendas. Esta cercanía es tanto espacial como cultural. La compra y venta de las prendas del trabajo de uso diario y ceremonial se concentra dentro del municipio<sup>23</sup>, lo que permite mayor acceso a las mujeres que viven allí de participar en este campo comercial. Dado que las tejedoras y bordadoras realizan las mismas prendas que ellas mismas están acostumbradas a usar, también están familiarizadas con los estilos que se venden, sus medidas y sus procesos de elaboración. En cambio, si quieren vender productos textiles en el

---

<sup>23</sup> Valga notar que también existe algunos casos de venta intermunicipal de prendas que se usan dentro de las diferentes comunidades de Los Altos. Por ejemplo Greenfield (2004, p. 119-120) registró la venta en Zinacantán de blusas bordadas en San Andrés Larráinzar. Estas blusas adaptaron los estilos de bordado de Larráinzar al diseño de la blusa en Zinacantán y se vendían de casa a casa en Navenchaut, un paraje de Zinacantán. En mi entrevista con una tejedora de Chamula también me contó que su abuela tejía el traje de lana que se usaba en Zinacantán y lo vendía allá.

mercado para consumidores foráneos, tienen que aprender los diseños, colores y cortes que les gustan a estos otros clientes.

También hay una diferencia importante en los tiempos y las cantidades de producción en los diferentes campos. Si bien en el mercado local para los textiles se encuentra el trabajo a destajo, como señala Greenfield, el incremento de esta forma de producción en el campo comercial local se debe en gran parte a la mayor complejidad de los trajes de uso diario. En cambio, en otros campos comerciales, como el mercado regional para turistas que se concentra en San Cristóbal, el trabajo a destajo se realiza con el objetivo de aumentar la cantidad de productos textiles. Esta diferencia no es tajante; la cadena de producción descrita anteriormente en la que las mujeres del municipio subcontratan a otras mujeres para realizar bordados a máquina también surgió con el propósito de producir más prendas en menos tiempo. Sin embargo, estos ritmos de producción se ajustan a pautas temporales compartidas en el pueblo. Se realizan en tiempo para vender en el mercado semanal y para que las mujeres estrenen sus prendas en los eventos importantes del pueblo, como son las graduaciones, fiestas patronales y el Día de Muertos. Rosi, una artesana de Navenchauc, un paraje de Zinacantán, quien solía vender ropa tradicional en los mercados semanales de Nachig y Zinacantán cuenta sobre esta fluctuación del trabajo: “cuando, por ejemplo, como ahora, hay fiesta en Zinacantán, le pedimos muchas blusas a las mujeres quienes hacen blusas, porque allá también se compran muchas blusas, chal y falda, todo. Bueno, en cada fiesta. Pero después de una fiesta, casi no hay venta” (Entrevista con Rosi, Navenchauc, 9 de agosto de 2022). La producción para otros mercados, en cambio, sigue los ritmos de venta determinados por los calendarios de producción de marcas o las temporadas altas de turismo.

#### **4.2 Mercado regional: prendas para turistas (tipo de venta I y J)**

En los mercados locales para textiles descritos arriba, participan artesanas experimentadas que saben realizar los brocados y bordados complejos que llevan los trajes regionales y que tardan varias semanas si no varios meses en elaborar. Es una modalidad de producción artesanal que suele llevar más tiempo, sobre todo cuando se trata de confeccionar prendas de telar de cintura y bordadas a mano. Sin embargo, hay un segundo mercado más extendido en la región en el que se producen productos textiles sencillos con tiempos de producción más cortos. En este mercado regional, participan mujeres con diferentes niveles de habilidad, ya que se trata de técnicas de elaboración más sencillas por un lado, y por otro, representa una salida económica para las mujeres que les urge dinero, algo que pueden asegurar uniendo o bordando las prendas que reparten las intermediarias chamulas.

Este mercado se compone de diferentes circuitos que, no obstante, se pueden agrupar en un mismo campo comercial debido al tipo similar de producto artesanal que se produce y a los clientes turistas que comparten. En el primer circuito, los principales lugares de este tipo de venta se encuentran en las cabeceras de los municipios de Larráinzar y Zinacantán. Aquí, los intermediarios compran productos y luego los ofrecen a mayoreo en los lugares con más tráfico turístico. Un intermediario de Larráinzar, por ejemplo, compra estos tipos de productos en el mercado que se instala en la cabecera los domingos y los vende en San Cristóbal en los mercados turísticos de Santo Domingo y San Francisco, así como en los pueblos de Chiapa de Corzo y Zinacantán.

En un segundo circuito similar, pero que se organiza de forma diferente, están las mujeres chamulas, las propietarias principales de los puestos del mercado de Santo Domingo -el lugar más conocido y transitado de San Cristóbal para comprar este tipo de prenda artesanal barata. Ellas reparten lotes de ropa para coser y elaborar brocados y bordados sencillos en las comunidades, yendo de comunidad en comunidad para repartir el trabajo, o bien encargan a mujeres de estas comunidades que distribuyan el trabajo. Esta cadena de producción es particularmente notable en Aguacatenango y El Puerto, donde hay un flujo constante de blusas y vestidos que reparten las mujeres de Aguacatenango y que luego venden a las mujeres chamulas que tienen puestos en el mercado de Santo Domingo. Cada semana, estas mujeres reparten entre 50 y 300 blusas y vestidos para unir. Estas prendas combinan pedazos de brocado de Larráinzar o bordados de Zinacantán y otras comunidades con tela y se pagan alrededor de 25-30 pesos por pieza para unirlos a mano. Varias mujeres se dedican exclusivamente a este tipo de trabajo mientras que otras lo agarran en momentos en los que les urgen el dinero.



*Imagen 16 Blusas que "se unen" en Aguacatenango para vender a comerciantes de Chamula. El diseño de esta blusa es un brocado realizado en telar de cintura de Larráinzar.*

Finalmente, hay un circuito compuesto por tiendas de artesanía en los municipios. Estas tiendas venden a turistas que llegan principalmente a las cabeceras de los municipios de Zinacantán y Chamula. Gran parte del flujo de turistas se concentra en Zinacantán, donde hay docenas de tiendas que venden ropa artesanal. Estos locales, a los que los habitantes de los pueblos se refieren como "artesanías", están concentrados en el centro de la cabecera municipal y son operados por revendedores que compran a las artesanas del municipio, pero también a las artesanas chamulas e incluso prendas hechas en Guatemala. Aunque algunas de las propietarias de estos locales también elaboran piezas ellas mismas en grupos familiares, la mayoría son principalmente comerciantes. Las más establecidas tienen relaciones con guías turísticas que llevan tours a visitar sus tiendas. Estos tours llegan de San Cristóbal y también de otros estados de la república y las guías cobran una comisión de alrededor del 15% de lo que las comerciantes venden. Dado este esquema de operación, para tener lazos con los tours es necesario tener contactos con las guías, una buena ubicación en el centro del pueblo de Zinacantán y también un extenso y variado inventario de productos artesanales para ofrecer a los grupos que llegan. Por lo tanto, las artesanas que entran en este tipo de venta se convierten por fuerza en comerciantes e intermediarias, aunque también elaboren algunas piezas por su cuenta, y compren a otras artesanas para poder surtir la cantidad necesaria de productos en sus tiendas. En este mercado también existen cadenas de producción a nivel municipal. Rosi, una bordadora del paraje zinacanteco de Navenchaut, por ejemplo, emplea a dos mujeres para elaborar parte de las

bolsas o los monederos que luego vende a diferentes mujeres que tienen tiendas de artesanía en la cabecera de Zinacantán. Esta venta está destinada a las turistas que llegan a Zinacantán y los productos se elaboran específicamente para esta clientela. Algunos pocos tours llegan a otros municipios de Los Altos donde se venden textiles -como Tenejapa, Chenalho', Larráinzar y Aldama- pero se trata de un turismo muy limitado a algunos pocos grupos de artesanas establecidas, muchas de las cuales habían entablado relaciones con extranjeros mediante su contacto con investigadores académicos o con ONG, lo que también les coloca en otro campo comercial.

Fuera de los tours y, particularmente, fuera de las cabeceras municipales de Chamula y Zinacantán, el turismo a los pueblos en Los Altos es escaso. Al menos que se tenga coche propio, para viajar a los pueblos de Los Altos hay que encontrar los sitios de taxis colectivos en las calles colindantes del mercado viejo en San Cristóbal, esperar hasta que se llene el cupo, y viajar entre 30 minutos y hasta tres horas dependiendo del pueblo de destino. Aparte de las cabeceras de Zinacantán y Chamula, los pueblos tsotsiles y tseltales no cuentan con infraestructura ni atracciones diseñadas para turistas y, aparte de los pocos visitantes que llegan desde fuera para observar y participar en las fiestas patronales, es poco común encontrar foráneos en los pueblos (y menos en los parajes más retirados) salvo de vez en cuando algunos antropólogos y trabajadores de ONG. Por lo tanto, la compra y venta de textiles artesanales desde las comunidades en donde viven y trabajan las artesanas a personas de fuera es poco frecuente fuera del circuito turístico mencionado anteriormente.

En todos estos tres circuitos de venta en el mercado regional de textiles para turistas hay algunas artesanas que están mejor posicionadas por contar con contactos comerciales o con lugares de venta propios (tipo de venta I) y otras mujeres que ocupan eslabones más bajos en la cadena de producción. Por lo general, las mujeres que se encuentran en la posición de vender a otras artesanas vienen de parajes más alejados y no hablan (o hablan muy poco) español, ambas cosas que les impiden entrar en contacto directo con clientes y organizaciones de fuera. Algunas mujeres en esta situación (es decir, monolingües y en parajes retirados) también llegan a la cabecera, particularmente en Zinacantán y Larráinzar, y ofrecen sus productos en la calle a los habitantes de la zona o a los turistas en San Cristóbal (tipo de venta H) o a intermediarios que compran en los mercados municipales o tienen locales de artesanía (tipo de venta J).





*Imagen 17 Sara y su hermana Juana Victoria en sus trajes tradicionales de San Juan Cancuc mostrando una blusa para la venta nacional.*

### **4.3 Mercado nacional e internacional**

Muchas artesanas aspiran a vender sus productos a personas de “fuera”, ya que pueden cobrar más para sus productos, sobre todo al vender a clientes foráneos. En mis entrevistas con artesanas que no cuentan con relaciones comerciales que les permitan llegar a vender directamente con turistas o tiendas, muchas esperaban que yo pudiera ayudarles a llegar a esta población.

#### **4.3.1 Venta ambulante (tipo de venta H)**

Cuando las mujeres no cuentan con contactos directos que les aseguren ventas regulares con tiendas o clientes de fuera, una de las estrategias principales es de viajar a San Cristóbal para vender sus prendas en las calles, a veces logrando vender sus productos a turistas y tiendas (tipo de venta H). Este tipo de venta se sitúa en el límite entre el campo comercial regional de venta para turistas y el campo comercial del mercado nacional e internacional. A veces las mujeres logran vender a tiendas en San Cristóbal que atiendan a clientes de mayor poder adquisitivo que

visitan la ciudad o compran en línea de tiendas ubicadas en San Cristóbal. Sin embargo, a menudo las artesanas terminan recurriendo al mercado de Santo Domingo, que les coloca en el mercado más barato de textiles para turistas. Esta zona gris entre los dos campos de venta refleja el hecho que los campos comerciales no están estrictamente separados. Hay tiendas en el centro de San Cristóbal, sobre todo en la calle principal peatonal de Real de Guadalupe, que pertenecen a los dos campos: algunas que datan de los inicios del comercio para extranjeros en San Cristóbal y que siguen existiendo y otras que abrieron en los últimos 15 años que están destinadas a otra clase de consumidor, lo que se hace evidente en los tipos de productos que venden, los precios más altos que cobran, su presencia en redes sociales y sus ventas en línea además de los turistas nacionales y extranjeros que buscan textiles de alta calidad y diseños adaptados a sus gustos. Algunas tiendas en esta segunda categoría también cuentan con locales en la Ciudad de México y otras ciudades (como Casilda Mut y Carmen Rion).

Las artesanas que participan en este tipo de venta van a San Cristóbal, caminan por las calles y entran en tiendas para ver si aceptan comprar sus productos o hacerles encargos, o bien ofrecen sus productos a turistas. Las ventas suelen ser esporádicas y las relaciones comerciales que se establecen mediante este tipo de venta son tenues: las tiendas compran a veces y a precios muy bajos; los espacios más frecuentados por los turistas están controlados por grupos de Chamula y ellas corren a las artesanas que incursionan en sus espacios; y muchas veces las artesanas regresan apenas con el dinero suficiente para cubrir su pasaje de regreso a su paraje. Sin embargo, me sorprendió que la gran mayoría de las mujeres que entrevisté habían participado en algún momento de su trayectoria laboral en este tipo de venta. Los perfiles de estas artesanas van desde tejedoras que no hablan español, como María, una tejedora del paraje de Tzelejpobtoctic en Aldama, hasta mujeres que hablan muy bien el español y hasta venden en otros sitios. En mi entrevista con María, que fue traducida por Ana, la hermana de otra tejedora de Aldama, Ana me comentó que ella había visto a una mujer que compraba los tejidos de María en el parque de San Cristóbal ofreciendo productos textiles en varias ocasiones. De esta manera, aunque en los municipios existen cadenas de producción que colocan a las artesanas en posiciones desiguales según si hablan español o viven en la cabecera o en un paraje, estas distintas posiciones se igualan en la venta ambulante en San Cristóbal.

En este tipo de venta, aunque existe la posibilidad de llegar a circuitos de venta en los que se compran y venden los productos textiles a precios más altos, por ser un tipo de venta que promete mejores precios, hay mucha competencia entre grupos de artesanas para conseguir contactos comerciales fuera de la comunidad y luego para asegurar que continúen vendiendo



con ellos. Por lo general, los precios son bajos. Algunas de las mujeres que entrevisté en los pueblos de Yochib y Aldama llegaron a vender de forma regular, entregando cada semana o cada 15 días, en dos tiendas ubicadas en el centro de San Cristóbal. Debido a los tipos de diseños que venden y a sus ventas en línea a clientes fuera de San Cristóbal, estas tiendas se encuentran dentro del campo comercial nacional e internacional de los textiles de Los Altos. Sin embargo, reciben un pago relativamente bajo. Angelina, una tejedora de Yochib, que me pidió que no identificara la tienda donde vende, recibía \$200 pesos por un lienzo ancho de casi 145 por 60 centímetros que le llevaba un día para urdir y dos días para tejer. En otra tienda, en donde vende Juana, una tejedora de Aldama, pagan \$380 pesos por un lienzo un poco más pequeño, con alrededor de 20 cm de brocado y que tarda una semana en confeccionar. En las tiendas donde se venden estos productos también hay personal encargado de revisar el trabajo y costureras que intervienen en los productos que entregan las artesanas, sin mencionar el pago del alquiler y los sueldos de otros empleados que trabajan en la tienda. Sin embargo, teniendo en cuenta estas otras labores, los precios que cobran al final suelen ser entre 8 y 9 veces más caros que el precio que reciben las artesanas: en su sitio web, el precio de las piezas mencionadas anteriormente oscila entre \$1,800 y \$3,000 pesos.

#### **4.3.2 Venta a otras artesanas (tipo de venta G)**

Los precios que reciben las mujeres que logran encontrar tiendas mediante la venta ambulante no son tan diferentes de lo que gana una tejedora que vende a otras artesanas que forman parte de colectivos o cooperativas con clientes nacionales e internacionales (tipo de venta H). Según mi entrevista con una bordadora de Navenchauc que encarga el trabajo de tejer a otra artesana, ella paga \$200 pesos (más 30 pesos para armar la urdimbre) por un lienzo de 180 por 58 cm. Otras artesanas que recurren a la venta ambulante pueden cobrar más por sus piezas a través de otras artesanas revendedoras en su comunidad. Uno de los productos que hace María, una tejedora de Tzelejpotoctic, son huipiles de tipo ceremonial. Los huipiles que son grandes llevan mucho brocado y tardan alrededor de siete meses en elaborarse. Mientras que en San Cristóbal los revendedores solo le ofrecen \$1,800 pesos para el huipil, cuando María lo vende a otra artesana que vive en la cabecera de Aldama, recibe \$6,000 pesos. Por lo tanto, aunque en general el precio final de los productos artesanales en el mercado nacional e internacional es más alto que en otros campos comerciales de Los Altos, la artesana que produce la prenda para este campo recibe una fracción de este precio.

Después de la venta ambulante, la venta a otras artesanas mejor posicionadas en el campo comercial nacional e internacional para la artesanía en Los Altos es una de las formas de venta

más comunes. Dada la organización principal de los grupos de artesanas en torno a sus familiares, cuando reciben pedidos de cantidades más grandes a través de su afiliación con colectivos, cooperativas u ONG, es común que recluten a otras tejedoras y bordadoras para realizar algunas de las prendas.

#### **4.3.3 Venta en colectivos y cooperativas (tipo de venta B, C y D)**

Las artesanas que trabajan con ONG o en colectivos y cooperativas (tipos de venta B, C y D) están mejor posicionadas en el campo comercial nacional e internacional gracias a su cercanía con las personas que últimamente comprarán sus productos. En el ejemplo de Navenchauc mencionado arriba, mientras la artesana que encargó el telar de cintura paga 235 pesos por su elaboración, más los hilos que cuestan alrededor de 70 pesos, después de bordarlo, algo que a veces ella encarga a otra bordadora, vende el tejido bordado en \$1,100 pesos al colectivo donde pertenece en San Cristóbal, que por regla general lo vende tres veces más caro al cliente final. Esta cadena de producción, como hemos observado en los otros campos comerciales de textiles en Los Altos, es común pero también variable. Existen otros casos, sobre todo entre familiares, cuando las artesanas que forman parte de una cooperativa o uno colectivo encargan la realización de piezas a mujeres de su comunidad que no forman parte de su grupo y pagan un precio similar al que ellas mismas reciben por estos trabajos. Por ejemplo, observé una socia de la cooperativa J'pas Joloviletik encargar la realización de servilletas tejidas a su excuñada, que no forma parte de la cooperativa, y le paga el precio en que ella las vende en la cooperativa con solo 5 pesos de diferencia.

Por lo general, las artesanas que forman parte de colectivos y cooperativas quieren limitar el acceso a estas relaciones comerciales que les aseguran precios mejores y ventas con clientes de fuera de sus comunidades. Mediante las cooperativas, las artesanas cuentan con un espacio en San Cristóbal donde vender a turistas y también reciben diferentes pedidos de otros clientes para la venta nacional. J'pas Joloviletik, una de las primeras cooperativas de San Cristóbal a la que pertenecen seis de las artesanas entrevistadas y donde realicé varios meses de observación participante, se encuentra detrás del mercado Santo Domingo y la visitan diariamente algunas pocas turistas. Aunque hay meses en los que las artesanas no venden ninguna de sus piezas -y durante la pandemia bajaron las ventas de forma abismal-, también hay meses en los que llegan a vender \$3,000 pesos. La cooperativa además compra entre 1,500 y 5,000 pesos a cada artesana al año, lo que asegura un ingreso mínimo. La mayoría de las socias son hijas y nietas de las fundadoras y, para asegurar sus ventas y las ventajas que tienen como socias, hace 10 años pusieron la regla de que las nuevas socias sólo podían ser descendientes de las fundadoras; es

decir solo sus hijas y nietas, no las cuñadas, nueras, ni suegras. Muchas de ellas ven esta salida económica como una herencia que recibían de sus abuelas que fundaron la cooperativa y algo que podrán legar a sus hijas y nietas.

Varios colectivos, como Colectiva Malacate, La Milpa y Arte Yabtel Bats'i Antsetik también cuentan con espacios de venta en San Cristóbal y encargan piezas según la demanda de sus clientes. En el caso de Malacate, las ventas suelen realizarse a través de Facebook e Instagram, y en el caso de La Milpa y Arte Yabtel las ventas se realizan a turistas que compran en su tienda. Por lo tanto, los 15 grupos de artesanas que venden en Malacate reciben pedidos con diferentes frecuencias, dependiendo de la cantidad de sus productos que se vendieron y de los pedidos que recibieron de otros clientes, incluidos diseñadores nacionales y marcas internacionales.

Aunque la mayoría de las artesanas que venden con estas cooperativas y colectivos ocupan una posición mejor en el campo nacional e internacional de los textiles de Los Altos de Chiapas, no suelen tener un trato directo con los clientes y sus ventas no son predecibles. Este también es el caso para artesanas que trabajan a través de ONG. ONG como Impacto, Aid to Artisans, Red Niu Matat Napawika y la Fundación León XIII organizan pedidos, algunos que venden a través de sus propias plataformas (como es el caso de Red Niu Matat Napawika con la plataforma Matat y la Fundación León XIII con Kitzin), y otros que los coordinan con marcas y diseñadores. Las artesanas que trabajan con las ONG reciben pedidos, que varían en cantidad y frecuencia según los calendarios de producción de las tiendas. Aunque las artesanas, y sobre todo las representantes del grupo que trabaja con las ONG, pueden llegar a tener contacto directo con los clientes, durante su afiliación con la ONG todas sus ventas están gestionadas por el personal de esta.

#### **4.3.4 Artesanas con grupos propios y venta directa a clientes (tipo de venta A, E y F)**

A diferencia de las ventas gestionadas por terceros que se dan en el caso de las artesanas que forman parte de cooperativas y colectivos o trabajan con ONG, hay algunas artesanas que tienen su propio grupo de producción y organizan ellas mismas las ventas con clientes (tipo de venta A). Las mujeres que pertenecen a este grupo han conseguido formar relaciones comerciales directas con diseñadores, tiendas y distintos clientes particulares de otras ciudades a través de varias rutas. Algunas llegaron a esta posición mediante su afiliación con organismos del gobierno, como el DIF o con partidos políticos que les pusieron en contacto con expoventas y ferias en otras ciudades, lo que les permitió tener un trato directo con clientes. Otras han logrado entablar relaciones con tiendas y diseñadores a través de su afiliación previa con ONG que les

pusieron en contacto con diversos clientes y donde aprendieron técnicas y diseños que se venden en el mercado nacional e internacional. Estas artesanías son las más exitosas y mejor posicionadas en este campo comercial y cuentan con ventas continuas a múltiples clientes por toda la república y, a veces, al extranjero.

El acceso a expoventas y ferias (tipo de venta E) es una pieza clave de su éxito. En estos eventos, no solo logran llegar a muchos compradores sino que también entablan contacto con tiendas de todo el país que pueden convertirse en clientes que les hacen pedidos de forma habitual. Entre estas expoventas y ferias destacan la Feria Maestros del Arte en Chapala, una feria anual organizada por una asociación civil que invita a alrededor de 90 artesanos de todo México; la Expo de los Pueblos Indígenas organizada por el INPI; el International Folk Art Market, una gran feria de artesanía en EE. UU.; y Original, una feria anual organizada por la Secretaría de Cultura a partir de 2021 que invita a cientos de artesanos de toda la república. Al organizarse a través de diferentes entidades —grupos voluntarios, universidades, empresas privadas y el gobierno mexicano— las vías que toman las artesanías para recibir invitaciones son diversas. Algunas son recomendadas por los organismos locales del gobierno que las conocen, como el Instituto Casa de las Artesanías de Chiapas. Las compras que realizan Fonart e Icadech (tipo de venta F), además de servir para realizar ventas, conectan a grupos de artesanías con otras oportunidades como son las ferias organizadas por entidades gubernamentales en otros estados o proyectos independientes que buscan colaborar con artesanías establecidas<sup>24</sup>. Las artesanías que participan en concursos de artesanía y otras artesanías, muchas de las cuales trabajaron con ONG, cuentan con una posición destacada en redes sociales y relaciones con distintos actores del campo comercial que les ayudan a recibir invitaciones a estos eventos. Cabe señalar que para recibir una invitación a estos eventos, es necesario tener un cierto perfil de artesano: por un lado, hay que poder producir la cantidad de prendas necesarias para abastecer la alta demanda de estas ferias y, por otro, contar con contactos que permitan acceder a estos organismos gubernamentales u asociaciones civiles.

---

<sup>24</sup> Un ejemplo de este tipo de proyecto independiente es Colores de la Tierra (<https://www.loscoloresdelatierra-mexico.com/>), un proyecto que el artista Carlos Barrera inició en 2008 y que incluía la enseñanza del uso de tintes naturales a artesanías de Chiapas y Oaxaca. Carlos entabló contacto con varias artesanías de Chiapas a través de Icadech, que le recomendó artesanías con quienes trabajar.

#### 4.4 Perfiles de artesanas y su posición variable en múltiples mercados

Ahora que contamos con un resumen de las formas en que las mujeres indígenas de Los Altos participan en diferentes mercados locales y regionales, así como en el mercado nacional e internacional de textiles artesanales, pretendo trazar una especie de mapa que nos permita entender algunas pautas sobre el tipo de venta al que acceden las mujeres.

En un primer momento, mi intención era determinar los rasgos que comparten las mujeres que lograron vender sus productos a clientes fuera de su comunidad y acceder así a un mercado nacional e internacional para sus textiles, así como los factores que obstaculizaron la entrada de otras mujeres a este mismo mercado. Esta tarea de evaluación se vio complicada cuando me di cuenta de la coexistencia del mercado nacional e internacional con los otros mercados locales y regionales señalados anteriormente, además de la participación cambiante y muchas veces simultánea de las mujeres que entrevisté en ellos. Contrariamente a lo que yo había imaginado antes de realizar mi trabajo de campo, las mujeres bordadoras y tejedoras no suelen vender a través de una sola organización -como un colectivo, una cooperativa o mediante una ONG. Muchas veces ni siquiera participan en un solo mercado textil. En cambio, por lo general las mujeres que entrevisté combinan los diferentes tipos de ventas señalados en los apartados anteriores. Algunas venden a través de cooperativas que fundaron sus abuelas y, al mismo tiempo, realizan pedidos que les encargan otras artesanas de sus comunidades que venden a ONG. Otras venden los productos de su grupo a un colectivo pero también a otras artesanas de su comunidad que cuentan con redes más amplias y ventas más frecuentes. Finalmente, también hay varias artesanas que venden en colectivos y a tiendas de San Cristóbal y otras ciudades de la república, y también realizan prendas para vender en los mercados locales de sus pueblos.

Esta multiplicidad de campos comerciales en los que las mujeres venden su trabajo y las rutas que las llevan a participar en ellos no se ha examinado y apenas se menciona en la literatura existente sobre el trabajo artesanal en Los Altos. Con la excepción del libro *Artesanas tseltales. Entrecruces de cooperación, conflicto y poder* de Teresa Ramos y el censo levantado por Diane Rus (1990) en el paraje de Catixtic en los años 80, las investigaciones sobre el trabajo artesanal en Los Altos no profundizan en las diferencias *entre artesanas* en cuanto a su forma de producción o sus vías para comercializar sus productos. Por ejemplo, en un artículo reciente sobre el trabajo artesanal de las tejedoras del municipio tsotsil de Zinacantán se identifican tres formas de organización laboral para la producción textil: 1) talleres familiares que venden textiles en sus propias casas; 2) grupos de tejedoras que reciben apoyo institucional para la producción y venta de sus telas; y 3) grupos que elaboran ropa que se entrega a intermediarios (Bayona, 2020). Esta categorización

no distingue entre la venta de las artesanías a un mercado turístico y la venta a un mercado nacional e internacional para la artesanía. El mercado local para el traje típico en Zinacantán tampoco recibe mención más allá de la afirmación errónea de que “las piezas textiles hechas para el uso turístico se han convertido en la ropa típica de las mujeres [zinacantecas]” (Bayona, 2020, p. 47)<sup>25</sup>. Al desarraigar los tipos de ventas de las mujeres de Los Altos de los campos en donde participan, se difuminan las fronteras que separan los campos comerciales. Bayona (p. 46) describe cómo “algunas mujeres tejedoras han penetrado en la esfera pública de distribución y venta” al formar parte de cooperativas y grupos, sugiriendo que existe un espacio homogéneo “público” en vez de los espacios heterogéneos de mercados locales, regionales e (inter)nacionales en los que las mujeres trazan diferentes rutas comerciales. Al reducir estas configuraciones distintas del espacio comercial a un solo espacio uniforme, se pasan de alto las diferencias en los productos que se venden en estos campos y las distintas prácticas laborales de las artesanías que participan en ellos. En Los Altos de Chiapas, en cambio, encontramos múltiples mercados de textiles en los que las artesanías ocupan posiciones desiguales pero también variables y a menudo concurrentes.

El estudio de Teresa Ramos (2010) sobre las bordadoras tseltales de Aguacatenango describe con más detalle las diferentes rutas laborales y salidas comerciales que toman las mujeres de este municipio. Ramos identifica cinco modalidades en las que se ha sido realizado el trabajo de bordado: 1) las trabajadoras de las comerciantes coletas; 2) las artesanías tradicionales; 3) las negociantes; 4) las artesanías-trabajadoras; y 5) las artesanías. Estas modalidades corresponden en líneas generales a diferentes generaciones de bordadoras e implican distintos conjuntos de relaciones sociales y formatos de producción del textil. La categorización que propone Ramos tiene la ventaja de tomar en cuenta la evolución histórica del trabajo de bordado en la zona, complementada con perfiles detallados de artesanías que concretan y complejizan cada modalidad. La autora nota que estas distintas modalidades, a pesar de corresponder de modo general a distintos momentos históricos en la producción y comercialización de textiles en Aguacatenango, coexisten actualmente. Por lo tanto, estas modalidades no deben entenderse como una trayectoria lineal que las artesanías siguen de forma sucesiva. En cambio, como señala la autora, una bordadora

---

<sup>25</sup> Si bien en el traje típico de las mujeres en Zinacantán se ha incorporado las técnicas de la máquina a coser e hilos acrílicos, la producción de ropa para el uso en Zinacantán (al igual que en otras comunidades, como describí anteriormente) es un campo separado en donde se produce ropa adaptada a los gustos de los habitantes del municipio y, por lo tanto, cuenta con productos, circuitos comerciales y tiempos de producción completamente distintos de aquellos del mercado turístico regional o el mercado nacional e internacional para la artesanía textil. La relación que existe entre el mercado local de la ropa típica de mujeres de Zinacantán y el mercado turístico es más bien el inverso de lo que plantea la autora: los trajes usados y fuera de moda en Zinacantán se revenden a turistas en las tiendas dirigidas a ellos en Zinacantán y en el mercado de Santo Domingo.

puede ser artesana y después trabajadora o las dos categorías al mismo tiempo. Por ejemplo, una negociante que recibe una oferta de trabajo de alguna comerciante de San Cristóbal evalúa si le conviene en términos de esfuerzo y beneficio y si, además necesita conseguir un dinero extra por alguna circunstancia, puede aceptar la oferta y convertirse por un tiempo en artesana, negociante y trabajadora. (Ramos, 2010, p. 210)

Coincido con Ramos en su planteamiento de las modalidades laborales de las artesanas como formas de producción y comercialización históricamente situadas que, no obstante, persisten y coexisten en el presente. Sin embargo, mientras que Ramos presenta el desempeño simultáneo del trabajo artesanal en diferentes modalidades o el cambio de una modalidad a otra como el resultado de una *elección personal y libre* que hacen todas las mujeres, considero importante recalcar los factores estructurales que posibilitan o impiden la movilidad de las mujeres. Cabe señalar que Ramos también menciona los factores que propician u obstaculizan la entrada de las artesanas en distintas modalidades; por ejemplo, destaca la ventaja de haber salido a trabajar en otras ciudades o la dificultad que tienen las madres con niños pequeños “para participar tanto en la producción como en la comercialización de textiles” (Ramos, 2010, p. 210). Sin embargo, me parece equivocada esta forma de presentar las trayectorias laborales de las mujeres como si fueran puramente resultado de las elecciones individuales de las mujeres y un inventario general de atributos ventajosos o desventajosos. Si bien las mujeres tseltales y tsotsiles toman decisiones que determinan sus trayectorias laborales, no todas las mujeres tienen las mismas posibilidades de participar en los mismos campos comerciales. En cambio, las posiciones que las mujeres tienen en estos diferentes mercados y las decisiones que ellas *puedan tomar* sobre su modalidad de producción y venta, están coartadas por las reglas de juego vigentes en dichos mercados. En los términos de Bourdieu, la posición que alcanzan las mujeres depende del capital -económico, simbólico y social— que es valorado en estos campos.

En la categorización de tipos de ventas que propuse arriba, pretendía resaltar el hecho de que estos diferentes mercados son espacios socialmente contruidos y estructurados por diferentes redes que les dotan de características productivas, comerciales y culturalmente distintivas. Según Lefebvre (1991), cada mercado se ha consolidado históricamente por medio de redes que conectan punto de compra y venta. Nuevas redes se superponen a las anteriores tras cambios que afectan a los circuitos comerciales existentes (como la construcción de nuevas carreteras o la introducción de nuevas modalidades de transporte) o bien a raíz de la emergencia de nuevas localidades de compraventa y la desaparición de antiguos sitios. Por lo tanto, Lefebvre (1991, p. 86) señala que la estructura del espacio parece más un pastel milhojas que el espacio homogéneo

e isótopo de las matemáticas euclidianas, compuesto de capas sobrepuestas de redes estructuradas por diversas actividades sociales. Debido a estas superposiciones de redes, los espacios socialmente contruidos de los mercados se superponen y/o se intercalan. Por lo tanto, un solo espacio – como el centro de un pueblo tsotsil o el centro de San Cristóbal—forma parte de las redes que constituyen distintos campos comerciales. Este traslazo de redes hace que, a pesar de sus distintas morfologías y composiciones sociales, sus ritmos comerciales y sus clientes y productores, los distintos mercados para los textiles artesanales en Los Altos a veces se penetran o colisionan.

Los traslazos entre rutas comerciales pueden dar lugar a una interacción entre campos, pero no forzosamente conllevan este resultado. Los campos son espacios diferenciados entre sí por un sinnúmero de marcadores sociales, culturales, económicos y espaciales que encauzan las prácticas de las personas que forman parte de ellos y restringen la influencia de otros campos. Por lo tanto, los puntos de penetración entre campos no son generalizados sino puntuales: ciertos diseños que se encuentran en un mercado se apropian de otro, como ha sucedido en el mercado turístico tanto como el mercado nacional e internacional para los textiles artesanales al adaptar la iconografía de los trajes que realizan de las mujeres tsotsiles y tseltales para uso en sus comunidades a prendas para clientes foráneos. Esta penetración entre los campos comerciales de la artesanía en Los Altos también ocurre mediante la participación de las propias mujeres artesanas en diferentes mercados textiles. Sin embargo, al igual que ocurre con la movilidad de productos de un campo comercial a otro, que representa un proceso selectivo en el que se eligen ciertas características y se modifican otras para adaptarlas a las normas predominantes del campo, la movilidad de las mujeres entre distintos campos comerciales también es un proceso de desplazamiento limitado que depende de los atributos que ellas tienen y que se adecuan a estos campos (su *capital simbólico*, según Bourdieu) y de las relaciones sociales (*capital social*) que les permiten acceder a ellos. Si bien la agencia de las artesanas entra en juego en sus trayectorias laborales, no podemos analizar las decisiones que toman las mujeres sobre su trabajo sin entender las relaciones estructurales que enmarcan estas elecciones y les otorgan posiciones desiguales en los diferentes mercados de textiles artesanales de Los Altos.

¿Por qué algunas bordadoras y tejedoras logran dirigir sus propias ventas a tiendas de todo el país y del extranjero mientras otras solo venden en mercados locales y regionales de los pueblos de Los Altos? ¿Cuáles son las características que permiten algunas mujeres entrar en ciertos mercados de textiles? ¿Qué atributos limitan el acceso de otras? Finalmente, ¿por qué las mujeres artesanas llegan a ocupar diferentes posiciones simultáneas y/o sucesivas en uno o varios



de los mercados de textiles de Los Altos? Para responder a estas preguntas, en el siguiente capítulo pretendo identificar algunos de los factores clave que influyen en las trayectorias laborales de las artesanas.

**CAPÍTULO 5**  
**LAS POSICIONES DESIGUALES DE LAS**  
**ARTESANAS: LA INFLUENCIA DE**  
**RELACIONES ESPACIALES E HISTÓRICAS**

Las tejedoras y bordadoras que conforman la muestra viven en 15 municipios diferentes de Los Altos de Chiapas. Diez de estos municipios son hablantes de tsotsil, cuatro son hablantes de tseltal y el último es San Cristóbal de Las Casas, predominantemente hispanohablante, donde migraron cinco de las artesanas entrevistadas. Realicé entrevistas con 90 bordadoras y tejedoras en esta región. Recorté la muestra a 82 mujeres, eliminando algunas por falta de datos que dificultaban la comparación de perfiles. La edad de las mujeres entrevistadas oscila entre los 14 y los 65 años, con una edad media de 37 años. Con el fin de representar la muestra de forma sintética, incluyo de nuevo el cuadro de lugares de procedencia presentado en la página 12.

| Municipio                  | Pueblo                                                                                         | Número de entrevistadas |
|----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| Aldama                     | Aldama (cabecera), Tzelejpobtic                                                                | 8                       |
| Amatenango del Valle       | Aguacatenango; El Puerto                                                                       | 9                       |
| Chalchihuitán              | Chalchihuitán (cabecera)                                                                       | 1                       |
| Chenalho'                  | Chenalho' (cabecera); Tsabalho'; Chixiltón                                                     | 6                       |
| Huixtán                    | Ch'empil                                                                                       | 3                       |
| Pantelho'                  | Pantelho' (cabecera)                                                                           | 4                       |
| Oxchuc                     | Yochib                                                                                         | 2                       |
| San Andrés Larráinzar      | Larráinzar (cabecera); Oventic; Natilyaxaltik; Chonomyaquilho'; Pokoltón; Suytik               | 14                      |
| San Juan Cancuc            | Cancuc (cabecera); Chiloljá                                                                    | 5                       |
| San Juan Chamula           | Ichinton; Macvilho; Catixtic                                                                   | 3                       |
| San Cristóbal de Las Casas | Originarias de: Tsacucun, Chalchihuitán; Oventic Chico, Larráinzar; Oxchuc; Mahomut, Chenalho' | 4                       |
| Santiago el Pinar          | Santiago El Pinar                                                                              | 2                       |
| Tenejapa                   | Chacoma, Tzajalchen                                                                            | 7                       |
| Venustiano Carranza        | Paraíso del Grijalva                                                                           | 1                       |
| Zinacantán                 | Zinacantán (cabecera); Bochojbo Bajo; Nachig; Navenchauc                                       | 13                      |
| <b>Total</b>               |                                                                                                | <b>82</b>               |

*Cuadro 7 Distribución municipal de la muestra de mujeres entrevistadas (bis).*

La amplitud de la muestra, que cuenta con mujeres de diferentes edades, estados civiles, niveles de educación y que provienen de distintos municipios tsotsiles y tseltales, ofrece una visión general de los perfiles de las artesanas tejedoras y bordadoras de Los Altos. Esta amplitud contrasta con el enfoque predominante en otros estudios sobre el trabajo artesanal en la región, que suelen centrarse en mujeres artesanas de un solo municipio (véanse Bayona, 2020; Ramos, 2010; Rus, 1990; Montero, 2015), o bien en ciertas cooperativas, colectivos o tiendas donde se comercializan productos textiles elaborados en Los Altos (véanse Flores-Montes, 2019; Pérez, 2014; Orantes y Vásquez, 1993; Vega, 2016). Si bien estos estudios son valiosos por las descripciones detalladas que ofrecen de grupos de artesanas y formas de comercialización, una muestra abarcadora tiene la ventaja de resaltar tendencias y contrastes en la producción y

comercialización de textiles que se encuentran a lo largo de Los Altos. De este modo, se ponen de relieve las pautas que marcan las trayectorias de las artesanas en los mercados actuales para la artesanía en la región y nos permite identificar los factores vinculados con el tipo de venta en el que participan las mujeres. Antes de presentar las características que diferencian las trayectorias de las artesanas, señalaré los rasgos comunes que comparten las artesanas de la muestra.

### **5.1 Características compartidas de las artesanas: arraigo sociocultural y marginalidad económica**

Hay varios rasgos compartidos entre las mujeres de Los Altos que les unen cultural y económicamente. En primero lugar, la mayoría forman parte de familias campesinas para quienes cultivar su milpa, que consiste principalmente en maíz, frijol y calabaza, e incluye a veces chayote y algunas otras verduras, sigue siendo una actividad central en torno a la cual organizan sus vidas. En esta zona, alrededor del 80% de las familias tienen una parcela de tierra para cultivo (Olivera et al., 2014, p. 112-113). Aunque el cultivo de estos terrenos suele cubrir solo una pequeña parte de las necesidades alimentarias anuales de las familias y, por lo tanto, debe complementarse con ingresos generados por otras actividades económicas, este trabajo agrícola ha sido (y sigue siendo) un referente identitario central en las comunidades de Los Altos; "aunque la mayoría de los tsotsiles y tseltales ganaban la mayor parte de su sustento como trabajadores migrantes a principios de los años 70, ideológicamente ellos seguían auto-percibiéndose como productores de maíz autosuficientes" (Rus, 2012, p. 38).

En estas familias, hay una división laboral que también se basa en el trabajo en el campo: las mujeres se encargan del hogar (que incluye cuidar los niños, preparar la comida, hacer el aseo y lavar la ropa) mientras que los hombres salen a trabajar en el campo. Esta división sigue funcionando como una referencia clave para caracterizar el trabajo que es "propio" de los hombres frente al de las mujeres, aunque ha cambiado sustancialmente las actividades laborales que los hombres y mujeres han desempeñado en el transcurso de las últimas décadas. En la actualidad, muchas mujeres de Los Altos colaboran en diferentes etapas del cuidado de la milpa. Esta tendencia había empezado a perfilarse desde los años 80, cuando las mujeres empezaron a desempeñar un papel cada vez más igualitario en el cuidado de la milpa (Rus, 2012).

Este cambio se debe en parte a la migración de los hombres a los Estados Unidos u otros estados en México, por lo que "las esposas cada vez más se quedan solas en sus casas para cuidar a los niños y hacer solas todo lo que solían hacer las parejas cuando estaban juntas" (Rus, 2012, p. 86). La ola migratoria hacia los EE. UU. llegó tarde a Los Altos, pero en 2006, Chiapas ocupó la primera posición como estado con más migrantes que iban a los EE. UU. y desde entonces,

Chiapas ha mantenido su posición como uno de los estados con mayor migración a los EE. UU. (El Colegio de la Frontera Norte et al., 2020; Villafuerte y García, 2014). Los Altos ha representado una de las tres regiones con mayor expulsión del estado, siendo el municipio de Chamula el que ha registrado un volumen particularmente alto de migrantes (Castillo-Ramírez y González, 2022)

Aunque las tasas de migración de hombres y mujeres varían según el municipio, la situación económica apremiante es otro punto en común entre las entrevistadas de la muestra. Entre los municipios donde viven las artesanas entrevistadas (excluyendo San Cristóbal de Las Casas), la tasa promedio de pobreza es del 96.5% y la de pobreza extrema, del 56% (CONEVAL, 2020). La falta de empleos en las comunidades, donde las opciones se limitan a trabajos como jornaleros en las milpas o los cafetales (o en los invernaderos de flores en el caso del municipio de Zinacantán), por un pago de entre 80 y 250 pesos al día dependiendo de la comunidad, el trabajo de albañil, la venta de artesanía, o la opción de abrir tiendas de abarrotes- hace que la migración se vuelva una salida económica cada vez más común.

Finalmente, todas las artesanas de la muestra son tsotsiles o tseltales. Estos dos grupos étnicos comparten tradiciones y creencias similares en torno a las cuales se organiza la vida en las comunidades y las actividades de sus habitantes. Esta etnia y tradición cultural también han estado marcadas por una historia de exclusión y opresión. Aunque existen variaciones entre las diferentes comunidades en las expresiones culturales, la discriminación hacia estos grupos por parte de la sociedad mestiza ha sido uniforme.

Se ha visto que, tanto al nivel interpersonal como al nivel económico estatal, existe una inter-relación entre la cultura indígena y la cultura nacional, y que es una inter-relación en que están dominados los indígenas. O sea, *la verdadera herencia de la conquista ha venido a ser una relación económica predicada en el aislamiento cultural y social del indígena* (Rus, 1982, p. 75)

La respuesta de las comunidades tsotsiles y tseltales frente a esta subordinación racial y cultural, que va de la mano con su opresión económica, ha sido reforzar sus prácticas y creencias particulares frente a estas agresiones y exclusiones. "Tras largos siglos de haber estado desposeídos de su tierra, de su soberanía política, y de los frutos de su trabajo, los indígenas han logrado llenar esta necesidad por medio de la comunidad cerrada, por lo menos ideológicamente, al mundo occidental" (Rus, 1982, p. 72). Si bien cada comunidad tiene su propia tradición, que incluye costumbres, trajes y creencias particulares, y sus habitantes tienen un sentido de pertenencia arraigado principalmente en su comunidad donde vive, la experiencia compartida de

discriminación, exclusión y opresión ha sido un factor central que define las relaciones de las personas tsotsiles y tseltales con el mundo "fuera" de sus comunidades.

A lo largo de los años, se ha ido cambiando el tipo de contacto de los habitantes indígenas de Los Altos con los mestizos y los extranjeros. Mientras que hace cien años el principal contacto foráneo de los oriundos de Los Altos fueron con los enganchadores y finqueros ladinos que les explotaban como trabajadores temporales en las tierras calientes de Chiapas o los mestizos que controlaban el comercio y los servicios religiosos dentro de los centros municipales (Ruiz, 2006), hoy en día varias actividades comerciales y laborales vinculan a los habitantes de los pueblos tsotsiles y tseltales con el mundo exterior. Actualmente se cultivan productos agrícolas para la venta externa, como la floricultura en Zinacantán o la caficultura en Tenejapa, Cancuc, Chenalho', Aldama y Pantelho' y hay colectivos de transporte de camionetas y taxis que conectan los pueblos con las ciudades regionales. También hay migración de hombres para trabajar como albañiles y en la "pisca" (recolección de cultivos) a lo largo de México, EE. UU. y Canadá, y de mujeres de algunos pueblos para trabajar como empleadas domésticas en San Cristóbal, Tuxtla y la Ciudad de México. Por último, está la producción de textiles artesanales que se venden a clientes de todo el mundo. Gracias a estas diversas actividades comerciales, los habitantes de Los Altos han formado nuevas relaciones con empleadores y clientes en México y en el extranjero. Al mismo tiempo, la llegada de misiones religiosas y nuevas iglesias a los pueblos también ha vinculado a conversos de Los Altos con redes religiosas a nivel nacional e internacional (Rivera et al., 2005). Sin embargo, aunque estos nuevos vínculos fuera de los pueblos cambian las dinámicas sociales y económicas dentro de las comunidades al establecer nuevos ritmos laborales, nuevas afluencias económicas y nuevas prácticas religiosas, no se deben interpretar como un proceso sencillo de apertura o asimilación cultural o económica.

Suponer que el contacto con otros grupos implica necesariamente un proceso de homogeneización cultural es igual de erróneo que la antigua imagen de la comunidad indígena que promulgaron los antropólogos del Proyecto Harvard, según la cual la cultura y la organización social diferentes de los pueblos indígenas de Los Altos se debía a su aislamiento. En cambio, la diferencia social y cultural de los pueblos se ha forjado históricamente a partir de sus *relaciones* (de poder desigual, bien entendido) con la sociedad ladina.<sup>26</sup> De acuerdo con

---

<sup>26</sup> A partir de los años 70, varios antropólogos que investigaban las comunidades indígenas de Chiapas empezaron cuestionar el enfoque del Proyecto Harvard y el supuesto de inmutabilidad cultural en los pueblos. Estos autores adoptaron en cambio un enfoque histórico que rastrearon los cambios en la organización social de los pueblos (véanse Siverts, 1969; Favre, 1973; Stavenhagen, 1982; Rus, 1982, 1998, 2005; Viqueira, 2002; y Wasserstrom, 1989).

Paniagua (2008), las identidades indígenas en Los Altos no surgen al margen del contacto con agencias y mercados foráneos, sino que las fronteras étnicas se forjan mediante una densa red de relaciones que conectan las comunidades indígenas con el exterior. Paniagua sugiere que con este enfoque relacional, el concepto de la frontera entre los pueblos indígenas y la sociedad mestiza se transforma, dejando de ser “un dique o barrera social para mostrarse como un espacio poroso de circulación de bienes culturales” (p. 206).

Sin embargo me parece importante señalar que las fronteras operan como una barrera social *y a la vez* como un espacio poroso. Como señala Barth (1969), el mantenimiento de fronteras socioculturales o étnicas en situaciones de contacto entre grupos implica el mantenimiento de criterios de diferenciación tanto como de una pauta de relaciones sociales entre grupos que siguen separados. En el caso de los pueblos indígenas de Los Altos, esta pauta de relaciones sociales ha estado históricamente determinada por los ladinos quienes, mediante el control político, el uso de la fuerza, el dominio económico y la hegemonía lingüística, han definido los términos leoninos de sus relaciones comerciales con los pueblos indígenas (Favre, 1973; Siverts, 1969; Rus, 1982, 1998). De esta manera, la circulación de bienes entre los pueblos indígenas y la sociedad mestiza siempre ha existido, pero bajo el control de los comerciantes ladinos. Hoy en día, a pesar de las nuevas redes que conectan a tsotsiles y tseltales con diversos grupos y espacios en México y en el extranjero, los tratos laborales y la discriminación hacia los indígenas los mantienen en una posición marginal.

Uno de los efectos de esta marginalidad es el fuerte apego de los pobladores tsotsiles y tseltales al estilo de vida que se ha cultivado en sus pueblos. Los esposos o padres de las artesanas que entrevisté que salen a trabajar como albañiles en Playa del Carmen o la Ciudad de México, por ejemplo, suelen regresar para la temporada de cosecha de maíz, manteniendo así los ritmos agrarios en torno a la milpa. En El Puerto, un paraje tseltal que se distingue en Los Altos por la costumbre que tienen muchas mujeres jóvenes de salir para trabajar durante varios años como empleadas domésticas en Tuxtla y en la Ciudad de México, las artesanas que entrevisté que han salido a trabajar me contaban que siempre regresaban a su pueblo en marzo para la fiesta patronal del Señor del Pozo. Cuando se juntaron y tuvieron hijos, decidieron regresar a vivir en su pueblo porque “todo el tiempo estamos trabajando allí, no vamos a convivir con ellos. Este es la situación que nos motiva estar aquí. Estar con nuestros hijos” (Entrevista con Victoria, El Puerto, 21 de febrero de 2022).

Además de mantener estos vínculos culturales de forma voluntaria por parte de sus habitantes, los usos y costumbres de los pueblos también se refuerzan mediante presiones

sociales y sanciones. En el municipio de Chamula, por ejemplo, me platicaron que se deshereda a los descendientes que no cuidan las tumbas de sus padres y abuelos. Incluso las personas que se han convertido al cristianismo y no creen en las costumbres de dejar comida para sus difuntos en el Día de Muertos, como fue el caso de una artesana entrevistada en el paraje Macvilho en Chamula, aún tienen la obligación de seguir cumpliendo con estos ritos bajo pena de perder sus terrenos heredados.

También se mantienen extensas redes de obligaciones sociales en la comunidad mediante el compadrazgo. En los bautizos y también en otros momentos importantes de la vida de los habitantes de los pueblos —como son las primeras comuniones, graduaciones y bodas— la asignación de padrinos afianza vínculos duraderos de solidaridad que implican el apoyo económico y social a los ahijados y una relación de compadrazgo con los padres (Gossen, 1990). Luego están los funerales tradicionales, que incluyen comidas grandes y la contratación de músicos tradicionales y personas encargadas de dirigir los ritos, que también implican gastos considerables; una de las artesanas de Catixtic me contaba que el entierro de su abuela terminó costando un total 100,000 pesos, que se dividieron entre sus cinco hijos.

Una última institución que durante mucho tiempo se consideró una característica central de la organización social de los pueblos es el sistema de cargos religiosos<sup>27</sup>, que asignan responsabilidades que duran un año o más a los hombres y a sus esposas. Estos cargos conllevan una fuerte inversión de dinero<sup>28</sup> y la suspensión parcial de otras actividades laborales para dedicar tiempo a estos servicios en beneficio del pueblo (Cancian, 1965). De este modo, el dinero que se gana a través de actividades comerciales fuera del pueblo se reinvierte en la comunidad, un fenómeno que también han señalado otros estudios sobre las actividades comerciales de grupos indígenas en Oaxaca y Guerrero (Good, 1993; Stephen, 2005b). Cabe señalar que esta reinversión no implica la redistribución de dinero en el pueblo ni tampoco la participación de

---

<sup>27</sup> Cabe señalar que los cargos religiosos son un sistema aparte de los cargos políticos y administrativos en los municipios. Aunque no ha sido el enfoque de mi investigación, la organización política de las comunidades tsotsiles y tseltales se compone por distintos sistemas de cargos. Estos distintos sistemas varían en su composición en las diferentes comunidades pero siguen algunas líneas generales: por un lado, están los cargos constitucionales, que son los cargos políticos y administrativos del ayuntamiento que se eligen mediante elecciones partidistas y por otro lado existe un sistema paralelo de cargos tradicionales que se designan. Estos dos sistemas de cargos colaboran en la gobernación de los pueblos (véanse Burguete, 2016, y Paniagua, 2008, para una descripción más detallada de la organización de distintos gobiernos municipales y sistemas de cargos en Los Altos). En los municipios donde hay presencia zapatista, existe además un sistema de cargos paralelo del gobierno autónomo zapatista que abarca los cargos tradicionales de tipo religioso y los cargos políticos de gobernación. Algunas de las artesanas entrevistadas han desempeñado cargos constitucionales y también cargos en la organización zapatista, pero los nombramientos de los cargos tradicionales se asignan a hombres casados y católicos, aunque sus esposas participan en las ceremonias y desempeñan un papel importante en estos cargos.

<sup>28</sup> Por ejemplo, en Nachig, un paraje del municipio de Zinacantán se mencionaron gastos de entre 200,000 y 300,000 pesos en el desempeño del cargo de mayordomo principal en 2022.



toda la comunidad por varias razones. Primero, el alto costo de participación es prohibitivo para muchos habitantes. Luego, muchos hombres están ausentes por periodos prolongados debido a la migración laboral. Finalmente, la conversión al cristianismo de varios habitantes de Los Altos hace que ya no participen en los cargos que conllevan la devoción a santos y vírgenes y la realización de ritos católicos.<sup>29</sup>

Si bien la separación sociocultural y la marginalidad económica de las comunidades perduran, la diversidad interna de sus habitantes en cuanto a sus características económicas, migratorias y religiosas demuestra que no persisten de una forma estática. Los nuevos vínculos con grupos externos generan algunos cambios en las relaciones y prácticas sociales dentro de los pueblos al mismo tiempo que se refuerzan otros. El trabajo artesanal ejemplifica esta dualidad de vinculación con nuevos actores externos y la modificación de conexiones dentro de la comunidad. Como se ha señalado anteriormente en las descripciones de los tipos de venta, aunque se subcontratan mujeres y se encargan ciertos pasos de la producción artesanal a amigas, vecinas o mujeres de otros pueblos, la unidad básica de la producción y de la comercialización de textiles sigue siendo las mujeres de una familia. A menudo el grupo base está formado por una madre y sus hijas, pero puede extenderse e incluir a cuñadas, nueras, sobrinas y primas. Aunque el trabajo de bordar y telar sigue siendo un principalmente una labor femenina, los hijos y los esposos de las artesanas a veces ayudan con ciertos aspectos de la producción (como enrollar los hilos o hacer las terminaciones) y de la comercialización (como acompañar o llevar a las artesanas en coche a las ciudades para entregar sus productos). Esta organización laboral vincula el trabajo artesanal con la vida social de la familia y el espacio social del hogar para todas las artesanas. Sin embargo, esta organización presenta diferencias en función de las rutas comerciales de las artesanas. A continuación señalaré algunos de los factores clave que cambian la posición de las mujeres artesanas dentro de sus pueblos y les permiten y/o impulsan a entrar en los diferentes tipos de venta descritos anteriormente.

## **5.2 Diferencias entre las artesanas**

En las mismas características que unen a las artesanas —el trabajo en el campo y una división de labores organizados en torno a los ciclos agrarios de la milpa, la pobreza, el habla de tsotsil o tseltal, el mantenimiento de prácticas culturales y de lazos sociales en los pueblos mediante sistemas institucionalizados de apoyo y obligaciones—encontramos variaciones que

---

<sup>29</sup> Para una discusión más extensa de la importancia y del papel del sistema de cargos religiosos en las comunidades indígenas de Los Altos, véanse Cancian (1965); Favre (1973); Paniagua (2008); López (2002); y Wasserstrom (1983).

afectan sus trayectorias laborales. Estas características se expresan de diferentes maneras y se cruzan entre sí, creando perfiles complejos y únicos en las 82 mujeres de la muestra. El proceso de indagar en estas diferencias me llevó a cambiar el enfoque de mi análisis. Al principio, me centré en ciertos factores que parecían relevantes en las trayectorias laborales de las artesanas: su edad, su estado civil, su nivel de educación y su dominio del español. Estos factores siguen siendo relevantes pero en vez de entenderlos como atributos de las artesanas, es más adecuado considerarlos en el marco de las relaciones estructurales y sociales en que las artesanas están insertas y que ellas también transforman.

En estas relaciones sociales, a pesar de las variaciones de mujer a mujer y de comunidad a comunidad, se encuentran algunas pautas generales que afectan a las formas en que las mujeres tsotsiles y tseltales trabajan y venden los productos. Destaca entre ellas la topografía despereja de las rutas que las mujeres recorren para llegar a los puntos de venta. Esta topografía es a la vez espacial y social; siguiendo el planteamiento de Lefebvre, el espacio no es un recipiente vacío en donde se encuentran relaciones sociales ni meramente un escenario que enmarca el movimiento de bienes y las actividades de las personas. En cambio, el *espacio está producido por las relaciones sociales*. Este enfoque relacional del espacio es particularmente pertinente para comprender la participación de las mujeres tsotsiles y tseltales en los diferentes mercados de textiles de Los Altos, ya que permite un análisis más integral de la construcción espacial de las prácticas laborales y comerciales de las artesanas. Las bordadoras y tejedoras de Los Altos no solo transitan espacios sino que también participan activamente en las relaciones que conforman los diferentes espacios comerciales: los mercados locales, regionales, nacionales e internacionales para los textiles. En lo que sigue, pretendo señalar los factores que alientan o inhiben la entrada de las artesanas en estas relaciones espaciales.

### **5.2.1 La consolidación de posiciones espaciales desiguales: algunos casos**

Desde la emergencia, hace 50 años, de un mercado para la venta externa de los textiles de Los Altos, las conexiones que vincularon los pueblos tsotsiles y tseltales con San Cristóbal y el mundo exterior han experimentado una profunda transformación. Las artesanas que empezaron a vender en aquella época cuentan de los largos trayectos que tuvieron que recorrer para entregar sus productos. Rosa, una tejedora de 61 años de San Andrés Larráinzar, empezó a salir a vender a finales de los años 70 cuando tenía 14 años. Había escuchado a través de compañeras de la escuela que se compraban productos hechos en telar en San Cristóbal y se animó a ir. En aquella época sólo salían dos camiones de Larráinzar, a las 8:00 am y a las 4:00

pm. Rosa vivía en un paraje de Larráinzar llamado Suytik, a media hora a pie de la cabecera, así que caminaba hasta allí para tomar el camión que salía en la mañana cada semana o 15 días. El trayecto de 28 kilómetros de Larráinzar a San Cristóbal tardaba casi cuatro horas en aquel entonces (Ruiz, 2006). Una vez en San Cristóbal, Rosa caminaba por la calle Real de Guadalupe y ofrecía los tres o cuatro telares que había hecho por entre 10 y 20 pesos. También traía papas o camotes para vender. Dado que el pasaje del transporte costaba 20 pesos, gastaba en el viaje poco menos de los alrededor de 60 pesos que ganaba con la venta de sus productos. Sin embargo, con este dinero pudo apoyar a su madre en la casa, ya que su padre tomaba y no había dinero. Iba siempre el sábado para poder gastar el dinero que ganaba el domingo en el mercado semanal de Larráinzar, donde compraba frijoles, maíz, sal, etc., todo lo que se necesitaba en casa.

Juan, un hombre tseltal de Chacoma, un paraje de Tenejapa, recuerda que, a mediados de los años 70, iba cada seis meses con sus tíos a San Cristóbal para vender las servilletas que había hecho su madre, Petrona, en telar de cintura a un comprador estadounidense. Juan todavía era un niño y caminaba despacio así que sus tíos le cargaban las tres horas que se tardaban en caminar la vereda que conectaba el pueblo de Chacoma con el centro de Tenejapa. Desde allí, el camión tardaba otras tres horas en llegar a San Cristóbal. Tras alrededor de ocho años, el cliente estadounidense ya dejó de hacer pedidos y empezaron en cambio a entregar sus piezas en Tenejapa, donde había un profesor llamado Pedro Jiménez. El profesor, que había presentado a Petrona al cliente estadounidense en un principio, daba fiada la materia prima a artesanas en Tenejapa y luego compraba las piezas que hacían. Ya en 1983, se construyó un camino de terracería desde Chacoma hasta Tenejapa. Este mismo año, Petrona empezó a vender con Pedro Meza de Sna Jolobil, quien llegaba a la cabecera de Tenejapa para comprar piezas de las tejedoras del municipio. Sin embargo, a pesar de la nueva terracería, caminar hasta Tenejapa seguía siendo peligroso ya que no había casas y se produjeron asesinatos de personas que caminaban solas. Por eso, cuando Petrona, la madre de Juan, iba a Tenejapa, se juntaba con dos o tres mujeres para caminar juntas y así protegerse de los peligros del camino.

Por esta misma época, alrededor de 1985, el pueblo tsotsil de Zinacantán empezó a recibir turistas. Con el tiempo, Zinacantán se convirtió en el pueblo de Los Altos que cuenta con más tiendas de artesanía para venta a turistas. No es casual que Zinacantán se haya perfilado como un centro turístico. Junto con Chamula, es el pueblo indígena más cercano a San Cristóbal y además ha sido el pueblo con mayor presencia de antropólogos, principalmente a través del Proyecto Harvard desde los años 50. A diferencia de las artesanas de las comunidades de Larráinzar o Tenejapa descritas arriba, quienes tenían que caminar largas distancias y tomar

camiones que tardaban varias horas en llegar a San Cristóbal, gastando en el pasaje una buena parte del dinero que ganaban vendiendo sus productos, las artesanas de Zinacantán tenían la suerte de que los turistas iban hasta ellas. Pascuala, una artesana de Zinacantán, dice que su madre fue la primera artesana del pueblo, gracias a las amistades que su difunto papá tenía con el presidente municipal.

Vienen unos turistas que vienen de fuera, llegan a preguntar en la presidencia. Como el presidente era amigo de mi difunto papá, aquí los mandó y ya poco a poco. Lo vendíamos lo que teníamos, no se vendía- qué mantel, qué servilleta... No había nada. La capa, la blusa, la falda, se vendía eso. Y ya después preguntaron que querían otras cosas como rebozo, como bufanda, como individuales, ya empezamos así. (Entrevista con Pascuala, Zinacantán, 15 de diciembre de 2021)

En estas descripciones de la incipiente comercialización de los textiles a clientes fuera de Los Altos se destaca la importancia de las relaciones espaciales. No se trata solo de las distancias, es decir, de los kilómetros que separan los pueblos de las ciudades, sino del acceso que las mujeres tenían a las rutas que conectaban sus hogares con los lugares donde se encontraban los clientes. Este acceso, como se puede apreciar en estos relatos de las primeras incursiones de las mujeres de Los Altos, dependía de la *posición* de las mujeres en términos espaciales y, a la vez, sociales. Al aventurarse a vender sus productos fuera de su comunidad, la movilidad de las mujeres estaba canalizada por su posición social en la topografía del poder. La distancia que separaba a Rosa, Petrona y Pascuala del centro comercial de San Cristóbal, lo cual forma parte de una relación histórica de marginalización que limitaba el acceso de los indígenas a los principales nodos comerciales de la región, moldeaba la manera en que ellas pudieron participar en la comercialización de sus textiles. Rosa, por su parte, entraba en una relación comercial asentada sobre relaciones sociales desiguales ya establecidas con las intermediarias coletas de San Cristóbal que, en comparación con los gastos que ella tenía que asumir para desplazarse hasta allí, le proporcionó ganancias mínimas. Petrona, en cambio, tuvo la suerte de entrar en contacto directo con una cliente extranjera que le aseguró la venta bianual durante varios años. Sin embargo, ella no logró consolidar ni ampliar su posición en esta nueva relación comercial de venta al extranjero. Cuando su cliente, que era su único contacto comercial, dejó de comprar sus productos, Petrona no tuvo más remedio que recurrir a los puntos de venta más cercanos en la cabecera de Tenejapa. Finalmente, el caso de Pascuala refleja una transformación en las relaciones sociales que, de acuerdo con la geógrafa Doreen Massey (1995), implicaba la creación de un nuevo espacio. Gracias las conexiones de su difunto marido con el poder político local, la madre de Pascuala logró asentar una nueva ruta comercial que *llevaba a los turistas* hasta su casa.

Trazar las rutas que siguieron estas tres mujeres permite identificar la génesis histórica de posiciones desiguales entre las artesanas en la formación de un nuevo espacio comercial de venta externa. Al mismo tiempo, revelan algunas pautas en las trayectorias laborales y comerciales de las artesanas de Los Altos que todavía son relevantes. Las historias de Pascuala, Petrona y Rosa seguían rumbos distintos debido a una confluencia de factores. En primer lugar, la entrada de las tres artesanas en relaciones comerciales fuera de su comunidad se produjo desde posiciones diferenciales en el espacio. La cercanía de Zinacantán a San Cristóbal, el centro comercial establecido de la zona, y el hecho de que desde hace varias décadas era el lugar elegido por los antropólogos extranjeros para realizar trabajos de campo, otorgó una ventaja a la familia de Pascuala en comparación con las artesanas ubicadas en otros pueblos tsotsiles y tseltales. Gracias a su conexión con el presidente local, que representaba otro tipo de vínculo con el mundo exterior, la familia de Pascuala logró canalizar las relaciones existentes entre Zinacantán y el mundo exterior para formar nuevas relaciones comerciales que les beneficiaban. En el proceso de esta transmutación de conexiones, allanaron el terreno para convertir el centro de Zinacantán en un espacio comercial de textiles artesanales dirigido a la venta

#### **5.2.1.1 Posiciones desiguales en el centro de Zinacantán: artesanas-comerciantes del centro**

A lo largo de los años 80 y 90, decenas de mujeres como Pascuala y su madre convirtieron sus casas y solares en locales para exhibir productos textiles a los turistas que llegaban. En la casa de Pascuala, además de usar cuartos para guardar sus mercancías, convirtieron un cuarto en una segunda cocina que se usa exclusivamente para preparar comida para los turistas que les visitan. En esta transformación del espacio que conllevó la formación de un mercado turístico regional, las mujeres que vivían en el centro de Zinacantán salieron beneficiadas. Las bordadoras y tejedoras que vivían en otros parajes de Zinacantán o en barrios alejados del centro iban a vender con la familia de Pascuala o con las otras mujeres en el centro que habían convertido sus casas en locales.

Si bien la posición desigual de Pascuala y su familia en comparación con otras mujeres alejadas del centro de Zinacantán se debe en parte al azar de su ubicación, también surgió de una situación apremiante. El fallecimiento del padre de Pascuala dejó a su madre y sus cuatro hermanas y dos hermanos sin recursos. Desde los cinco años, Pascuala ayudaba con la venta de hortalizas, lavando y amarrando manojos de rábanos y cilantro, trabajando hasta la noche para preparar suficientes unidades para vender hasta 300 manojos el día siguiente. “No teníamos ni chancla, ni buena ropa. Pues si se rompe la ropa después tiene que poner otro pedacito para que

no siga abriendo. Chancla, no lo usamos. Donde caminas -vas por la leña, vas por el agua- pues todo sin chancla, sin tu chamarra, sin tu suéter” (Entrevista con Pascuala, Zinacantán, 11 de noviembre de 2022).

La oportunidad de vender sus productos a turistas también conllevaba el riesgo que implica entrar en contacto con desconocidos. Cuando empezaron a llegar las turistas, se decían en el pueblo que si tomaban tu foto, se llevaban tu alma. Pero, a pesar de este peligro, Pascuala explicó que

cómo te dejan algo de propina, lo que sea, y he empezado a vender la poca ropa que teníamos [...] pues como sabemos el telar, enseñamos el telar. Y pues lo dejamos que tomara la foto y así pues, como ya sabe que lo recibimos esos turistas y ya lo mandaba acá. Y ya poco a poco pues pregunta si tenemos mantelitos, si tenemos rebozo y así ya empezamos a hacer. Pues a inventar otras cosas. (Entrevista con Pascuala, Zinacantán, 11 de noviembre de 2022)

Para Pascuala y su familia, al igual que para otras artesanas que entran en contacto con turistas o salen de sus comunidades por primera vez para vender sus productos, había que exponerse a desgracias potenciales para entrar en contacto con nuevos compradores desconocidos. Aunque podría parecer una superstición menor el temor a estar fotografiado, el cuidado del alma en las comunidades tsotsiles y tseltales es un asunto no solo metafísico, sino de importancia primordial por estar ligado a la salud física y la sanidad del cuerpo. En su libro clásico *Los peligros del alma*, Calixta Guiteras describe las creencias de la comunidad tsotsil de Chenalho’ sobre el riesgo que corren las personas que salen a trabajar en las fincas de café: “Se considera que tales viajes no sólo son vergonzosos, sino que también entrañan un peligro. El alma puede tratar de permanecer allá cuando el cuerpo retorna, poniendo en una situación crítica la vida de la persona, a causa de su prolongada ausencia” (Guiteras, 1965, p. 50). El acto de estar fotografiado implica un riesgo similar al del viaje de desdoblarse de uno mismo.

Aunque al principio Pascuala tuvo miedo de que se fuera su alma cuando los turistas la fotografiaron, ya después “sentimos que no pasó nada” y había la ventaja que le dejaron una propina. Al interactuar con los turistas que venían a comprar en su casa, Pascuala fue perdiendo también el miedo a hablar el español, que no había aprendido bien en los pocos años que asistió a la primaria. Con el tiempo “ya me están conociendo la gente que vienen acá, que lo llevan la foto y así. Y ya poco a poco nos abrimos el camino”.

Al ser una de las primeras personas que vendía a personas de fuera, Pascuala y su familia se vieron beneficiados no solo del grueso del turismo floreciente de Zinacantán sino también de ser de las primeras en enterarse de los programas y oportunidades que ofrecía el gobierno a las

artesanas. Gracias a las visitas turísticas que venían, Pascuala participó por primera vez en 1996 en una expoventa organizada por el Partido Verde. “Llegaban los turistas, pues recibíamos quien sea. Y así llegó uno de los políticos así me dijo que yo vaya a vender en la ciudad” (Entrevista con Pascuala, 11 de noviembre de 2022). Aunque al principio, no quería salir -antes, explicó Pascuala, “pues todo me daba miedo”— al final, dijo, “sí tuve el valor”. Después de esta primera salida, llegaron otras invitaciones de parte de conocidos y amistades que Pascuala hizo en el Partido Verde, además de las instancias de gobierno de Culturas Populares, Fonart y la Secretaría de Economía. Hoy en día sale a ferias y expoventas alrededor de cinco veces al año, vendiendo en ciudades de toda la república, además de una feria anual que se organiza en Chicago.

A principios de los años 2000, la familia de Pascuala también formó otro grupo de producción artesanal con vecinos para poder acceder a créditos que el gobierno otorgaba a artesanas. Pascuala solo había pensado solicitarlo para su familia, pero luego se enteró de que había otros requisitos: “Que la gente son mayor de 18 años, y me dijo el secretario, ‘deberías de formar un grupo pero de 10 a 15 personas que ya tiene credencial’” (Entrevista con Pascuala, Zinacantán, 15 de diciembre, 2021). Sin embargo, este grupo solo duró alrededor de cinco años. La razón principal, explicó Pascuala, fueron los problemas de desconfianza en el grupo: “cuando salgo así a vender llevo todas las prendas y pues algunos que tenemos suerte. Y como te digo, algunos que no están bien hecho no se vende por eso se molestan así que piensa que yo no lo vendo sus cosas que solo el mío. Solo el mío sacamos, así están pensando”. Pascuala y su familia decidieron que era mejor salir del grupo. Hoy en día, el grupo artesanal de Pascuala está compuesto por ella, su madre (a pesar de que ya no hace el telar por problemas de vista y ayuda más bien a enrollar el hilo o a unir tela), dos de sus hermanas, dos cuñadas, su hija y tres sobrinas.

Todas las otras mujeres zinacantecas que entrevisté describen a las mujeres que venden a turistas en el centro como intermediarias o revendedoras, aparte de Pascuala y las otras mujeres que tienen casa y local en el centro de Zinacantán. Aunque Pascuala y las mujeres de su familia siguen tejiendo y bordando las piezas que venden, también reciben muchas piezas y hacen encargos con otras mujeres de Zinacantán y del municipio colindante de Chamula para poder abastecer a todos los clientes que han logrado atraer gracias a su ubicación, sus conexiones con el gobierno y sus posteriores invitaciones a ferias nacionales e internacionales. Cuando Zinacantán se estableció como un destino turístico, mujeres de parajes de Zinacantán como Nachig, Pasté, Navenchauc y Apas empezaron a vender sus productos a estas artesanas-comerciantes del centro. En Nachig, un paraje que se encuentra a 6 km de la cabecera, se reunían cuatro o cinco mujeres que querían vender sus piezas y caminaban las casi tres horas que se

tardaba en llegar hasta Zinacantán. Cristina, una de las artesanas entrevistadas que vive en Nachig, hizo su primer viaje a principios de los años 90 cuando tenía nueve años. Vendió la servilleta que había hecho por cinco pesos. El precio que se pagaba dependía del criterio de los comerciantes del centro: “para ofrecerlo vamos a ver dónde tienen sus locales, entonces ahí pasamos a ofrecer. Entonces si lo compran, lo dejamos. Si no lo compran, si ya bajan el precio entonces sí a veces lo dejamos, a veces no” (Entrevista con Cristina, Nachig, 13 de febrero de 2023).

Margarita, una mujer zinacanteca que vive en un barrio alejado del centro, vendía (y sigue vendiendo) ocasionalmente sus productos bordados y tejidos a Pascuala y otras mujeres en el centro. Alrededor del año 2000, cuando estudiaba en la prepa, empezó a vender las servilletas y las blusas que hacía para cubrir los gastos de sus útiles escolares, ayudar en su casa y poder comprar material nuevo para realizar más prendas. Margarita cuenta que les pagaban muy poco por los productos; recuerda que en esa época vendió tres servilletas a Pascuala a cambio de 50 pesos. También confirmó la dinámica de compra y venta descrita por Cristina en la que las comerciantes deciden los precios. “No hay manera de negociar” (Margarita, Zinacantán, 11 de julio de 2022). A pesar de que había menos intermediarios en el centro de Zinacantán que hoy en día, Margarita afirma que “lo poco que había absorbían toda la parte artesanal porque las artesanas vienen de las comunidades, no son ellas pues. Ellas nada más aprovechan el producto” (Entrevista con Margarita, Zinacantán, 18 de mayo de 2022). Desde sus modestos comienzos, a partir de la década de los 90, la ubicación ventajosa de la familia de Pascuala en el centro de Zinacantán, además de su antigüedad en el comercio artesanal, le otorgaba una posición superior en el campo comercial regional.

#### **5.2.1.2 Posiciones desiguales en Tenejapa: nuevas rutas frente al control de grupos grandes**

Una dinámica similar de control comercial mediante una posición socioespacial ventajosa surgió en el centro de Tenejapa alrededor de la misma época, lo que afectó al acceso de muchas mujeres como Petrona, la madre de Juan, al incipiente campo comercial de los textiles artesanales. Tenejapa, un municipio tseltal que se encuentra más alejado de San Cristóbal que Zinacantán, no ofreció la misma facilidad de acceso que Zinacantán para el turismo. Sin embargo, llegaron otros intermediarios que sirvieron como enlace comercial entre las artesanas productoras de la zona y el turismo de San Cristóbal. Pedro Jiménez, como relató Juan, era el primero que compraba a las tejedoras de Tenejapa, y luego vendía los productos en San Cristóbal. Después vino Francisca Méndez, una antropóloga norteamericana que se había casado con un hombre de Tenejapa. Ella traía lana de buena calidad desde la Ciudad de México y hacía pedidos de bolsas



a las tejedoras de Tenejapa que luego vendía fuera. En 1974, a partir de este abastecimiento de lana conseguido por Francisca, 200 tejedoras se unieron para formar una cooperativa de consumo llamada la Sociedad Cooperativa de Artesanas Santa Lucía (Mosquera, 1995). Finalmente, también vino Pedro Meza de Sna Jolobil que vendía hilos de tinte natural y muestras de nuevos diseños que encargaban a artesanas como Petrona.

En su historia de la emergencia del comercio artesanal en Los Altos, Antonio Mosquera describe la competencia que surgió entre los diferentes grupos y cooperativas que se habían formado en torno a la creciente comercialización de productos textiles en Tenejapa y que empezaron a recibir apoyo y donaciones de diversas organizaciones gubernamentales y filantrópicas. La cooperativa de consumo Santa Lucía, recibió donaciones de grandes sumas de parte de Desarrollo Social de Mexicanos Indígenas (DESMI), una organización afiliada a la iglesia católica en San Cristóbal, y de la Fundación Interamericana de EE. UU.<sup>30</sup> En 1982, tras la salida de Francisca Méndez de su puesto de asesora y varios conflictos internos, María Meza, la presidenta de la cooperativa de consumo, formó una cooperativa de comercialización llamada Unión de Mujeres en Lucha. A pesar de que María Meza era media hermana de Pedro Meza, el director de Sna Jolobil, no se llevaban bien y sus respectivas organizaciones estaban en competencia. También varias mujeres salieron de la cooperativa de María Meza y crearon otro grupo con el apoyo de la esposa del coordinador regional del INI (Mosquera, 1995).

La emergencia del campo comercial para la venta externa de textiles en Tenejapa, que a su vez formaba parte del mercado nacional e internacional de la artesanía en Los Altos, dependía de la canalización de conexiones de diferentes tipos que ya vinculaban Tenejapa con San Cristóbal y otros espacios comerciales en México y en el extranjero. Antropólogos norteamericanos (Francisca Méndez y también Chip Morris, quien trabajó con Pedro Meza y Sna Jolobil), agencias federales (el INI) y organizaciones no gubernamentales (DESMI y la Fundación Interamericana) sentaron las bases para nuevas rutas, muchas veces tortuosas y cruzadas, que conectaban a las artesanas locales con clientes foráneos. Aunque el elenco de actores de Tenejapa era diferente del de Zinacantán, había una dinámica similar de control del comercio en las manos de las personas que ocupaban posiciones estratégicas de enlace entre los clientes de fuera y las artesanas productoras de dentro de las comunidades.

---

<sup>30</sup> Con la donación de DESMI, las socias de Santa Lucía compraron un camioncito de tres toneladas y con la donación de la Fundación Interamericana (que fue por \$1,150,000 pesos en 1979) compraron un terreno y construyeron una casa para exhibir sus piezas (Mosquera, 1995, p. 394).

Según el recuento de Juan, el hijo de la tejedora Petrona de Chacoma, Tenejapa, los comerciantes principales eran primero el profesor Pedro Jiménez, originario de Tenejapa, en los años 70; luego Francisca, la antropóloga norteamericana que se había casado con un expresidente tseltal de Tenejapa, y después Pedro Meza, también originario de Tenejapa, con Sna Jolobil. El profesor Pedro Jiménez había dejado de comprar porque, como explicó Juan, llegó Francisca quien compraba al contado y el profesor todavía trabajaba como profesor y, por lo que no dedicó todo su tiempo al creciente comercio de la artesanía. Francisca y Pedro Meza compraban a las artesanas de Tenejapa alrededor del mismo tiempo pero luego, según la descripción de Mosquera (1995), hubo disputas de tipo personal y político en el grupo de Francisca que contribuyeron a que dejara el comercio. Por consiguiente, Pedro Meza, junto con la organización Sna Jolobil, se consolidó como el comerciante principal de la zona. “Allí se fue todas las artesanas con Sna Jolobil”, afirmó Juan. Al principio, esta relación comercial convenía a las artesanas. Pedro Meza pagaba buenos precios al contado, los productos se vendían bien y a las artesanas les gustaba trabajar con él porque daba muestras de las piezas que quería. Aunque al principio fue difícil para Petrona, igual que para muchas otras tejedoras de aprender nuevos diseños, con las muestras que ofreció Pedro Meza quedó claro el diseño y el tamaño que quería. “‘Haga una bolsa’, ¿pero qué tamaño, pero qué diseño? ‘Ah lo que sea’, les dicen. Pero los artesanos no querían así. Querían una muestra. Cómo está la bolsa, cómo está el diseño. Por eso se fue todo allí en Sna Jolobil” (Entrevista con Juan y Rosa, Chacoma, 14 de febrero de 2023).

A lo largo de la década de los 80, llegaron más tejedoras del centro de Tenejapa y otros parajes más cercanos de Tenejapa, como Chixaltontic, Pajaltón, La Cañada, que querían vender sus productos. A raíz de esta importante afluencia de nuevas artesanas, Sna Jolobil no compraba las piezas de Petrona con la misma frecuencia. Tenía que caminar las tres horas hasta la cabecera y regresar las tres horas de vuelta sin haber logrado vender nada. Además, a menudo se tardaba mucho en pagar las piezas. Al mismo tiempo que surgían estos problemas con la venta, también hubo problemas en el grupo de producción de 30 personas que Petrona había formado en Chacoma para vender con Pedro Meza. Corría el rumor de que Petrona no pagaba a las demás, que ella gastaba el dinero sola. Su hijo Juan dice que aunque no fue cierto, debido en parte a las envidias del grupo y en parte a las complicaciones de la venta con Sna Jolobil, decidieron que mejor trabajaban solos.

Gracias a su talento como tejedora y a un golpe de suerte, Petrona logró encontrar una nueva ruta comercial. La Casa de las Artesanías de Chiapas había organizado un concurso de textiles artesanales. Petrona se enteró del concurso y decidió meter un huipil ceremonial para la

Virgen de Santa Lucía que estaba tejiendo. Sin embargo, para que no participara en el concurso, Pedro Meza ofreció comprárselo –“Voy a comprar un poco caro”, recuerda Juan, “‘Está bien’ dice mi mamá”. El huipil luego acabó en un museo de México, donde lo vio el director de la Casa de las Artesanías de Chiapas. Fascinado por la calidad del trabajo, el director localizó a Petrona gracias a que el huipil llevaba su información como autora de la pieza, así como el nombre de su comunidad y municipio. A pesar de que Petrona no tenía teléfono y su casa estaba retirada de la carretera, el director encontró la manera de llegar hasta ella. Juan recuerda que ellos salieron a trabajar en el campo y cuando regresaron a mediodía encontraron al director durmiendo junto a donde se guardaba la leña. “Ahí estaba durmiendo un señor pero con barba [risas]. Mi mamá: ‘¿Qué es esto?’ [...] Ahí estaba entrando este sueño, pero allí estaba el licenciado Javier Orozco. [...] Se levantó. ‘¿Quién es la Petrona?’ ‘Yo,’ dice mi mamá.” (Entrevista con Juan y Rosa, Chacoma, 14 de febrero de 2023).

Javier preguntó a Petrona en cuánto había vendido el huipil que vio en la Ciudad de México y le ofreció pagarle un poco más para comprar huipiles similares y venderlos en la Casa Chiapas. Cuando Pedro Meza se enteró de que Petrona y su grupo habían empezado a vender sus productos en Casa Chiapas, se enojó. Les amenazó con que, si vendían sus productos allí, ya no iba a comprarles nada. “‘Vean a dónde van a comprar sus materias primas,’ dice. Y nosotros no sabemos, ¿y cómo y dónde voy a comprar mi materia prima?” (Entrevista con Juan y Rosa, Chacoma, 14 de febrero de 2023). Sin embargo, lograron encontrar a la persona que surtía la lana teñida de rojo y negro para Sna Jolobil y fueron hasta donde vivía en el paraje de Nishnamtic, Chamula, para comprar cinco kilos de madejas. Pedro Meza había prohibido a la señora vender madejas a Juan y a su mamá pero se pusieron de acuerdo para hacerlo sin que se enterara. También encontró a la otra señora que pintaba lana para Sna Jolobil y manejaba más colores en Jolxic, un paraje de Chenalho’, sin decir nada a Pedro Meza.



*Imagen 18 Huipil ceremonial tejido por Sebastiana Gómez Pérez, hija de Petrona (fuente Original 2023).*

A pesar de haber logrado establecer contacto con Casa Chiapas, la logística de la venta no fue fácil. En aquella época el jefe de compras de Casa Chiapas, Adolfo Álvaro de León, iba hasta las casas de los artesanos para realizar los pedidos. La primera vez que fue a la casa de la familia de Petrona, tuvo que ir preguntando en cada paso direcciones: ¿dónde está el paraje de Chacoma? ¿dónde vive Juan Gómez y su hermana Sebastiana?

“Ah pero más abajo,” dice. “Hay que seguir la carretera” dice. “Pero cuando se sale, se ve muy abajo una casa, muy abajo,” dice él que sabía mi nombre, el que dio la dirección. “Hay que ver allí, allí hay una vereda, se entra, hay que bajar allí,” dice. Pero Adolfo no quiere bajar ahí y gritaba, ‘Juanito! Juanito!’”. (Entrevista con Juan y Rosa, Chacoma, 14 de febrero de 2023)

Los vecinos de Juan escucharon los gritos de Adolfo y fueron a su casa a avisarle de que había un hombre buscándolo.

A partir de entonces, Adolfo venía una vez al año para hacer pedidos de unas 25 piezas a la familia de Petrona y sus hijos Juan y Sebastiana. Pedía tapetes, bolsas, huipiles ceremoniales que tendrían que entregarse seis meses después. Para surtir estos pedidos en el plazo que pedía la Casa de las Artesanías, Petrona reclutaba vecinas en Chacoma. En aquel entonces, todavía no se había empezado a cultivar el café en Chacoma por lo que la artesanía era uno de los principales trabajos en la zona. Si no sabían hacer el telar, explicó Juan, la gente buscaba trabajo en el campo como jornalero para comprar jabón y otras cosas.

Aunque Petrona y su familia ocupaban una posición ventajosa en el campo comercial de ventas al exterior por haber entrado en contacto directo con Casa Chiapas, no buscaban tener un grupo establecido que tuvieran bajo su control. Su producción se limitaba a una cantidad mediana de piezas que solo se entregaba algunas veces al año y cuando rebasaban lo que ellos podían hacer, recurrían a artesanas de la zona. Dedicaban más tiempo a tejer piezas más elaboradas, como los huipiles ceremoniales, que podían meter en concursos. Petrona, que recibía información sobre las fechas en las que se realizarían los concursos, compartía esta información con los demás. Sin embargo, mientras otras artesanas formaban grupos y cooperaban entre sí para pagar el pasaje de una persona que llevaría todas las piezas hasta Tuxtla para participar en el concurso de Fray Bartolomé, Petrona no quería trabajar de esta manera. “Se juntaba sus pasajes pero mi mamá no quería. ‘Yo voy a participar y yo voy a sacar mi pasaje. Y cuando no ganamos, ni modo,’ dice mi mamá. ‘Y ustedes, si quieren participar, nada más les digo. Y cuando no ganas, nada más no te enojas. Y si gastas tu dinero para tus pasajes, pues ni modo’ dice mi mamá” (Entrevista con Juan y Rosa, Chacoma, 14 de febrero de 2023). Petrona prefería no juntar recursos para evitar meterse en problemas.

El grupo principal de Petrona estaba formado por ella, sus hijos Juan y Sebastiana, su sobrina Rosa que vivía con ellos. A veces trabajan con una hermana y sus hijas. Juan, el único de la familia quien hablaba español en ese momento, se volvió el enlace principal con Casa Chiapas para pedidos. Después de conocer a Javier y Adolfo, Petrona y sus hijos vendieron continuamente con Casa Chiapas, ahora Instituto Casa de las Artesanías de Chiapas (Icadech), aunque bajó la cantidad de compras que recibían cuando cambió el director y se fue el equipo con el que habían empezado. Además de los concursos organizados por Casa Chiapas, empezaron a participar en los concursos de Fonart alrededor del año 2002 gracias a la ayuda de Marilú, una mujer que trabajó antes en Casa Chiapas y mandó las piezas de Juan y Sebastiana a México para participar en los concursos. Desde entonces, Sebastiana, Juan y Rosa, la sobrina, han participado en los concursos estatales que organiza el Icadech como el Fray Bartolomé de Las Casas, y en los concursos nacionales que organiza Fonart, como el Concurso Nacional de Textiles y Rebozo o el Gran Premio Nacional de Arte Popular. Sebastiana ha ganado premios en estos concursos de primer, segundo y tercer lugar casi cada año. Rosita, su sobrina, ganó primer lugar en su primer concurso en 2022 con 19 años, por un camino de mesa que hizo con tintes naturales. Juan, Sebastiana y Rosita se ayudan entre sí, apoyándose en la costura y las terminaciones para terminar las piezas a tiempo para presentarlas a concurso. Según la categoría y clasificación del premio, suelen ganar entre 10,000 y 30,000 pesos.

Actualmente, sus ingresos provienen por partes iguales del dinero que ganan de concursos y de las ventas con Icadech y algunos compradores particulares. En los últimos cinco años, también han empezado a participar en ferias y expoventas gracias a su fama como ganadoras de concursos organizados por Fonart e Icadech. También se dedican a cultivar maíz y frijoles en su milpa. Dependiendo de la cosecha, venden los frijoles que les sobran en el mercado Tielemans en San Cristóbal.

#### **5.2.1.3 Posiciones desiguales en Larráinzar: trabajo independiente de una mujer**

Rosa, quien se aventuró a San Cristóbal a la temprana edad de 14 años para vender sus productos, continuó vendiéndolos durante varios años de la misma manera: ofrecía las piezas que ella misma había elaborado a las tiendas de la calle Real de Guadalupe para poder comprar algunos productos en el mercado local de Larráinzar para su casa. Ayudaba a su madre con los quehaceres del hogar y con la compra de maíz, frijol y otros productos de primera necesidad. También compró sus propios borregos, puercos y gallinas. Además de vender sus tejidos, Rosa también se dedicaba a vender tortillas. Su padre tenía problemas con el alcohol y, más tarde, sus

padres se separaron, pero él contribuía a veces a la economía familiar elaborando cohetes y haciendo pirotecnia. Más tarde, su familia se mudó del paraje de Suytik a la cabecera de Larráinzar donde su abuelo tenía un terreno más grande y donde podían sembrar y tener espacio para sus animales.

A finales de los años 90, Rosa empezó a vender con Pedro Meza, quien por aquel entonces había llegado a reclutar artesanas del municipio de Larráinzar. A diferencia de los productos que ofrecía en la calle Real de Guadalupe, que eran los tres o cuatro telares que ella vendía por 10 o 20 pesos, productos que lograba elaborar en el transcurso de una o dos semanas, la primera pieza que Rosa vendió con Sna Jolobil fue un huipil que ella había tardado tres meses en elaborar y que Pedro Meza compró por 90 pesos. Ella se juntó con otras mujeres de Suytik y otros parajes cercanos en Larráinzar como Muctahuitz para surtir los pedidos. En este grupo Rosa explicó cómo se dividieron el trabajo: entre las ancianas, se encargaban de teñir y cardar la lana, y las jóvenes se dedicaban a realizar los telares.

Al igual que Petrona, quien decidió ir a vender en Casa Chiapas donde le pagaban mejor y no tenía que esperar para vender sus piezas, Rosa buscaba otros puntos de venta, ya que tardaba mucho en recibir el pago por las piezas que vendía con Pedro Meza y, además, el horario era muy demandante. Tenía que esperar hasta dos meses para recibir el pago por los productos que vendía con Sna Jolobil. Luego había que tejer día y noche para surtir los pedidos grandes que se encargaban para entregar en dos semanas o menos. Rosa cuenta que nunca hizo los pedidos porque no podía tejer rápido, ya que también se dedicaba a cultivar su milpa y a cuidar sus animales. Más bien recibía algunos encargos de Pedro Meza, pero para entregar en dos o tres meses.

Tras la muerte de sus padres, cuando estaba criando a una hija sola, empezó a elaborar y vender otros productos. Dejó de vender tortillas y memelitas y empezó a vender tamales. Al mismo tiempo, empezó a vender “hilos pintados” con tintes naturales, una técnica que había aprendido varios años antes en un taller impartido por otra artesana llamada Doña Rosa Santiz Hernández. Rosa contó que estos talleres fueron impulsados por Chip Morris y que Pedro Meza empezó a comprar en Larráinzar a través de él. Ya practicaba el teñido y vendía hilos pintados de vez en cuando. Optó por venderlos más porque le permitía estar más en casa y no exigía tanto tiempo y esfuerzo como los telares, que requieren, entre otras cosas, contar los hilos para hacer los brocados. Prefería vender los hilos en vez de tamales también porque con los tamales tenía que cargar dos cubetas llenas de tamales fuera de su casa para venderlos.

Ahora vende más seguido los hilos teñidos a un artesano conocido de Aldama, un municipio que colinda con Larráinzar. Dijo que si va con Pedro Meza todavía recibe hilos si quiere vender con él pero que le conviene más vender con un señor de Aldama porque le queda más cerca. Cuando le pregunté si había considerado en algún momento dedicarse por completo a la artesanía y dejar de trabajar en el campo dijo que no. Que nunca pensó en dejar de trabajar en el campo porque le gustaba; le daba “frutos la tierra –sale maíz, frijol, calabacitas, verdura” y con eso comía. Que siempre combinaba todas las cosas que ella sabía hacer: vender tamales; vender tortilla; teñir hilos; y hacer sus telares cuando quería o cuando tenía tiempo. Hasta ahora, afirmó, sigue combinando estos trabajos

Sin embargo, entre las diversas actividades que Rosa había comercializado en diferentes momentos, hay algunas que ella prefiere hacer. Prefiere tejer, bordar y teñir hilos, porque se acomoda en un lugar donde no le da el sol y así pasa todo el día. En cambio, cuando hace tortillas tiene que estar en un espacio donde haya fuego. Tienen que salir bien las tortillas, siempre se quema mucho en el proceso de hacerlas y luego hay que ir a venderlas. Prefiere hacer los pedidos de hilos teñidos que recibe con cierta regularidad de Aldama. Si tarda varios meses sin recibir un pedido, hace su telar y lo vende en Larráinzar, donde lo compran y revenden en el mercado dominical, o sale a ofrecerlo en tiendas de San Cristóbal. Finalmente, además de tejer su propia ropa y vender telares de vez en cuando, Rosa también pertenece a una familia que tenía la tradición de elaborar el traje de los santos para vestir su estatua en el día de sus fiestas. Hasta la fecha, Rosa realiza pedidos especiales de vestuario para los santos que se celebran en Larráinzar, como el Señor de la Tila.

### **5.2.2 Pautas en las trayectorias históricas en Los Altos: posiciones espaciales desiguales**

Aunque las historias laborales y comerciales de las familia de Pascuala, Petrona y Rosa son complejas y únicas, hay algunas pautas que emergen al examinar sus comienzos y las transformaciones en su producción y venta de textiles. En primer lugar, destaca la importancia fundamental de la distancia -tanto geográfica como social—que separa las artesanas de los compradores de sus productos. Esta distancia requería la inversión de mucho tiempo y esfuerzo de parte de las artesanas en desplazarse y abrir nuevos caminos para hacer llegar sus productos a clientes de fuera—o en el caso de Pascuala en Zinacantán, para hacer llegar los clientes de fuera hasta sus productos. Cada una de las tres artesanas fue entre las primeras mujeres de sus comunidades en vender sus textiles a gente de fuera y los caminos que se abrieron no fueron siempre directos ni duraderos. La trayectoria de Petrona de Tenejapa en particular está llena de

altibajos. Las relaciones comerciales difícilmente conseguidas mediante largos viajes a San Cristóbal y al centro de Tenejapa, terminaron de repente cuando los clientes extranjeros regresaron a su país. Se abrieron nuevas rutas con la construcción de la terracería hacia Tenejapa, acompañadas con la entrada en contacto con Sna Jolobil. Este circuito de venta luego llevó a Petrona a vender con el gobierno y a participar en concursos, aunque fortuitamente, ya que sucedió gracias a su conexión con Pedro Meza a su pesar, debido a su deseo de mantener el control sobre el comercio artesanal de la zona.

La familia de Pascuala logró aprovechar los vínculos ya existentes de los políticos locales con el exterior para crear nuevas relaciones comerciales con turistas. La reconfiguración del espacio que acompañó la llegada de turistas a Zinacantán conllevó la transformación de distintas prácticas y relaciones sociales en la familia. Gracias a la venta a turistas, las mujeres de la familia de Pascuala aprendieron a realizar nuevos productos adaptados a los gustos de las turistas (por ejemplo, servilletas, bufandas, mantelitos, etc.); aprendieron español y empezaron a comercializar los productos de otras tejedoras y bordadoras de la zona. Su posición central en la formación de este nuevo campo como productoras y comerciantes de la artesanía textil les aseguró una posición dominante en el campo.

La posición más periférica en relación con los nodos de actividad comercial de Rosa y Petrona hizo que su contacto con compradores de fuera casi siempre estuviera mediado por intermediarios: o los comerciantes del centro de San Cristóbal, el mercado de Larráinzar o los dirigentes de organizaciones como Sna Jolobil. Sin embargo, también se hacen evidentes ciertas diferencias en las trayectorias y posiciones que lograron Petrona en comparación con Rosa. Petrona logró establecer relaciones más directas con compradores de fuera. Al dedicarse a la producción de prendas más complejas y elaboradas que se exhibieron y entraron en concursos, logró obtener mayor reconocimiento y estatus en el mercado artesanal. Rosa, en cambio combinaba diferentes actividades laborales, no concentrándose en la producción artesanal tanto como Petrona. Sin embargo, todas las mujeres adaptaron su trabajo a las demandas del nuevo mercado, aprendiendo nuevas técnicas para teñir hilos o tejer diferentes diseños. También salieron de sus comunidades por primera vez para vender sus productos.

La emergencia de las posiciones diferenciales de las artesanas en el nuevo campo artesanal fue el resultado de un proceso de adecuación y transformación mutua entre las mujeres artesanas de Los Altos y las demandas de las personas que compraron sus productos. Si bien podemos usar la metáfora de *negociación* para caracterizar esta adecuación comercial, no debemos pasar por alto las personas que ejercen poder sobre los términos de esta negociación. Las



personas con mayor poder en este nuevo campo comercial -que luego se iba bifurcando en distintos campos nacionales y regionales— son aquellas que tienen mayor influencia sobre los términos de las interacciones comerciales: cuánto se cobra, los tiempos de entrega, los diseños de los productos y las cualidades que se aprecian en ellos. En el campo comercial para turistas que surgió en Zinacantán<sup>31</sup>, Pascuala y su familia participaban directamente en estas decisiones e interactuaban cara a cara con los compradores finales (en este caso, los turistas). Pascuala aprendió español gracias a su interacción con la gente que visitaba su casa. Gracias a sus nuevos recursos lingüísticos, ella y sus hermanas podían responder a las demandas de los nuevos clientes y adaptar los textiles que hacían a sus gustos. También ejercían más control sobre la presentación de sus productos a los compradores, colocándolos en su solar para que se vieran bien. Petrona y Rosa, en cambio, ocupaban posiciones más alejadas en estas negociaciones. Muchas veces tenían que trabajar en el marco de los espacios comerciales que habían creado otros artesanos e intermediarios mejor posicionados que tenían contacto con clientes de fuera.

Como se puede apreciar en el análisis de las trayectorias de estas tres mujeres, sus posiciones en el nuevo campo comercial que emergía en los años 80 dependía de su grado de control y participación en la configuración del campo -una configuración que es espacial, económica y social a la vez. Según Lefebvre (1991), la actividad en el espacio está restringida por el espacio; el espacio impone un orden, prescribe y prohíbe las rutas y distancias que se tienen que recorrer y “decide” qué actividades se pueden realizar. Al mismo tiempo que el espacio define las actividades de las personas que lo habitan, la formación de un nuevo mercado artesanal demuestra cómo las actividades de las personas también tienen el potencial de transformar el espacio. No obstante este potencial transformativo transcurre en un terreno desigual. Hemos visto cómo la cercanía con canales establecidos de poder político -si procede del poder político local como en el caso de Pascuala o del poder político de agencias federales del gobierno como en el caso de la organización Sna Jolobil— puede dar pie a nuevas relaciones comerciales, transformar el espacio y otorgar posiciones ventajosas a ciertos actores y artesanas en el nuevo campo.

Actualmente, a pesar de la mayor accesibilidad que las mujeres de Los Altos tienen a San Cristóbal debido a la construcción de carreteras y a que hay taxis y combis que realizan varios

---

<sup>31</sup> De acuerdo con la descripción de los puntos de venta presentada arriba, existen varios lugares de venta en el campo comercial para turistas en la zona de Los Altos. Los locales de artesanía de Zinacantán son un lugar principal y luego está el mercado de Santo Domingo en el centro de San Cristóbal. Este mercado está controlado principalmente por chamulas que fueron expulsados de sus comunidades en los años 70 por ser conversos (Ramos, 2010; Guzmán, 2020).

viajes al día, este acceso sigue siendo desigual según la posición que ocupan las mujeres en el espacio. Marcela, una mujer tsotsil de Larráinzar que me presentó a varias artesanas de la cabecera, me señaló en varias ocasiones la desigualdad de acceso y pago que sufrían las mujeres tejedoras de Larráinzar en función de su ubicación. Un día, después de visitar a Rosa, fuimos a la casa de Luisa, otra tejedora que vive también en la cabecera del pueblo, pero más cerca del centro. Luisa elabora corbatas de telar de cintura para toda la red de mormones que realizan misiones religiosas en México. Esta oportunidad de venta se produjo porque un misionero mormón pasó por su casa y la vio tejiendo. “Siempre trabajamos afuera,” dijo Luisa. “Estoy tejiendo un rebozo, creo. Y bajaron. ‘Hermana,’ dice. ‘¿Sabe hacer corbata?’ ‘Sí, lo hago,’ aunque la verdad no sé. ‘¿Me puedes hacer mi corbata?’ ‘Ah bueno está bien’” (Entrevista con Luisa, Larráinzar, 19 de mayo de 2022). Luisa tomó prestada la corbata del misionero para ver cómo podría tejerla. Ahora, dos años más tarde, recibe pedidos regulares de entre 50 y 70 corbatas de misioneros mormones de todo México. Manda pedidos a otros países latinoamericanos a través de esta misma red; cuando la visité, estaba preparando un pedido para Ecuador. Empezó cobrando 550 pesos y ahora, porque ha subido el costo del hilo, explica, cobra 700. Al terminar la entrevista con Luisa, expresé a Marcela mi asombro por la suerte que tuvo Luisa, ya que, a partir de la visita inesperada del misionero a su casa para pedir una corbata, entró en la producción de las corbatas de todos los misioneros mormones de México. “Sí,” me dijo, “es otro rollo”. Pero más allá de la suerte, Marcela señaló otra razón por el éxito de Luisa. Para llegar a la casa de Rosa, hay que bajar de la calle por un pequeño sendero muy empinado. “La casa de Doña Rosa te das cuenta está muy al fondo entonces solamente los que conocen, por ejemplo, ya te la conozco, ya más o menos sabes, pero mucha gente se le olvida el caminito para entrar eso hace de que se complique.” La casa de Luisa, en cambio, se ve la entrada de la casa desde la calle. En fin, por cuestión de ubicación, aunque Luisa y Rosa viven en la cabecera de Larráinzar, no había manera de que el misionero llegara a la casa de Rosa.

En otra visita a la casa de Marcela, me enseñó una blusa que había comprado en 250 pesos a una comerciante del mercado local de Larráinzar. Especuló que la comerciante lo había comprado a una mujer que venía de un paraje de Larráinzar, pagándole menos de la mitad del precio en que lo vendió, quizás solo 110 pesos, apenas suficiente dinero para cubrir el costo de los hilos, que notó que no eran los hilos más baratos. La diferencia de precios que las bordadoras y tejedoras cobran por sus piezas está determinada en gran parte por su posición y, específicamente, por su cercanía o lejanía relativa de los clientes en los mercados externos.

Pude observar de primera mano la diferencia de precios que las artesanas cobraban por los mismos textiles al entrevistar y observar las transacciones comerciales de dos grupos de artesanas del municipio tsotsil de Aldama. El primer grupo, encabezado por la tejedora Martha Julia, de 35 años, se ubica en el centro de Aldama. Desde niña, Martha Julia ayudaba a su madre con el trabajo en el campo y con el tejido cuando regresaba de la escuela. En aquella época, vendía a los grupos organizado por los comerciantes principales de textiles artesanales en Aldama en aquel entonces, Don Felipe, y luego Don Mateo, que se habían formado con el apoyo de agencias gubernamentales como SEDESOL. Más tarde Martha Julia y su madre entraron en contacto con Casa Chiapas y formó su grupo de 25 mujeres (Casa Chiapas estipuló este tamaño). Recibió apoyo para la producción y cursos de capacitación para elaborar nuevos diseños como portatables y diferentes cortes de blusa. Ahora tienen un grupo más pequeño de alrededor de 12 mujeres, principalmente familiares y también algunas vecinas. Ha participado en ferias, incluida la Feria Maestros de Arte en Chapala, donde ha conocido a nuevos clientes de otros estados de la república que le hacen pedidos de manera regular. Martha Julia y su hermana aprendieron a hacer huipiles ceremoniales de su madre y los venden de forma ocasional en ferias. A veces venden huipiles ceremoniales más grandes y elaborados que tardan hasta un año en terminarse bajo pedido de coleccionistas o de Carlos Barrera, un artista tintero de la Ciudad de México que ofrece talleres gratuitos a tejedoras en las comunidades de Los Altos y que los compran para exhibiciones de tintes naturales y paga alrededor de 30,000 pesos.<sup>32</sup>

El segundo grupo de Aldama está encabezado por María, de 32 años, y está conformado por ella y sus cuatro hermanas que viven en Tzelejpotobtic, un paraje de Aldama que se encuentra a 30 minutos a pie de la cabecera. A diferencia de Martha Julia, que estudió la secundaria y habla y lee en español, María y sus hermanas solo estudiaron la primaria y hablan muy poco español. Cuando terminó la primaria a los 13 años, María trabajó en el campo en la milpa de sus padres y también como jornalero en los campos de café de otros habitantes del municipio. Tras dos años trabajando en el campo, María quería encontrar otra salida económica menos pesada. La madre de María solo sabía hacer el tejido liso así que María buscó una tía para que le enseñara a tejer

---

<sup>32</sup> Realicé un corto vídeo que documenta parte del proceso de Martha Julia y su hermana María de tejer un huipil ceremonial para la exhibición Colores de la tierra: <https://vimeo.com/900843563/ed24c8d4e9?ts=0&share=copy>



brocado. María y sus hermanas aprendieron rápido y empezaron a vender a comerciantes de la cabecera de Aldama. Han vendido seguido con una artesana comerciante que formaba parte de Sna Jolobil pero María dice que no les paga bien. Suelen hacer huipiles grandes, elaborados con mucho brocado que tardan alrededor de 8 meses en elaborar. Venden principalmente a otras artesanas en la cabecera de Aldama pero también ofrecen sus textiles en la calle en San Cristóbal y forman parte de Malacate, la colectiva artesanal de San Cristóbal. Allí venden sus huipiles a consignación. Aunque gana más vendiendo con Malacate que con la venta ambulante en San Cristóbal, donde reciben alrededor de 1,800 pesos por comerciantes en Santo Domingo o en las tiendas en el centro, los dos tipos de venta son irregulares; reciben algunos pedidos en Malacate, pero principalmente dejan los huipiles ceremoniales a consignación y no saben cuándo se va a lograr vender sus productos.

Dada su dificultad para comunicarse en español, me daba curiosidad conocer cómo María llegó a conocer a Karla, la fundadora y dirigente de Malacate. Dijo que hubo una feria artesanal organizada por el presidente municipal hace dos o tres años en la cabecera de Aldama y que allí vio Karla hablando con Rosa, otra artesana de Aldama que ha formado parte de varias cooperativas de tejedoras como J'pas Joloviletik y, más recientemente, Sta' Lelal, ambas con tiendas en San Cristóbal. Rosa, a su vez, conoció a Karla 20 años antes, cuando esta visitó la tienda de la cooperativa. Karla compra productos de Rosa de vez en cuando “para apoyarla”, aunque ella no forma parte de la colectiva Malacate. Al ver a Rosa y Karla conversando, María



*Imagen 19 María y sus hermanas tejiendo (Tzelejpotobtic, Aldama).*

no se atrevió a hablar directamente con Karla, pero le pidió a Rosa que le compartiera el número de Karla para contactarle después y ofrecerle sus productos.

Conocí a estos dos grupos por vías distintas: por un lado, de mi observación de la colectiva Malacate y, por otro, mediante mi documentación del proyecto de tintes naturales de Carlos Barrera. No fue hasta después de varias reuniones y entrevistas que me enteré de que María y su grupo vendían productos y recibían encargos del grupo de Martha Julia. Este hecho se descubrió después de asistir a una reunión convocada por la diputada Patricia Armendáriz en el museo Na Bolom con varias artesanas que participaban en los talleres de tintes naturales que impartía Carlos Barrera, entre ellas el grupo de Martha Julia. En esta reunión la hermana de Martha Julia vendió un huipil ceremonial a la diputada por el precio de 20,000 pesos. La hermana de Martha Julia me dijo que no habían sido ellas quienes lo habían hecho. Algunos meses más tarde, tras entrevistar a María en Tzelejpotohtic, me enteré de que fue una de sus hermanas quien elaboró el huipil. Sin embargo, mientras que el grupo de Martha Julia había vendido el huipil en 20,000 pesos, el grupo de María lo había vendido a Martha Julia por tan solo 6,000 pesos. Aunque la prenda que se vendió no cambió, sí lo hicieron el espacio de venta y las artesanas que tenían acceso a él.



*Imagen 20 El huipil ceremonial, modelado por la hermana de Martha Julia, que se vendió en 20,000 pesos.*

A primera vista, María y Martha Julia y sus grupos respectivos podrían parecer similares. Viven en el mismo municipio; tienen casi la misma edad; ambas trabajaron en el campo y siguen cultivando las milpas de sus familias; empezaron vendiendo a grupos artesanales establecidos en la cabecera municipal y hacen huipiles ceremoniales y venden sus productos en grupos y tiendas fuera de sus comunidades. Sin embargo, los tipos de venta que alcanzan a tener las dos mujeres

y sus grupos familiares son diferentes, como se hace patente en el hecho de que uno vende sus productos al otro a un precio inferior.

En gran medida esta diferencia se debe a las posiciones desiguales relativas al mercado externo de sus productos. Como señalan los geógrafos David Harvey (2019), Doreen Massey (1994, 1995) y Neil Smith (1990) quienes analizan el desarrollo desigual bajo el capitalismo, las relaciones desiguales de producción capitalista están espacial y socialmente estructuradas. ¿Cuál es la lógica espacial que subyace en este desarrollo desigual del campo comercial de la artesanía textil de Los Altos? Más concretamente, ¿cómo se explica la gran diferencia en los precios que cobran y, por ende, las posiciones desiguales que ocupan dos grupos de artesanas que viven a solo unos kilómetros de distancia? Immanuel Wallerstein, pionero en el estudio del desarrollo desigual del capitalismo, ofrece una respuesta con su enfoque de análisis de sistema-mundo:

las cadenas de mercancías no han seguido direcciones geográficas aleatorias. Si las dibujáramos todas en un mapa, advertiríamos que han adoptado una forma centrípeta. Sus puntos de origen han sido múltiples, pero sus puntos de destino han tendido a converger en unas pocas áreas. Es decir, han tendido a ir de las periferias de la economía-mundo capitalista a los centros. (Wallerstein, 2024, p. 27)

Esta clara desigualdad espacial refleja la organización desigual de los flujos económicos. En esta organización desigual de intercambio, las zonas céntricas, donde se concentra el capital, salen ganadoras mientras que las zonas periféricas menos favorecidas en la distribución de capital, son las perdedoras. Mediante los intercambios desiguales que se realizaban en esta cadena de producción, “las diferencias existentes (ya fuera por razones ecológicas o históricas) fueron exageradas, reforzadas y consolidadas” (Wallerstein, 2024, p. 28). El autor nota que esta estructura económica y espacialmente desigual es ocultada por la fuerza ejercida por el estado por un lado y por la lógica de acumulación propia de la economía capitalista. Quiero detenerme en este segundo aspecto porque es particularmente relevante para entender las razones detrás de los precios diferenciales que logran cobrar los grupos artesanales respectivos de María y Martha Julia para la misma prenda.

De acuerdo con Wallerstein, estos procesos desiguales se ocultan mediante la falacia de que “los precios reales siempre parecían ser negociados en un mercado mundial sobre la base de unas fuerzas económicas impersonales” (p. 30). Es decir, se presentan las diferencias en los precios cobrados en diferentes latitudes como si se tratara de una lógica pura y dura de oferta y demanda sin reconocer el legado de acumulación y explotación histórica que fundó esta desigualdad ni el sistema político y económico que la mantiene.



La diferencia en los precios que cobraron el grupo de María y de Martha Julia, así como las diferencias en los precios que cobran las distintas partes en las relaciones de intermediación señaladas en los apartados anteriores, se explican en gran parte por la posición desigual en las relaciones centro-periféricas de los mercados de artesanía de Los Altos. De acuerdo con Wallerstein, esta desigualdad se debe a una organización que es espacial e histórica a la vez. Al seguir la trayectoria de artesanas como Pascuala en Zinacantán, se puede observar cómo nuevos centros se forman en el contexto de la apertura de nuevos mercados globales. Sin embargo, existe un elemento constante en esta reorganización del espacio y la formación de nuevas jerarquías de producción local: siguen girando en torno a otros centros aún más consolidados en la estructura capitalista establecida – a saber, las ciudades nacionales y los países del Norte global.

David Harvey, haciendo eco a Wallerstein, argumenta que el movimiento de capital agudiza los desniveles ya presentes en la topografía social. “Las pequeñas diferencias geográficas preexistentes, ya sean en recursos naturales o en dotaciones construidas socialmente, se magnifican y consolidan en lugar de erosionarse por la competencia del libre mercado” (Harvey, 2019, p. 98). Al comparar las trayectorias de las artesanas de los grupos de María y Martha Julia, vemos cómo la aparentemente “pequeña diferencia geográfica preexistente” que menciona Harvey de vivir en un paraje o en la cabecera municipal tiene significativas consecuencias en cuanto a las posiciones que las mujeres logran tener en los campos comerciales de textiles en Los Altos.

#### **5.2.2.1 Paraje vs. cabecera**

Vivir en una cabecera municipal o en un paraje en Los Altos afecta el acceso a los mercados locales, regional, nacional e internacional para los textiles de dos formas principales. Por un lado, trasladarse del paraje implica costos y tiempos más elevados que ponen a sus habitantes en desventaja comparada con los de la cabecera municipal, que tienen rutas más directas y menos costosas. Por ejemplo, el paraje de Catixtic se encuentra a solo 6 km de la cabecera de Chamula. Sin embargo, hay que pagar 80 pesos por un taxi, o si no, caminar una hora y media para llegar hasta la cabecera. No hay transporte directo al paraje desde San Cristóbal y es necesario pasar por la cabecera. Por esta razón, a pesar de que queda casi igual de cerca de San Cristóbal de Las Casas que la cabecera de Chamula o de Zinacantán (alrededor de 13 km), el costo del transporte hasta Catixtic es entre dos y cinco veces más, dependiendo de si se viaja con otras personas y así se comparte el gasto del taxi a la cabecera. El Puerto, un paraje en el municipio tseltal de Amatenango, se encuentra aún más alejado de San Cristóbal, a 55 km de distancia, y hay que tomar un mototaxi desde el paraje, agarrar una combi que va a Teopisca y luego transferir a otra

combi para llegar hasta San Cristóbal. Martina, una bordadora de El Puerto que vende productos en la Colectiva Malacate junto con sus hermanas, tiene que hacer este recorrido para entregar y recibir pedidos del local de Malacate en San Cristóbal. La distancia que le separa de San Cristóbal, y sobre todo los riesgos que enfrentan las mujeres en el tramo de carretera que conecta el paraje con la carretera principal<sup>33</sup>, han causada discusiones entre Martina y su esposo:

aquí el camino es muy peligroso por eso dice que se preocupa. Sí porque nada más son mujeres los que se van allá y se vienen bien tarde porque hubo un tiempo que había personas allá bloqueando las carreteras. Por eso dice que “la verdad, sí me da pena de que salgas y que vengas y que nada más sean dos, y que vengan solitas”. Ahorita ya casi el mototaxi no quiere, cuando ya es bien tarde, ya no quiere venir el mototaxi porque dice que ya tiene miedo también porque han matado muchas personas allá.

Por eso le decimos a Karlita [la fundadora de Malacate] que nos atienda más temprano para que podamos regresar temprano. La verdad si nos agarra mucho el tiempo. Porque a veces cuando nos da trabajo, a veces no tiene hilo, tenemos que ir a buscar hilos y comprar cosas para todo nuestro trabajo. Pero ya ahí nos agarra el tiempo como está bien lejos, siempre llegamos como a esta hora o de vez en cuando llegamos tempranito. Lo más temprano que llegamos nosotros son las a las 4, y cuando ya es bien tarde a las 5:30, a las 6 llegamos acá. Pero dice mi esposo que es muy peligroso. (Entrevista con Martina, El Puerto, 21 de febrero de 2022)

La necesidad de llegar a lugares céntricos como San Cristóbal en donde se concentran las tiendas, colectivos y cooperativas donde las artesanas reciben y entregan sus pedidos, ofrecen sus productos y compran sus materiales acentúa las distancias geográficas entre las mujeres que viven en cabeceras municipales, en donde hay transporte más frecuente y menos caro, y las mujeres que se encuentran en parajes menos conectados.

Sin embargo, esta diferencia espacial que emerge en el contexto de los nuevos mercados para los textiles en Los Altos no es meramente una cuestión de la facilidad o dificultad relativa con la que las mujeres tienen para llegar físicamente a los espacios de venta en un momento dado. Una segunda faceta de la desigualdad que se deriva de vivir en un paraje o en una cabecera municipal tiene que ver con el acceso desigual a las herramientas necesarias para participar en

---

<sup>33</sup> Martina y la trayectoria que describe aparecen en el siguiente cortometraje (el tramo peligroso de la carretera entre El Puerto y Aguacatenango se ve a partir de 5:10): [https://www.youtube.com/watch?v=paKmVAgrixw&t=340s&ab\\_channel=AmericanAnthropologicalAssociation](https://www.youtube.com/watch?v=paKmVAgrixw&t=340s&ab_channel=AmericanAnthropologicalAssociation)





los espacios de venta más céntricos. Una de estas herramientas principales es la habilidad de hablar en español.

Las lenguas maternas de todas las mujeres entrevistadas son el tsotsil o el tseltal. Por lo general, las mujeres sólo aprenden a hablar el español en la secundaria o la preparatoria, o bien si salen de sus comunidades para trabajar fuera. Si bien las mujeres indígenas de todo Los Altos enfrentan diversos retos culturales y económicos para asistir a la escuela, como el costo de los materiales, la necesidad de quedarse en casa para ayudar sus madres con los niños pequeños y la prohibición de los padres de asistir porque se piensan que las niñas “sólo van para buscar novio”, las mujeres que viven en los parajes enfrentan aún mayores obstáculos. Si tiene suerte, el paraje donde viven cuenta con una primaria, lo cual no fue el caso para las artesanas más grande de 40 años que entrevisté y no es siempre el caso de las más jóvenes. Rosa, por ejemplo, la sobrina de Petrona en el paraje de Chacoma en Tenejapa, no podía asistir porque tenía que caminar 30 minutos y no había quien le acompañara.

Luego las mujeres que quieren seguir con los estudios de secundaria y preparatoria o en el Cobach, es necesario trasladarse hasta la cabecera municipal. En mis entrevistas, las razones frecuentemente citadas por no continuar con los estudios fueron el costo del transporte para llegar a la secundaria o la preparatoria y el tiempo que implicaba desplazarse hasta allí a pie.

Antonia, una bordadora de 40 años del paraje de Tzajalchen, Tenejapa, explicó que solo había terminado la primaria aunque quería seguir en la secundaria. No fue posible porque “la secundaria estaba hasta en Tenejapa, no como ahorita que está cerca” (Entrevista con Antonia, Tzajalchen, 28 de marzo de 2022). A más de 12 kilómetros de distancia, había que pagar por el transporte o rentar un cuarto en el centro para asistir a la escuela.

Martidiana, una mujer de 28 años que vive con sus padres y hermanas en el paraje de Catixtic en Chamula, solo estudió la primaria porque “la secundaria es hasta Chamula y como somos mujeres, e igual no tenemos dinero, pues sería mejor solo con la primaria” (Entrevista con Martidiana, Catixtic, 26 de julio, 2022). Como se ha mencionado anteriormente, a pesar de que el paraje de Martidiana se encuentra a solo 6 km de la cabecera de Chamula, hay que pagar 80 pesos para un taxi, o si no, caminar una hora y media para llegar hasta la cabecera.

María Elena, también de 28 años y del paraje Ichintón, Chamula, que se encuentra justo en la salida al norte de San Cristóbal, tampoco siguió estudiando después de la primaria. “Allí en la comunidad solo había primaria y la secundaria estaba hasta en la cabecera,” me explicó.

como la economía de mis padres no estaba bien, teníamos que caminar de la comunidad hasta la cabecera y era una hora de ir a la escuela. Una hora de ida, una hora de vuelta. Sí fui qué, 8, 7 meses creo. [...] Yo quería seguir solo mis padres ya no me dejaron ir por

lo que nadie le ayuda a mi mamá con los quehaceres de la casa. Tenía más hermanitos pequeños como soy casi la mayor y nadie los cuidaba. [...] Ya decidieron mejor no seguirle con estudios. Y ya, no seguí. Después cuando ya crecieron, ya no quise entrar. (Entrevista con María Elena, San Cristóbal, 26 de octubre de 2021)

La mayoría de las mujeres que solo estudiaron hasta la primaria no aprendieron a hablar español y tuvieron que aprenderlo trabajando fuera, vendiendo sus productos o, al menos en el caso de al menos cuatro de las artesanas entrevistadas, viendo la televisión. Con la primaria, Martidiana dice, “aprendí a leer a escribir y con eso me bastó. Y ya lo demás ya lo aprendes en cualquier parte si tú quieres. Porque yo lo aprendí por ver televisión”. Julia, de 39 años, una tejedora y bordadora de Zinacantán, no terminó la primaria y dice que fue más bien “por estar viendo la tele” como pudo entender el español (Entrevista con Julia, Zinacantán, 11 de marzo de 2022).

Sin embargo, en el caso de María y sus hermanas, no tenían televisión en su casa en Tzelejpotohtic y tampoco fueron a trabajar a otro lado aparte de los campos de café de su municipio. Para ellas, y para muchas otras mujeres que viven en parajes con acceso restringido a la escuela, la distancia supone una barrera para acceder al mercado en igualdad de condiciones que las mujeres que viven en las cabeceras, donde pueden asistir con mayor facilidad a la escuela. Si bien esta dinámica espacial de desigualdad entre los parajes y las cabeceras representa una regla generalizada en todos los municipios de Los Altos, las historias y culturas diferentes de cada municipio generan variaciones notables. En los pueblos tseltales de Aguacatenango y El Puerto, por ejemplo, es muy común que las chicas desde los 12 años salgan a trabajar como empleadas domésticas en Tuxtla Gutiérrez o en la Ciudad de México; algo que sucede mucho menos en otros municipios y, cuando ocurre, está más concentrado en San Cristóbal de Las Casas. Una bordadora del paraje El Puerto, describe el hecho que las jóvenes mujeres salen a trabajar como “la costumbre de aquí”. Después de pasar algunos años fuera de su comunidad, muchas de las jóvenes que salen a trabajar fuera regresan a El Puerto y Aguacatenango cuando se juntan con sus maridos y tienen hijos. A partir de este momento se dedican a actividades domésticas al igual que la mayoría de las mujeres de Los Altos. No obstante, esta salida a otras latitudes juega un papel importante en sus trayectorias laborales, que les facilita la comunicación en español.

Las mujeres que cuentan con poca experiencia hablando español, como vimos en el caso de María y sus hermanas en Tzelejpotohtic, tienen dificultades para salir del mercado local o regional para vender sus productos artesanales. Aunque María, por valiente e insistente, logró forjar contacto con Karla en Malacate después de su visita a la cabecera de Aldama, sus vínculos en el mercado externo son restringidos en gran parte por su español limitado. Otras mujeres mencionan que les da pena hablar en español y por lo tanto no se animan a hablar con personas

de fuera. Cristina, de 40 años, del paraje de Nachig, Zinacantán, quien asistió a la primaria solo durante dos años, describió su reacción cuando Karla, la fundadora de la colectiva Malacate, vino a Nachig por primera vez: se escondió en la casa “porque me daba miedo [...] me daba pena como hablarle a Karla” (Entrevista con Cristina, Nachig, 13 de febrero de 2022). Solo fue después de vivir algunos años con una cuñada que hablaba español y salir a trabajar durante nueve meses en Tabasco haciendo limpieza en una casa cuando aprendió a hablar en español. Algunas mujeres que no tuvieron la oportunidad de seguir con sus estudios salen a trabajar con la intención de contrarrestar su falta de conocimiento del castellano. Elvia, una tejedora de 36 años del pueblo tsotsil de Santiago el Pinar salió a trabajar como empleada doméstica en San Cristóbal a los 16 años. Cuando le pregunté sobre por qué había tomado esta decisión de salir, sobre todo cuando no fue algo común para mujeres hace 20 años en esta comunidad, dijo que fue para “aprender un poco de hablar en español. Porque allá en mi pueblo nunca hablan español, nada más en tsotsil” (Entrevista con Elvia, San Cristóbal, 4 de abril de 2022).

La mayoría de las mujeres que entrevisté se comunicaban bien en español. De las 82 mujeres de la muestra, sólo 14 fueron monolingües (17%) y necesitaban que alguien más les sirviera de traductor durante las entrevistas mientras que otras tres (3.7%) hablaban algo de español y solo requería traducción en ciertos momentos puntuales. En comparación, según los datos del censo de 2020, el porcentaje promedio de mujeres de 12 años y más que no hablan español en los mismos municipios de las mujeres de la muestra es del 46.2% (INEGI, 2020). Esta diferencia entre las tasas de monolingüismo entre las mujeres de la muestra y la población femenina general en las comunidades reitera algunas de las observaciones expuestas arriba acerca del acceso diferencial de las mujeres de Los Altos a mercados externos para sus productos. Primero, refleja mi propio enfoque en el mercado nacional e internacional para la artesanía de Los Altos y mis vías de acceso para conocer a las mujeres de la muestra. Dado que mi punto de entrada para conocer a la mayoría de las mujeres de la muestra fue a través de las tiendas, cooperativas y colectivos que conforman el campo comercial nacional e internacional para sus productos, la composición de la muestra refleja los perfiles de las mujeres con más posibilidades de acceder a este campo. Como era de esperar, según la discusión anterior sobre cómo vivir en una cabecera o un paraje puede acortar o aumentar la distancia social y geográfica de las mujeres respecto a los centros de comercio artesanal, casi todas de las mujeres en la muestra que no hablan español crecían en un paraje<sup>34</sup>.

---

<sup>34</sup> Estos parajes incluyen Chilolja, Cancuc; Tzajalchen y Chacoma, Tenejapa; Chixiltón, Chenalho; Oventic, Larráinzar; Tzelejpotobtic, Aldama; y los barrios de Tzajalchen y Sst'uip en Yochib, Oxchuc.

Estas tasas más altas de habla en español también corresponden a niveles de escolaridad superiores entre las mujeres de la muestra. Los niveles de escolaridad de las 80 mujeres de la muestra (dos fueron excluidas por falta de datos escolares completos) fueron los siguientes: el 12.5% no estudió; el 43.75% estudió primaria (se incluyen en esta categoría siete mujeres que cuentan con algunos años de primaria aunque no la terminaron); el 23.75% estudió la secundaria; el 12.5% cuenta con estudios de preparatoria (incluidas dos mujeres que están estudiando actualmente); y el 7.50% estudió la licenciatura (incluida una mujer que actualmente está cursando sus estudios en una escuela normal). Estas cifras reflejan un nivel de estudios superior al de la mayoría de las mujeres de sus comunidades. De acuerdo con los datos del censo de 2020 recopilados en los municipios donde residen las artesanas de la muestra el 26.4% de las mujeres mayores de 12 años no ha estudiado; el 45.94% ha completado estudios de primaria; el 19.54% ha completado estudios de secundaria; el 6.3% cuenta con estudios de preparatoria; y el 1.65% tiene el grado de licenciatura (INEGI, 2020).

|                                                                               | <i>Nivel de estudios</i> |          |            |              |              |
|-------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|----------|------------|--------------|--------------|
|                                                                               | No estudiaron            | Primaria | Secundaria | Preparatoria | Licenciatura |
| <i>Censo 2020</i><br>(municipios incluidos en la muestra)                     | 26.4%                    | 45.94%   | 19.54%     | 6.3%         | 1.65%        |
| <i>Muestra</i> (N=80, se excluyeron dos sujetos por falta de datos escolares) | 12.5%                    | 43.75%   | 23.75%     | 12.5%        | 7.50%        |

*Cuadro 8 Promedios de nivel de estudios de las mujeres en Los Altos. Una comparación entre la muestra y el censo de los mismos municipios de Los Altos. Fuente: Censo de Población y Vivienda 2020 (INEGI, 2020).*

La falta de estudios o haber estudiado solo hasta la primaria representa una clara barrera de entrada a posiciones más ventajosas en el campo comercial de la artesanía en Los Altos. Martha Julia, la artesana de Aldama descrita arriba, explica claramente la relación entre la escolarización y los tipos de venta que las mujeres logran alcanzar:

como las mujeres no saben dónde ir a vender las piezas por eso trabajan en grupo. Se buscan un representante para ir a dejar, como no sabemos dónde va a ir a dejar las prendas por eso se busca un hombre. Porque antes no salen las mujeres porque tienen miedo. No saben hablar en español. Como antes nunca han estudiado, no saben escribir. Por eso creo que los hombres pasaron a estudiar. Por eso él va a salir. Sabe hablar español. (Entrevista con Martha Julia, Aldama, 6 de julio de 2022)

La descripción que ofrece Martha Julia se basa en la experiencia de su madre, quien empezó a vender hace 40 años en grupos de mujeres artesanas que tenían como representantes a hombres de su pueblo que sabían leer, escribir y hablar en español y así podían encargarse de los pedidos que se recibían de los organismos gubernamentales que les compraban en aquel entonces. Al

igual que Petrona en Tenejapa y Rosa en Larráinzar, la madre de Martha Julia empezó vendiendo sus productos a través de intermediarios locales, que muchas veces fueron hombres mejor conectados y más acostumbrados a salir de sus comunidades y hablar en español.

Como ponen de manifiesto las tasas de escolaridad de la muestra, hoy en día las mujeres artesanas de Los Altos cuentan con mayores estudios y mejor dominio del español. Este hecho se debe en parte a las mejoras en el acceso a la educación, debido a la construcción de más escuelas en Los Altos, algo que mencionan las artesanas que viven en parajes cuando hablan de la falta de acceso anterior y también un hecho que señalan estudios sobre los servicios educativos en Chiapas (véase Olivera et al., 2014). Sin embargo, las posiciones que alcanzan a ocupar las mujeres en el campo comercial no se explica únicamente por las relaciones geográficas de cercanía a las rutas comerciales y las herramientas lingüísticas para explotarlas. También se trata de relaciones históricas que tienen que ver con los caminos comerciales que abrieron sus madres y abuelas. Se refiere aquí a las madres y abuelas que fueron pioneras en el campo no de manera eufemística para aludir a un relevo generacional. La preparación del terreno que realizaron las primeras mujeres de Los Altos que vendían sus productos fuera no proporcionó un acceso igualitario a los mercados externos. Quienes salen mejor posicionadas son las descendientes directas de las mujeres que empezaron a comercializar sus productos.

### **5.2.3 Afianzamiento de posiciones: las ventajas de ser artesana de segunda generación**

Al analizar las trayectorias comerciales de las artesanas de la muestra, se observa que la distribución de las posiciones que ocupan las artesanas en el mercado nacional e internacional así como en el mercado regional para turistas refleja la importancia de la relación espacial mencionada anteriormente, pero también la importancia de las relaciones comerciales que habían forjado sus madres. Las mujeres de la muestra que son artesanas de segunda o tercera generación, cuyas madres o abuelas empezaron a vender sus productos afuera hace 40 años, componen el grueso de las artesanas que se encuentran mejor posicionadas en el campo. Estas artesanas de segundo y tercera generación están más representadas entre las mujeres que cuentan con ventas regulares directas e indirectas mediante ONGs a tiendas en San Cristóbal y otras ciudades de la república y al extranjero (tipo de venta A y B); que pertenecen a cooperativas como J'pas Joloviletik que actualmente tiene bajas ventas pero asegura al menos una venta al año para sus socias (tipo de venta C); o que tienen vínculos con Fonart o Casa Chiapas y reciben pedidos anuales (tipo de venta F). Un ejemplo paradigmático de las ventajas de las artesanas de segunda generación es Pascuala, quien asumió literalmente la posición que su madre había construido en

el mercado artesanal de Zinacantán al seguir vendiendo productos a los grupos de turistas que visitan su casa. Pascuala y su grupo familiar han fortalecido esta posición mediante las conexiones que han hecho con el gobierno y las invitaciones a varias ferias que han conseguido por ser algunas de las pocas y primeras artesanas que construyeron este campo comercial en Zinacantán. Al ayudar a su madre con la producción y venta de sus productos desde joven, Pascuala también adquirió las habilidades valiosas de hablar español y adaptar sus productos a los gustos de los turistas.

Aunque la inundación de decenas de ONG, tiendas y colectivos que se han instalado en San Cristóbal y se han relacionado con tejedoras y bordadoras de Los Altos en las últimas décadas ha transformado el panorama comercial de Los Altos, no han arrasado las rutas comerciales que establecieron las primeras artesanas. Por el contrario, muchos de estos nuevos grupos se han aprovechado de la estructuración existente de los mercados, aunque las organizaciones no gubernamentales han desplazado los organismos gubernamentales como los actores principales.

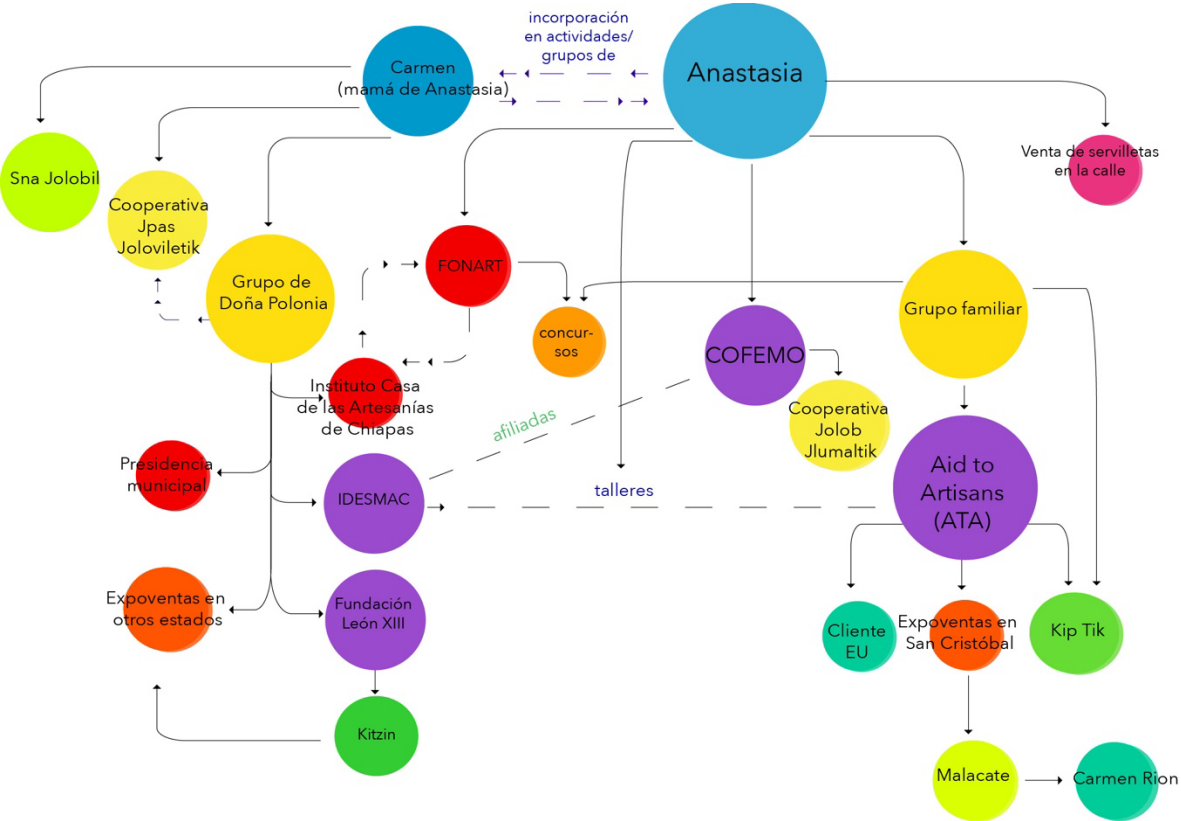
La trayectoria de Anastasia, una tejedora de segunda generación de 37 años que vive en Pantelho', refleja el efecto bola de nieve de crear nuevas conexiones comerciales y organizativas sobre las bases que había sentado su madre. Su madre, Carmen, vendía su trabajo en varios grupos y cooperativas, como Sna Jolobil, J'pas Joloviletik y también a través de un grupo local de artesanas organizado por una familiar llamada Doña Polonia. De niña Anastasia veía cómo su madre trabajaba y la acompañaba a San Cristóbal para entregar sus pedidos a Sna Jolobil y a la cooperativa J'pas Joloviletik. Su madre también se empezó a colaborar con las ONG aliadas del Instituto para el Desarrollo Sustentable en Mesoamérica, A.C. (IDESMAC) y COFEMO. Al principio, a Anastasia no le gustaban mucho los talleres que ofrecían estas organizaciones. Anastasia decía que "ya era mucho tiempo que era puro taller, puro taller, puro taller" sobre TIC, cómo hacer publicidad, equidad de género, etc. y le desesperaba que las organizaciones no dieran dinero.

Decía mi mamá: "no te deja nada el taller pero conoces a otras personas ahí es como empiezas a moverte". "Si tienes razón". Decía pues mi mamá que aunque yo no lo vea, "pero ya lo van a ver ustedes porque no es de la noche a la mañana que puedes conseguir lo que quieres". "No," dice. "tienes que esperar." (Entrevista con Anastasia, Pantelho', 4 de agosto de 2022)

Anastasia conoció a la organización Aid to Artisans a través del IDESMAC, lo que le abrió muchas puertas y le puso en contacto con clientes internacionales y proyectos comerciales en San Cristóbal como la Colectiva Malacate. "IDESMAC nos había informado que había una

organización que está trabajando con artesanas, pero que tienen que estar en talleres. Y ya dijimos pues sí vamos a intentarlo a ver qué sale”. Siguiendo el consejo de su madre y las conexiones que esta había formado con estas asociaciones, Anastasia logró acceder a nuevas relaciones en el cambiante campo comercial.

Las ONG The Hunger Project y la Red Niu Matat Napawika también recurrieron a la cooperativa establecida J’pas Joloviletik para ofrecer a sus socias talleres y nuevas conexiones



| Color | Tipo de organización/salida comercial                           |
|-------|-----------------------------------------------------------------|
|       | ONG                                                             |
|       | tienda<br>(empresa social; marca; diseñadora)                   |
|       | grupo de producción<br>(familiar; cooperativa; colectiva; a.c.) |
|       | expoventas                                                      |
|       | agencia gubernamental                                           |
|       | venta local                                                     |
|       | concurso                                                        |

Figura 4 Trayectoria laboral de Anastasia de Pantelbo’.

comerciales con diseñadores y tiendas en los EE. UU. y México. Al invertir en esta cooperativa con más de 30 años de existencia, estas nuevas organizaciones afianzaban la posición de las hijas y nietas de las fundadoras de la cooperativa dado que la cooperativa, ya que esta se había convertido en un grupo cerrado por líneas hereditarias al instaurar la regla de que las nuevas socias solo podrían ser las hijas y nietas de las fundadoras originales.

Muchas de las mujeres mejor posicionadas en el mercado nacional e internacional para los textiles en Los Altos reúnen los atributos de tener mayor escolarización, estar acostumbradas a salir de su comunidad y tener una madre o relaciones familiares que se dedicaba a la artesanía que les proporcionaron contactos comerciales que les sirvieron de trampolín para acceder a nuevas oportunidades en el mercado. Ceci, de 29 años, una tejedora de Larráinzar que ha llegado a ser una de las artesanas más reconocidas y exitosas de su municipio y en Los Altos en general, tuvo su primera incursión en la artesanía a través de sus padres. Su madre hacía telares y su padre, que pertenecía a la organización zapatista, empezó a comercializar los textiles en San Cristóbal después del levantamiento de 94 cuando empezaron a llegar muchos turistas. Se hicieron conexiones con varias personas en San Cristóbal y también con la organización León XIII donde su madre tomaba talleres y recibía pedidos de textiles. De niña Ceci tuvo una relación difícil con sus padres, porque era una de 11 hijos y le daba coraje que su madre trabajara tanto para mantener a sus hijos mientras que su padre siempre “fue soltero” y “nunca se tomó la responsabilidad del padre con 11 hijos”. Ceci platicó que “siempre viví del ahorro de mi mamá, pero el que le quitaba era mi papá. Es algo por eso yo crecí tan traumada porque era así. Mi mamá luchaba por tanto ahorrar para el autoconsumo de sus hijos y el otro aprovechaba” (Entrevista con Ceci, Larráinzar, 28 de marzo de 2022). A pesar de que Ceci estuvo peleada con su padre, recurrió a él para que le presentara sus conocidos como promotor textil en San Cristóbal cuando estaba estudiando la secundaria en un internado de allí. A partir de estos contactos, Ceci empezó a ofrecer sus productos textiles en tiendas de San Cristóbal:

Fui buscando otras tiendas y ya otras mujeres, la mamá de mi tía, me decía “Ceci si quieres lleva nuestro trabajo. Nosotras tejemos y ya se te queda algo de comisión. Ya nosotros no nos ponemos a discutir porque sé que cuesta ir para allá.” Y le dije “No, no sé dónde meterme,” le dije. “Ay sí sabes, si estás estudiando y hablas español al menos nosotras no. Y nos perdemos. Pero tú no.” Y le dije “Ah bueno pero no tengo cómo pagarles le dije no tengo dinero le dije.” “Ay nos los pagas tú cuando te paguen el dinero sirve para todos los días,” así me lo dijeron. “Ah bueno,” le dije.

Y así fue, ellas me daban sus trabajos los llevaba cuando me pagaban les pagaba yo. Y también los amigos de mi papá me pedían como estolas para sacerdotes, bufandas, cosas así. Y sí, se vendía pues. Ya empecé a trabajar como sobre pedido. (Entrevista con Ceci, Larráinzar, 28 de marzo de 2022)





*Imagen 21 Ceci en una venta en Tlaquepaque, Jalisco.*

La combinación de su habilidad y conocimiento de la producción y venta de textiles recibidos de su madre, las conexiones de su padre como promotor, su dominio del español y su ubicación en San Cristóbal para sus estudios, asentaban las bases para que Ceci triunfara en el mercado externo de los productos artesanales. A pocas semanas de terminar el bachillerato, uno de los conocidos de su padre la recomendó para el puesto de traductora de español-tsotsil en los talleres de ATA, que en este entonces acababa de llegar a San Cristóbal. Desde entonces, trabajó como coordinadora de campo para ATA y fue una de las fundadoras y presidenta del proyecto comercial Kip Tik impulsado por ATA. Luego se independizó para trabajar por su cuenta con su propio grupo de producción y comercialización Tulan Textiles (<https://www.facebook.com/ceciliachiapas/>) conformado por ella, algunas de sus hermanas, y alrededor de 35 mujeres del paraje de Peña Blanca, a 40 minutos de distancia de la cabecera Larráinzar, que ella conoció a través de su hermano Samuel que tiene una tienda en San Cristóbal. Vive en el centro de Larráinzar junto con su esposo, Juan, quien es guía turístico originario de la comunidad tsotsil de Santa Martha. En su casa tiene un espacio de taller y venta donde recibe turistas y compradores y también envía sus productos a clientes de todo el país.

En cambio, las mujeres que no tienen antecedentes en el comercio artesanal en su familia, que viven en paraje y no continuaron con sus estudios después de la primaria, se encuentran muchas veces limitadas a la venta a intermediarias en el mercado nacional e internacional tanto en el mercado regional para turistas (tipo de venta G y J) como a la venta ambulante en San Cristóbal (tipo de venta H). Yolanda, una comerciante originaria del pueblo tseltal Yochib que vende algunos productos artesanales en su local en San Cristóbal, me presentó a dos mujeres que viven en barrios alejados del centro del pueblo de Yochib. Ambas no hablan español y llegan cada semana o cada 15 días para ofrecer sus productos tejidos a tiendas de la calle Real de Guadalupe y tiendas por el centro de San Cristóbal. María, que tiene 42 años, empezó a vender sus productos fuera de su comunidad cuando tenía 20 años, ofreciendo sus piezas en tiendas en San Cristóbal. Veinte años más tarde, sigue en la misma situación. Viaja cada 15 días a San Cristóbal para ofrecer sus piezas en las tiendas. Si le va bien, vende seis prendas a 200 pesos cada una. A veces recibe pedidos de las tiendas donde entra a ofrecer. Cuando la visité, apenas había recibido un pedido para un poncho que iba a vender por 450 pesos porque era liso y no llevaba brocado. Dijo que son muchas de las artesanas donde ella vive y varias si ya tienen un lugar fijo donde venden sus productos a mejores precios o envían en otros lugares. Sin embargo, no reciben a otras mujeres en su grupo, ya que dan prioridad a sus familiares.



*Imagen 22 María de Yochib, realizando el pedido que recibió de una tienda en la Real de Guadalupe en San Cristóbal.*

Angelina, de 38 años, quien vive en otro barrio de Yochib, teje prendas en un pequeño grupo familiar conformado por ella y sus dos hijas. Va cada semana a San Cristóbal para ofrecer y entregar piezas y vende con más frecuencia en tres tiendas. Sin embargo, los precios que recibe son muy bajos: en un buen mes de ventas, gana \$1,500 pesos. Le gustaría ampliar su grupo porque hay muchas mujeres que vienen a preguntarle si pueden entrar en su grupo, pero como recibe pocos pedidos, no puede aceptar a más mujeres.

Hasta ahora he recalcado *las relaciones espaciales* y *las relaciones históricas* que intervienen en las posiciones desiguales que las mujeres tejedoras y bordadoras alcanzan a tener en los mercados externos para sus productos, que incluyen mercados regionales para turistas y mercados nacionales e internacionales donde se venden a tiendas de moda y se colaboran con diseñadores. La metáfora de *ruta* es particularmente apta para pensar en el acceso diferencial que las mujeres tienen a estos los mercados porque alude a la topografía despareja, histórica y socialmente construida de la entrada a estos espacios comerciales. Las rutas laborales de las artesanas y su éxito comercial dependen de si cuentan con una ruta ya transitada a la que pueden acceder. Como hemos visto, estas rutas se establecen en el espacio y a lo largo del tiempo. Las rutas más directas y transitadas, en su sentido literal y figurado, que algunas artesanas tienen —Pascuala, por ejemplo, y las artesanas comerciantes del centro de Zinacantán— posibilitan que las artesanas entren en ciertas relaciones comerciales, algo que los estrechos caminos que otras artesanas tienen que recorrer o bien abrir por su cuenta dificultan.

De acuerdo con Bourdieu, la estructura del mercado se caracteriza por la existencia de barreras de entrada que tienden a beneficiar a los actores dominantes. Esta observación cuadra con la distribución de posiciones de las artesanas en estos mercados externos para la artesanía de Los Altos. A pesar de que el campo se transforma con la entrada con nuevos actores con más poder económico —como son las ONG y las tiendas de moda que han llegado a San Cristóbal— los cambios que no borran el pasado. En cambio, siguen una lógica que favorece a las artesanas que tienen posiciones afianzadas más cerca —social y espacialmente— del centro. Con la entrada de las ONG, la inversión de fundaciones extranjeras como Kellogg y el crecimiento del mercado extranjero, las coordenadas geográficas del centro se han desplazado ligeramente del gobierno mexicano y el mercado nacional pero siguen apuntando hacia fuera de las comunidades indígenas de Los Altos y, por lo tanto, siguen perjudicando a las mujeres que se encuentran en los parajes más periféricos y que cuentan con menos lazos históricos con los espacios más céntricos.





*Imagen 23 Pascuala y su cuñada Rosi trabajando en el patio de su casa en Zinacantán, con vista a la calle.*



*Imagen 24 El sendero que llega a la casa de María en el barrio Tzajalchen de Yochib.*

Bourdieu (2023, p 149) se refiere a esta reproducción de posiciones desiguales en el campo cuando habla del campo como “un lugar de tendencias inmanentes, por ejemplo, de

tendencias a la reproducción de la estructura de la distribución de las ganancias”. Esta estructura desigual desmiente la imagen del mercado como un espacio plano y no diferenciado, compuesto de relaciones ahistóricas e impersonales y estructurado solo por las fuerzas de oferta y demanda. Bourdieu describe este espejismo económico como un “mundo cartesiano” que “es análogo al juego de la ruleta, en el sentido de que cada tiro es independiente de los precedentes”. De forma similar a Wallerstein, quien plantea la relación espacial desigual entre centro y periferia, Bourdieu propone otra visión espacial de los campos comerciales: el espacio leibniziano, en el que los sujetos conforman espacios particulares y no uniformes mediante sus posiciones relativas con respecto a otros sujetos.

Al entrar en este campo comercial y adaptar su técnicas de producción textil destinadas anteriormente a la elaboración de ropa para ellas mismas y sus familias, las mujeres tsotsiles y tseltales entran en relaciones laborales que se erigen sobre relaciones sociales, espaciales e históricas de desigualdad. Este proceso no se limita al contexto particular de Los Altos de Chiapas, sino refleja una dinámica general de explotación que aflige a poblaciones marginales. Como notan los autores Gargi Bhattacharyya (2018) y Cedric Robinson (1983), esta transformación de las condiciones laborales transcurre en terrenos que ya han sido moldeados por historias de discriminación racial y colonialismo.

Como resultado, las opciones y oportunidades económicas, incluida la oportunidad de doble filo de ser objeto de explotación, fragmentan a las poblaciones. Algunos ascienden a la categoría de «trabajador», otros trabajan a veces a cambio de una remuneración pero con un estatus menos asentado o estable, y otros se dedican a una actividad económica que contribuye a la reproducción social pero que rara vez se registra en las cuentas de la economía formal. Las pautas de actividad que se siguen para mantener la vida revelan tanto las oportunidades como las barreras económicas y sociales de que disponen las poblaciones. (Bhattacharyya, 2018, p. 56)

La descripción general que ofrece Bhattacharyya de los estatus desiguales que las personas ocupan en función de su posición en un terreno social y económicamente desparejo coincide perfectamente a las diferentes posiciones que observamos entre las artesanas de Los Altos. Las posiciones de las artesanas en el mercado nacional e internacional para sus productos, así como sus posiciones dentro del sistema capitalista, dependen de sus relaciones espaciales e históricas. Sin embargo, esta explicación de las posiciones de las artesanas se queda en un nivel estructural. Parece que los movimientos de las artesanas estuvieran determinados de antemano, impulsadas por una fuerza irresistible de buscar las mejores ventajas económicas que sus posiciones les ofrecen. Como señala June Nash (1981), una limitación del enfoque del sistema-mundo de Wallerstein es que presenta la estructuración del sistema capitalista mundial como un resultado

ineludible. De acuerdo con Nash, al centrarse en las relaciones de producción desigual que el capitalismo reproduce a nivel mundial, se pierde de vista la variación interna de respuestas frente a esta estructura impuesta. En consonancia con Nash, Mohanty (1991, p. 29) señala la escasez de estudios

que abordan la cuestión de la agencia social de las mujeres sometidas a diversos niveles de disciplina capitalista. En otras palabras, pocos estudios se han centrado en las trabajadoras como sujetos en tanto que agentes que toman decisiones, tienen una perspectiva crítica de sus propias situaciones y piensan y se organizan colectivamente contra sus opresores.

Para tomar en cuenta la agencia de las mujeres artesanas y su diversidad, es necesario situar sus trayectorias laborales no sólo en el marco “macro” del sistema capitalista sino también en su contexto inmediato: el entorno familiar y comunitario. Aquí, de nuevo, no solo existen como peones movidos por fuerzas económicas o culturales fuera de su control, sino que trazan sus propios caminos en el terreno social y económico en el que habitan. Al indagar en las decisiones que las artesanas han tomado respecto a su trabajo y su comercialización en relación con este contexto, se complejiza la imagen de los destinos laborales ineludibles.

**CAPÍTULO 6**  
**EL TRABAJO ARTESANAL EN EL MARCO DE**  
**LA FAMILIA Y EL CAMPO**

Quiero detenerme ahora en las otras relaciones sociales clave para entender la participación actual de las mujeres tejedoras y bordadoras de Los Altos en diferentes mercados de artesanía en la actualidad. La formación de estos mercados no solo implica un proceso de adecuación y consolidación de relaciones entre artesanas, comerciantes y consumidores como he descrito arriba, sino también la adaptación de este campo en relación con los campos sociales de las artesanas y sus correspondientes relaciones y actividades. Alejándonos de las dinámicas de poder que surgían dentro del campo comercial de la artesanía en Los Altos, quiero dirigir la mirada a dos tipos de relaciones que condicionaban la entrada y la participación de las mujeres en este nuevo campo y que siguen siendo fundamentales para entender las situaciones actuales de las mujeres artesanas. En primer lugar, las relaciones familiares y de pareja de las mujeres y su papel en la economía familiar. En segundo lugar, la relación que existe entre la producción y comercialización de la artesanía y el trabajo en el campo. En los siguientes apartados pretendo señalar el impacto que tienen estas relaciones en la modalidad de producción y comercialización artesanal que llevan a cabo las mujeres tsotsiles y tseltales.

### **6.1 Relaciones de pareja y papel en la economía familiar**

Con Petrona y Rosa, vimos el costo que suponía la distancia en tiempo, dinero y dificultad tanto para encontrar vías de acceso a compradores externos como para surtir materia prima. Aunque la familia de Pascuala tuvo más suerte debido a la cercanía de Zinacantán con San Cristóbal, ella también tuvo que enfrentar los riesgos que implicaban entrar en contacto con personas de fuera, que traían consigo las dificultades de establecer relaciones donde antes no existían con gente de una cultura desconocida. Sin embargo, en el camino para comercializar sus productos, las mujeres de Los Altos se han enfrentado, y siguen enfrentándose a otros obstáculos que no provienen solo de fuera sino también del entorno de sus comunidades y familias. Muchos autores que escriben sobre las mujeres de las comunidades tseltales y tsotsiles de Los Altos han notado la norma generalizada de que las mujeres no deben salir (Garza, 2002; Forbis, 2006; Kovic y Eber, 2003; Eber y “Antonia”, 2011; Nash, 1993, 2001; Olivera, 2019; Rus, 1990; Rus, 2012; Zylberberg, 2006). Esta norma se debe a la combinación de los peligros reales a lo que las mujeres indígenas han enfrentado históricamente a salir, con el precepto patriarcal de control masculino sobre los movimientos de las mujeres. En cuanto al peligro real de salir, encontramos una larga historia de violencia contra las mujeres indígenas que se encontraban fuera de sus comunidades, incluido el derecho de pernada en las fincas chiapanecas donde trabajaban los indígenas acasillados, lo que convirtió el abuso sexual de las mujeres en una regla general, algo que persistió en algunos casos hasta la década de 1970 (Olivera, 2019). En esta misma época,



Ruiz (2006, p. 125) describe cómo, en la cabecera de Larráinzar los ladinos “se apostaban en las salidas y entradas principales de los caminos, con el fin de golpear a los esposos de las mujeres casadas para luego abusar de ellas sexualmente”.

Autoras como Olivera y Nash relacionan los preceptos de control masculino sobre la movilidad de las mujeres en las comunidades indígenas de Los Altos con la interiorización de normas patriarcales coloniales sobre la subordinación de la mujer. Según estas creencias, el comportamiento correcto de las mujeres es de salir poco o nada de su casa. Si no cumplían con esta norma, y les pasaba alguna desgracia se veían expuestas a las críticas de que recibían lo que merecían. Por ejemplo, Nash (2001) describe cómo las mujeres alfareras de Amatenango que sufrieron acoso al vender sus productos en los pueblos vecinos fueron acusadas de “andar buscando hombres” por los jueces cuando presentaron quejas en los tribunales locales. Leslie Devereaux (1987), escribiendo sobre el municipio de Zinacantán justo cuando la familia de Pascuala empezaba a vender sus productos a turistas, nota que ninguna mujer zinacanteca viajaría sola fuera del pueblo. Rus (2012, p. 68), escribiendo sobre el municipio de Chamula, describe una preceptiva similar: “Si no había hombres de sus familias que las acompañaran, a las mujeres chamulas ‘decentes’ de los años 70 ni siquiera se les ocurriría ir a un mercado lejano, y hubieran pensado dos veces antes de ir a un mercado incluso en Chamula mismo. Salir a la calle sin un chaperón era algo que no se hacía”.

Esta norma se ha relajado algo, ya que la gente se ha ido acostumbrando a una realidad en que las mujeres salen cada vez más a vender su trabajo. No obstante, muchas mujeres siguen observando la costumbre de pedir el permiso a su padre o a su esposo para salir de su casa. Este permiso no siempre se concede. En mi propio trabajo de campo, tardé en entender que la prohibición a salir de la que me hablaban muchas mujeres no se refería solo a salir de la comunidad sino, como señala Rus arriba, a salir de la casa misma. El simple hecho de moverse por el pueblo es, muchas veces, mal visto. Todavía es común que las mujeres que salen enfrenten el oprobio de los hombres de su familia, sus suegras y sus comunidades.

Cuando una mujer viaja a otra ciudad, hay muchas críticas, mucha burla. Por eso las mujeres no quieren ir. No quieren que nadie se burle de ellas o las envidie. Yo siempre aguanto las críticas, las burlas de mis compañeras, de mis familiares, de mis paisanos, pero me duele cada vez que alguien dice algo. Desde el principio me han burlado mucho. Pero se ha calmado. Se han acostumbrado a mi forma de ser. Domingo también tuvo que soportarlo. A veces se enfadaba por las burlas. (Eber y “Antonia”, 2011, p. 150)

El control sobre los movimientos de las mujeres en sus comunidades permanece vigente en la mayoría de los casos de las mujeres entrevistadas, lo cual hace que la participación de las mujeres

en los diferentes mercados de Los Altos dependa mucho de su relación con su pareja y su familia y también de su papel en la economía familiar

En las comunidades tsotsiles y tseltales, la organización típica del trabajo sigue girando en torno a los papeles complementarios del trabajo del hombre en el campo y en trabajos remunerados y de las labores de las mujeres en la casa (Collier, 1990; Eber, 1999; Eber y Rosenbaum, 1993; Hernández Castillo et al., 2006; Nash, 1993). Esta división de trabajo no siempre ha implicado la subordinación de mujer al hombre ni el menosprecio del valor de su trabajo. Leslie Devereaux (1987), escribiendo sobre la división del trabajo por género en Zinacantán, describe la organización ideal del trabajo en Zinacantán como una vivienda en donde el trabajo diferenciado de una pareja hombre-mujer se complementa para mantener y reproducir su modo de vida:

La mujer debe mantener el hogar, alimentar al marido cuando tenga hambre, esperarle junto al fogón cuando vuelva a casa, hilar y tejer ropa resistente para él, cuidarle cuando esté borracho y no regañarle innecesariamente. Del marido se espera que trabaje duro para producir alimentos suficientes para la familia y para proveerse de los materiales necesarios para tejer y coser, que no pierda ni malgaste su dinero y que no pegue a su mujer cuando esté borracha. El trabajo masculino limpia la tierra y construye la casa; produce los alimentos básicos de maíz, frijoles, chiles y calabaza. Se alía con las capacidades transformadoras de las mujeres, que crían borregos e hilan la lana y el algodón, lo tiñen y lo tejen en ropa de vestir y de cama, que cosen prendas de vestir, que cocinan y muelen el maíz, hierven los frijoles y sirven las comidas, que cuidan los pequeños animales domésticos de borregos, cerdos, gallinas y pavos. El esquema conceptual autóctono es que el trabajo masculino produce las materias primas y el femenino las transforma en objetos de uso y consumo. Trabajar duro es la marca principal de la persona virtuosa en Zinacantán (traducción propia, Devereaux, 1987, p. 93)

No obstante, esta división del trabajo complementario entre mujeres y hombres en comunidad siempre ha sido un ideal y no refleja la organización empírica del trabajo que desempeñan hombres y mujeres. Nash (1970) señala este hecho al observar que en su censo de los habitantes de Amatenango todos responden que el trabajo del hombre es el trabajo en el campo y el trabajo de la mujer es la alfarería, a pesar de que muchos hombres salen a trabajar a tiempo completo fuera de la comunidad y las mujeres solo se dedican a la alfarería de forma ocasional. Aunque las otras comunidades de Los Altos se diferencian del pueblo de Amatenango por el hecho de que solo en esta comunidad existe la costumbre de que todas las mujeres se dedican a la alfarería, se parecen en que se mantiene como ideal la complementariedad del trabajo del hombre en el campo y de la mujer en la casa. La centralidad del campo como fuente principal de sustento persiste a pesar de que la mayoría de las familias dependen de los ingresos obtenidos por otros trabajos remunerados. Como se ha mencionado anteriormente, la autoidentificación como

campesinos se mantiene en las comunidades de Los Altos; "aunque la mayoría de los tsotsiles y tseltales ganaban la mayor parte de su sustento como trabajadores migrantes a principios de los años 70" (Rus, 2012, p. 38).

El trabajo principal de las mujeres sigue siendo el trabajo doméstico: cuidar a sus niños, preparar la comida, lavar la ropa y hacer el aseo. Sin embargo, la relación entre este papel ideal y la realidad vivida de las mujeres es compleja. Aunque las mujeres también han salido de sus casas para comercializar sus productos artesanales a partir de los años 70, muchas veces su trabajo doméstico -sobre todo el de criar a sus hijos—toma prioridad. En los apartados siguientes, me centraré en cómo las normas sobre el comportamiento de las mujeres y su papel en la economía familiar afectan a su participación en los mercados para los textiles artesanales.

### **6.1.1 Sacar adelante a sus hijos: mujeres separadas, viudas y con parejas alcoholicos**

Las trayectorias trazadas por las artesanas que empezaron a comercializar sus productos en los años 70 y 80 manifiestan una tendencia notable respecto a su estado civil y, de forma relacionada, su papel en la economía familiar. June Nash (1993), quien estudió la comunidad tseltal de Amatenango a lo largo de varias décadas, nota que las primeras mujeres que empezaron a vender sus productos cerámicos fuera solían ser viudas o mujeres divorciadas que se vieron impulsadas por necesidad a buscar estas salidas económicas. En el libro de Teresa Ramos (2009) sobre las bordadoras tseltales del pueblo colindante de Aguacatenango se menciona de pasada que varias de las primeras mujeres del pueblo que vendían productos fuera eran viudas. Por ejemplo, Esther, una bordadora de 62 años describe cómo fue a pedir trabajo con “los coyotes de San Cristóbal, doña Rosario me dio primero el trabajo, ella nos da la tela y nosotras bordamos, como tengo una hija que sabe bordar. Así fue como aprendimos a hacerlo con el primer coyote con el que trabajamos cuando quedé viuda” (Ramos, 2009, p. 194).

Las tres artesanas pioneras descritas en el capítulo anterior comparten también estos atributos similares: la madre de Pascuala era viuda y se encontró repentinamente en la apremiante situación de mantener a sus siete hijos pequeños; Petrona, de Chacoma, Tenejapa, estaba separada del padre de sus dos hijos y, como lo describe su hijo Juan, ella “hizo todo”, trabajaba en el campo y también vendía artesanía “por necesidad”; Rosa, de Larráinzar, aunque empezó siendo más joven cuando aún vivía con sus padres, no contó con mucho apoyo económico por parte de su padre, que era alcohólico, y siempre estuvo al lado de su madre, apoyándola en las tareas del hogar y consiguiendo dinero para comprar maíz y frijoles. Rosa nunca pensó en casarse,

igual cuando mantenía a su hija sola. En sus propias palabras, siempre ha sido una “mujer independiente” que no le “hizo falta ningún hombre”.

En estas diferentes situaciones, la ausencia de ingresos de los hombres y la necesidad de mantener a sus familias impulsaron a las mujeres a buscar la salida económica que representaba la venta de artesanía. Una de las mujeres entrevistadas cuenta cómo su madre, que vivía en el paraje de Bayalemho en Larráinzar, aprendió a tejer a los 25 años cuando falleció su esposo para poder “comprar lo básico como jabón, azúcar” y mantener a sus hijos pequeños (Entrevista con Manuela, Larráinzar, 24 de mayo de 2022). En varios casos, la urgencia de la situación —debida a un cambio repentino de la situación matrimonial o a la necesidad de generar ingresos sustanciales para mantener a muchos hijos pequeños— llevaba a las mujeres a aventurarse fuera de su comunidad con la esperanza de sacar adelante a su familia a pesar de los peligros que ello conllevaba y de los desafíos a las normas de conducta femenina que representaba. Ofelia, de 32 años, cuenta que su madre, Micaela, ahora una artesana establecida en Larráinzar, estaba embarazada de ella cuando su padre abandonó a ella y a su familia: “fue así como ella empezó a buscar la manera de cómo trabajar porque quedó a cargo de nueve niños, incluyéndome a mí” (Entrevista con Ofelia, Larráinzar, 28 de junio de 2022). Antes vendía comida en el mercado de Larráinzar pero no fue suficiente para cubrir los gastos de toda su familia, además tenía que pagar la renta de la casa donde vivían. A pesar de que no hablaba español, empezó a salir a vender en San Cristóbal. Poco a poco aprendió español y algunas personas le ayudaron a leer y escribir (“no mucho pero ya conoce las letras”).

La madre de Martha Julia, quien ya había recurrido a los grupos artesanales de Aldama para mantener a sus dos hijas tras la separación de su marido, buscó nuevas salidas económicas cuando su hermana acabó de tener su bebé y se separó de su esposo:

solita la dejó, y cuando nació su bebe, no teníamos dinero con que ir a pagar la partera, a comprar su comida, y trabajamos en el huipil y fuimos a vender allá en Larráinzar. Hay un comprador, como 3, 4 tiendas de artesanía antes en Larráinzar y allí fuimos a dejar. Y allí encontramos a Fidencia y ella compró el huipil [...] Y ahí se conocieron con mi mamá y platicaron y ahí dice que hay donde se vende un poquito las prendas. Y ahí le invitaron a mi mamá a vender cuando viene el Fonart a comprar, y cuando viene alguien a comprar a su tienda también va a llevar las prendas de nosotras y va a vender. (Entrevista con Martha Julia, Aldama, 6 de julio de 2022)

El relato de Martha Julia demuestra cómo estas búsquedas de salidas económicas que surgen de situaciones urgentes de necesidad pueden llevar a las mujeres a entrar en nuevas relaciones comerciales ventajosas por el hecho de salir de sus entornos inmediatos y habituales de venta.

También indica un cambio en la participación de las mujeres en el mercado en situaciones de urgencia económica frente a la expansión de los espacios de venta en Los Altos. La familia de Martha Julia pasó por esta situación hace 20 años, cuando ya había algunas tiendas de artesanía en Larráinzar que vendían productos debido al interés foráneo que había despertado el levantamiento zapatista en 1994 y, en particular, los acuerdos de San Andrés Larráinzar en 1996. Estas tiendas no existían antes cuando Micaela, que vivía en Larráinzar, empezó a vender sus productos para mantener a sus hijos.

Al igual que los mercados dirigidos a turistas que surgieron en Larráinzar y Zinacantán, otro tipo de mercado que ha ido creciendo con los años y que antes existía de forma mucho menos desarrollada son los mercados locales de trajes de uso diario en las comunidades. Hay un comercio muy activo de los trajes de uso diario para mujeres llevado a cabo entre las propias habitantes, especialmente en comunidades como Zinacantán y Chamula, donde la moda cambia cada seis meses. Para las mujeres que se encuentran de manera repentina en una situación donde necesitan generar ingresos para mantener a sus hijos, estos mercados locales, aunque pagan menos por prenda, garantizan una venta más rápida y no requieren que las mujeres gasten dinero en transporte, como ocurre cuando van a San Cristóbal para ofrecer sus prendas. Rosa, una bordadora de máquina de coser de Nachig, Zinacantán, decidió vender prendas en el mercado local cuando su esposo le dejó hace 11 años:

Todavía recuerdo cuando los niños quedaron chiquitos [...] y ya no podía trabajar con un bebé. Y lo esperaba que se durmiera y ponerme a trabajar. Ah sí sufren bastante cuando se fue el papá. No tenía yo que darle de comer. Cuando no tenía yo nada porque no tenía yo maíz ni frijol, nada, me iba yo a la casa de mi mamá. Iba yo uno, dos, tres días y ya que los niños se aburren pues de estar allá en la casa de mi mamá y me regresaba yo, una noche, dos días y me volvía yo a ir, solo venía yo a trabajar. [...] Pensé en salir, en buscar trabajo. Pensé en trabajar en casa pero dije nadie me va a recibir con tres niños. Y entonces pensé, mejor voy a trabajar la máquina. Primero empecé una blusa bordada, no me salió bien pero logré vender esa primera blusa. Sí y logré vender eso y ya después, ya empecé a trabajar y mejorar mi trabajo. (Entrevista con Rosa, Nachig, 24 de junio de 2022)

Las vecinas de Rosa se enteraron de que estaba elaborando blusas por el ruido que hace la máquina de coser y empezaron a comprar sus prendas. Así empezó a ganar dinero para sacar a sus hijos adelante: “Apenas me alcanzaba pero no les hacía falta nada. Sí les daba yo de comer, les compraba lo que querían. No mucho así ya amontonado las cosas, no. Pero sí poco, lo que yo pude darles”. Ahora Rosa emplea a dos mujeres que le ayudan a elaborar los trajes que ella vende a comerciantes que tienen un puesto en el mercado semanal de Nachig. También entró en la cooperativa J’pas Joloviletik donde su madre y su abuela fueron fundadoras. No obstante, en sus

inicios en la producción artesanal, Rosa no se aprovechó de las conexiones comerciales que tenía como hija y nieta de artesanas.

La decisión de vender en el mercado local en vez de recurrir a la venta en la cooperativa de su madre podría parecer sorprendente si no se tienen en cuenta las circunstancias y los motivos que la llevaron a tomar esta decisión. Aunque Rosa vendió esta primera blusa que hizo en 100 pesos a su vecina en Nachig mientras que en la tienda de J'pas Joloviletik en San Cristóbal la hubiera podido vender por al menos tres veces este precio, las ventajas de una venta inmediata superaron el dinero que desaprovechó por no venderla fuera. En lugar de interpretar la decisión de Rosa como un caso atípico de comportamiento económico, hay que analizar las decisiones laborales de las mujeres en Los Altos a partir de las relaciones inmanentes a ellas; para empezar, la economía familiar. Al considerar las decisiones laborales de las mujeres en el contexto de sus relaciones de pareja y familiares, se divisan otras racionalidades económicas que difieren del principio abstracto de maximizar ganancias.

La preponderancia de mujeres y viudas en los inicios de la comercialización de textiles fuera de los pueblos de Los Altos nos alerta de la importancia de esta pieza clave para entender estas racionalidades económicas alternativas. Aunque la mayor dependencia de los ingresos y la pérdida de trabajo de muchos hombres al inicio de los años 80 sentaron las bases para que las mujeres buscaran otras salidas económicas, me parece importante no pasar por alto las circunstancias particulares que impulsaron a estas mujeres a abrirse camino en campos desconocidos. Muchas de las autoras que escriben sobre las mujeres que empezaron a comercializar sus textiles fuera se centran en los efectos que este generó al seno de la familia y en los papeles tradicionales de género en las comunidades tsotsiles y tseltales (véanse Nash, 1993, 2001; Eber, 1995, 1999; Eber y Rosenbaum, 1993). Diane Rus señala que hubo “profundos cambios en la dinámica familiar cuando las mujeres tomaban papeles principales como emprendedoras” (Rus et al., 2016, p. 38). Aunque coincido con estas autoras en el desafío que la venta de los productos textiles suponía un desafío para la organización y la identidad laborales en torno al género dentro de las comunidades, quiero mantener el enfoque en las circunstancias y los motivos que llevaban a las mujeres de asumir estos nuevos papeles en primer lugar.

Como se evidencia en los testimonios presentados arriba, las primeras mujeres en comercializar sus trabajos no buscaban cambiar su situación económica general ni cuestionar los papeles de género tradicionales. Su objetivo era apoyar a sus familias y mantener a sus hijos. Si bien muchas veces las mujeres asumieron la carga de mantener económicamente a su familia debido a la renuncia o ausencia de los hombres que tradicionalmente desempeñaban el papel de

proveedor económico por un cambio en estatus conyugal —como la muerte o el abandono de un esposo— también sucedió en los casos en los que los padres de familia eran alcohólicos. Además del caso mencionado arriba de Rosa de Larráinzar, quien empezó a los 14 años a vender sus productos fuera para ayudar a su madre con los gastos básicos de la familia cuando su padre no trabajaba, otras de las mujeres entrevistadas cuentan cómo sus madres empezaron a comercializar sus productos cuando no podían contar con los ingresos de sus esposos.

Ceci y Angela, dos tejedoras de Pantelho’ de 41 y 50 años, vienen de una familia de nueve hijos. Nunca se han casado y cuidaron de su madre hasta que falleció en el 2022. Los temas recurrentes cuando hablaban de ella eran su maestría en el telar, su carácter trabajador y el sufrimiento que vivió a causa del maltrato de su esposo, el padre de ellas. Su madre se casó a los 19 años y una semana después su esposo empezó a tomar. “Era puro maltrato. Ella sobrevivió con la artesanía,” contó Ceci. “Ella fue padre y madre para nosotros. Todo lo que tenemos es de ella porque era ella quien compró todo. De artesanía. [...] Sí, de artesanía compró sus terrenos, compró su cafetal, compró todo” (Entrevista con Ceci, Pantelho’, 4 de agosto de 2022). A partir de los años 70, la madre de Ceci y Angela vendía en varios sitios —las tiendas de la calle Real de Guadalupe, el mercado de Santo Domingo, con el grupo de su hermana en Santa Catalina y con Sna Jolobil. También ganaba premios en concursos nacionales e internacionales.

En estos diversos casos de mujeres separadas, viudas o con esposos o padres con problemas de alcohol, la venta de artesanía representaba (y sigue representando, como vimos en el testimonio de Rosa) un medio de resolver gastos inmediatos y mantener a su familia. Por lo tanto, aunque estas mujeres suplen a los hombres en su papel tradicional de proveedor económico, lo hacían con el fin de cumplir con su papel tradicional de cuidar a sus hijos. La expresión que emplea Ceci para describir a su madre —“fue padre y madre para nosotros”— resume bien el carácter abarcador de los papeles que estas mujeres asumen.

La participación de este grupo de mujeres en los mercados es variada, pero prima la inmediatez sobre las ganancias. Por esta razón, como vimos en el caso de Rosa, varias mujeres que se encuentran en una situación urgente de mantener a su familia eligen la opción de vender en el mercado local (tipo de venta K o L) donde se recibe un pago menor por los productos pero se venden rápido en vez hacerlo en San Cristóbal en tiendas, colectivos o cooperativas donde se paga mucho mejor pero se tarda en vender (el caso de J’pas Joloviletik) o se tarda en pagar (el caso de Sna Jolobil). La necesidad de obtener dinero rápidamente para mantener a sus hijos también ha llevado a algunas artesanas a buscar dónde vender más allá de sus rumbos conocidos y a pesar de no hablar español —como Micaela que buscaba trabajo en San Cristóbal

para mantener a sus nueve hijos. Sin embargo, la mayoría de las mujeres en estas situaciones recurren primero a las salidas económicas que tienen más cerca por cuestión de urgencia y también porque tienen que cuidar a sus hijos al mismo tiempo. Para poder salir a vender, Micaela, por ejemplo, tuvo que dejar a sus hijos solos a cargo de uno de sus hijos mayores. Su hija recuerda que “estaba más tiempo vendiendo que con nosotros” (Entrevista con Ofelia, Larráinzar, 28 de junio de 2022).

Para algunas mujeres que entraron en la artesanía por cuestión de sobrevivencia y para mantener a su familia, la artesanía se convirtió luego en un oficio. La madre de Ceci y Angela en Pantelho’ ganaba premios y era conocida por su habilidad para tejer. Antes de fallecer, pidió a sus hijas que no quemaran su ropa, como es la costumbre: “Me dijo: ‘Por favor mi ropa no me va a quemar, déjala bajo el altar. Sí mis nietas quieren aprender que la sacan para ver. Por favor que es puro tejido no lo quemes’” (Notas de campo, 12 de octubre de 2023).

Desde que empezó a vender, Micaela tampoco no ha dejado de trabajar. Tiene su propio grupo de artesanas, conoce a gente en todo México y sale seguido a ferias y expoventas (tipo de venta E). Hace algunos años, a través de uno de sus contactos, recibió un pedido para 4,000 cojines destinados a hoteles de Quintana Roo. Dedicó todo su tiempo a la artesanía.

En cambio, hay otras mujeres que recurren a la venta de sus productos como una salida económica más. Rosa, como se ha descrito anteriormente, alternaba entre todas las cosas que ella sabía hacer -tortillas, tamales, pintar hilos y hacer el telar—para ganar dinero. Bervalina, de 44 años y originaria de un paraje de Chalchihuitán pero que vino a vivir a San Cristóbal desde chica para estudiar en un internado, también vendió diferentes productos cuando su marido la abandonó en 2004 después de doce años de matrimonio.

Empecé a vender tamales, atole, leña, carbón, todo lo hice...Tacos, todo lo hice. Cumplió 18 años mi hija. Busco un trabajo le pido trabajo el presidente municipal [de Chalchihuitán] en 2012 en 2012-2015. Fui enlace del programa prospera llegó a trabajar en el ayuntamiento. (Entrevista con Bervalina, San Cristóbal, 10 de mayo de 2022)

Además de todos estos diversos trabajos, Bervalina bordaba blusas sencillas para una señora que venía de Chanal y vendía en el mercado regional en las temporadas turísticas.

Bordaba yo en las noches para sacar mis gastos cuando me quedé con mis hijos cuando se fue mi marido. No mucho, para sacar mis gastos. Ahorita le digo que ya cambió mi vida. Cambió mi vida. Como dice mi hijo, “Ya está bien tu vida, ya te superastes”. Porque imagínate veo las mujeres en la calle pues siguen en las mismas condiciones: vendiendo elote; vendiendo chicharrín. Yo también vendí chicharrín. Pero ahora ya cambió mi vida porque ahora me dedico a bordar ya no vendo.



La trayectoria de Bervalina refleja cómo cambia la forma en que las mujeres realizan y venden sus productos artesanales en función de su historia de vida particular. Antes Bervalina bordaba para vender a un intermediario (tipo de venta J). Solo bordaba las florecitas de los cuellos de las blusas. “Estos bordaditos eran lo más fácil eso es lo que hacía yo, se avanza mucho,” explica. “Me daba tres blusas por 50 pesos”. Gracias a estos bordados y a sus otros trabajos, más el dinero que recibía del programa Prospera, Bervalina logró salir adelante. “Ahorita ya cambió mi vida”, repite. Ya no hace los bordados para la comerciante de Chanal sino trabaja junta con otras mujeres de Chalchihuitán bordando y vendiendo nuevos diseños de blusas y trajes de su comunidad (en alrededor de \$1,500 pesos) y también ha formado con el mismo grupo una asociación civil para apoyar a las mujeres de Chalchihuitán.





*Imagen 25 Comparación entre el tipo de blusa que Bervalina bordaba antes para vender con un intermediario y el traje de Chalchibuitán que borda ahora.*

A pesar de sus diversas trayectorias, estas mujeres compartieron el mismo motivo para dedicarse a la artesanía: sacar adelante a sus hijos. También tenían más libertad para dedicarse a la venta fuera; sin hombres que se impidieran a salir, la única limitación para la producción y la comercialización de sus prendas ha sido la realización de otras labores en el hogar y el cuidado de sus hijos pequeños. Luisa, la artesana de Larráinzar que ahora vende con los misioneros mormones, vendía artesanía desde antes de separarse de su marido. Aunque tenía seis hijos que mantener, dice que fue más fácil trabajar después de su separación: “es más mejor como está ahorita. Nadie se molesta, nadie se regaña” (Entrevista con Luisa, Larráinzar, 19 de mayo de 2022).

### **6.1.2 Apoyo a la economía familiar: las mujeres casadas**

Las mujeres que se mantienen a sí mismas y a sus hijos de manera independiente todavía representan son los casos atípicos. De las mujeres entrevistadas, 29 son solteras, 43 son casadas, 9 son separadas y 1 es viuda. Para poder comparar datos similares, restringí los datos del censo a los promedios de los estados conyugales de mujeres de entre 15 y 64 años en los municipios

donde viven las mujeres entrevistadas, adecuando el rango de edad a lo de las mujeres de mi muestra (14-65). Los promedios de estado conyugal de las mujeres según este recorte son: 28.89% soltera, 17.16% casada, 43.93% unión libre, 5.93% separada y 4.1% viuda. Aunque no distinguí entre mujeres casadas y mujeres en unión libre, cuando se suman las mujeres casadas y en unión libre del censo, del porcentaje es del 61.09%, mientras que en mi muestra es del 52.4% (INEGI, 2020). Se observa una diferencia modesta en el promedio de mujeres casadas y solteras entre las cifras del censo y la muestra pero por lo general no hay grandes discrepancias entre la distribución de estados civiles en la muestra de la investigación y el censo de población y vivienda.

|                                                                                  | <i>Estado civil</i> |             |        |          |       |
|----------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-------------|--------|----------|-------|
|                                                                                  | Soltera             | Unión libre | Casada | Separada | Viuda |
| <i>Censo 2020</i><br>(municipios incluidos en la muestra, mujeres de 15-64 años) | 28.89%              | 43.93%      | 17.16% | 5.93%    | 4.1%  |
| <i>Muestra</i><br>(N=82, mujeres 14-65 años)                                     | 35.37%              | 52.43%      |        | 10.98%   | 1.22% |

*Cuadro 9 Estado conyugal de mujeres en Los Altos. Una comparación entre muestra propia y el censo de los mismos municipios de Los Altos. Fuente: Censo de Población y Vivienda 2020 (INEGI, 2020).*

Las mujeres casadas, el grupo demográfico más numeroso de mujeres en las comunidades de Los Altos y también el más representado en la investigación, son muy variadas en cuanto a sus tipos de venta y producción artesanal. La cantidad de piezas que hacen y sus espacios de venta dependen de su relación de pareja – si su esposo la entiende y la deja salir– y del número de hijos que tienen, debido al cuidado que implica para las mujeres. No obstante, en todas sus variaciones, las mujeres entrevistadas recalcan el hecho de que la vida de una mujer casada es muy distinta de a la de una mujer soltera. “Si te casas es donde cambia mucho”, me comentó Marcela. Ella ofreció esta reflexión sobre una artesana exitosa “muy popular, muy famosa” en Larráinzar quien acabó de casarse y luego dejó de hacer los telares y vender la artesanía. Marcela no sabe si es porque su marido gana suficiente dinero para mantenerla o si simplemente no quiere que ella salga, pero su caso refleja lo que todo el mundo sabe en Los Altos: en la vida de casada no se disfruta de la misma libertad.

En muchos casos, la pérdida de libertad al casarse está relacionada con las tareas domésticas propias de las mujeres en comunidad: preparar la comida para el marido y cuidar a los niños.

Martidiana, una bordadora de Catixtic, Chamula, ofrece una buena descripción de las expectativas que conlleva este papel. Un chico vio a su hermana menor desde la calle y, aunque ella no lo conocía y ni siquiera lo había visto, le pidió la mano.<sup>35</sup>

aquí pasó y vio que había una chica y que le gustó y no sé qué. Así que vinieron a pedir, oficialmente [...] Dudó mucho en aceptarlo porque le gustaba más ser independiente. [...] Le fue difícil porque somos liberales. Levantamos a las 7, a las 8, las 9 a veces. Pero en cambio, ya tienes un esposo ya tienes que encargarte a levantar si trabaja en un lugar lejos, pues ella se levanta a las cinco de la mañana. (Entrevista con Martidiana, Catixtic, 26 de julio de 2022)

Aunque en este caso, la pérdida de libertad está relacionada con la adaptación al horario de trabajo de su esposo, hay otros casos en los que la pérdida de libertad está relacionada con la prohibición de salir. Pascuala, la artesana comerciante del centro de Zinacantán, tuvo que dejar de trabajar en la artesanía por completo cuando se casó con su exmarido. Durante el tiempo que estuvo casada, solo tejía la ropa de ella y de su marido. Su esposo no le dio permiso para salir, ni siquiera para visitar a su madre, que vivía a una cuadra de su casa. Cuando decía que iba a la casa de su madre respondía “¿Qué vas a ir a mamar o qué?”. No quería que fuera a ver a su mamá porque llegaban turistas allí: “pues cuando llega los turistas te agarran la mano, te dan un beso, que piensa que es mi amante que no me puede dar un beso así” (Entrevista con Pascuala, Zinacantán, 11 de marzo de 2022). Después de separarse de su ex marido por ser maltratador, regresó a vivir con su madre y retomó la artesanía.

Existe mucha variedad entre las experiencias vividas por las artesanas respecto a la costumbre de que las mujeres no deben salir. Rosa de Nachig, comenta que “no se molestaba mi papá” que su madre saliera a entregar pedidos y atender a reuniones en San Cristóbal en su cooperativa J’pas Joloviletik. Sin embargo, aunque sus hermanas también tienen derecho a entrar en la cooperativa por la regla de que se hizo que solo las descendientes directas pueden ser socias, no han entrado porque “su marido no le deja ir. La otra también está casada y no le deja, también”. La prohibición de salir en este caso – una mujer va a la misma cooperativa donde eran socia su madre y su abuela y que se encuentra a solo 20 minutos en taxi colectivo del pueblo— refleja lo arraigada que está esta norma social. Durante mi trabajo de campo y mis entrevistas con mujeres, me di cuenta de que las mujeres que conocía, suelen ser los casos de las mujeres

---

<sup>35</sup> Una práctica tradicional y extendida para contraer matrimonio en Los Altos es que el hombre que quiere casarse con una mujer vaya acompañado de su padre para pedirle permiso a los padres de esta. En muchos casos, los padres de la mujer presionaban a esta para aceptar la petición (véanse Eber y “Antonia” [2011] y Garza [2002] para casos y descripciones más detalladas de esta costumbre). Aunque esta práctica no ha desaparecido, ahora es común que la decisión del matrimonio sea consensuada por la joven pareja (Collier, 1990).

que sí cuentan con la libertad o el permiso de sus maridos para salir, lo cual no refleja la situación de muchas de las mujeres en Los Altos. Antolina, una artesana soltera del paraje de Macvilho en Chamula, me comentó que en su pueblo, si se casa una se tiene que dejar de trabajar. Dijo que algunos pocos hombres permiten que sus esposas sigan trabajando “pero no te permiten ir dos, tres días a la ciudad”. Sus primas casadas que forman parte de su grupo de producción llegan hasta su casa para dejar sus prendas pero no salen. “Pareciera que sí las dejan salir pero no creo al momento” Antolina dijo esto con una risa sardónica (Entrevista con Antolina, Macvilho, 9 de julio de 2022). Martidiana, citado arriba, describió la situación en su pueblo Catixtic en los mismos términos: “sabemos aquí si te casas, te quedas en casa, obedeces al hombre, haces todo lo que sea, pendiente de todo”. (Entrevista con Martidiana, Catixtic, 26 de julio de 2022), Parece que la libertad de movimiento de las mujeres ha cambiado poco en los últimos 50 años al comparar estas situaciones actuales con los testimonios de las primeras artesanas que salieron. Maruch Gomes (Rus et al., 2016), citado antes y quien era la abuela de Martidiana, describía cómo su marido se enojaba cuando salía a entregar sus productos en San Cristóbal en los años 70.

Una de las razones detrás de la conservación de esta norma, a pesar del hecho que el trabajo artesanal ya no representa una nueva actividad laboral y se ha convertido en una fuente de ingresos habitual en toda la región de Los Altos, es su respaldo no solo por parte de los maridos o hombres de familia sino también por parte de los vecinos y habitantes del pueblo. Montero (2015) cita a la directora de la incubadora social del Tec de Monterrey, quien participó en la formación de grupos de artesanas en el municipio de Chenalho’, y quien señala el chisme como una causa común de disertación de las mujeres en los grupos artesanales:

Hay mujeres que han salido de los grupos porque son víctimas de las habladurías en su comunidad, y en lugar de defenderse y seguir adelante, ese tema les pesa mucho y deciden salirse, hubo en caso en Chenalho’, de una mujer embarazada quien tuvo que viajar a San Cristóbal para un taller, y cuando regreso después de dos días, se tuvo que quedar a dormir, su esposo lo estaba esperando súper enojado, la golpeó, porque en la comunidad corrió el rumor de que ella se estaba prostituyendo. (Cecilia Alheli, citado en Montero, 2015, p. 245)

Entre la expectativa de atender al marido y a los niños, sobre todo en las familias numerosas, y la norma de que no debe de salir de la casa, las mujeres casadas suelen tener menos posibilidades de salir para entregar o recibir pedidos de San Cristóbal y también tienen menos tiempo para dedicarse a la elaboración de prendas. Lo mismo ocurre en las familias zapatistas donde se defiende la igualdad de derechos entre mujeres y hombres; el papel de las mujeres en el cuidado de los niños ha resultado ser un hecho poco negociable. Aunque se han logrado

grandes avances en los derechos de las mujeres -algo que mencionaron varias mujeres entrevistadas que forman parte de la organización zapatista y que han cambiado de manera importante la prohibición de que las mujeres salgan (véase también Forbis, 2006, p. 195)— la división del trabajo doméstico no ha cambiado, ya que las mujeres siguen encargándose principalmente de los cuidados de los niños.

Una tejedora de 60 años de la muestra tuvo que renunciar la nominación para un cargo en la base zapatista de Tsabalho', el paraje de Chenalho' donde ella reside, a pesar de su voluntad para asumirlo; si lo aceptara tendría que salir seguido de casa, lo que le impediría cumplir con sus deberes de cuidar a sus seis hijos. Después de varios intentos frustrados de reclutar mujeres casadas para ocupar cargos, en esta base se decidió que solo se escogerían mujeres solteras (Eber, 1999). Para poder compaginar los deberes de las mujeres en sus casas, Tsobol Antsetik, el colectivo de tejedoras formado por esta mujer y sus familiares, programa pocas reuniones para no quitar demasiado tiempo a las responsabilidades domésticas de las mujeres. A diferencia de otros lugares donde se espera que las mujeres trabajen y donde "hay guarderías, donde se puede dejar a los niños al cuidado de otra persona" la carga de cuidar a los niños recae completamente sobre las mujeres:

siempre tenemos un niño pegado a nuestra espalda o nuestro pecho. Así es como crecen los niños. Cuando son un poco más grandes, cinco o seis años, siguen necesitando a alguien en casa que les dé de comer. Además, los hombres no ganan mucho. También necesitan que las mujeres ganen dinero para mantener la casa. Pero si la mujer se va de casa y también el hombre, nadie se ocupa de los niños. (Eber y «Antonia», 2011, p. 119)

Este dilema de necesitar generar algo de dinero para suplementar lo poco que ganan los hombres y, al mismo tiempo, tener que cuidar de los niños lleva a muchas mujeres de buscar soluciones en la producción artesanal que no conllevaban muchas salidas. Muchas veces, la mejor opción es de vender a intermediarios que tienen sus propios grupos y llevan sus productos a vender en San Cristóbal (tipo de venta G). A diferencia de las mujeres que viven en parajes alejados y no logran entrar en contacto directo con clientes de afuera, estas situaciones de venta a intermediarios representan una elección por parte de las mujeres, tomada en función de su papel de cuidar a sus hijos en vez de una imposición estructural de la organización desigual del espacio. El siguiente escenario, narrado por la hija de una artesana de Aldama, ilustra la lógica que hay detrás de esta modalidad de venta:

hay mujeres que hace tiempo sí conocían de San Cristóbal, que vendían sus productos. Bueno y entonces mi mamá conoció a ese grupo de gente. Me acuerdo de que había una señora que decía que si le interesaba a mi mamá, que le iba a enseñar. Entonces mi mamá lo hacía unas servilletas. Y ya la señora, ella pues conocía alguien llevarlo a San Cristóbal

o le digo porque también de por sí tenía su grupo. Mi mamá sí le invitaban a formar parte de ese grupo pero ella decía de que tal vez no iba a poder hacer todo lo que le iban a pedir, solo lo que podía.

Es que también, dijo que por nosotros porque estábamos pequeños. Entonces que nos tenía que cuidar, mantener entonces solo lo que ella podía hacer, lo hacía. Pero así de estar en un grupo mi mamá no estuvo, no, no estuvo. Pero sí lo sabía hacer. (Entrevista con Ana María y María Elena, Aldama, 2 de agosto de 2022).

La decisión de dedicarse menos tiempo a la artesanía, de no formar parte de un grupo para no tener que cumplir con los pedidos que recibían y en cambio hacer “solo lo que podía”, evidencia la prioridad que tenía cuidar a los niños por encima de tener una posición más beneficiosa en el campo comercial. Y valga recordar que se trata de una decisión que se toma a pesar de la situación de pobreza en la que se encuentran casi todas las mujeres que viven en los municipios de las artesanas entrevistadas (cito de nuevo las cifras del censo de 2020: 96.5% que viven en pobreza y 56% que viven en pobreza extrema). Como señala Eber (1999, p. 19), las responsabilidades principales de estas mujeres radican en el ámbito doméstico, no en su actividad económica. De acuerdo con esta modalidad de venta, la cantidad de productos que las mujeres suelen realizar es menor y se organiza en torno a las labores domésticas.

Algunas mujeres casadas que participan en grupos de producción o tienen relaciones comerciales con tiendas han logrado adaptar el ritmo de los pedidos a sus obligaciones como madres y esposas. Cuando estaba entrevistando a Ceci, una de las artesanas con más éxito que tiene trato directo con clientes de afuera y vende a tiendas de toda la república, me habló de los cambios en la forma de vender que se producen cuando las mujeres se casan y tienen hijos en relación con una de las mujeres del grupo que ella representa: “la que vino hace ratito, cuando la conocí era soltera. Luego se casó, sus hermanas se casaron y eso también limita un poco la producción. Tienen su propio hogar y ya tienen su propia familia” (Entrevista con Ceci, Larráinzar, 28 de marzo de 2022). A diferencia de la madre de la artesana de Aldama, que decidió no entrar en un grupo para no tener que comprometerse a realizar pedidos que pensaba que no iba a tener el tiempo de hacer, las mujeres que ya formaban parte del grupo de Ceci ajustaban su producción.

La posibilidad de cambiar los tiempos o las cantidades de los pedidos depende de una relación de trabajo más cercana. Julia, una tejedora de 39 años que vive en el centro de Zinacantan, lleva más de 12 años trabajando con Fábrica Social, una empresa social ubicada en la Ciudad de México (tipo de venta A). Julia explicó que ella y las otras mujeres en su grupo familiar de producción sólo realizan pedidos una vez al mes “porque nosotros casi no nos apuramos”, explica Julia.

Como somos así madres de familia pues tenemos otras cosas que hacer, atender a los niños. A los que tienen hijos, pues tienes que ir cuando tienen clases, ir a dejarlo, es complicado. Cuando tenemos esposos, tenemos que mantenerlo, darle de comer. Más si hay algunas que también se dedican todavía a ayudar al esposo al invernadero. Cuando tienen la cosecha de flor, van a cortar las flores. Yo ya no porque ya no me da tiempo. Antes sí, antes sí llegaba pero ahora ya no. (Entrevista con Julia, Zinacantán, 11 de marzo de 2022)

En esta explicación de su ritmo de producción, Julia señala ajustes que se producen en dos direcciones. Por un lado, adapta su trabajo artesanal a sus obligaciones con sus hijos y su esposos. Por el otro lado, adapta su apoyo al trabajo floricultor de su esposo a su trabajo artesanal. Este doble ajuste pone de manifiesto la relación dinámica entre el trabajo artesanal y el papel de la mujer en la familia.

Mientras que las mujeres adaptan su modalidad de trabajo de diversas maneras para adecuarla a su papel de madres y esposas, el hecho de cambiar la forma de trabajar al juntarse, casarse o tener hijos es algo constante que no depende de la edad ni de la ubicación de la mujer. Por ejemplo, Manuela, una mujer de 45 años que acaba de juntarse y vivir con su pareja en el paraje de Natilyaxaltik en Larráinzar, salió de la cooperativa J'pas Joloviletik después de ser socia allí durante casi 25 años (tipo de venta C). Cuando le pregunté si había tomado la decisión de salir porque a su nuevo esposo le molestaba que saliera, Manuela respondió que no, sino que ella había decidido retirarse porque le iban a dar un cargo en la tienda de hilo de la cooperativa, lo que implicaba aún más juntas y reuniones, y no le daba tiempo para atender a su esposo. Ahora solo vende con su madre en el parador turístico de Larráinzar (tipo de venta I), un espacio construido por el gobierno en 2005 para que las artesanas del municipio pudieran vender sus piezas a los turistas que pasan por la carretera. A veces viene ella y a veces viene su madre; si ninguna de las dos puede venir, la cierran. Cuando decide no venir dice, que es porque tiene su trabajo en su casa. Le gusta estar en su local del parador, aunque la ganancia es muy poco y son escasos los turistas que llegan. También recibe 300 pesos por encargos de mujeres de Larráinzar para bordar sus naguas<sup>36</sup> (tipo de venta L).

La trayectoria de María Luisa, una tejedora de 40 años que se mudó de Oventic Chico, un paraje de Larráinzar a los 18 años para ir a la preparatoria en San Cristóbal, también demuestra la prioridad que se da al cuidado de los hijos a pesar de haber vivido varios años fuera de su comunidad. María Luisa formó parte de la cooperativa Jolom Mayaetik junto con otras mujeres de parajes cercanos a Oventic y desde los 14 años servía como representante (tipo de venta C).

---

<sup>36</sup> Las naguas son las faldas de enredo que forma parte del traje de uso diario de las mujeres en muchos de los municipios de Los Altos.



Seguía trabajando con la cooperativa cuando se mudó a San Cristóbal, al mismo tiempo que asistía a la escuela. Había aprendido en la cooperativa la técnica del telar de pedal y trabajaba de lunes a sábado en la cooperativa, en un horario fijo de 9 a 14 h. Después de su turno en la cooperativa, se dirigía directamente a clase. También le tocó salir como representante de Jolom Mayaetik a vender fuera, en diferentes ciudades de México y también en Estados Unidos. Trabajaba así durante cinco años, hasta que se casó y tuvo su primer hijo.

Entonces me sentí allá muy pesado el trabajo. Y como teníamos que salir también de viaje y todo entonces ya siento difícil llevar un bebé, aparte las prendas que cargamos, maletas y todo eso. Y eso ya lo sentía muy pesado. Entonces decidió mi esposo mejor quédate en la casa que crezca primero el niño y ya después ya buscas otro trabajo. Y así fue, decidí salir. (Entrevista con María Luisa, San Cristóbal, 13 de octubre de 2021)

Durante seis años, cuidaba de sus hijos y solo vendía de forma ocasional telares que hacía en casa en el mercado de Santo Domingo (tipo de venta J). “Pero como no trabajo seguido así con eso tarda mucho en hacer el tejido. Por ejemplo, una prenda si tarda más que ya con los niños. Es que tuve este tuve seguido mi hijo, se llevan año y medio. Entonces por eso así me sentí muy pesado. [...] Entonces no hacía yo bien mi tejido.” No empezó a trabajar de nuevo hasta que entraron sus hijos en el kínder. Primero encontró trabajo de limpieza en casa de una señora a la que había limpiado antes de recoger a su hijo del colegio. Más tarde se topó en la calle con una diseñadora que había trabajado con Jolom Mayaetik y que le ofreció un puesto en la asociación civil El Camino de Los Altos. De 2009 a 2013, María Luisa y su familia hacían pedidos para El Camino de Los Altos (tipo de venta D) y también trabajaba en la oficina de la organización. Luego, en 2013, María Luisa se quedó embarazada de nuevo y dejó su trabajo. Al dejar su trabajo, empezó a hacer entregas ocasionales en tiendas de personas que conocía en San Cristóbal, como Nail Chen, y alrededor de un año más tarde entró en la Colectiva Malacate (tipo de venta D).

En los casos de Manuela y María Luisa encontramos dos formas diferentes de organizar y adaptar el trabajo artesanal en torno a sus papeles de esposa y madre. Manuela, ante la elección de dedicar más tiempo a un cargo en su cooperativa, que implica también desplazarse hasta San Cristóbal, o dedicar más tiempo al trabajo doméstico y atender a su nuevo esposo, optó por retirarse de la cooperativa. Esta decisión limita sus opciones de venta en el mercado local (realización de naguas) y en el mercado regional (su espacio en el parador), pero le ahorra el tiempo y el dinero que tendría que gastar en desplazamientos hasta la cooperativa de San Cristóbal. Las mujeres del grupo de Ceci tomaron una decisión similar al casarse: reducir su producción. María Luisa, en cambio, aunque también terminó reduciendo su producción al tener hijos, decidió dejar los trabajos con horarios establecidos para poder ocuparse de sus hijos.

### 6.1.3 Las responsabilidades de las mujeres libres: el papel de las mujeres solteras en los grupos artesanales y las familias

Frente a la diversidad de trayectorias y experiencias laborales de las mujeres casadas, cuyos tipos de venta dependen de la permisividad de su pareja y fluctúan en relación con sus cuidados en casa con respecto a su esposo y sus hijos, las mujeres solteras cuentan con más libertad de movimiento para salir a vender sus productos y más tiempo para dedicarse a la elaboración de textiles. Algunas autoras (Garza, 2002; Eber y Rosenbaum, 1993; Nash, 1993) ya han notado la creciente tendencia entre las mujeres de las comunidades tsotsiles y tseltales de Los Altos de posponer el matrimonio o de quedar solteras. Basándome en las entrevistas que he realizado a las mujeres de mi muestra, a continuación presento algunas de las razones principales que llevan a una mujer a no casarse y el impacto que tiene en el trabajo artesanal.

Dos temas principales han emergido en relación con la decisión de no casarse. El primero fue la tendencia a no casarse tras ser testigos de que sus padres, muchas veces alcohólicos, maltrataban a sus madres. Algunas mencionaron también haber tomado la decisión al ver cómo los maridos de sus hermanas les trataban. Conocí tres grupos de hermanas, nueve mujeres en total, que decidieron quedarse solteras por esta razón. En Chacoma, Tenejapa, tres hermanas solteras de alrededor de 65 años que viven juntas decidieron no casarse porque su padre pegaba mucho a su madre (“agarraba machete, palo”) y pensaron que todos los hombres eran iguales y por eso decidieron mejor no juntarse (Entrevista con María, Chacoma, 06 de agosto de 2022).

Angela y Ceci, dos hermanas de 50 y 41 años que viven en Pantelho’, mencionaron que decidieron no casarse por el maltrato que sufrió su madre a manos de su padre, quien es alcohólico y la golpeaba.

La verdad pensé mucho en mi mamá, que no quería dejarla sola. Porque yo miré como era mi papá. Que tomaba mucho. Me daba miedo que le hacía daño. Qué tal si la mata. [...] Decidí no abandonarla. Porque ya con marido, ya es otra cosa. Qué tal si no me da permiso de venir a ver mi mamá. Y queda en mi conciencia si le pasa algo. Decidí no casarme. Hubo personas que me querían pero decidí que no. [...]

Además no es fácil tener esposo. Hay que ser responsable de todo. Sí y sabe uno hacerlo lo que quiere el esposo, que lavarle, darle de comer y ya que estás ahí no sabe uno, después va a empezar los problemas y todo eso. Es donde no decidí casarme. (Entrevista con Ceci, Pantelho’, 04 de agosto de 2022)

No es que por mi mamá, pues si lo dejo mi mamá. Y lo miro a los hombres que toman trago [...] Vinieron aquí a pedir los hombres, venir a pedir en el casamiento en civil en la iglesia. ¿Para qué? Les dije que no. Es que los hombres siempre toman y vienen borracho. Mejor trabajo. Me gusta trabajar. (Entrevista con Angela, Pantelho’, 04 de agosto de 2022)

Además del temor a vivir una situación similar a la de su madre, Angela y Ceci señalan en estas explicaciones el deseo de trabajar y cuidar a su madre, con quien vivían hasta su muerte.

La libertad para decidir sobre su trabajo y sus salidas fue el segundo tema más citado por las mujeres entrevistadas en relación con su decisión de no casarse. Juana Victoria, una mujer tseltal de 32 años de la comunidad de Cancuc y representante de un grupo grande de mujeres llamado X-Chilul Pak' (tipo de venta A), explica que “no quiero casarme tan rápido”. Aunque piensa casarse en algún momento, quiere que sea ya “cuando tengo así un poco la experiencia. Que llego a tener pues la persona que no me exige, que no sea yo maltratada ahí, que me pueden respetar así también lo que decido de trabajar. Es lo que me ha gustado. Por eso no quise casar así tan menor de edad” (Juana Victoria, Cancuc, 10 de marzo, 2022).

Ceci, la tejedora exitosa de Larráinzar descrita anteriormente, estuvo varios años sin pareja y no estaba segura de si quería casarse. Trabajó durante varios años en la ONG Aid to Artisans y luego en Kip Tik, donde se dedicó a ser coordinadora de campo antes de salir para “sentar cabeza” y formar su propio grupo y también su propia familia con su nuevo esposo. “Juan lo conocí hace cuatro años estuvo diciendo ‘es que yo sí me quiero casar contigo’. Pasamos de novio de toda la vida, porque realmente sí cuesta decidir. Y uno pues amaba mucho mi trabajo. De concentrarme al 100% con ella y yo decía así menos problemas”. La decisión de Ceci de no casarse rápido, al igual que Juana Victoria, tiene que ver con el deseo de trabajar y no estar restringida por el papel tradicional de las mujeres de quedarse en casa. El miedo de Ceci a casarse tiene que ver con lo que veían en su familia y en su comunidad; “creo que sí, muy traumada con lo que había visto. La vida de mi mamá, de que ella pues puso todo en su hombro, sus hijos, aun así salimos adelante con mucha escasez”. Tenía miedo de que al casarse su esposo no le dejara salir: “Que me empiece a aislar. No, yo decía, con eso me martirizaba. Yo decía lávale la ropa no, no quiero”. Tras muchos años de dudas, finalmente se casó pero solo después de hablar con su novio y dejar claro que no iba a sacrificar su libertad. Ahora que está casada, Ceci es la única mujer de todas las artesanas que he conocido que tiene una empleada para que cuide de sus hijos y de la casa.

En la muestra, no es casual que las artesanas más exitosas, que son representantes de grupos que venden directamente a clientes con tiendas en otras ciudades (tipo de venta A), que reciben pedidos seguidos y cobran precios más altos, sean solteras (con muy pocas excepciones, como Ceci). Al no tener que dedicar tiempo o esfuerzo a atender a un esposo o de cuidar a los hijos, disponen de tiempo y libertad para salir a entregar pedidos a tiendas de San Cristóbal o con Fonart en Tuxtla, para asistir a reuniones y talleres con ONG, y para vender los productos

de su grupo en expoventas y ferias en otras ciudades. Por estas mismas razones, las mujeres solteras son escogidas para realizar las actividades comerciales que requieren salir de la comunidad en los grupos de producción y en las cooperativas manejadas por socias tsotsiles y tseltales.

Antolina, una tejedora y bordadora de 31 años que vive con su madre en Macvilho, Chamula, empezó a trabajar en el grupo de producción de su abuela y su madre a los 13 años, y desde entonces participa en reuniones y talleres con otras organizaciones. Aunque, por una parte, sí quería participar en el grupo para “poder ganar dinero” como artesana, no le gustaba ir a talleres, que duraban a veces tres días y, en algunas ocasiones, hasta cinco días en San Cristóbal. Como el grupo pertenecía a o vendía a varias organizaciones -como Sna Jolobil, la Fundación León XIII, J’pas Joloviletik y Casa de las Artesanías— le tocaba ir a muchos talleres. También mandaban a otra compañera del grupo “pero más a mí”, explicó Antolina. “Porque era (y estoy) soltera y podía viajar”. Antes, solo había salido a San Cristóbal un par de veces con su abuelo, que llegaba de madrugada para vender verduras en el mercado Mercosur. La primera vez que la mandaron a un taller de corte y confección con la Fundación León XIII, donde su grupo vendía, no hablaba español: “solo entendía un poco, pero no respondía bien” (Entrevista con Antolina, Macvilho, 9 de julio de 2022).

Ahora Antolina considera que estos talleres le sirvieron mucho, porque ya sabe hablar español, sabe moverse y ha hecho relaciones con muchas personas y organizaciones de fuera. Sin embargo, antes no veía el beneficio y lo consideraba una obligación, no una elección: “no me gustó, solo iba”. Además de ir a los talleres, también hacía sus propios telares, repartía los hilos a las mujeres de su grupo y entregaba los pedidos. En 2011, Antolina dice que “casi casi me mandaron” a trabajar como vendedora en la tienda de la cooperativa J’pas Joloviletik, donde su grupo también formaba parte. Salir tanto le cansaba: “Ya me harté. Es que me mandaban a talleres y así pasaba más tiempo fuera. Bueno sentía que yo estaba cansada”.

La experiencia de Antolina pone de manifiesto las responsabilidades que recaen en las mujeres solteras, paradójicamente, por ser libres. Esta realidad complica la imagen de éxito o ventaja que se puede tener de las mujeres solteras, que solo velan por sus propios intereses. Aunque su libertad para salir y el tiempo del que disponen suele ser mayor que el de las mujeres casadas, eso no implica que actúen de forma independiente. Las mujeres tsotsiles y tseltales solteras casi siempre siguen viviendo en casa de sus padres y trabajan en grupos familiares que, a veces, se extienden a incluir a otras mujeres de su pueblo. La libertad que ellas tienen se vive y se acomoda en sus relaciones familiares, con su grupo artesanal y en sus relaciones sociales en el

pueblo. Juana Victoria, la líder de su grupo de unas 50 mujeres, vive con sus padres, sus hermanos y sus cuñadas. Entre todos, trabajan de manera conjunta, aunque con labores divididas, para sacar adelante tanto el trabajo artesanal del colectivo como el trabajo doméstico. Sus dos cuñadas se dedican más a preparar la comida y hacer la limpieza, pero Juana Victoria dice que “ellas están de acuerdo también porque saben pues que es nuestro beneficio entre todas aquí. Los hacen sus telares aunque salgo en la expo los llevo también a sus trabajos” (Entrevista con Juana Victoria, Cancun, 10 de marzo de 2022). Al ser soltera, Juana Victoria tiene la libertad de salir a vender fuera, pero también tiene la responsabilidad de buscar estos espacios de venta para las otras mujeres de su grupo. La idea de que las mujeres solteras son independientes por no tener las obligaciones que normalmente corresponden a las mujeres en comunidad, hacia un esposo o hijos, hace caso omiso de todas las otras relaciones —de parentesco, tanto como de trabajo— que les siguen conectando a su familia y su pueblo.

Este hecho también se evidencia en el caso de Martidiana, otra artesana soltera de 27 años del paraje de Catixtic, Chamula, que trabaja en la cooperativa J’pas Joloviletik. Dijo que su madre “me hizo independiente de mi bordado a los 15 años. A los 15, dijo ya es tu propio ingreso, ya de lo que vas ganando es tuyo”. Sin embargo, esta independencia no implica actúe de forma respecto a su familia, con la que sigue viviendo. Cada vez que iba a San Cristóbal para asistir a talleres convocados por la ONG con la que trabajaba, ella dijo que gastaba entre 200 y 300 pesos, a pesar de que la ONG se hacía cargo del transporte. Explicó que fue porque su padre “andaba borracho” así que ella compraba café y azúcar para la familia. Y cuando le pregunté cuándo empezó a salir de casa de forma independiente, contestó que

de forma independiente... no tan independiente, porque siempre le preguntaba a mi madre si podría ir. Pero como sabe que es de la coope [J’pas Joloviletik], entonces está bien. Y en ese tiempo como te digo llegaron los talleres y salía como de tres o dos veces a la semana allí en San Cris. Bueno te digo en esa época también tenía mis cuatro hermanos que no les gustó que una mujer saliera o que viajara sola y que dejara la casa. Entonces fue un poquito, no tan independiente. (Entrevista con Martidiana, Catixtic, 26 de julio de 2022)

Martidiana cuenta que, por la insistencia de sus hermanos, tuvo que quedarse en casa en vez de ir a los talleres de su cooperativa. A pesar de que no estaba casada, las normas y expectativas sobre el comportamiento de las mujeres sí le afectaban en su familia. De forma similar, Antolina, que vive con su madre (ya no vive con ellas su padre), y que durante años salió como miembro del grupo local de artesanas para hacer entregas de productos en San Cristóbal y asistir a talleres, comentó que sus vecinos “nos ven raro” y decían que ella y su madre salían a buscar hombres.

Sin embargo, Martidiana y Antolina seguían saliendo y poco a poco tanto los hermanos de Martidiana como los vecinos de Antolina se fueron adaptándose. Antolina menciona que ya no dicen nada sus vecinos: “Ya se acostumbraron”.

## **6.2 La relación entre el trabajo artesanal y el trabajo en el campo**

Una última dinámica importante en las comunidades tsotsiles y tseltales que condiciona la incorporación de varias mujeres en los mercados artesanales es el trabajo en el campo. A pesar de su centralidad en la vida de muchas mujeres de Los Altos, el trabajo en el campo no se relaciona de manera sencilla con el trabajo artesanal; a veces mantienen una relación complementaria, otras veces representa un trabajo alternativo y en otros casos no figura como un elemento importante en la vida de las mujeres. Aquí voy a centrarme en las mujeres que mantienen algún vínculo con el trabajo en el campo, que representan a la mayoría de las mujeres de la muestra<sup>37</sup>.

Aunque el trabajo en el campo se considera principalmente como el trabajo de los hombres, las mujeres también participan en la limpieza y la cosecha de la milpa y los cafetales. Además de participar en el cultivo de los terrenos de sus familias, los trabajos domésticos de las mujeres suelen girar en torno a los horarios y las temporadas del trabajo en el campo. Si tienen padres o esposos que trabajan en la milpa –actividad que muchos hombres, aunque migren a trabajar parte del año a otros estados de México, siguen haciendo–, o si contratan jornaleros para las labores del campo, se levantan desde las tres o cuatro de la mañana para preparar las tortillas que los hombres llevarán a trabajar al campo. Luego limpian la casa, ponen a cocer los frijoles y retoman sus labores de bordado o tejido hacia las siete o nueve de la mañana, dependiendo de lo temprano que se hayan levantado. Si tienen hijos pequeños, interrumpen sus actividades para ocuparse de ellos o ir a dejarlos y recogerlos a la escuela. Vuelven a trabajar hasta alrededor de las 12 de la tarde, cuando empiezan a hacer tortillas para cuando sus maridos, padres o jornaleros

---

<sup>37</sup> En mis entrevistas, las mujeres que tenían menos relación con el campo vivían en Nachig y en el centro de Zinacantán. Como no fue el enfoque de mi investigación, no sé si este hecho tiene que ver con una característica propia de estos pueblos o por la situación particular de las mujeres que entrevisté, que en muchos casos eran separadas, viudas o solteras o se dedicaban de forma exclusiva al comercio artesanal.

vuelvan del trabajo. Una vez que todos han comido, lavan los platos y retoman su trabajo hasta las seis o siete de la tarde o, a veces, hasta altas horas de la noche.<sup>38</sup>

De esta manera, el trabajo artesanal se realiza en el tiempo que queda libre de las principales tareas domésticas de mantener la casa, preparar la comida y cuidar a los niños. Debido a su intercalación con el trabajo en el campo, el trabajo artesanal existe en una relación complementaria con el trabajo del campo, pero también secundaria. Las actividades de sembrar, limpiar y cosechar la milpa se organizan según una temporada cíclica que depende de las lluvias, mientras que el trabajo de tejer o bordar no impone sus propios tiempos de trabajo.

Aunque actualmente es muy común que los hombres de los pueblos de Los Altos migren a ciudades como la Ciudad de México o Playa del Carmen o Estados Unidos para trabajar como albañiles o en la pesca por periodos que van de algunos meses a varios años, cuando regresan a su pueblo siguen dedicándose a trabajar en la milpa, y a veces regresan con este fin. A pesar de que no suele representar una fuente importante de ingresos, con la excepción del cultivo de café en Tenejapa, Aldama, Chenalho' y Pantelho', el trabajo en el campo, y específicamente el cultivo de la milpa, sigue siendo una labor importante en la vida del pueblo. En 1975, el antropólogo Jacinto Arias señalaba la importancia fundamental del trabajo en asociación con esta labor agrícola:

Trabajar se refiere primordialmente a las actividades vinculadas al cultivo del maíz; otras actividades también se consideran trabajo, pero no se incluyen en el significado original de la palabra *am'tel*. *Am'tel* es la ocupación principal e indispensable del hombre: los tzotziles y los tzeltales la consideran con suma seriedad puesto que en ello les va la vida la principal preocupación de esos pueblos es acostumbrarse a ella. [...]

Otras actividades, como el cultivo de legumbres, plátano o caña de azúcar se consideran secundarias o terciarias: nadie sabe dedicar todo el tiempo a su cultivo. Ciertamente, algunos de esos productos constituyen fuentes importantes de ingresos, pero el dinero - aunque cada vez sea más importante como consecuencia de las influencias modernas - continúa teniendo una importancia sin duda secundaria. (Arias, 1975, p. 27)

Si bien los pueblos de Los Altos de Chiapas han cambiado mucho social y económicamente en los últimos 50 años, la importancia del cultivo del maíz que resalta Arias sigue siendo un trabajo culturalmente arraigado en las comunidades.

---

<sup>38</sup> Esta organización del trabajo se presenta al inicio del corto *Todo el tiempo y toda la vida, costuramos* (<https://www.anthropology-news.org/articles/making-it-as-embroiders/>).



### 6.2.1 Adaptar el trabajo artesanal al trabajo del campo

Entre las mujeres entrevistadas, las mayores, particularmente las mujeres viudas, solteras y separadas, que tenían la costumbre desde pequeñas ayudaban en el campo, suelen dedicar más tiempo a esta actividad. Cuando las primeras artesanas salieron a buscar dónde podían vender sus telares, como Petrona de Tenejapa o Rosa de Larrainzar, cuyas trayectorias se describieron en el capítulo anterior, no pretendían dedicarse únicamente al trabajo artesanal ni a su comercialización. En cambio, combinaban su trabajo artesanal y los ingresos que reciben por vender sus telares con el trabajo en el campo.

La combinación del trabajo artesanal con el trabajo en el campo tomó distintas formas para las dos artesanas: Petrona realizaba prendas más elaboradas y de concurso, mientras que Rosa vendía hilos teñidos y prendas ocasionales que requieren menos tiempo de elaboración. Sin embargo, cosechar su propio maíz y frijol en su milpa siempre fue una constante para las dos mujeres. El hecho de dedicarse simultáneamente a la artesanía y al trabajo en el campo ha afectado a las decisiones que Rosa y Petrona han tomado respecto a su forma de hacer y vender sus productos. Ambas han elegido hacer una producción limitada, concentrada en lo que ellas y sus familias pueden producir, sin necesidad de realizar prendas de manera apresurada ni desplazarse de forma seguida. Cabe señalar que esta modalidad de producción ha cambiado con el paso de los años. Cuando vendían con Sna Jolobil, tanto Petrona como Rosa trabajaban en grupos más grandes durante un tiempo, juntándose con vecinas para realizar los pedidos que recibían, pero últimamente han decidido trabajar de forma independiente o en familia. Rosa especificó que no realiza pedidos, sino que entrega piezas de forma ocasional a tiendas en San Cristóbal porque prioriza su trabajo en el campo.

En esta organización del trabajo las mujeres pasan más tiempo en casa, donde pueden salir a trabajar en el campo por la mañana, cuidar sus animales, realizar sus quehaceres domésticos y tejer en los ratos libres, entre estas otras labores. Se dedica relativamente poco tiempo a la comercialización de los productos: realizan entregas a algunos pocos clientes: en el caso de Rosa, a artesanos más exitosos en municipios cercanos (tipo de venta G); o, en el caso de la familia de Petrona, participan en concursos y venden en algunas pocas ferias artesanales en San Cristóbal, México y Chapala (tipo de venta E). Por lo general, al trabajar de esta manera, la comercialización de los productos queda en manos de otros: dirigentes de asociaciones grandes con clientes extranjeros, como Pedro Meza en Sna Jolobil, o agencias gubernamentales como Icadech.



Aunque Rosa y Petrona han adaptado su trabajo artesanal a su trabajo en el campo, otras mujeres han dejado de vender sus tejidos o bordados y se dedican exclusivamente al trabajo en el campo. Las tres hermanas solteras que viven en Chacoma, Tenejapa, al igual que Rosa, vendían productos con Sna Jolobil en los años 80 pero salieron del grupo porque Pedro Meza empezó a pedir muchos productos y, como siempre se dedicaban al campo, no podían dejarlo de lado (Entrevista con María, Chacoma, 06 de agosto de 2022). Actualmente, aunque tienen más de 65 años, siguen trabajando en el campo y viven principalmente de su milpa, suplementado por los ingresos que reciben por vender pollos y las ayudas del gobierno por adultos mayores. La madre de Martidiana, quien había vendido prendas bordadas en la cooperativa J'pas Joloviletk y a comerciantes en el centro de Chamula durante mucho tiempo, también dejó de trabajar en la artesanía porque le borraba la vista y ahora solo se dedica a trabajar en el campo.

### **6.2.2 La prioridad del campo durante temporadas: esposos jóvenes y ciclos agrícolas**

Otras mujeres mencionan que dejaron de realizar el trabajo artesanal durante algunos años porque estaban trabajando en el campo. Esto suele ocurrir cuando se casan y ayudan a su esposo en el campo. Cristina, del paraje de Pokoltón, en Larráinzar, dejó de hacer el telar cuando se casó y empezó a trabajar con su esposo en el campo. Además de frijol y maíz, sembraron hortalizas como tomate verde y rojo, y flores como gladiolas. Después, cuando sus hijos crecieron, dejó de trabajar en el campo y volvió al telar. Debido a una lesión de espalda, dice que sus hijos no le permiten seguir trabajando en el campo. Lucía, de Tzajalchen, Tenejapa, también dejó de bordar cuando se casó y empezó a ayudar a su marido en el café y en el cultivo de milpa. Como salía temprano a trabajar y no regresaba hasta las seis de la tarde, no había tiempo para bordar. Luego se separó de su marido y retomó su trabajo de bordado.

En estos casos, las mujeres dejaban de bordar o tejer debido a cambios en sus labores a raíz de su relación de pareja, pero otras mujeres, particularmente las que tienen cafetales, lo dejan durante el periodo de cosecha. Esta forma de combinar el trabajo en el campo con el trabajo del bordado o del telar suele adoptar la forma de una interrupción temporal de las actividades artesanales. Anastasia, a pesar de tener pedidos seguidos de tiendas y colectivos de San Cristóbal y del extranjero (tipo de venta A), ayuda a su padre, que es productor de café, con las tareas de lavado y secado del café durante los meses de octubre y noviembre. Karla, la fundadora de la Colectiva Malacate, dice que adaptan los tiempos de los pedidos que hacen con los grupos de los municipios donde cultivan café (en Malacate, estos grupos son de Aldama, Santa Martha, Chenalho', Pantelho' y Santiago el Pinar).

Otras mujeres, aunque no siempre participan directamente en los trabajos del campo, también dejan de tejer o bordar para dedicarse a preparar comida para las familias o los jornaleros que están trabajando. Juana, una tejedora soltera de 33 años que vive en el paraje de Natilyaxaltik, en Larráinzar, dice que «no toco el telar» cuando hay trabajo en el campo relacionado con la siembra de maíz y frijol: “justamente en estas fechas como en febrero, marzo y abril. Sí, en la preparación de parcelas. O a veces pagamos jornaleros que empiezan, que trabajen en las parcelas. Y nosotros tenemos que preparar sus comidas, desayunos, su comida. Y eso es lo que nos impide seguir trabajando” (Entrevista con Juana, Natilyaxaltik, 18 de marzo de 2022). Si fuera por ella, Juana, quien además de dedicarse a la artesanía fue regidora en su pueblo y tiene licenciatura en Economía, dejaría el trabajo en el campo: “Hasta a veces le decimos a mis papás ‘ya no hacemos milpas’”. Sin embargo, siguen porque “mi papá como tienen la costumbre de tener milpas cada año, por eso siempre lo hacemos”.

### **6.2.3 Dejar el trabajo en el campo: “trabajar en la sombra”**

Varias mujeres que se dedicaban diariamente al trabajo en el campo, ya fuera ayudando en la milpa o cafetal de sus padres o como jornaleras, expresaron su deseo de dejarlo por completo. Todas recalcaron lo pesado que es el trabajo. María y sus hermanas del paraje de Tzelejpotobtic, en Aldama, como se mencionó anteriormente, aprendieron a tejer para no tener que seguir trabajando como jornaleros, limpiando y cortando parcelas de maíz y café. Estaban cansadas de estar bajo sol, caminando todo el tiempo. En cambio, con la artesanía “estás allí en la sombrita”.

Angelina, de 41 años, del paraje de Chixiltón en Chenalho’ ayuda en los cafetales de su esposo. Su terreno queda a dos horas caminando, así que, cargando con su bebé y la comida de su esposo, ella salía a las cinco de la mañana y regresaba a las cuatro de la tarde. Durante alrededor de siete años, Angelina se dedicó exclusivamente a esta labor. Aunque ahora se puede llegar en carro, el pasaje cuesta 35 pesos, así que no siempre lo toma. Recientemente ha empezado a vender algunos bordados, principalmente a través de una mujer que los vende en León XIII (tipo de venta G) y no de manera directa, y le gustaría poder dejar el trabajo en el campo.

Yo estoy pensando que quiero quedar con las artesanías. Es que es un poquito más fácil. No es igual como el campo. El campo es más difícil. Es muy cansado, caminando y hay mucho sol. Hay mosquitos me pican. Hay hormigas. Yo estoy pensando que quiero quedar en la casa. Quiero buscar mi trabajo aquí en la casa. Para que no estoy saliendo, no estoy caminando. (Entrevista con Angelina, Chixiltón, 11 de octubre de 2023)

Martidiana de Catixtic también trabajó durante varios años como jornalero: limpiando la milpa y cargando leña en el campo. Después de empezar a trabajar más con la ONG Red Binacional

Niu Matat Napawika, que le encontraba compradores y le traía pedidos, Martidiana ya no tenía que hacer estos trabajos en el campo. “Gracias a Dios ya no,” dice. “Poco a poquito fuimos creciendo de todo ese tiempo y ya de allí ya no buscamos trabajo en el campo. Porque yo sí, yo me metí más en la artesanía. Sí ya eso. Mi madre seguía trabajando en el campo pero yo no.” Martidiana prefiere dedicarse al bordado porque el trabajo en el campo es “más movimiento, más trabajo bajo el sol, porque el bordado traes y lo vas en la sombra, lo haces un rato y ya” (Entrevista con Martidiana, Catixtic, 26 de julio de 2022).

Para muchas mujeres de Los Altos, el trabajo en el campo, a pesar de que suele describirse como el trabajo de los hombres, es la única otra opción de trabajo remunerado que tienen a su alcance aparte del trabajo artesanal. Como comenta Carmela, una artesana del pueblo tseltal de El Puerto, “el trabajo de aquí sólo es bordar [...] Y algunas que quieren ganar rápido, trabajar en las milpas acá, cortar. Nada más por un tiempo, por temporada”. Con esta salida económica “rápida” de pizar frijol o maíz, se ganan 80 pesos al día en El Puerto<sup>39</sup>. Aunque no parece una salida económica muy rentable, se entiende por qué Carmela lo describe como la opción “rápida” cuando se compara con el equivalente “rápida” de bordar, que es el trabajo de unir las blusas para intermediarios que paga 30 pesos por blusa y que toma alrededor de dos días a los ritmos de trabajo de las mujeres, que se dedican primeramente a sus labores domésticas. En cambio, los bordados más elaborados que se realizan para pedidos de clientes externos en el mercado nacional e internacional —que en el caso del grupo entrevistado en El Puerto fue a través de la Colectiva Malacate (tipo de venta D) y con tiendas en San Cristóbal como Tonton Textil (tipo de venta A)— se pagan \$450 pesos por blusa, y se tarda alrededor de cinco días o una semana en bordarla.

Como se puede ver en las descripciones arriba, las mujeres entrevistadas utilizan con frecuencia la expresión “el trabajo en la sombra” para destacar la diferencia entre el trabajo en el campo y el trabajo artesanal. Juana Victoria de Cancuc, que es una de las primeras (y más exitosas) mujeres de su comunidad en comercializar el trabajo tradicional de tejido, considera el trabajo artesanal como una nueva opción laboral que mejora la vida de las mujeres de su comunidad: “Trabajando así este la artesanía es en la sombra. Es ahí la diferencia. En cambio trabajar en el campo, es mucho calor. Es pesado pues, es pesado en el campo”.

---

<sup>39</sup> Según lo que me comentaron las mujeres, El Puerto es el pueblo donde menos se paga por el trabajo de jornalero. En 2022, el precio promedio en otros municipios como Tenejapa y Chenalho’ era de alrededor de 100 pesos, o de 150 cuando el precio del café era más alto. Sin embargo, en Catixtic, Chamula, el pago era más del doble: 250 pesos por este mismo trabajo. Me comentaron que este salario más alto se paga en pueblos de Chamula donde la migración de hombres es más extendida, lo que ha causado una mayor demanda de trabajo pagado en las milpas de hombres ausentes y también por las expectativas de salarios más altas entre los que habían regresado al pueblo.

### **6.3 Una domesticidad productiva: acomodados entre el trabajo remunerado y el trabajo reproductivo**

No es fácil, ni necesariamente deseable, sacar conclusiones generales de estas diversas configuraciones del trabajo en conexión con la vida en familia y en el pueblo. Los diversos papeles económicos y sociales que desempeñan las mujeres en sus familias y las diferentes combinaciones del trabajo artesanal con el trabajo en el campo no se pueden explicar de manera reductiva. No obstante, quiero ofrecer una reflexión sobre un patrón importante que se puede detectar en estas diversas organizaciones del trabajo: su inserción en relaciones familiares y comunitarias y la centralidad de los espacios domésticos. La necesidad de obtener ingresos que motiva a las mujeres a vender sus productos es constante, pero no conlleva la configuración hegemónica del trabajo propio del capitalismo, en el que sus labores domésticas y sus relaciones sociales están subordinadas a esta actividad económica. Según las descripciones que hacen las mujeres de sus trabajos y sus explicaciones sobre sus decisiones laborales, prima una lógica orientada a cuidar de sus hijos y sus familias, ya sea mediante su contribución económica al vender su artesanía o mediante el trabajo en el campo o en casa. Mientras que en la organización capitalista del trabajo el trabajo remunerado se presenta como la única vía de sostener la familia, las artesanas suelen intercalar su trabajo remunerado con otras labores no pagadas, sin dar prioridad a su trabajo económico. En la estructuración capitalista del trabajo, estas labores son secundarias e infravaloradas. Sin embargo, para muchas de ellas, estos trabajos son igual o más importantes que su trabajo remunerado.

Aunque la centralidad de estos trabajos domésticos y de cuidado de la familia en la vida de muchas mujeres a veces se refuerza con el control patriarcal de los movimientos de las mujeres por parte de los hombres en sus familias y comunidades, quiero plantear la idea de que esta organización del trabajo no es *a priori* muestra de la represión de las mujeres ni de su estatus subordinado como grupo en los pueblos de Los Altos. En cambio, considero que la organización del trabajo artesanal de las mujeres en sus diversas formas refleja el hecho de que su incorporación a las relaciones capitalistas económicas no ha conllevado la adopción por igual entre las artesanas de la ideología capitalista que otorga un valor y un prestigio superiores al trabajo remunerado en comparación con los trabajos no remunerados. Para desarrollar este argumento, quiero comparar la organización del trabajo artesanal en Los Altos descrita en los últimos capítulos con la de otro grupo de artesanas: las tejedoras de gancho de encaje de Narasapur, India, estudiadas por Maria Mies (1982).

Al igual que las artesanas de Los Altos, las hindúes estudiadas por Mies pertenecen a familias campesinas que buscan ingresos adicionales, ya que no pueden depender exclusivamente del trabajo en el campo para subsistir. Y, al igual que en Los Altos de Chiapas, en los años setenta hubo un auge del turismo que abrió un nuevo mercado nacional e internacional para los encajes hechos a mano, una técnica que varias mujeres habían aprendido por misioneras cristianas. Surgieron una larga serie de intermediarios, exportadores, comerciantes y agentes para organizar la comercialización de los encajes que las mujeres tejedoras hacían en sus casas y a las que les pagaban precios mínimos. Las mujeres de Naraspur recurrieron principalmente a este trabajo porque no podían acceder al mercado laboral “moderno”, en parte debido a su responsabilidad en tareas domésticas y no domésticas para mantener a sus familias y también por normas e instituciones patriarcales (particularmente las relacionadas con la casta) que las confinaban a sus casas. Mies argumenta que esta forma de organizar el trabajo productivo de las artesanas dentro de sus casas sirvió para invisibilizarlo y subvalorarlo, colocándolo en la misma categoría inferior que su trabajo doméstico no remunerado.

Aunque la forma y la organización de la producción de encajes no han cambiado de carácter (las relaciones son las mismas que las de la producción de valor de uso en el hogar), de hecho está totalmente subsumida en la producción capitalista orientada al mercado mundial (solo producción con valor de cambio). Como esta producción tiene lugar junto con otras tareas de reproducción del ama de casa, ésta no es capaz de penetrar esta mistificación que no trabaja para su familia, sino para el exportador. Como ella misma no es capaz de ver su trabajo como un trabajo de producción de valor, suscribe a la devaluación de este trabajo como no-trabajo, como puramente suplementario al de su marido, y no puede negociar un salario justo. Esta mistificación es la base de su sobreexplotación como ama de casa y como trabajadora. (traducción propia, Mies, 1982, p. 197)

En varios aspectos importantes, esta organización del trabajo se parece a la organización del trabajo artesanal en Los Altos: se comercializa mediante una larga cadena de intermediarios; se realiza dentro de la casa donde se intercala con “otras tareas de reproducción del ama de casa”; y se valora principalmente como un medio de mantener a la familia. Estoy de acuerdo con Mies en que esta organización del trabajo explota el trabajo de estas artesanas, aprovechando su posición marginal e históricamente discriminada y pagándoles precios mínimos por su trabajo. También vemos similitudes en quién controlan el comercio: en Naraspur, los comerciantes de alto rango eran exclusivamente hombres; en Los Altos de Chiapas, son mayoritariamente mestizos (hombres y mujeres), aunque también hay algunos hombres indígenas y, más recientemente, algunas mujeres indígenas.

Sin embargo, si cambiamos de enfoque y consideramos los valores que las artesanas tsotsiles y tseltales asignan a su trabajo, encontramos una diferencia importante. Mientras que Mies argumenta que las trabajadoras de encaje no ven “su trabajo como un trabajo de producción de valor” y aceptan “la devaluación de este trabajo como no-trabajo”, las artesanas textiles de Los Altos ven claramente su trabajo de tejido y bordado como un trabajo. Esta diferencia se nota en la afirmación de Juana, una bordadora de Aguacatenango, al momento de explicar porque no quería vender a consignación: “nosotros vivimos de mi trabajo” (17 de octubre de 2023). Si bien algunas artesanas entrevistadas comentaron que su trabajo solo les alcanza para comprar “su jabón, sus cosas para la casa”, en estos casos no es una cuestión ideológica de considerar su trabajo “como puramente suplementario al de su marido” sino refleja su situación real. Las bordadoras tseltales de El Puerto y Aguacatenango que expresaron esta idea sobre su trabajo tienen maridos que trabajan como albañiles en la CDMX, Tulum y Playa del Carmen, donde ganan entre 1,200 la semana (como chalanés) o hasta 5,000 pesos (carpintería negra en Tulum). Teniendo en cuenta que las mujeres ganan un máximo de \$500 pesos por semana por su bordado, en estos casos, su ingreso es objetivamente suplementario.

Además de valorar su trabajo productivo como trabajo, considero que las decisiones laborales de las mujeres demuestran que también valoran su trabajo doméstico no remunerado en una escala más alta que la del sistema capitalista. Mientras que Mies (1982, p. 126) argumenta que las trabajadoras de encaje “en apariencia social son amas de casa, pero *en realidad son trabajadoras asalariadas, plenamente integradas en un sistema de producción orientado al mercado mundial*”, lo que vemos con las artesanas de Los Altos es que solo están parcialmente integradas en el sistema capitalista. Para empezar, hemos visto que participan en diferentes mercados locales, regionales y nacionales, lo que implica relaciones diferenciales con un solo modo de producción. Luego, por diferentes razones que incluyen su marginación estructural que les aleja geográfica y culturalmente del campo comercial nacional e internacional, la prioridad de cuidar a sus hijos, esposos o familiares, y su dedicación al trabajo en el campo, suelen dedicar solo una parte de su tiempo al trabajo productivo remunerado.

Mies identifica esta organización como una que funciona bajo el capitalismo como un medio para extraer plusvalía. Aún más, argumenta que este es el nuevo modelo capitalista de explotación hoy en día:

en la economía globalizada esta forma de explotación se ha convertido en el modelo de explotación del trabajo en general. Hoy en día, la relación laboral estándar ya no es una relación entre el capital y un «trabajador asalariado libre» (masculino), sino una relación

en la que intervienen trabajadores y trabajadoras «flexibles», «atípicos», «tercermundistas» y «desprotegidos» -en resumen: «amas de casa» (traducción propia, Mies, 2014, p. 221)

Sin embargo, mientras que Mies tiene razón al identificar esta organización del trabajo como una que sirve al sistema capitalista como un medio para explotar el trabajo de las artesanas, eso no las convierte en copartícipes en sus esquemas de valor. Asimismo, aunque Mies señala que este proceso de subvalorar el trabajo artesanal recurre a formas establecidas de segregación sexual ya existentes en las comunidades, esto no significa que las mujeres apoyen y acepten su subordinación en esta organización. A diferencia de las mujeres que Mies (1983, p. 130) describe en su estudio que se desvían de las normas sociales de no salir de la casa “pero nunca atacan directamente estas normas”, varias de las mujeres entrevistadas buscan cambiar estas costumbres (abordo esta cuestión con más detalle en el Capítulo 8). En vez de considerar a las artesanas como víctimas de dos sistemas distintos que las explotan simultáneamente —un sistema patriarcal que explota su trabajo no remunerado en la casa y otro capitalista que explota su trabajo productivo y remunerado a bajo precio— debemos prestar atención a sus trayectorias laborales como indicadores de su propia valoración de su trabajo artesanal.

La diversidad del panorama de producción y comercialización artesanal en Los Altos, con las múltiples posiciones que ocupan las mujeres y las decisiones que ellas toman sobre su participación en diferentes grupos y modalidades de venta, refleja una adaptación continua entre el trabajo remunerado y su trabajo de reproducción social. En este proceso, las mujeres tsotsiles y tseltales buscan mejorar su situación social y económica en el ámbito doméstico de maneras que desafían los dogmas tanto del capitalismo como del patriarcado. No buscan optimizar sus ganancias a cualquier precio social, sino que adaptan su trabajo remunerado artesanal a sus relaciones y responsabilidades familiares y a su trabajo en el campo. Tampoco se quedan encerradas en casa para cumplir con las normas sobre cómo debe actuar una mujer de comunidad. A pesar de las muchas presiones sociales y necesidades económicas a las que se enfrentan, sus combinaciones de trabajo representan las distintas maneras en que se abren un camino laboral propio. Entre sus comunidades y los mercados donde venden sus productos, las mujeres tsotsiles y tseltales aprovechan capacidades y conocimientos de ambos mundos para hacer sus vidas más llenas y su trabajo menos pesado.

**PARTE III**  
**VALORACIONES CAMBIANTES DEL**  
**TRABAJO ARTESANAL**



**CAPÍTULO 7**  
**EL VALOR DEL TRABAJO EN LA**  
**CONFORMACIÓN DEL MERCADO**  
**ARTESANAL**

En las dos partes anteriores, me he centrado en describir los actores que conforman el campo comercial nacional e internacional de la artesanía en Los Altos, el campo de producción y los tipos de venta de las artesanías, así como las relaciones estructurales que condicionan sus posiciones. Ahora que contamos con este panorama organizativo del campo, quiero analizar su lógica subyacente.

Bourdieu subraya la variabilidad de las actividades en los campos económicos y señala que “no hay *una* economía, sino *economías* [...]”, es decir, universos dotados de lógicas objetivas y subjetivas diferentes, y tales que no se puede reducir o describir uno de esos universos en el lenguaje de otro” (Bourdieu, 2023, p. 63). Por lo tanto, es necesario examinar no solo una lógica económica general, como la capitalista, sino también la lógica particular subyacente a la organización del mercado nacional e internacional de la artesanía textil en Los Altos de Chiapas. Como han señalado Bourdieu y otros sociólogos y economistas (Beckert, 2009; Beckert et al., 2017; Callon, 2021; Chamberlin, 1938), un aspecto clave de la lógica del campo son los procesos de clasificación. La jerarquía de posiciones de los actores en el campo comercial señalado en el Capítulo 3 es una faceta de estos procesos de clasificación. Al mismo tiempo que se clasifican los actores según el acceso que tienen a ciertos clientes, se clasifica también la producción que estos actores venden. Esta clasificación se manifiesta en los precios que se asignan a los productos, pero también en los múltiples pasos de cualificación que construyen el valor relativo que se otorga al producto al mismo tiempo que se clasifica la posición jerárquica del actor comercial. Bourdieu se centra en la clasificación de actores en el campo económico y subraya que los intercambios económicos, es decir, los encuentros entre vendedor y comprador, “es en realidad una relación de homología entre productores diferenciados y consumidores diferenciados” (Bourdieu, 2023, p. 139).

Aunque en el Capítulo 3 recalqué la importancia del capital social a la hora de definir la posición jerárquica de los actores en el campo comercial para la artesanía textil de Los Altos, el capital social solo representa un tipo de capital que define dicha posición. Los otros tipos de capital —a saber, el económico y el simbólico— son igualmente importantes en la clasificación de agentes. Bourdieu subraya en particular la centralidad del capital simbólico, un tipo de capital que a menudo se menosprecia en el mercado en esta clasificación. El capital simbólico, valorado y perseguido en un campo particular, representa un factor clave en la determinación del estatus de los actores en el campo comercial, tanto como en los productos que realizan. El capital simbólico funciona como una fuente de legitimidad en el campo. En la economía cabileña en Argelia, por ejemplo, el honor representa el capital simbólico principal sobre el que se basa la

lógica del campo, mientras que en otros campos económicos la antigüedad de la empresa puede ser valorada como una señal de fiabilidad. Los actores que se consideran poseedores de más capital simbólico —si se mide en términos de “honor” o de “antigüedad”— no solo son más respetados y tienen más influencia en el campo, sino que los productos que venden son, por ende, más valorados.

Michel Callon, si bien no usa la misma terminología que Bourdieu, también se interesa en los procesos de clasificación, centrándose en los procesos de *enmarcar* y *cualificar* el producto. En lugar de considerar el precio del producto como la forma principal de valorarlo y *el resultado final* de un proceso de valorización anterior, Callon (2021) argumenta que el precio que se asigna a un producto *forma parte* de este proceso de clasificación. Tomando como el ejemplo del estudio de la industria vitivinícola de Jens Beckert (2011), que analiza las prácticas y los criterios detrás de la extrema diferencia de precios entre vinos que cuestan apenas unos dólares y los que cuestan cientos de dólares, Callon argumenta que el precio es solo uno de los múltiples pasos de cualificación y clasificación del vino que, junto con otras características como el lugar del viñedo, la historia de la tierra y de la región, la decisión de usar barriles de roble, los circuitos donde se comercializan los vinos, etc., determina su valor.

De acuerdo con Callon, el proceso de clasificación y valorización de un producto involucra una mezcla de operaciones que transforman sus propiedades materiales y simbólicas. Aunque a veces estas operaciones parecen más materiales o más simbólicas —por ejemplo, cuando se usa cierta variedad de uva comparada con los discursos que se producen acerca de las notas que se encuentran en el vino— en realidad no es posible separar los procesos físicos de los simbólicos en la construcción del valor. La *calidad* que se atribuye a un vino por reposar en barriles de roble, por ejemplo, es un proceso material y simbólico al mismo tiempo, ya que requiere la construcción simbólica de este proceso material como algo que confiere una cualidad valorable al vino. En la clasificación de productos en el campo comercial de la artesanía, encontramos la misma confluencia de lo material y lo simbólico en la valoración de las prendas. El precio más alto que Malacate cobró por las prendas realizadas por la cooperativa J’pas Joloviletik, si bien tiene que ver con el capital social que le permite conectar con clientes en otros campos, también se relaciona con otras operaciones de clasificación, como el control de calidad que realiza Karla de checar las piezas y rechazar las que tienen manchas; el tipo de fotos que sube a las redes sociales y la posición que ya tiene Malacate en el campo comercial de la artesanía textil en Los Altos de Chiapas.

Esta serie de operaciones compone un “denso nexo de cualidades que define el producto” (Callon, 2021, p. 299). En otras palabras, la mercancía no se nace, se hace. El proceso de conversión de un producto en una mercancía no se lleva a cabo en el vacío, sino en diálogo con los nexos de valores, deseos y necesidades socialmente formados de los consumidores. Mediante el proceso de definición y clasificación, el producto se “singulariza” y se transforma en un bien cuyas propiedades se ajustan al mundo del comprador. Callon nota que este proceso de transformación puede ser bidireccional: las propiedades del producto están ajustadas para que encajen en el mundo del consumidor y el mundo del consumidor también puede transformarse para ajustarse al producto (Callon y Muniesa, 2005). A diferencia de la idea tradicional de un mercado estable de productores, productos y consumidores, el modelo de mercado que propone Callon se basa en el concepto de una red de agentes, mercancías e infraestructuras materiales que se transforman y evolucionan juntos hasta ajustarse mutuamente.

Tomando los aportes de Bourdieu y Callon en torno a los procesos de clasificación de actores y productos en el mercado, en este capítulo pretendo indagar en la lógica organizacional y valorativa del campo comercial nacional e internacional para la artesanía textil en Los Altos de Chiapas. Dada la reciente formación de este campo, hay una carga aún mayor para definir el tipo de producto que se vende y las reglas que rigen el campo. El primer paso para transformar un producto en una mercancía, señala Callon, es definir un espacio de circulación y un sistema de intercambio que otorga un estatus particular al producto. Este proceso de transformación depende de la serie de modificaciones materiales y simbólicas mencionada anteriormente, pero también de la estabilización de estos nuevos procesos de producción y significación. Desde luego, la institucionalización de los procesos de singularización de los productos depende de los actores y discursos que los legitiman: distintas agencias gubernamentales que canalizan o regulan la venta, expertos cualificados para evaluar los méritos de los productos y la movilización de valorespreciados en otros campos en la presentación del producto.

Bourdieu, por su parte, enfatiza la autonomía que establece y defiende un campo mediante “reglas explícitas y específicas” (Bourdieu, 2009, p. 108) y las prácticas (*habitus*) que se cultivan en los participantes del campo. Aunque los dos autores se enfocan en aspectos diferentes de la configuración de un mercado —Callon en los procesos de transformación del producto y Bourdieu en las reglas particulares del campo comercial— ambos señalan los mecanismos de conversión particular del mercado, en el que las reglas, las normas, las instituciones y los objetos que circulan en él son propios y, por lo tanto, distintos de los de otros campos. La instauración de estas reglas, productos distintos e instituciones propios no es automática, sino involucra una

labor de diferenciación de su campo particular de los demás y una legitimación de sus actividades frente a ellos.

Para lograr un análisis profundo de la lógica de valoración y procesos de singularización propios del mercado nacional e internacional de la artesanía textil en Los Altos, analizaré la formación e institucionalización de este campo. Primero, detallaré los discursos, procesos y criterios de evaluación de la artesanía que se emplearon para distinguir este mercado particular de otros campos comerciales en sus inicios en la década de los 70, funcionando así como una manera de singularizar y legitimar sus propias reglas y operaciones. Estos discursos y normas que delimitan el campo no solo definen las reglas de participación en él, sino que también singularizan las características de los productos artesanales que se venden. Según Callon, los productos están compuestos por una serie de operaciones que los transforman y desplazan a un nuevo circuito de intercambio. Las modificaciones materiales y simbólicas del producto representan un proceso esencial del mercado, necesario para ajustar el producto al mundo del cliente destinatario. Siguiendo este planteamiento, identificaré varios pasos transformativos del producto que lo adaptan al mundo del cliente objetivo.

Mi interés en examinar la transformación del producto textil artesanal al entrar en este nuevo mercado no es tanto por los cambios que sufren los objetos en sí, sino por las transformaciones que suponen en los procesos de producción artesanal y los esquemas de valoración de esta, lo cual sirve para entender luego las adaptaciones que las artesanas tienen que hacer para participar en este mercado. Al considerar distintos pasos de la producción artesanal adaptada a este mercado, primero en los inicios de la creación de este campo comercial en particular y luego en el momento actual, analizaré las transformaciones que también implican para el trabajo artesanal.

### **7.1 La delimitación de un campo y la singularización del producto: prendas tradicionales para consumidores informados**

En los años 70, cuando las agencias gubernamentales empezaron a impulsar un mercado nacional para la artesanía textil en Los Altos de Chiapas, hubo un interés de crear un nuevo campo comercial que no dependiera de los intermediarios que controlaban la venta artesanal hasta entonces. Martha Turok, quien estudió la artesanía en Los Altos y ayudó a fundar la tienda en la casa museo Na Bolom para impulsar la venta de productos artesanales a turistas en esta época, subrayó el efecto perjudicial de los intermediarios sobre el valor que las artesanas recibían por su trabajo: “los únicos que obtenían ganancias reales era la inmensa cadena de intermediarios, quienes duplicaban en cada transacción su inversión” (Turok, 1988, p. 126). Para que la

producción artesanal sirviera como medio de desarrollo social para las artesanas, que era un propósito principal tanto de las iniciativas de las instituciones gubernamentales como de los investigadores académicos en los años 70, se consideró necesario eliminar a estos intermediarios e introducir nuevos mecanismos de valoración de la artesanía.

Cuando comenzamos nuestro trabajo en Chiapas, entre 1972-1973, con mujeres indígenas tejedoras, realizamos varios ejercicios para calcular el costo y el precio de sus prendas a través de la aplicación de diversas fórmulas, lo que en teoría permitiría pagar mejor al artesano al comprarle directamente, eliminar a los intermediarios y lograr el mismo precio de venta que el comerciante final. (Turok, 1988, p. 127)

Como muestra este testimonio, la creación de un nuevo campo implicaba varias operaciones simultáneas. Supuso un cambio en los circuitos de venta, que afectó a los espacios en los que se movían los productos y a los actores involucrados en su comercialización. Se reemplazaron los antiguos intermediarios -que formaron una larga cadena de revendedores indígenas y mestizos, como mencionó Turok — por otras formas organizativas: sobre todo, la cooperativa. También afectó a los procesos de valoración y cotización de la artesanía. Los cálculos que menciona Turok introducían una nueva valoración de la mano de obra de la artesana. Antes, cuando las artesanas empezaban a vender fuera de su comunidad y en el incipiente mercado de turistas que llegaban a San Cristóbal, solo se tomaba en cuenta el costo de los materiales para calcular el precio de sus productos. No calculaban, ni sabían calcular, el costo de su tiempo de trabajo. Esta forma supuestamente básica de valorar la mano de obra, o “valor hora-hombre” como lo describe Turok, fue en realidad la introducción de otra racionalidad económica.

Además de nuevas formas de valorar el trabajo artesanal, también se introdujo una nueva valoración de los productos artesanales. Chip Morris, uno de los cofundadores de Sna Jolobil, la organización de tejedoras más importante de la región durante varias décadas, observó que en los 10 años posteriores a la fundación de la cooperativa, el precio de un textil de calidad había subido de entre un 500 y un 1,000 por ciento (Morris, 1991). Según Morris, Sna Jolobil logró cobrar estos precios porque sus textiles se vendían como arte en vez de como artesanía. Esta transformación del textil de artesanía a arte fue una alquimia que requería una transformación material y simbólica del producto tanto como sus consumidores. Para mejorar la calidad material, se buscaba hilo en la Ciudad de México y se recuperó la práctica de los tintes naturales. El rescate de esta última técnica, precisó Morris, no se llevó a cabo con el propósito de preservar una tradición, sino por motivos comerciales: para tener acceso a hilos de buena calidad con colores que les gustan a clientes foráneos. Las artesanas por su parte, no les gustó los tonos “tristes” de

los tintes naturales que hacían sus abuelas (Eber y Rosenbaum, 1993) y para su propia ropa preferían los colores vivos de los hilos acrílicos.

Morris sostenía que el uso de tintes naturales fue la única concesión que las tejedoras hicieron a los extranjeros para vender su trabajo como arte tradicional (Morris, 1991; 1996). Morris argumentó que se logró crear un nuevo mercado al despertar el interés por la cultura maya y comercializar los textiles auténticos y tradicionales de Los Altos. Sin embargo, cuando se consideran otras adaptaciones de los productos y los procesos de producción de las artesanas, resulta difícil mantener que la formación de este nuevo mercado se hizo solo mediante la educación de los clientes como planteó Morris. Si bien Sna Jolobil invirtió en publicidad y exposiciones que detallaban la calidad de las prendas, la iconografía tradicional y la historia de la técnica del telar de cintura en las comunidades de Los Altos para distinguir su producción de la “artesanía chatarra” destinada a los turistas, esta educación sobre el valor simbólico de estos productos artesanales no fue un proceso unilateral de transmisión de los valores que ya tenían la artesanía en las comunidades a uno nuevo público.

Según las descripciones que Morris proporciona de las múltiples exhibiciones, las pláticas con los compradores y la fluctuación de las ventas en la tienda de la cooperativa, la educación del consumidor fue un proceso de prueba y error en el que la transmisión de información sobre las prendas se ajustaba a lo que el consumidor estaba dispuesto a aprender. Por ejemplo, Morris descubrió que los clientes extranjeros estaban más interesados en el simbolismo de los diseños que en la técnica de tejer, lo que afectaba a la estrategia publicitaria de la tienda. De manera similar, descubrieron que las exhibiciones antropológicas de las prendas, donde se presentaban textiles tradicionales junto con otros objetos que se encontraban en los hogares tsotsiles de la región, no sirvieron para estimular las ventas de los productos de Sna Jolobil en la tienda del museo. Morris llegó a la conclusión de que el “contexto antropológico a veces crea una distancia con el público general” y propuso limitar las presentaciones de los textiles a instituciones que “legitimaran” su estatus artístico y, por ende, su precio (Morris, 1991). Por lo tanto, para crear un nuevo mercado para la artesanía en Los Altos, se cultivó el interés por la cultura maya y su tradición textilera mediante ajustes progresivos en la información que se transmitía sobre esta cultura y la forma en que estaba presentada.

Estas modificaciones no se limitaron a la presentación de los productos, sino que también implicaban una transformación de estos. Aunque Morris insistía en que, aparte de un regreso a la técnica de tintes naturales, solo el consumidor había cambiado gracias a su nuevo aprecio por la tradición textil de la cultura maya, cultivar a estos nuevos clientes implicó cambios

en la fabricación de los productos y también en la reeducación de las artesanas sobre la valoración de los textiles. Como notaron varios investigadores de la producción artesanal en Los Altos y otros lugares de México en los años 70, se desarrollaron nuevos productos basados en técnicas o formatos tradicionales para vender en este nuevo mercado nacional e internacional. Greenfield (2004) señala la elaboración de servilletas en Zinacantán, un producto nuevo que seguía las mismas reglas que las artesanas utilizaban para elaborar telas rituales, pero con otro tamaño y diseño adaptados a los gustos y necesidades de los consumidores foráneos. Novelo (1976) también observó que las agencias gubernamentales que se dedicaron a crear el mercado nacional e internacional para la artesanía en esa época tenían una política de compras basada en fomentar la autenticidad del arte popular. Esta política implicó cambios en la producción artesanal, tanto en la reanudación de tradiciones que se habían interrumpido, como en la utilización de la técnica tradicional de hilar “para que fuera más ‘auténtico’” así como en la fabricación de objetos más útiles para el comprador, como cojines en lugar de fajas (Novelo, 1976, p. 66-72).

Morris también describe un proceso similar de “fomentar la autenticidad” de los textiles artesanales mediante la concesión de fondos a las tejedoras de la cooperativa Sna Jolobil para estudiar los huipiles ceremoniales antiguos de las comunidades y replicar sus diseños. Esta definición material y simbólica de lo auténtico como equivalente a lo antiguo dio lugar a distintas transformaciones en la producción artesanal en las comunidades de Los Altos. En la reproducción de diseños antiguos que fomentaron Morris y Sna Jolobil, se buscaba copias fieles de los diseños originales de los huipiles, para lo cual se recurría a tejedoras experimentadas de comunidades tsotsiles y tseltales diferentes a aquellas donde habían originado los huipiles, cuando la tradición del tejido se había perdido o disminuido. Esto no solo cambió la realización de los diseños al desplazarlos de una comunidad a otra, sino que también restringió la forma en que las tejedoras debían reproducirlos. Un ejemplo de esto fue cuando Morris quiso copiar un huipil ceremonial que había encontrado en la comunidad del Bosque, que se consideraba originario de la comunidad tsotsil de Chamula (Morris and Karasik, 2015). Morris encargó la reproducción a tejedoras de tres comunidades tsotsiles diferentes: Magdalenas, Bochil y San Andrés Larráinzar. Morris consideraba inferiores las copias que hicieron las artesanas de las dos primeras comunidades porque incorporaban los diseños y colores propios de estas comunidades en vez de seguir al pie de la letra el diseño del ejemplar.

La autenticidad que se valoraba y se fomentaba en la nueva comercialización de la artesanía textil a consumidores foráneos era una autenticidad estática y antigua. En esta definición, primaba el concepto de la tradición viva de un arte precolombino, no las prácticas



actuales de las artesanas. Más tarde, Morris mismo reconoció que había tenido la creencia errónea de que los textiles de Los Altos no habían cambiado desde los tiempos de los mayas precolombinos hace 3000 años (Morris y Karasik, 2015). Los textiles que coleccionaba en los años 70 le parecían iguales a los de principios del siglo XX en parte, como confesó Morris, porque no estaba buscando innovaciones. Esta visión de la inmutabilidad de los textiles cuadraba con la corriente antropológica que consideraba a las comunidades tsotsiles y tseltales como cerradas y, por lo tanto, culturalmente estables con el paso de los años. Al comercializar productos artesanales de estas comunidades, esta visión de invariabilidad cultural fue reforzada por los criterios de valoración elaborados por un equipo de expertos ajenos a las comunidades de las tejedoras.

Al comercializar productos artesanales de estas comunidades, esta visión de invariabilidad cultural se reforzó mediante los criterios de valoración elaborados por un grupo de expertos ajenos a las propias comunidades de las tejedoras. Una nueva institución que promovió esta valoración de la autenticidad antigua fueron los concursos de arte popular. Organizados por agencias gubernamentales como el INI y el FONART a nivel estatal y federal, los concursos se consideraban una forma efectiva de incentivar la elaboración de “piezas de calidad”. En esta evaluación de calidad entraba en juego un aprecio por lo tradicional, lo que reforzó la definición de los productos textiles como arte que se buscaba consolidar en el ámbito comercial. A finales de los años 70, Teresa Pomar, como directora del Museo Nacional de Artes e Industrias Populares, introdujo otro tipo de concurso: los concursos dentro de las comunidades de las artesanas. Según la descripción de Morris (1991), estos concursos locales se celebraron en las comunidades de origen de los artesanos de distintas entidades de la república, entre ellas Chiapas<sup>40</sup>. Sna Jolobil se involucró en la organización de varios de estos concursos. A pesar de celebrarse en las comunidades de las tejedoras, el jurado estaba compuesto exclusivamente por personas de fuera: funcionarios, extranjeros coleccionistas de textiles, personas que trabajaban en la tienda de Sna Jolobil y, en ocasiones, tejedoras *que no pertenecían* a las comunidades de las tejedoras que participaban en el concurso. Según el testimonio crítico de Turok, la ausencia casi completa de tejedoras locales de estos jurados se justificaba “para evitar herir susceptibilidades” (Turok, 1988, p. 175).

---

<sup>40</sup> Estos concursos locales dentro de las comunidades indígenas ya no se realizan, a diferencia de los concursos estatales y federales organizados por el Instituto Casa de Las Artesanías de Chiapas y FONART que todavía tienen lugar cada año.

Morris (1991) resaltó la utilidad de estos jurados en la comunidad, ya que mostraban los criterios con los que los foráneos evaluaban los tejidos. Morris reconoció que estos criterios a veces discrepaban de los de las tejedoras. Sin embargo, esta discrepancia en criterios no se consideró un problema, sino una oportunidad para educar a las tejedoras, que muchas veces no salían de sus comunidades, sobre las valoraciones que tenían personas de fuera. El hecho de que las piezas “más tradicionales” muchas de ellas hechas por integrantes de Sna Jolobil, solían ganar, también servía de incentivo para motivar a las artesanas a “intentar a producir tejidos más tradicionales y de buena calidad” (Morris, 1991).

Se hace patente que la introducción de nuevas instituciones (agencias gubernamentales, cooperativas y concursos), nuevos criterios de valoración (mano de obra, tradición y calidad material) y nuevos actores (antropólogos, el estado y socias de cooperativas) implicaron una serie de transformaciones en los procesos productivos de las artesanas y en la organización del campo comercial artesanal de Los Altos. En lugar de considerar el nuevo mercado nacional e internacional para los textiles de Los Altos como algo limitado a la educación cultural de los clientes foráneos, que según Morris no transformó el carácter “tradicional” del producto artesanal, la formación del nuevo campo comercial fue más bien el resultado de múltiples ajustes entre cliente, producto y productora. Estos ajustes no fueron espontáneos, sino que fueron dirigidos por las agencias gubernamentales, los antropólogos y los promotores que impulsaron esta nueva comercialización.

#### **7.1.1 La definición del campo mediante la diferenciación: la separación del campo regional para la artesanía**

El objetivo de eliminar a los intermediarios antiguos que controlaban la venta de artesanía hasta entonces (a saber, revendedores indígenas y comerciantes mestizos en la calle Real de Guadalupe) resultó en la formación de una nueva clase de intermediarios: los mismos promotores y antropólogos, las agencias del gobierno y los representantes de las cooperativas. Novelo observó una dinámica similar en la comercialización artesanal fomentada por el INI en Michoacán como parte de la misma política de desarrollo social que se promovió en Chiapas: “la forma en que opera el INI con los grupos solidarios que crea, se diferencia poco o nada de la manera en que operan los intermediarios a los que quieren eliminar” (Novelo, 1976, p. 57).

Aunque Novelo tiene razón al señalar este cambio de guardia en los intermediarios de los comerciantes locales a los empleados por el gobierno, es importante subrayar la transformación en el carácter de la intermediación. Al cambiar los intermediarios, se cambió a la vez la organización de las artesanas, las características de los textiles que vendían y los clientes

que los compraban. Este hecho recalca de nuevo el poder central de los intermediarios en este campo. Lejos de constituir un eslabón adicional e innecesario, como se les suele pintar, los intermediarios fueron los responsables (desde luego con respaldo institucional) de instaurar un nuevo mercado para la artesanía textil en Los Altos de Chiapas. Examinar detenidamente la dinámica de la formación de este campo desmiente la imagen estática del mercado, en donde la mano invisible conecta consumidores con productores mediante la circulación de productos ya diseñados. Los testimonios de los antropólogos y promotores que observaron y participaron en la formación de este mercado evidencian los ajustes que fueron necesarios para conectar consumidores de ciudades en México y el extranjero con artesanas que vendían sus textiles fuera de sus comunidades por primera vez. La familiaridad de estos promotores con la cultura y los tejidos de los pueblos tsotsiles y tseltales de Los Altos tanto como con las instituciones y los gustos de consumidores norteamericanos, les asignaron un papel privilegiado para dirigir estos ajustes.

Además de subrayar la centralidad de los intermediarios en la creación de un nuevo mercado para los textiles artesanales de Los Altos, este resumen también sirve para entender el conjunto de mecanismos y relaciones que se instauraron para distinguir este campo y sus productos artesanales de otros. La emergencia del nuevo mercado fue a la vez coyuntural y canalizada. Surgió de un auge turístico en San Cristóbal, el desarrollo institucional e infraestructural del INI en Los Altos, la búsqueda de ingresos económicos por parte de las mujeres en las comunidades y la presencia de proyectos antropológicos norteamericanos en la región. Sobre estas bases, una política de desarrollo social mediante la comercialización de la artesanía fue implementado por los antropólogos y promotores con apoyo y recursos de instituciones como el INI y el FONART.

A pesar del poder que ejercieron estos actores en delimitar este nuevo campo comercial, es importante no disimular el desorden que acompañaba su instauración. En mi resumen de este proceso, me concentré en las instituciones, productos e ideologías dominantes que prevalecieron en la fundación del nuevo mercado nacional e internacional para la artesanía textil en Los Altos. Sin embargo, entrevemos en los recuentos de Morris, Turok y otros que participaron en la creación de este mercado cómo los diseños de los productos textiles, su presentación, la organización de su producción y su clientela fueron definidos sobre la marcha. De acuerdo con Fligstein (2001), el periodo más fluido y variable de un campo es en su estado emergente. Durante este periodo, surgen influencias de diferentes campos y diversos proyectos institucionales para controlar y organizar el campo. El proceso de singularización del producto

artesanal en este campo no seguía un plan preestablecido sino que se conformaba al proceso de prueba y error descrito por Morris (1991, 1996) a través del cual se iban distinguiendo los productos y reglas de su comercialización de aquellos en otros campos. Sna Jolobil, que gozaba de mucho apoyo gubernamental y vínculos foráneos que ayudaron a su éxito, incitó la entrada de organizaciones de otros campos en este mercado emergente. Morris señala el establecimiento de nuevas organizaciones de tejedoras que recibían apoyo de distintos grupos políticos y religiosos —entre ellos, el Partido Comunista Mexicano, la iglesia católica y el gobierno estadounidense— que seguían el ejemplo de Sna Jolobil de establecer un local en San Cristóbal. Sin embargo, mientras que Sna Jolobil había logrado crear y participar en otro circuito internacional de venta, Morris notó que estas nuevas tiendas no alcanzaron a distinguirse por el tipo y la calidad de los productos que vendían de aquellos que vendían los comerciantes en la Calle de Guadalupe, donde se encontraban las primeras tiendas que vendían textiles a turistas extranjeros. Por lo tanto, estaban condenados a vender productos artesanales a bajos precios en el mercado regional de turistas.

El mercado de Santo Domingo, un tianguis artesanal establecido como un espacio de venta para artesanas antes de la fundación de Sna Jolobil, también se incorporó en este otro campo comercial de turismo local, vendiendo productos textiles menos elaborados a precios más bajos a clientes que visitaban San Cristóbal. La composición social de este campo —vendedoras que son “originarias en su totalidad del municipio de Chamula y que resultan ser, en muchas ocasiones expulsadas por motivos religiosos”— tanto como los productos que vendían —“textiles guatemaltecos así como artesanías diversas de Los Altos de Chiapas, pero elaboradas en gran medida con materias más baratas y de origen sintético” (Orantes y Vásquez, 1993, p. 67-8)— no guardaban ningún parecido con el campo comercial para la artesanía dominado por las cooperativas en San Cristóbal. La diferenciación progresiva entre productos y actores entre estos dos campos —un campo comercial regional y otro campo comercial nacional e internacional— hace que cada uno funcione con sus propias reglas de participación y competencia, a pesar de coexistir en el mismo espacio físico. Encontramos evidencia contundente de esta realidad en la siguiente cita tomada de una entrevista con un comerciante en el mercado de Santo Domingo. En respuesta a la pregunta de si considera competencia a los locales en el centro de San Cristóbal, respondió que no porque “ellos dan más caro” (Del Rasso, 2016, p. 108). El precio, uno de tantos pasos de diferenciación, delinea una frontera tajante entre estos dos mercados para la artesanía en Los Altos.

Alrededor del mismo tiempo en que empezaron a llegar turistas, llegaron también diseñadores y empresarios mexicanos y extranjeros que montaron negocios con artesanas de Los Altos (Imbertson, 2020). Morris, Turok y Rus describieron estos negocios como producción de tipo maquila o manufactura, en donde diseñadores foráneos decidían los patrones y las artesanas proveían la mano de obra. Muchos de los antropólogos y promotores que apoyaban la formación de cooperativas y la valoración de la artesanía como arte tradicional de las comunidades indígenas caracterizaban esta otra tendencia comercial como un sistema fundamentalmente diferente (Morris, 1996; Turok, 1988). Turok sugirió que la promoción de nuevos diseños representaba una infiltración al campo comercial legítimo de las cooperativas artesanales: “para no convertirse abiertamente en empresario capitalista disfraza estos talleres de maquila bajo el registro de cooperativa o como taller-escuela sin darles seguimiento para que los manejen realmente los artesanos” (Turok, 1988, p. 121). Morris, por su parte, consideró que la intervención de diseñadores formaba un campo comercial distinto al adaptar la artesanía a los gustos de consumidores extranjeros, a diferencia de la comercialización de la artesanía como arte tradicional que, como hemos visto, Morris sostenía que no transformó los textiles tradicionales y sólo implicaba la educación del consumidor (Morris, 1996, p. 46).

Sin embargo, estas evaluaciones descalificadoras de la forma de producción y valoración de los textiles artesanales que introdujeron diseñadores mexicanos y extranjeros no necesariamente demuestran que esta corriente comercial constituía un mercado aparte. Hubo varios puntos de intersección entre la comercialización de los textiles artesanales como arte y como “neoartesanía”, como los clasificó Turok, que sugiere que formaron más bien dos tendencias comerciales dentro de un mercado artesanal compartido. Si bien el INI y FONART apoyaron a las primeras cooperativas artesanales en San Cristóbal, el DIF y la Casa-Taller “La Albarrada” eran dos organismos asociados con el gobierno estatal de Chiapas que promovían la adopción de nuevos diseños mediante talleres de capacitación a artesanas textileras de Los Altos. Estos nuevos modelos luego se vendían al lado de productos tradicionales en la cadena de tiendas “Casa de las artesanías de Chiapas” que se encontraban en ciudades en el estado (Orantes y Vásquez, 1993, p. 101-125). Con respecto a la organización del trabajo, si bien predominaba un trabajo al destajo y a domicilio para realizar los encargos de los nuevos diseños como señalaron Turok (1988) y Rus (1990), en muchos casos esta nueva organización de la labor artesanal no se diferenciaba mucho de la organización del trabajo en las cooperativas artesanales. Haciendo eco a la crítica de Turok de que los impulsores de nuevos diseños en la artesanía “disfrazan sus talleres de maquila bajo el registro de cooperativa”, Orantes y Vásquez argumentaron que los

encargados de Sna Jolobil, la cooperativa más representativa de la comercialización de la artesanía como arte tradicional, “fijan los precios de los textiles y utilizan la forma de producción cooperativa camuflajeada como una forma de producción familiar” dado que las mujeres trabajan desde la casa, supuestamente por su cuenta. Los autores concluyeron que las artesanas que forman parte de Sna Jolobil, “al igual que las artesanas organizadas por el D.I.F., no tienen el control de venta, ya que la institución misma juega un papel de intermediación” (Orantes y Vásquez, 1993, p. 128).

Otros puntos similares entre estas dos corrientes comerciales en la artesanía textil de diseño y tradición se encuentran en la composición social del campo. Los diseñadores y empresarios que impulsaron la comercialización de nuevos diseños de textiles venían de otros estados de México y del extranjero, igual que la mayoría de los promotores y antropólogos que promovían la formación de cooperativas y la venta de la artesanía como arte tradicional. Hubo varias ocasiones cuando sus caminos se cruzaron y compartieron ideas e información. Imberton (2020) cuenta sobre una mujer del norte de México que en 1987 abrió una tienda en San Cristóbal donde vendía nuevos diseños artesanales. Empezó a trabajar con un grupo de tejedoras de Chamula gracias al contacto que le compartió Walter Morris.

Finalmente, igual que la comercialización de artesanía que promovía diseños “auténticos” de las comunidades, estos nuevos diseños artesanales también eran destinados para vender a personas foráneas a precios más elevados. Estas confluencias entre la comercialización de la artesanía como arte y como “neoartesanía” —que incluyen el rango de precio en que se vendían los productos artesanales, las instituciones que alentaron su producción, el perfil de cliente, etc.— sugiere que estas dos tendencias comerciales convivían en el mismo mercado, a pesar de diferenciarse en algunas de las características valorativas y organizacionales mencionadas.

Trazar la formación del mercado nacional e internacional para la artesanía desde sus inicios en las décadas de los 70 y 80 nos permite identificar las distintas configuraciones laborales y presentaciones de los textiles que se iban destacando como características propias del campo. Vemos en esta circunscripción del campo —que define de forma simultánea quiénes son las organizaciones que participan en el campo, el tipo de producto y los precios en que se venden— la importancia de la definición de las fronteras que distinguen un campo de otro. El campo comercial para los textiles como arte tradicional fue establecido mediante el proceso de delimitación en varios frentes; por ejemplo, la definición del textil como arte tradicional en comparación con textiles como recuerdo turístico fue establecido mediante una comparación de rasgos materiales, como el uso de hilo acrílico, que Morris argumentó era un atributo que

imposibilita que los textiles sean reconocidos como arte (Morris, 1991). El campo se definía también en torno a la forma particular en que las artesanas participaban en él: contra el trabajo tipo maquila que las artesanas realizaba para diseñadores, se promovía una cuantificación del valor en términos del tiempo laboral. La revisión de la literatura y entrevistas con artesanas que trabajaban en esta época demuestran una brecha entre la caracterización dominante de la organización del trabajo artesanal en el campo —es decir, cooperativas autogestionadas por las socias artesanas y una cotización de los productos con base en el pago por hora— y la realidad de la organización del trabajo en este campo, en donde hubo una concentración de control del mercado en las manos de los empresarios diseñadores tanto como los administradores de las cooperativas. Sna Jolobil, la cooperativa artesanal más grande e influyente en Los Altos durante varias décadas, fue (y sigue hasta la fecha) dominado por encargados y presidentes todos varones a pesar de tener una membresía de tejedoras que eran casi todas mujeres (Morris, 1996, p. 37).

Recalco que la definición de estos elementos ideológicos y materiales en la formación del campo no seguía un plan preestablecido. Las intervenciones de diferentes actores contribuyó a la formación concurrente de los distintos campos comerciales para los textiles artesanales. La diferenciación entre los campos descritos arriba fue gradual y no uniforme. Dentro de este mismo campo también había diferencias en torno a la valoración legítima de la artesanía; la apreciación de la artesanía como arte tradicional convivía con su valoración en la forma de nuevos diseños. Sin embargo, dado el fuerte apoyo financiero y administrativo que las cooperativas recibieron del gobierno, además de las conexiones con circuitos de venta en los EE. UU. mediante antropólogos, las cooperativas eran los agentes mejor posicionados en este campo emergente y, por lo tanto, tenían mayor peso en la definición de las reglas del juego en este nuevo campo.

## **7.2 Transformaciones del campo: comercio moral**

La disminución de recursos y apoyo logístico del gobierno en los años 1990 y 2000 junto con nuevos vínculos formados por ONG solidarias con el movimiento zapatista transformó este nuevo campo, creando una división interna al campo que se había formado en torno a las cooperativas textiles en Los Altos de Chiapas. Esta división fue ideológica y estructural: mientras que agencias gubernamentales como el INI y FONART apoyaron la organización del trabajo artesanal en cooperativas, fundaciones extranjeras se negaron a dar dinero directamente a cooperativas, limitando sus donaciones a organizaciones no gubernamentales (Castro, 2003; Vargas, 1999). Mientras que en las primeras cooperativas hubo una valorización de los textiles como arte tradicional, en las nuevas redes solidarias tejidas con ONG y cooperativas hubo un

nuevo énfasis en el trabajo artesanal como un medio para la independencia económica de las mujeres artesanas (Castro, 2003; Kovic y Eber, 2003).

La nueva organización no suplantó por complemento a las cooperativas ni a la valorización de los textiles artesanales como arte sino que más bien representaba un cambio de enfoque y articulación estructural en el campo comercial del mercado nacional e internacional para la artesanía. A nivel estructural, se formaron nuevas cooperativas junto con nuevos organismos no gubernamentales y redes solidarias al extranjero, tales como la cooperativa Jolom Mayaetik que se formó en asociación con la A.C. K'in al Antsetik o el colectivo Tsobol Antsetik que se fundó con apoyo de redes solidarias de iglesias y grupos comunitarios en Estados Unidos (Castro, 2003; Eber, 2000; O'Donnell, 2012).

Respecto a la valoración de la artesanía, también ocurrió una modificación en la jerarquía de valores; si antes el estatus de la artesanía textil como arte figuraba en primer plano en la comercialización de la artesanía, se iba cambiando el foco de atención a una valoración del tipo de relación que se entablaba con la artesana. June Nash (2000, p. 175) señala que las organizaciones comerciales y no gubernamentales que promovían el comercio justo recalcaron el valor de la *relación comercial moral*. Al crear vínculos con el movimiento del comercio justo, se introdujo un nuevo discurso del valor de la artesanía que enfatizaba el beneficio que las compras, generalmente realizadas en el Norte global, traían a las vidas de los artesanos de países del Sur. Influido por los principios explicitados por el movimiento del comercio justo, se recalcaba la importancia de impulsar una vida digna para los artesanos mediante el ingreso generado por la compra de sus productos (Grimes, 2000). En colaboración con estas nuevas ONG que canalizaban recursos a las cooperativas artesanales en Chiapas, una nueva generación de antropólogos y activistas, muchos de ellos basados en los Estados Unidos o Europa, buscaron mercados en el extranjero para las cooperativas que apoyaban. De esta manera, se mantenía una cercanía entre el mercado nacional e internacional para la artesanía y el campo académico, esta vez a través de la nueva figura que Nash (2003) describe como el antropólogo activista.

Estas distintas relaciones organizativas y valorizaciones del producto artesanal convivían en el mismo campo, trazando distintas trayectorias y, a ratos, influyéndose mutuamente. Después de este cisma político e ideológico entre las primeras cooperativas que empezaron con el apoyo de agencias gubernamentales como el INI, FONART y el DIF y las nuevas cooperativas que recibían apoyo de ONG simpatizantes con el movimiento zapatista y causas sociales relacionadas con las artesanas, hoy en día, el campo se ha transformado de tal manera que estas distintas corrientes ya no se encuentran en oposición. La ascensión de las ONG y su centralidad en la



canalización de recursos para proyectos de comercialización de la artesanía en Los Altos de Chiapas ha cambiado la topografía del campo. El enfoque organizativo de tejer vínculos entre los diferentes actores involucrados en la comercialización de la artesanía textil en Los Altos (véase Capítulo 3) también ha alentado una convergencia ideológica y discursiva en este campo comercial. Los conceptos de "desarrollo sostenible", "cadenas de valor", la "profesionalización" y el "desarrollo de capacidades" de las artesanas van juntos con una visión general de que el mejoramiento de las vidas de estas mujeres se logrará mediante su éxito como emprendedoras en el comercio textil artesanal.

### **7.3 Campo actual: empoderamiento y desarrollo sostenible**

Hoy en día —y a diferencia de las iniciativas de apoyo y asesoría de las artesanas llevadas a cabo por las agencias gubernamentales como el INI, FONART, y el DIF el último cuarto de siglo en Los Altos de Chiapas— las ONG que se han vuelto protagónicas en el comercio artesanal de la zona ya no se centran únicamente en el desarrollo económico, sino en el "empoderamiento de las mujeres", la "autonomía económica" y el "desarrollo local sostenible". A pesar de las historias diferentes de las ONG en Los Altos —que van de asociaciones civiles que tienen presencia en la zona desde los años 90 como el Colectivo Feminista Mercedes Olivera y Bustamante (COFEMO), K'inál Antsetik, y la Institución de Asistencia Privada Fundación León XIII, a organizaciones como Aid to Artisans (ATA) e Impacto cuyas presencias en Los Altos datan de la década del 2010— se ha formada cierta cohesión ideológica entre los proyectos de apoyo a artesanas de estas diferentes ONG en torno a una perspectiva de género y derechos humanos combinada con la meta del desarrollo económico.

El enfoque de género se ha vuelto "un principio fundamental" para las ONG y fundaciones que apoyan a artesanas en Chiapas, al grado que tal enfoque "se convirtió en algunos ámbitos casi un requisito para obtener financiamiento para proyectos" (Ramos, 2004, p. 59). La perspectiva de género que prevalece hoy en día en el comercio artesanal de Los Altos —e influye en qué tipos de proyectos reciben financiamiento— conserva algunos rasgos de las ONG pioneras como K'inál Antsetik y su cooperativa asociada Jolom Mayaetik. Yolanda Castro, la fundadora de ambas organizaciones y activista en defensa de los derechos de las mujeres, ha integrado junto con sus socias y cofundadoras un lenguaje de derechos en el proyecto de la cooperativa que se inspira en y hace referencia con frecuencia a La Ley Revolucionaria de Mujeres del EZLN (O'Donnell, 2012). Sin embargo, el enfoque de género no sólo se alimenta de movimientos locales o nacionales: "también se relaciona con la corriente globalizadora del enfoque de género impulsada por organismos internacionales como algunas instancias de las Naciones Unidas y

retomada por muchos de los organismos e instituciones gubernamentales vinculadas al desarrollo comunitario" (Ramos, 2004, p. 59). Una de las tendencias preponderantes en este enfoque de género, evidenciada en los discursos y talleres que ofrecen las múltiples ONG que trabajan ahora con las artesanas indígenas de Los Altos, es el "empoderamiento" de las mujeres.

### **7.3.1 El empoderamiento**

Como señala Ramos, hace varias décadas, el término empoderamiento, igual al de desarrollo sostenible, ha sido una palabra de moda en el campo internacional del desarrollo. Entre los objetivos establecidos por la ONU en su Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, el quinto objetivo es el de lograr “la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y las niñas” (Naciones Unidas, 2018). La circulación de este concepto en Los Altos de Chiapas se puede rastrear hasta la ascendencia de las ONG en la zona, quienes mantienen vínculos con el campo internacional de desarrollo por el financiamiento que reciben de organizaciones y fundaciones internacionales.

Según Aradhana Sharma (2008), quien analiza las políticas neoliberales de desarrollo en torno al concepto de empoderamiento en la India, la referencia al empoderamiento en proyectos internacionales de desarrollo viene de diversas fuentes y adquiere nuevos sentidos en su circulación. Sharma propone entender el empoderamiento como un “ensamblaje translocal” de ideas y prácticas que vienen de teorías feministas aplicadas al campo de desarrollo internacional tanto como de doctrinas hegemónicas de desarrollo promulgadas por el Banco Mundial. Según este enfoque, si bien existe polivalencia en los discursos y métodos de empoderamiento, también hay una corriente prevaleciente que corresponde a un proyecto neoliberal de promover el emprendimiento al nivel individual como panacea para resolver los problemas que padecen mujeres de regiones subdesarrolladas. Sharma nota la diferencia entre la concepción feminista de empoderamiento como un proceso de concientización que busca transformar relaciones de poder opresivas pero que no conduce necesariamente a un fin concreto de desarrollo económico y la formulación neoliberal de empoderamiento como de carácter principalmente económico en donde las mujeres ejercen mayor libertad y autonomía individual mediante su acceso y participación en el mercado. Este segundo enfoque, en donde la participación en el mercado se da por sentado como una vía de empoderamiento, es el sentido de empoderamiento que se encuentra con más frecuencia en los proyectos y discursos de las ONG en Los Altos de Chiapas. Aunque varios de estos proyectos subrayan la formación de mujeres indígenas líderes que trabajan de forma autónoma o autogestionada, el camino hacia este empoderamiento está

vinculado de forma reiterada con la comercialización de sus productos textiles en el mercado nacional e internacional.

Detectamos este enfoque en las descripciones de muchos de los proyectos de colaboración con artesanas en Los Altos. La ONG internacional The Hunger Project (THP), por ejemplo, que ha trabajado desde 2008 con la cooperativa J'pas Joloviletik, busca "terminar con el hambre y la pobreza a través del empoderamiento [de] las personas rurales, especialmente mujeres, para que lleven vidas autosuficientes, satisfagan sus necesidades básicas y construyan un mejor futuro para sus hijos" (The Hunger Project, s.f.-a). En 2011, recibió \$432,136 pesos de parte de Fundación del Empresariado en México (Fundemex), la Fundación Interamericana, FEMSA, Fundación Kellogg y Fundación Walmart a través de la Segunda Convocatoria del Fondo para el Emprendimiento Productivo para financiar su proyecto con J'pas Joloviletik titulado "Tejiendo sueños...creando ingresos" (The Hunger Project, 2011). Su trabajo se basa en un modelo de desarrollo liderado por las comunidades en donde se busca empoderar y fortalecer el liderazgo de las mujeres a partir de sus propias metas. En el transcurso de 15 años trabajando con la cooperativa, THP ha buscado "competir con el asistencialismo" que fue fomentado por la dependencia de la cooperativa hacia el INI y por el poder concentrado en algunas pocas socias (Entrevista con Silvia Hernández, Zoom, 08 de abril 2022).

Tomando la bandera de formar alianzas interorganizacionales que promulga la Fundación Kellogg, THP ha buscado alianzas estratégicas que amplifiquen el impacto de su trabajo (The Hunger Project, 2013). En esta línea, THP formó una alianza con la Red Binacional Niu Matat Napawika, una OSC formada en 2006, que empezó a trabajar con J'pas Joloviletik en 2013 con el fin de promover el comercio justo de sus productos a clientes en los Estados Unidos y, a su vez, "fortalecer y consolidar la estructura organizativa y productiva de la cooperativa J'pas Joloviletik" (Red Binacional de Mujeres Artesanas Niu Matat Napawika, 2018). THP contrató también a la ONG mexicana Impacto para impartir talleres a las socias sobre cómo innovar en los diseños y hacer nuevas combinaciones de colores en los tejidos.

Este enfoque en el empoderamiento conectado con la idea del desarrollo económico liderado por las artesanas, y el afán de formar alianzas estratégicas entre organizaciones en la sociedad civil tanto como el gobierno, constituye una convergencia ideológica y a la vez organizacional que moldea el campo del comercio artesanal en Los Altos de Chiapas. Si bien muchos de los proyectos colaborativos para comercializar productos artesanales surgen principalmente desde el sector privado, con algunos donativos del sector público, se encuentra un enfoque de desarrollo similar en varios proyectos destinados a artesanas en Los Altos que

fueron puestos en marcha por organismos del estado en colaboración con agencias internacionales. En 2022, dentro de su Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género, la Secretaría de Igualdad de Género (SEIGEN) del estado de Chiapas organizó talleres para apoyar a las artesanas del municipio de San Andrés Larráinzar en la formación de actividad de emprendimiento que les permitirían generar ingresos. Invitaron a empresas como Just (<https://choosejust.com/pages/about-just>), una plataforma internacional de venta de productos artesanales, y también a la Colectiva Malacate para impartir una serie de talleres de capacitación sobre el tema de la protección de conocimientos y estrategias de comercialización de textiles.

En 2023, SEIGEN continuó su proyecto de apoyar el emprendimiento con su colaboración en la iniciativa del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) "Impulso a la resiliencia de artesanas de Chiapas- Digital X". A esta iniciativa, se suman el Instituto Casa de las Artesanías de Chiapas (Icadech) y la empresa mexicana de comercio justo *Someone Somewhere*. Con base en un diagnóstico que aplicaron en varios municipios de Los Altos, pretenden incluir 100 artesanas en "cadenas de valor sensibles al género" para llegar al mercado europeo (PNUD México, 2023). El objetivo del proyecto es "contribuir a avanzar la autonomía económica de las mujeres indígenas en Chiapas, mediante la producción textil y la comercialización de artesanías a través del comercio electrónico, para tener acceso a mercados en Norteamérica y Europa." El PNUD argumenta que "el acceso de sus artesanías a mercados externos podría ser un trampolín para impulsar su sentido de agencia y empoderamiento para que tomen decisiones basadas en su autonomía financiera que esta oportunidad representaría en sus vidas" (PNUD, 2023).

En estos diferentes discursos vinculados con los proyectos de comercialización artesanal – en los cuales participan organismos gubernamentales estatales e internacionales, ONG locales y transnacionales, cooperativas, colectivos y marcas— encontramos la recurrencia de ciertas palabras: autosuficiencia, autogestión, empoderamiento, autonomía. Aunque los significados de estas palabras en sí no son unívocos, en las descripciones de los proyectos hay un hincapié en su sentido económico; se deja en claro que ser autónoma tiene que ver con la independencia financiera y que el empoderamiento es sinónimo del emprendimiento.

Esta nueva convergencia ideológica en torno al empoderamiento económico representa una transformación significativa en las ideologías anteriormente predominantes en el campo comercial nacional e internacional para la artesanía de Los Altos. Sin embargo, no constituye un borrón y cuenta nueva en la valoración de la producción artesanal. Varias causas sociales que

promovían ONG y grupos internacionales solidarios con el movimiento zapatista en los años 90, sobre todo los derechos de las mujeres y la autonomía de los pueblos indígenas, se encuentran como sustratos todavía existentes en el campo actual. El énfasis político que tenía el concepto de autonomía cuando se usaba en relación con el movimiento zapatista, en donde la autonomía se entendía como la autodeterminación de los pueblos indígenas (Leyva, 2002) no se ha perdido por completo; lo encontramos todavía en los proyectos que promocionan la compra solidaria de productos artesanales como Weaving for Justice que ha trabajado desde los años 80 con el colectivo Tsobol Antsetik y K'in al Antsetik junto con su cooperativa Jolom Mayaetik. Estos proyectos todavía conservan un enfoque activista y apoyan el proyecto político de autonomía de los pueblos indígenas y los derechos de las mujeres. Sin embargo, estos proyectos también se han adaptado a un nuevo campo comercial. Por un lado, Jolom Mayaetik sigue comprometida al trabajo en cooperativa en donde las socias artesanas están a cargo de la organización de su trabajo y también se involucran en acciones para proteger los derechos de las mujeres. Forma parte de la Red de Cooperativas del Sur (Recosur) en donde participa también la cooperativa recién formada Jolob Jlumaltik y que tiene

Un planteamiento de intercambio de experiencias ante organizaciones de mujeres de fortalecer para que sean las propias cooperativas y colectivos artesanales los que tengan el control de su administración, de sus finanzas, del acceso a recursos públicos pero que además se vinculen a iniciativas por ejemplo de combate de la violencia a las mujeres. Y donde integrantes de esas cooperativas [...] se forman como defensoras de derechos de las mujeres para acompañar casos de violencia doméstica, para analizar casos de violencia de género. (Entrevista con Ricardo Iglesias, Zoom, 18 de marzo de 2022)

La propuesta comercial y productiva de la cooperativa Jolom Mayaetik todavía está hermanada con las iniciativas sociales de la A.C. K'in al Antsetik y juntas llevan a cabo campañas de combate a la violencia y el “empoderamiento de las mujeres”. Sin embargo, además de estas iniciativas, que reflejan una continuidad en los objetivos de estas organizaciones desde su formación en los años 90, también hubo una expansión de sus proyectos sociales. A partir de 2013, se formó El Centro de Formación y Capacitación para Mujeres (CEFOCAM) que está integrado por mujeres que formaron parte de Jolom Mayaetik o K'in al Antsetik y también han adoptado nuevos proyectos de activismo político en torno a los temas de propiedad intelectual de las artesanas, la persecución de violadores y maltratadores, la defensa del territorio y la protección en contra de proyectos que dañan el medio ambiente, y becas para apoyar la educación de niños y niñas de socias en la cooperativa. Al mismo tiempo, estas organizaciones vieron la necesidad de diversificar sus canales de venta que antes fueron concentrados a un nicho de mercado de

“mujeres de 40 a 80 años que querían ayudar a otras mujeres” (Entrevista con Marla Gutiérrez, Zoom, 18 de marzo de 2021). Actualmente colaboran con la diseñadora Sarah Hamui en el proyecto Maestras Artesanas y han incursionado en ventas en línea a raíz de la pandemia.

Como recalca Ricardo Iglesias, quien ha trabajado en K’inal Antsetik desde finales de los años 90, estas diversas actividades de carácter social que realizan la ONG y que están orientadas a las socias de la cooperativa Jolom Mayaetik complementan el trabajo productivo de las artesanas. Aunque existe cierta coherencia en el enfoque de género, empoderamiento y autonomía entre los proyectos que se realizan con artesanas en Los Altos, este enfoque de género y los tipos de iniciativas sociales que promueven organizaciones como K’inal Antsetik y Jolom Mayaetik tanto como COFEMO y Weaving for Justice discrepa del planteamiento del empoderamiento que ha llegado a ser dominante en Los Altos que se centran en el desarrollo económico. Ricardo subraya esta diferencia al comparar el proyecto comercial de la ONG Aid to Artisans, donde él también trabajó durante algunos años:

Aid to Artisans ¿qué hace en comparación? “Vamos a organizar a las mujeres para que produzcan de manera organizada. Colectivos, cooperativas sí, pero para la producción. Vamos a perfeccionar su técnica. Vamos a modificar su diseño. Y vamos a darles la oportunidad de buscar un mercado. En paralelo, pues sí te daremos un par de charlas sobre los derechos de las mujeres y los derechos de los pueblos indígenas pero bueno este lo vamos a hacer en los 20 minutos al final del taller” (Entrevista con Ricardo Iglesias, Zoom, 18 de marzo 2022)

De acuerdo con esta descripción, el meollo del trabajo que hace Aid to Artisans (ATA) con artesanas es de carácter comercial. Su compromiso con los temas de los derechos de las mujeres parece secundario, un contenido que se abarca en el tiempo que sobra de los talleres. Sin embargo, con base en mi revisión de las publicaciones y los discursos presentados por ATA sobre su trabajo tanto como entrevistas que realicé con artesanas que participaron en ATA, el empoderamiento figura como una meta principal. No obstante, a diferencia de la noción de empoderamiento vinculado a cambios sociales que promueven organizaciones como Jolom Mayaetik y K’inal Antsetik mediante sus iniciativas no comerciales, las referencias que hace ATA del concepto señala una interpretación de empoderamiento como algo que las artesanas consiguen *mediante* sus actividades productivas y su participación en el mercado:

Tenemos la oportunidad de acompañar a mujeres (en su mayoría) de diversas comunidades en Chiapas, Yucatán y Campeche en su camino de *empoderamiento* a través de talleres e iniciativas que transforman sus artesanías en una fuente más robusta de crecimiento económico. (ATA, 19 de marzo 2022)

El grupo de Jal Pak' inició como grupo de ahorro en Marzo del 2019 y rápidamente vieron la oportunidad de utilizar su conocimiento para unirse al proyecto de Manos Vivas como artesanas. Hoy en día el grupo cuenta con 11 participantes, quienes durante estos años de trabajo con ATA México han concretado su compromiso entre sí y con su desarrollo personal. Una parte clave del éxito que han tenido como grupo es el nivel de comunicación y reconocimiento de habilidades que tienen; facilitando el cumplimiento de pedidos, agilizando sus tiempos y creando una red de apoyo inigualable. [...] Sus esfuerzos como grupo de ahorro y como artesanas han resultado en su *empoderamiento*, perdiendo el miedo a salir de sus comunidades, aportar ideas y seguir desarrollándose. (ATA, 30 de octubre 2021)

Proporcionando las herramientas y conocimiento que permitan a lxs artesanxs y productoxs afinar sus habilidades, fomentamos el crecimiento económico de las comunidades. Las oportunidades que resultan de estas acciones impactan de diversas formas las dinámicas sociales de las comunidades, y el *empoderamiento de la mujer* es fundamental para lograrlas (ATA, 8 de junio 2022)

Estas menciones del empoderamiento lo presentan como estrechamente vinculado con el desarrollo económico. O el empoderamiento de las mujeres les permiten tener éxito económico (el empoderamiento conduce a oportunidades económicas), o bien el éxito económico contribuye a su empoderamiento (desarrollar capacidades como grupo de ahorro y artesanas “han resultado en su empoderamiento”). Según este discurso, lograr el éxito depende del “reconocimiento de habilidades” que las artesanas ya tienen; hay que potencializar su producción artesanal tanto como sus capacidades personales. Como lo sintetiza ATA: “Nuestra visión del cambio se basa en una metodología integral que fomenta el desarrollo económico, pero se centra en el desarrollo humano y los aspectos específicos que se interponen en el camino del éxito personal” (ATA, 19 de marzo 2022).

Estas diferentes interpretaciones del empoderamiento —la primera que data del auge de las ONG en San Cristóbal a partir de los años 90 que apoyaban causas sociales y otra nueva vinculada con el arribo de financiamiento internacional a proyectos que fomentan el desarrollo sostenible— reflejan la diversidad interna del “ensamblaje translocal” (Sharma, 2008) de proyectos en Los Altos de Chiapas orientados al comercio justo de productos artesanales.

Sin embargo, a pesar de sus diferentes interpretaciones del empoderamiento, autonomía y autogestión, las docenas de ONG, colectivos y cooperativas que persiguen estos objetivos en sus proyectos con las artesanas comparten una estrategia. A diferencia de la política de asimilación económica y cultural que influyó en la formación del campo comercial para la artesanía en Los Altos, el enfoque del empoderamiento sugiere que el desarrollo es autodirigido en vez de impuesto. Las organizaciones que promueven el empoderamiento recalcan que su

intervención es para despertar las posibilidades de desarrollo que las artesanas ya tienen dentro de sí: empoderar significa “organizar a las comunidades para hacerse cargo de su propio desarrollo” (The Hunger Project, s.f.-b) y “ofrecer a las personas las oportunidades y habilidades para que puedan ayudar a sí mismas” (Aid to Artisans, s.f.). Barbara Cruikshank (1999), quien trazó los diferentes enfoques del empoderamiento que moldearon programas de bienestar en los Estados Unidos, notó que a pesar de los diferentes propósitos perseguidos por los proyectos feministas del empoderamiento comparados con los neoconservadores, ambos se parecen en su estrategia política de “actuar sobre otros al lograr que actúen en su propio interés” (p. 68). El fin del empoderamiento, argumenta la autora, busca transformar las capacidades de las personas que carecen de poder con el fin de convertirles en ciudadanos autónomos, activos y productivos.

Cruikshank señala algunas premisas problemáticas que son inherentes a este planteamiento del empoderamiento. Primero, establece una dicotomía entre la concepción de las personas como *sujetos*, quienes están sometidos al poder, y las personas como *ciudadanos*, quienes tienen subjetividad y autoestima que les permiten pensar y actuar por sí mismos. La idea de empoderar a las personas para ser ciudadanos activos en vez de sujetos dependientes fue explícitamente destacada por Silvia Hernández, una coordinadora de la ONG internacional The Hunger Project que trabaja con la cooperativa J’pas Joloviletik desde 2008:

trabajamos con esas mujeres que son evidentemente parte de una comunidad y el siguiente paso que es hacia donde vamos como organización es dar el salto de la movilización comunitaria a la *ciudadanía activa*. Entonces esta ciudadanía activa es que las personas dentro de las comunidades exijan sus derechos [...] que les puedan presentar a las autoridades locales, a las autoridades municipales desde esta democracia local participativa. Estas son nuestras verdaderas prioridades. No me sirve de nada que me traigan despensa, no me sirve de nada que me traigan tacos, sino que de verdad puedan decidir. Es el siguiente salto que queremos dar. (Entrevista con Silvia Hernández, Zoom, 08 de abril de 2022).

Aquí se hace una distinción entre la “ciudadanía activa” que “de verdad puedan decidir” y los sujetos pasivos que nada más reciben apoyo. Mientras que las personas entendidas como sujetos están reguladas y subordinadas, actuando de acuerdo con la voluntad de otros en vez de acuerdo con sus propios intereses, los ciudadanos se consideran como participantes de pleno derecho en la sociedad. Esta división entre sujetos y ciudadanos proporciona una visión en blanco y negro del poder en que las personas o están sometidas al poder o son actores autónomos que persiguen sus propios intereses. Por lo tanto, con base en esta visión dicotómica del poder en donde o uno está subordinado o uno actúa de acuerdo con su propia voluntad, se presenta el empoderamiento de las personas como la realización de una subjetividad autónoma,



libre de dinámicas de poder. El problema principal con este planteamiento es que no existe tal cosa como una subjetividad más allá de las relaciones sociales de poder que la moldean.

La experiencia y agencia de las personas nunca existen por encima de relaciones sociales que forzosamente implican dinámicas de poder. La noción del empoderamiento descansa sobre los supuestos erróneos de que existe tal figura como un sujeto completamente dependiente tanto como un ciudadano completamente autónomo. En realidad, las relaciones de poder no son tan simplistas; pueden ser coercitivas y voluntarias al mismo tiempo.

La interpretación escindida del poder que se promulga en el empoderamiento obstaculiza un reconocimiento de cómo el objetivo de empoderar a las personas implica en sí una dinámica de poder; “una forma de poder que promueve en vez de reprimir la subjetividad, un poder que produce y depende de sujetos activos en vez de la subyugación absoluta” (Cruikshank, 1999, p. 41). Al reclutar personas para que desarrollen ciertas habilidades y capacidades consideradas necesarias para que sean personas autónomas en vez de subordinadas, las organizaciones que promueven el empoderamiento de las artesanas demuestran precisamente cómo conviven la coerción y la voluntad en relaciones de poder. Si bien se hace énfasis en realizar el poder latente de las mujeres mediante la potencialización de sus habilidades y autoestima, las habilidades a desarrollar en los proyectos dirigidos a mujeres artesanas son identificadas y fomentadas por los “expertos” que vienen de fuera, con financiamiento extranjero. Estos programas dirigidos al desarrollo de las habilidades artesanales y comerciales de las mujeres indígenas de Los Altos pretenden empoderar a las mujeres por medio de su apropiación de estas capacidades recién potencializadas. Mediante talleres y capacitaciones, el objetivo es que las artesanas se adueñen de sus capacidades y adquieran nuevas habilidades que les sirvan para ejercer su autonomía. Representa, por lo tanto, una relación de poder coercitiva y voluntaria a la vez; las artesanas son libres de asistir a los talleres y aprender estas nuevas habilidades, pero no son ellas quienes organizan estas reuniones ni dirigen su desarrollo personal o económico. Cualesquiera que sean las intenciones que guían los proyectos que promueven el empoderamiento de las mujeres artesanas en Los Altos —formar participantes en el mercado global o defensoras de los derechos de las mujeres— todas coinciden en que buscan canalizar las acciones de las artesanas hacia fines que los dirigentes de los programas consideran convenientes. En última instancia, el fin del empoderamiento que promueven estas organizaciones es que las artesanas asimilen las habilidades que les permitan adueñarse de sí mismas. Según este planteamiento, una vez que estén liberadas de relaciones de subordinación y dependencia, ya se trate de sus relaciones

clientelares con el gobierno o de relaciones patriarcales en sus comunidades, las mujeres artesanas serán autónomas.

### **7.3.2 El desarrollo sostenible**

Aquí es donde el enfoque sobre el empoderamiento se conecta con la divisa del desarrollo sostenible. El desarrollo sostenible, que la ONU adoptó como lema para guiar su Agenda 2030 y que implica “crecimiento económico, inclusión social y protección del medio ambiente” (Naciones Unidas, 2023), promueve la armonización entre el desarrollo económico y el entorno social y ecológico existente. Esta visión del desarrollo compartida entre la mayoría de las organizaciones que trabajan con artesanas en Los Altos se aplica a la construcción y la valoración del trabajo artesanal en Los Altos en dos formas principales. Primero, adapta la valoración anterior del trabajo artesanal como arte tradicional a un nuevo marco en donde el desarrollo económico de las artesanas les permiten reproducir estas tradiciones culturales. Segundo, conecta con la meta del empoderamiento de las artesanas al presentarlas como las líderes de su propio desarrollo.

#### **7.3.2.1 Mantener una cultura tradicional**

El protagonismo de las ONG en la organización y valoración de la artesanía en este mercado en años recientes no erradica la influencia de estas valoraciones previas ni tampoco la pervivencia de las organizaciones que las promovían. De la misma manera que las organizaciones recién llegadas han forjado alianzas con entidades ya presentes en el campo comercial —como la cooperativa J’pas Joloviletik o la Casa de las Artesanías de Chiapas (Icadech)— también han asimilado valoraciones previas de la artesanía textil en su nuevo enfoque de desarrollo sostenible. En las siguientes descripciones de distintas organizaciones que trabajan con artesanas, podemos identificar una celebración del valor cultural del trabajo artesanal similar a aquella que se promocionaba en la formación de las primeras cooperativas de artesanas en la zona, quienes promocionaban una visión de la artesanía como un arte auténtico y tradicional:

Desde ATA trabajamos todos los días para que tengan mejores oportunidades y estén preparadas para tener negocios sostenibles inspiradas en sus técnicas tradicionales pero con un toque contemporáneo. *Apreciemos su trabajo ya que con sus manos transmiten sus tradiciones que han sido heredadas hasta el día de hoy.* (Aid to Artisans México, 2023)

Cuando tú vas a vender algo tienes que conocer eso que vas a vender. [...] O sea yo tengo que saber lo que te estoy vendiendo, tengo que conocerlo y tengo que conocer el valor que esto tiene para yo decirte y venderte. Es lo mismo, por decirlo, en términos de lo que trabajé con mis compañeras con su primera necesidad que era económica, de decirles: no pueden ustedes venderle a alguien bien si ustedes no están seguras de sí mismas, seguras del valor que ustedes tienen. Una, como *portadoras de conocimientos tradicionales*. Dos,

como la base de sus comunidades. Ustedes, las mujeres, son quienes mueven a las familias en su comunidad y quienes mueven a su comunidad porque sostienen- no nada más muchas veces la economía, porque el textil se ha vuelto una parte importante para sostener la economía de los hogares. Sino también sostienen la vida. (Entrevista con Karla Pérez, 20 de mayo de 2022)

*Manos que guardan saberes ancestrales, transmitidos de generación en generación.* A través del comercio ético, las artesanas transforman sus saberes en mejores oportunidades de desarrollo y autonomía. #patrimoniocultural #patrimoniotextil #comercioético #fairtrade. (Impacto, 2018)

De acuerdo con estas citas, el trabajo que hacen las artesanas tiene valor por la sabiduría que ellas tienen y plasman en sus productos. No obstante, este discurso representa un cambio en la valoración anterior de la artesanía como arte tradicional al presentarla como un recurso valioso que sirve para el avance económico de las artesanas y, simultáneamente, para la preservación de sus saberes tradicionales. En esta nueva formulación, el valor que antes fue colocado sobre la prenda artesanal como ejemplar de un arte tradicional se ha desplazado al sujeto de la artesana. A la luz de la historia del mercado nacional e internacional para la artesanía textil de Los Altos, considero que esta transfiguración de la apreciación de la artesanía como arte tradicional refleja no solo la intervención reciente de las ONG y su enfoque en el empoderamiento de las mujeres sino también la influencia de la relación comercial moral que señaló June Nash. El valor de la producción artesanal por ser una herencia tradicional, un conocimiento transmitido de generación en generación, se conjuga con su valor porque permite a las artesanas tener una vida digna. Sin embargo, a diferencia del sentido que tenía este discurso de comercio ético cuando originalmente apareció en Los Altos, según el cual se valoraba la compra de productos artesanales para apoyar un proyecto anticapitalista de desarrollo comunitario, ahora la relación comercial moral que se subraya es la de apoyar a las mujeres artesanas para tener mayor acceso a un mercado para sus productos.

#### **7.4 Las artesanas como líderes de su propio desarrollo**

El enfoque del desarrollo sostenible conecta con la meta del empoderamiento de las artesanas porque busca convertirlas en líderes de su propio desarrollo, lo cual sugiere que su avance está en armonía con su propia cultura y forma de vida tradicional. Mediante talleres y capacitaciones, ONGs tanto como organismos del gobierno capacitan a los beneficiarios indígenas para que se establezcan como líderes autosuficientes. Este enfoque del desarrollo sostenible en donde los beneficiarios de programas de capacitación y talleres sobre la autoestima se apropiaron de estas enseñanzas y llegan a reproducirlas ellos mismos es compartido por la gran

mayoría de las organizaciones que trabajan con artesanas en Los Altos. Ricardo Iglesias señala que

casi todas las organizaciones -incluidas las que llegaron foráneas como ATA etcétera- tienen planteamientos en su trabajo de desarrollo o de generación de organizaciones indígenas que puedan continuar en el campo que sea, ya sea el de la comercialización de productos textiles, el de la producción, el de la educación, el de la defensa de los derechos humanos. Se han generado organizaciones, organizaciones normalmente integradas exclusivamente por personas indígenas, que vienen a ser, voy a decirlo en términos muy llanos, las herederas. Las que van a quedar aquí cuando la fundación se retire. Las que van a seguir desarrollando el trabajo en términos organizativos que ahora realizan otras organizaciones. (Entrevista con Ricardo Iglesias, Zoom, 18 de marzo de 2022)

En este planteamiento del desarrollo ampliamente compartido entre las organizaciones que trabajan con artesanas en Los Altos de Chiapas se busca generar capacidades y autosuficiencia entre la población local. Según varias personas que trabajan en colectivos y ONG, es necesario combatir la dependencia que fomentó el apoyo que artesanas recibían antes de organismos gubernamentales con el objetivo de que las mujeres indígenas se encarguen de su propio desarrollo. Silvia, de THP, considera que uno de los retos principales de trabajar con la cooperativa J'pas Joloviletik es “tener que competir con el asistencialismo”. THP busca remplazar el asistencialismo que ellos asocian con los organismos que apoyaron a la cooperativa en su inicio con un modelo que busca más bien “acompañar a las personas a que fortalezcan su liderazgo”:

no queremos estar eternamente generando esta dependencia de las personas hacia una organización entonces por eso es que hablamos de desarrollo liderado por las comunidades. Porque lo que buscamos es acompañar a las personas a que fortalezcan su liderazgo y a que a partir de eso puedan tener herramientas o elementos para continuar con el desarrollo que ellas y ellos ven. [...] No es algo que nosotras imponemos sino a partir de lo que ellas y ellos ven es que generamos este acompañamiento. Porque no nada más es dar un taller por dar un taller. [...] O sea todo tiene un sentido detrás de que ellas se fortalezcan, de que se sientan más seguras. (Entrevista con Silvia Hernández, Zoom, 08 de abril de 2022)

De acuerdo con la advertencia de Cruikshank, la autoestima que busca generar THP entre las artesanas (“que se sientan más seguras”) no es solo el desarrollo orgánico de una capacidad latente que ellas ya tienen, sino una disciplina y autorregulación particular que, al igual que otras organizaciones en Los Altos, impulsa THP. Los objetivos principales de empoderamiento, autonomía, autogestión, y desarrollo sostenible que comparten la gran mayoría de las organizaciones que trabajan con artesanas para llevar sus productos a un mercado nacional e internacional son términos particularmente escurridizos.

Como vimos con el término autonomía, existe una polivalencia en el sentido que le dan diferentes organizaciones que va desde la autonomía política de los zapatistas a la autonomía económica que promete proporcionar una entrada a un mercado global. Esta polifonía no es tanto un problema sino una realidad que refleja cómo proyectos que persiguen diferentes fines infunden diferentes significados a la misma palabra. Lo que resulta más problemático es la idea generalizada que subyace en estos términos de *no intervención* y una *ausencia de relaciones de poder*. Según Cruikshank, existe un supuesto común en el planteamiento del empoderamiento —y argumentaría que también en las palabras relacionadas de autonomía, la autogestión y el desarrollo sostenible— que consiste en considerar que las relaciones de empoderamiento *no* son relaciones de poder. Como consecuencia lógica de este planteamiento, la única razón por la que las personas resistirían el proceso de empoderamiento tiene que ver con su comodidad como sujetos pasivos de relaciones de dependencia. Vemos esta línea de razonamiento en la descripción del trabajo que THP lleva a cabo con la cooperativa J'pas Joloviletik en comparación con otros programas:

las comunidades están muy acostumbradas a decir ‘¿Qué me vas a dar? ¿Qué me vas a traer?’ Entonces al principio sí fue un reto poder trabajar con ellas porque era “¿Qué me van a dar? ¿Qué nos van a dar?”. Pues es que no les vamos a dar nada o sea de verdad, no le vamos a dar absolutamente nada. Vamos a trabajar con ustedes para lograr lo que ustedes quieran. (Entrevista con Silvia Hernández, Zoom, 08 de abril de 2022)

Aquí se recalca la idea de que el trabajo que THP lleva a cabo con las artesanas rompe con las prácticas coercitivas de los programas gubernamentales que fomentaban una actitud de subordinación por parte de las mujeres indígenas. En cambio, se sugiere que al permitir a las artesanas lograr lo que ellas quieran, ya no existe una relación de subordinación ni un proceso de condicionamiento. La directora de ATA en México expresa la misma idea cuando habla del trabajo que hacen con artesanas en Chiapas: “No se trata de tener una máquina sino de saber qué quiere, para qué la quiere y cómo la quiere, nosotros no reaccionamos a lo que quieren las artesanas en ese momento, y lo que más necesita los grupos es asesoría y acompañamiento, y no equipo que es lo que hace gobierno” (María Eugenia, citada en Montero, 2015, p. 258). El asistencialismo del gobierno se presenta aquí como un tipo de falsa conciencia, mientras que el empoderamiento que logran tener a través de la “asesoría y acompañamiento” de ATA ofrece el camino para reconocer y realizar lo que las mujeres “realmente” quieren.

Los conceptos emparentados de empoderamiento, autonomía, y desarrollo sostenible se presentan como parte de un proceso orgánico en el que las mujeres indígenas adquieren el poder de hacer realidad sus sueños. Estas mujeres, que antes estaban sujetas a un papel dependiente,

logran convertirse en personas activas y productivas gracias a la intervención de organizaciones como THP. Esta caracterización del proceso de empoderamiento se asemeja al proceso mayéutico: un método de incentivar la reflexión que permite que las personas descubran nociones que ya existían en su interior. Según este planteamiento, las organizaciones que trabajan con artesanas para su empoderamiento guían sin imponer. Esta idea se refleja en el uso repetido del término “acompañar” para describir la intervención no impositiva de estas organizaciones.

Los días de facilitación de talleres son increíbles 🥳

Es realmente único *acompañar* en sus procesos de desarrollo y aprendizaje a cada uno de los grupos con los que durante estos 9 años hemos colaborado. (Impacto, 2022)

*Acompañamos* el desarrollo integral de las personas y de las comunidades con las que trabajamos para mejorar su formación y su calidad de vida. (Kitzin, 2020)

[S]omos mujeres organizadas trabajando para transformar nuestras realidades desde la autogestión y autonomía, el respeto, dignidad y cuidado entre nosotras. *Nos acompañamos* con amor y comprensión. (Colectiva Malacate, 2024)

Al subrayar el acto de acompañar, se redirecciona el enfoque sobre los sujetos que están “acompañados” reforzando la idea de su desarrollo autodirigido y restando importancia a la influencia de quienes “acompañan” y facilitan el empoderamiento de las mujeres artesanas. Al igual que otras autoras que han criticado el concepto de empoderamiento (véanse Cruikshank, 1999; Flores, 2016; Sharma, 2008; Zamorano, 2008), considero necesario cuestionar la supuesta neutralidad de este proceso de empoderamiento y acompañamiento.

La noción de que los talleres y capacitaciones que ofrecen estas organizaciones meramente permiten a las mujeres indígenas actuar de acuerdo con sus propios intereses, desarrollar sus propias capacidades y liberarse de relaciones de dependencia, oculta el hecho de que el desarrollo siempre apunta a cierta dirección y meta. Si bien estas organizaciones buscan distanciar su modelo de desarrollo sostenible y empoderamiento del enfoque de desarrollo social promulgado por agencias gubernamentales y otras organizaciones, recalcando que a diferencia del modelo asistencialista de dar cosas los talleres que ofrecen sólo brindan la oportunidad para las artesanas de desarrollar sus propias capacidades, no se deslindan de relaciones de poder ni de prácticas coercitivas. Como señala Ricardo en su descripción del modo en que las ONG trabajan con la población indígena de Chiapas, se busca que esta población termine reproduciendo el conocimiento y las capacidades que ellos les han aportado.

Hay un proceso gradual de transmisión o transferencia de conocimiento, de capacidades, de habilidades, desde estas organizaciones -o bien foráneas o bien históricas en Chiapas-, pero constituidas, integradas por profesionistas mestizos de los años 90 y principios de

la década, hacía una población indígena que se va profesionalizando y se va capacitando en este sentido. (Entrevista con Ricardo Iglesias, Zoom, 18 de marzo de 2022)

Si bien varios autores han señalado la presencia de discursos de empoderamiento y el enfoque de género entre organizaciones y empresas que trabajan con artesanas en Los Altos (Ramos, 2004; Montero, 2015; Flores, 2016), hay escaso análisis del proceso de “transferencia” de estos valores a las mujeres tsotsiles y tseltales. Una excepción es la tesis de maestría de Montero (2015) que es uno de los pocos trabajos que describe los talleres que ofrecen las ONG a las artesanas y aborda la cuestión de hasta qué punto las artesanas se apropian del contenido de estos talleres. El autor nota los términos usados en estos talleres y señala la dificultad que las artesanas tienen para entender y asimilarlos:

gestión, competitividad, operación, empoderamiento, [...] marketing, capacitación, socios, proveedores, ventas, recursos humanos, flujos de caja, planes de negocio y modelos; son nociones complicadas de entender para mujeres que en su amplia mayoría no ha terminado la educación básica, no dominan o hablan español, y más si éstas se encuentran habituadas a un sistema económico comunitario y no a uno empresarial, capitalista e individual. (Montero, 2015, p. 210-11)

¿Qué capacidades se logran transmitir en estas capacitaciones y qué aprendizajes asimilan las artesanas que participan en ellas? ¿Cómo ellas interpretan los valores que se infunden en su trabajo y sus productos artesanales? Abordaré estas preguntas en el siguiente capítulo en donde evaluaré cómo las artesanas reaccionan frente a esta influencia externa sobre el trabajo artesanal y los talleres que pretenden empoderarlas.

**CAPÍTULO 8**  
**TRANSFORMANDO EL TRABAJO**  
**ARTESANAL PARA EL MERCADO EXTERNO:**  
**CHOQUE Y ADAPTACIÓN DE SISTEMAS DE**  
**VALORES**



Las cosas se valoran –ya sean objetos, relaciones, personas o ideas- no de acuerdo a preferencias sueltas sino conforme a esquemas de clasificación. En el capítulo anterior, tracé la valoración del trabajo artesanal en el mercado nacional e internacional de Los Altos desde su apreciación como arte tradicional, su evolución como compra solidaria, y su importancia ahora como medio de empoderamiento y desarrollo sostenible. Al detenernos en la construcción de estas valoraciones, se hace patente que éstas no suceden nada más al nivel discursivo, como un elemento independiente de la fabricación del producto, sino que forman parte integral del proceso de realización de los textiles artesanales tanto como de sus círculos de venta. El discurso a favor de una apreciación de la artesanía como arte tradicional, como argumenté en el capítulo anterior, afectaba el diseño de los productos (diseños antiguos por ser considerados más tradicionales), los materiales que se usaban (tintes naturales) y la concepción de las artesanas como artistas. Con la entrada en juego de nuevos actores comerciales, estos discursos, diseños y la visión del trabajo de las artesanas se han transformado; ahora se articulan en torno a los conceptos interrelacionados del comercio ético, el desarrollo sostenible y el empoderamiento de las mujeres tsotsiles y tseltales.

La reconstrucción histórica del campo comercial nacional e internacional para la artesanía en Los Altos presentada arriba, al igual que la identificación de los actores principales que lo conforman, dejan en claro que estas valoraciones de la artesanía provienen de fuera de los contextos de las comunidades donde viven y trabajan las mujeres que producen estos textiles. Además, varias de estas valoraciones son dirigidas principalmente a los consumidores; la apreciación de los textiles como arte tradicional, por ejemplo, fue cultivada como una característica que despertaría mayor apreciación de la prenda tejida por parte del consumidor. Por cierto, esta valoración afectaba los productos que realizaban las tejedoras, impulsando el rescate de brocados antiguos y el uso de tintes naturales como vimos en el capítulo anterior. El enfoque actual en el comercio ético o justo también está orientado a los consumidores dado que se plantea la compra de los textiles artesanales como una inversión que procura el mejoramiento de las vidas de las artesanas. Sin embargo, este nuevo enfoque atañe de manera más directa a las artesanas al conectar el comercio justo con los objetivos del empoderamiento y la autonomía de las mujeres productoras.

Mi objetivo en este último capítulo no es evaluar si estas metas son factibles o aún logradas por las organizaciones que trabajan con las mujeres tejedoras y bordadoras en Los Altos. En cambio, el enfoque que adopto sigue las líneas de análisis de James Ferguson (1994, p. 18) en su estudio antropológico del desarrollo: “En lugar de ignorar el campo ordenado de

declaraciones producidas por el aparato de «desarrollo» alegando que las declaraciones son ideológicas, el estudio que se presenta a continuación toma este campo como punto de partida para una exploración de la forma en que se producen y ponen en práctica las iniciativas de desarrollo». De forma similar, pretendo analizar qué efectos producen los valores explícitos e implícitos sobre el trabajo artesanal que se promocionan en el mercado nacional e internacional en Los Altos. En específico, me interesa analizar cómo estos valores son interpretados y empleados por las mujeres tsotsiles y tseltales en el contexto de sus vidas y su trabajo.

En los siguientes apartados pretendo destacar algunos de los efectos de la valoración del trabajo artesanal como un medio de empoderamiento y desarrollo sostenible promovido en el campo comercial nacional e internacional para la artesanía en Los Altos. Me interesa profundizar en dos temas recurrentes que surgieron en mis entrevistas y observaciones con las mujeres artesanas. En primer lugar, examinaré el concepto del derecho que muchas de las artesanas han citado como un aprendizaje importante que han recibido de los talleres que les impartieron varias ONG sobre el empoderamiento de las mujeres. En segundo lugar, analizaré la valoración económica del trabajo artesanal en términos de mano de obra que implican los conceptos de pago justo y empoderamiento. Este segundo aspecto involucra un análisis más profundo y teórico sobre la valoración y la organización del trabajo en el sistema capitalista. Como argumenté en el capítulo anterior, los objetivos supuestamente neutrales y no intervencionistas del empoderamiento, la autonomía económica y el desarrollo sostenible conllevan premisas sobre los fines últimos de la adquisición de estas capacidades. Para desentrañar estas premisas, es necesario analizar los conceptos dominantes sobre la economía y el trabajo en el capitalismo. Una vez realizada esta revisión teórica sobre estos conceptos claves, pasaré a las formas en que diferentes artesanas se apropian o rechazan este esquema de valor y estructuración de su trabajo.

Esta indagación de doble sentido —que por un lado descompone el entramado de valores subyacentes en los discursos de empoderamiento y los talleres que imparten las ONG en Los Altos, y por el otro analiza cómo las artesanas se adaptan o no a estos valores externos en torno a su trabajo— tiene como objetivo entender el enfrentamiento entre distintas lógicas laborales en el mercado nacional e internacional para la artesanía actual de Los Altos de Chiapas. Pretendo enfocarme en el choque entre la lógica y estructura social de los pueblos tsotsiles y tseltales y aquellos del capitalismo.

## **8.1 Empoderamiento para el mercado vs. los derechos de la mujer en la comunidad**

Los talleres y las capacitaciones representan uno de los mecanismos principales mediante los cuales las organizaciones que trabajan con artesanas en Los Altos buscan cultivar el empoderamiento de las mujeres. En 2021, Impacto trabajó con 21 grupos artesanales de Los Altos, formados por 707 personas. A estos grupos se les dieron talleres sobre diversos temas que incluyen lo que denominan "desarrollo humano", que abarca "autoestima, liderazgo, trabajo en equipo", "patrimonio cultural tangible e intangible, derechos de la mujer, resolución de conflictos" y "generación de confianza a través de juegos cooperativos"; y temas "técnico productivos" donde enseñan sobre costos, color y desarrollo de productos, así como el seguimiento de los pedidos que están pendientes en colaboración con marcas y otros proyectos liderados por la ONG como Ensamble Artesano y Juxta Nation (Impacto 2020, 2021).

ATA por su parte reporta haber trabajado con 93 grupos en los estados de Chiapas, Yucatán y Campeche, logrando en el transcurso de los dos primeros años del proyecto "Manos Vivas" trabajar con un total de 1,504 artesanas (Aid to Artisans, 2020). Los talleres que ofrecen ATA como parte de este proyecto se enfocan más en la capacitación del diseño, producción, comercialización y emprendimiento, aunque también han incorporado algunos talleres sobre el enfoque de género y buscan desarrollar el liderazgo de las artesanas.

Aunque Impacto y ATA representan dos de las ONG más grandes que trabajan con artesanas en la zona, existen muchas otras organizaciones que ofrecen capacitaciones y talleres relacionados tanto sobre el diseño artesanal como con los derechos de las mujeres. En mis entrevistas con las mujeres artesanas, se mencionaron también talleres impartidos por la CDI, sustituida en 2018 por el Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas (INPI); la Escuela de Liderazgos Entrañables del COFEMO; el Instituto de Liderazgo Simone de Beauvoir; el Instituto Casa de las Artesanías de Chiapas (Icadech); y The Hunger Project en conexión con la cooperativa J'pas Joloviletik.

Se pueden identificar en estos talleres dos vetas principales: por un lado, la capacitación técnica para mejorar la calidad y diversificar el diseño de productos artesanales para adaptarse a los gustos de clientes fuera de la comunidad. Por otro lado, desarrollar cualidades como liderazgo y autoestima que se consideran importantes para que las mujeres artesanas sean independientes y empoderadas.

Al inicio de mi trabajo de campo, era muy escéptica sobre los talleres que se enfocaban en el empoderamiento y los conceptos relacionados de los derechos de la mujer y de la

autoestima. Dado que la mayoría de las organizaciones que imparten estos talleres están orientadas a la comercialización de los productos artesanales, consideré que el enfoque de género era una fachada superficial que encubría un proyecto esencialmente económico. Además, dada la brecha que separa el mundo de las mujeres tsotsiles y tseltales en sus comunidades de los espacios cosmopolitas de los organizadores de los talleres, por lo general mestizos y capitalinos, me parecía difícil que se lograra transmitir información que fuera útil o aplicable para las mujeres. Como observó Montero (2015, p. 210-11) en su descripción de los talleres que ofrecía el Tec de Monterrey en asociación con ATA, para las mujeres con pocos años de escolaridad y que no dominan el español resultaba difícil seguir las presentaciones de expertos sobre temas como “las negociaciones de las mujeres en el ámbito público y privado, herramientas para el empoderamiento, plan de empresa y ahorro”.

Mis propias observaciones de varios talleres que se impartieron en la Colectiva Malacate, COFEMO, SEIGEN, y en J’pas Joloviletik por parte de The Hunger Project (THP), no cambiaron mucho mi escepticismo inicial. En un taller de THP sobre derechos a las socias de J’pas Joloviletik, por ejemplo, las dinámicas que observé solo parecían resaltar la brecha entre las experiencias de vida de las socias indígenas y la coordinadora del taller que vino desde la Ciudad de México. Empezaron el taller con un repaso de los derechos que habían discutidos en un taller anterior que incluían los derechos de las mujeres “a hablar”; “a no quedarse callada”; “a opinar” “a trabajar”; “a salir a reuniones”; “a ya no estar en casa”; “a sembrar, tener un pedazo de tierra” –sobre este último las mujeres comentaron que es algo que existe ahora en Chamula para las mujeres pero que “no deben ser para algunas, sino para todas”. Frente a estos derechos estrechamente vinculados al contexto social y cultural de las mujeres tsotsiles de la cooperativa, varias de las dinámicas pedagógicas sobre el ejercicio de los derechos que tienen las mujeres me parecieron encaminadas a reforzar una interpretación bastante restringida e individualista en su aplicación.

A pesar de repetir con frecuencia que “eso no es para nosotros, es para ustedes, para que lo pueden usar”, había varias preguntas que guiaban a las mujeres a ciertas conclusiones sobre cuál era el uso correcto de la información que recibían. Las organizadoras preguntaban por ejemplo, “¿y si tienen más trabajo qué pasa?” (las mujeres contestaron con la respuesta predecible: “nos va mejor”). O “¿si las *antsetik*<sup>41</sup> pudieran escribir, contar, sumar, restar, serían diferentes sus vidas?”. O bien “si piden dinero y el gobierno ya no da más, que va a pasar?”. Estas preguntas

---

<sup>41</sup> *Antsetik* significa “mujeres” en tsotsil.

claramente guían las mujeres a proporcionar cierto tipo de respuesta y señalan cuáles son los caminos correctos a seguir; a saber, el trabajo, la escuela y la no dependencia de apoyos del gobierno. Mientras que algunas mujeres participaban, la mayoría se quedaban calladas. Algunas bordaban. Una quedó dormida.

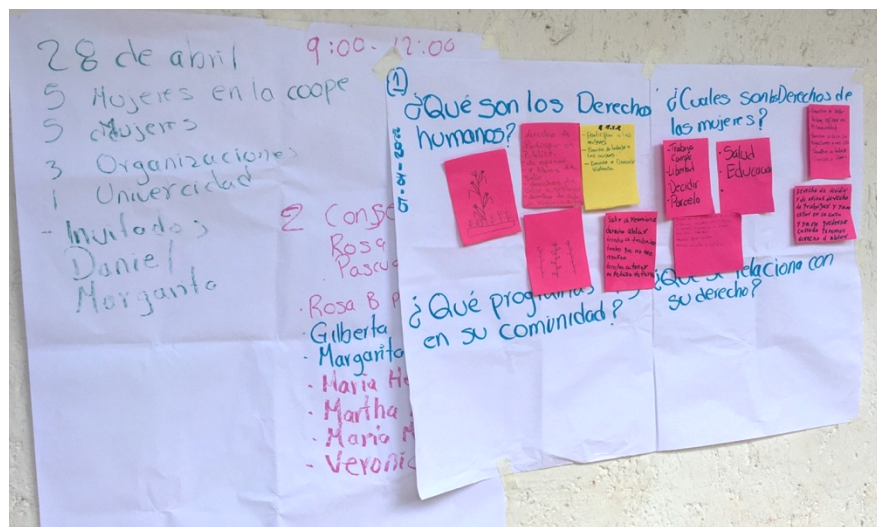


Imagen 26 Taller sobre derechos impartido por THP en J'pas Joloviletik.

Sin embargo, a pesar de mis reservas sobre la transcendencia de estos talleres, las referencias repetidas que hacían las mujeres que entrevisté a este tipo de taller me hizo reconsiderar mi idea de su importancia para ellas. Cito a continuación algunos de sus comentarios:

Conocí a la Red [Binacional de Mujeres Artesanas Niu Matat Napawika]. Y la Red siempre hablaban en español. Y ya empecé a meterme allí más y más. Había juntas, había talleres. Me gustaba ir. Me gustaba estar ahí. No hablaba, no decía nada, no aportaba nada pero estaba escuchando. E igual en la cooperativa, recibimos una invitación de un taller que llaman líderes... Cómo se le llama.. o algo así como para muchachas que se vayan aprendiendo, empoderando, algo así. Y eso me gustó también eso de ahí en los talleres aprendí a hablar más. [...] Y de ahí fui metiéndome. Me sorprendió muchas cosas. Ya empecé a salir de casa porque una mujer de aquí en estas épocas no puede salir. Pero de ahí empiezo a salir. (Entrevista con Martidiana, Catixtic, 26 de julio de 2022)

[sobre los talleres ofrecidos por COFEMO]

**Eugenia:** Me vino a decir una escuela. no sé si te gusta entrar a una escuela. “Qué escuela es” le dije. “Es una escuela de liderazgo”. “¿Que vamos a hacer allí?”. “Vamos a ir a aprender acuerdos sobre las mujeres”, algo así. “No sé si te gusta o si quieres entrar”. “Sí, sí me interesa”. [...]

**Rachel:** ¿Y cómo te parecen las clases?

**Eugenia:** Me interesa mucho porque allá te hablan sobre la vida de las mujeres.

**Rachel:** ¿Y qué es lo que te gusta de eso? ¿De que hablan?

**Eugenia:** Porque a mi cuando yo estaba juntada, como yo no tenía idea de cómo... a quién le contará. Porque una vez mi difunto esposo me maltrató. Y yo me dejaba lo que me decía. Pero cuando entré ahí que así no, tienes que defenderte. (Entrevista con Eugenia, Tzajalchen, 7 de agosto de 2022)

*[sobre los talleres de THP en J'pas Joloviletik, traducido de tsotsil a español por un intérprete]:*

Empezó a saber que la mujer tiene derecho a ser libre. A ser lo que una quiera independientemente de que esté casada o no. Empezó a saber qué derechos tiene una mujer porque ya pensó que no tenía. [...]Aparte de que dejó de tener miedo a hablar a comunicarse con el resto de la gente porque dice que no sabía hablar español pero que fue aprendiendo poco a poquito. (Entrevista con Manuela, Larráinzar, 24 de mayo de 2022)

**Juana:** Anteriormente fíjate que las mujeres como que no tenían voz para poder participar en una reunión. Pero ahora pues las mujeres tanto los hombres ya están respetando la igualdad de género.

**Rachel:** Y de dónde crees que este cambio viene?

**Juana:** Pues también porque muchas de las mujeres y organizaciones empezaron a pelear, a luchar por el derecho de las mujeres. (Entrevista con Juana, Natilyaxaltik, 18 de marzo de 2022)

Estas citas, recopiladas de entrevistas con mujeres tsotsiles y tseltales de diferentes edades, diferentes niveles de escolaridad y dominio del español y diferentes comunidades en Los Altos, recalcan la importancia que han tenido los talleres sobre empoderamiento y derechos de la mujeres para ellas. El lenguaje de los derechos de las mujeres, a pesar de que no se acuerdan de los términos exactos en que fueron presentados en los talleres, ofrecieron a estas mujeres un marco para enfrentar situaciones de opresión y violencia en sus vidas. Por cierto, el amplio marco que ofrece el concepto de “derecho” tiene diversas aplicaciones en los diferentes casos de las mujeres artesanas. Para algunas, se trata del derecho a una vida libre de violencia doméstica. Para otras tenía que ver con el derecho a salir. En el caso de Juana, quien tenía el puesto de regidora en Larráinzar, tiene que ver con el derecho a participar en las reuniones de su pueblo. En una entrevista, otra artesana que tenía el cargo del Juzgado de Paz y Conciliación en Chalchihuitán señaló el problema de que las mujeres “no tenemos ese derecho de la herencia patrimonial” (Entrevista con María, Chalchihuitán, 29 de marzo de 2022). A pesar de estos fines diferentes, el concepto de los derechos sirve a las mujeres para poner en tela de juicio las normas que rigen el papel de la mujer en sus casas y comunidades. Representa una herramienta para ejercer mayor control sobre sus propias vidas.

Esta aplicación práctica de sus derechos señala una diferencia sutil pero importante entre los enfoques de los derechos y el empoderamiento de muchas de las organizaciones que trabajan con artesanas en Los Altos y la interpretación que de ellos hacen las mujeres tsotsiles y tseltales. Una falla en muchos planteamientos del empoderamiento que señala Cruikshank (1999, p. 60) es su tendencia a abstraer el poder que adquieren las mujeres de las relaciones reales en donde se ejerce este poder. Recalca el hecho que todas las relaciones sociales implican elementos de

control social. En las citas de las mujeres artesanas más arriba, hay un énfasis en las relaciones concretas en donde las mujeres ejercen sus derechos y se hacen respetar: con su pareja, con su familia y en su comunidad. En cambio, en los talleres los derechos se presentan como una libertad que existe más allá de relaciones de poder y en términos de una independencia individual que conlleva una vida mejor. Subyacente a esta segunda visión se encuentran algunas premisas no siempre explícitas pero claramente presentes sobre los campos donde se supone que los derechos se ejercen: favorece una participación en el mercado, una exigencia de derechos al nivel del gobierno municipal y una postura definitivamente en contra de los apoyos del gobierno. De acuerdo con este enfoque en los derechos como una cuestión de independencia y participación en el mercado, los talleres de derechos de las mujeres que imparten varias de las organizaciones que trabajan con artesanas en Los Altos se suelen compaginar con sus proyectos de comercialización de productos artesanales. La idea que el empoderamiento va encaminado a espacios comerciales se encuentra claramente expresada en la siguiente cita de Marua Pinto Hugues, coordinadora de la Fundación León XIII, organización que colaboró con ATA en los primeros talleres que dio en Los Altos en 2012: al dar "los talleres de autoestima, dignidad y violencia, nos dimos cuenta que [cuando] las mujeres cuentan con mayor autoestima trabajan mejor, ellas se sienten mejor, venden mejor y mejoran su calidad, primero hay que trabajar con tu autoestima para que tú te sientas capaz de hacer las cosas bien hechas" (Montero, 2015, p. 198). Como nota Lesley Gill en relación con el empoderamiento que promueve la ONG Promujer, el mensaje principal es que la emancipación se logra por tener tanto dinero como sea posible y ajustarse a los estereotipos occidentales de comportamiento femenino apropiado (Gill, 2000, p. 151).

El enfoque en el empoderamiento y los derechos de las mujeres de estas ONG para su aplicación en el mercado no entra necesariamente en oposición con las nociones de derechos que resuenan con las mujeres artesanas en Los Altos. Al fin y al cabo, un objetivo principal de las artesanas es vender sus productos en mercados donde consigan precios mejores. Sin embargo, lo que ellas destacan en sus valoraciones de los talleres sobre los derechos es su relevancia para expandir su poder en el contexto de sus comunidades y en sus relaciones sociales más próximas. Esta apropiación del discurso de los derechos tiene mucho parecido con la adopción del lema de los derechos de las mujeres asociado con el movimiento zapatista. Una de las artesanas entrevistadas de El Puerto que iba a reuniones de la organización zapatista contó su experiencia:

Cuando empezamos a ir allí en la iglesia, juntaron también mujeres allá que nos platicaron cosas, que las mujeres también tienen derecho igual que los hombres. Que no solo los hombres tienen derecho de salir o de hacer cosas, que pueden trabajar también, las

mujeres somos iguales que los hombres. Porque más antes los hombres no nos dejan salir. (Entrevista con Justina, El Puerto, 11 de febrero de 2022)

Los derechos de las mujeres —si vienen de talleres ofrecidos por ONGs guiadas por una visión de empoderamiento basado en el avance económico individualista o si vienen de una visión de los derechos como proyecto político de autonomía colectiva— tienen relevancia para las mujeres tsotsiles y tseltales en el ejercicio de poder en los espacios donde viven y trabajan: en sus relaciones de pareja, de familia y en su comunidad.

Estos derechos surgen de las experiencias cotidianas de las mujeres en combinación con la referencia a leyes abstractas, como los derechos humanos universales. Lo que está en juego no es sólo obtener estos derechos, sino poder practicarlos en el contexto de sus comunidades. Este otro sentido de los «derechos» demuestra que la creación de espacios es tan importante como el reconocimiento jurídico. (Forbis, 2006, p. 185-6)

Aunque Forbis hace esta reflexión en referencia al zapatismo, la creación de espacios para poner en práctica sus derechos es un punto muy relevante en el contexto actual de todas las artesanas en Los Altos. Como muchas de las mujeres entrevistadas señalan, los talleres son valiosos porque les enseñan sobre sus derechos y a la vez, al asistir a los talleres las mujeres *practican su derecho a salir*. Casi todas las artesanas que entrevisté que no asistieron a la secundaria o no tuvieron la oportunidad de salir de sus comunidades hablan del miedo que tenían a salir por primera vez: que no sabían hablar el español, que no sabían cruzar la calle. Al asistir a los talleres, el mundo de las artesanas se expande a medida que viajan a San Cristóbal. La oportunidad de practicar el español también les abre la posibilidad de que las mujeres entren en relaciones con personas más allá de sus comunidades. Si bien estos son requisitos importantes para moverse en el campo comercial nacional e internacional para la artesanía, la relevancia que resaltan las artesanas de estos aprendizajes apuntan en otra dirección: en su vida en comunidad. En su gran mayoría, las mujeres no buscan salir de sus comunidades para siempre. Y la importancia de salir tampoco se reduce a la necesidad de trabajar o vender sus productos, a pesar de que este suele ser el motivo inicial. Se trata de una cuestión de tener más control sobre sus vidas y no estar restringidas en sus movimientos y actividades por un papel impuesto y restrictivo de género.

La importancia de esta apropiación del derecho no sólo al nivel discursivo sino de su movimiento físico que expande los ámbitos que habitan y trabajan, trae a colación la dimensión del espacio y su importancia en la organización del trabajo artesanal. Al igual que el tipo de acceso de las artesanas al mercado nacional e internacional para sus productos está condicionado por su posición en una estructuración desigual del espacio (Wallerstein, 2024), la forma que toma



su participación en la producción y comercialización de sus productos también está moldeada por la organización del espacio. El concepto de derechos es una herramienta que las artesanas emplean para abrir el espacio en que ellas puedan moverse. Al salir a San Cristóbal, a Teopisca, a Tuxtla y a la Ciudad de México, para asistir a talleres, entregar pedidos, comprar insumos e ir a expoventas, el trabajo de las artesanas también se transforma y abre la posibilidad de entrar en contacto con nuevos clientes.

Sin embargo, la organización espacial del trabajo de las artesanas no sólo se trata de su posición en relación con centros de comercio ni de su posibilidad de salir de sus casas y sus pueblos. La organización de los espacios productivos y comerciales de las artesanas —sus casas, sus parcelas, sus cooperativas y los lugares donde venden sus productos— revelan distintas relaciones y valores en torno a su trabajo. A continuación y con el apoyo de mi documentación fotográfica y audiovisual de estos espacios, pretendo desentrañar el sentido social de algunos de estos aspectos espaciales.

## **8.2 La construcción social del espacio laboral: una visualización de acomodos mutuos**

### **8.2.1 Espacio contiguo de trabajo y vida íntima**

La división fundamental que se ha establecido en el capitalismo entre actividades reproductivas y productivas (Fraser y Jaeggi, 2019) conlleva una división entre el hogar, concebido como el espacio femenino de actividades de reproducción social (la preparación de comida, la cría de hijos, el ocio, etc.) y el espacio laboral masculino dedicado a la producción y ganancia económica. Según esta formulación, el tiempo y el espacio del trabajo existen en una esfera aparte del entramado social de la vida de las personas.

Sin embargo, para las tejedoras y bordadoras tsotsiles y tseltales de Los Altos de Chiapas, el espacio doméstico es a la vez el espacio del trabajo y de la familia. El espacio del trabajo artesanal reta esta división institucionalizada precisamente porque ocurre en el hogar y está tan fuertemente entrelazado con las relaciones sociales que conforman el espacio doméstico de las artesanas. Los espacios comunes de la casa —que incluyen los patios, las cocinas y las salas— son los lugares del trabajo tanto como de convivencia con la familia. En varias casas humildes de una sola habitación, las distintas actividades que se realizan en la casa —cocinar, dormir, ver la televisión, bordar o tejer, desgranar el maíz, moler el pozol<sup>42</sup>— se realizan en un solo espacio. Como los grupos de producción artesanal están conformados por las hermanas, madres, hijas, cuñadas

---

<sup>42</sup> *Pozol* es una bebida a base de maíz nixtamalizado.

y suegras de una familia, el grupo doméstico también es la unidad productiva. En este sentido, el trabajo artesanal se hace en sintonía con las dinámicas y ritmos familiares, a tal grado que parece existir una contigüidad y hasta una concomitancia total entre el trabajo productivo de las artesanas y sus relaciones sociales en el espacio doméstico.



*Imagen 27 Antonia borda en cuadrillé mientras su hija prepara el desayuno. Tzajalchen, Tenejapa.*

Al estar realizado en estos espacios comunes, el trabajo de bordado o telar se intercala con otras actividades domésticas: preparar la comida, cuidar los niños, charlar con los hermanos o las vecinas que visitan. Las mujeres bordan mientras platican y chismean, y de igual forma, el trabajo y los diseños que hacen entran en la conversación de las personas presentes. Las mujeres que crían borregos, traen su bordado con ellas cuando los llevan a pastorear en sus terrenos (Imagen 28). La existencia contigua de estas diferentes actividades sociales y laborales las coloca en un mismo plano: el trabajo artesanal, si bien es diferente de la actividad de cocinar, lavar trastes, cuidar niños o platicar con la familia, no pertenece a una clase diferente de actividad.





*Imagen 28 Martidiana y su hermana bordando suéteres para un pedido mientras pastorean sus borregos. Catixtic, Chamula.*



*Imagen 29 Rosa, en su sala, corta el diseño de una falda mientras cocina frijoles en su anafre y ve la tele. Nachig, Zinacantán.*

En estos espacios, literalmente no existe una división entre la actividad económica y social. Las artesanas a veces hacen estas diferentes actividades de manera casi simultánea: cocinando, viendo la tele, y bordando al mismo tiempo (Imagen 29). La división tajante entre trabajo y ocio que se erige en la organización capitalista, al igual que la separación entre actividades económicas y sociales, se desdibuja.

Esta apertura o porosidad del espacio laboral y el espacio social se extiende también más allá de las paredes de las casas y del círculo doméstico. Dependiendo de la ubicación de la casa de la artesana en su pueblo, las personas de la comunidad que pasan en la calle pueden ver a las artesanas trabajando en el patio, secando en el techo las prendas que hicieron o escuchar el ruido de la máquina de coser por la ventana.<sup>43</sup>

Sin embargo, la continuidad entre el trabajo y la vida social no es completa, ni siempre armoniosa. Como señala Viviana Zelizer (2009), si bien lo íntimo y lo económico no son esferas hostiles y mutuamente exclusivas como en el orden capitalista, tampoco constituyen una sola esfera. La autora aboga por una visión de la relación entre estas esferas basada en el concepto de “vidas conectadas”.

En un sentido amplio, las personas crean vidas conectadas gracias a la diferenciación de sus múltiples lazos sociales, y establecen límites entre los distintos lazos a través de sus prácticas cotidianas, sustentándolos por medio de actividades conjuntas, que incluyen actividades económicas, pero negociando de una manera constantes el contenido exacto de los lazos sociales importantes. (Zelizer, 2009, p. 55)

En el caso de las artesanas, sus vidas laborales están estrechamente conectadas con sus vidas sociales íntimas. Sin embargo, la continuidad entre el espacio y el grupo doméstico con el grupo de trabajo no se debe confundirse con una igualdad entre las posiciones que ocupan las personas que forman parte de este grupo. La distribución del trabajo doméstico, incluyendo también el trabajo remunerado de bordado a mano y tejido, se realiza en torno al género y la edad.

---

<sup>43</sup> Una buena ilustración de esta porosidad entre el espacio de la casa y la actividad en la calle se encuentra en el siguiente video que realicé de un día laboral de la bordadora Rosa de Nachig cuando (minuto 14:00) los niños de sus vecinos vienen a saludarla (<https://vimeo.com/889730538>)





En las comunidades tsotsiles y tseltales, los trabajos de tortear, preparar la comida, criar a sus hijos, cuidar a los animales, tejer y bordar, lavar ropa y hacer el aseo de la casa son tradicionalmente los trabajos de las mujeres. En cambio, los trabajos de los hombres son el trabajo en el campo, hacer la milpa y realizar trabajos fuera de la casa para recibir un ingreso. Esta división es una de complementariedad dual que funciona como una norma ideal más que una regla estricta. Como vimos en el Capítulo 6, hay varios casos de mujeres que dedican todo o parte de su tiempo a realizar trabajos en el campo. De la misma manera, aunque el bordado y el tejido son “trabajos de mujeres”, no es raro que los hombres ayuden en una parte del proceso de sus esposas o sus madres.<sup>44</sup> Una dependencia cada vez mayor del trabajo remunerado, además de la popularidad de ideas de igualdad entre los géneros que provienen del zapatismo tanto como de ONGs, también han cambiado la organización de estos trabajos.

Sin embargo, la división tradicional entre el trabajo de las mujeres y el trabajo de los hombres sigue siendo una lógica organizativa vigente, en la que las mujeres llegan a apoyar a los



*Imagen 30 Lucilda, cargando su bebé, señala un detalle del trabajo que hizo su hija mientras su cuñada prepara tamales. Ch'empil, Huixtán.*

<sup>44</sup> Una artesana de Chenalho' que tiene un grupo grande de 35 mujeres menciona que ayudan en la producción tres hombres que fueron enseñados por sus esposas a hacer la técnica de bordado más sencilla de cadenas (Entrevista con Angélica, Chenalho', 05 de agosto de 2022). Otra artesana de Pokoltón, Larráinzar, especificó que su grupo de producción también cuenta con hombres: “mi cuñado hace bien el telar. Mi esposo sólo hace los acabados y los forrados” (Entrevista con Cristina, Pokoltón, 11 de junio de 2022).

hombres en el campo y ellos pueden apoyar a las mujeres en la casa, dándoles de comer a los pollos o cuidando de los hijos. De acuerdo con esta división, los niños y las niñas apoyan a sus padres y madres con sus trabajos y se van socializando en estos papeles.

Las niñas van aprendiendo el trabajo del bordado y del tejido entre los seis y diez años, al mismo tiempo que empiezan a ayudar a sus madres con sus otros trabajos domésticos de tortear, cuidar a los animales y cuando son las hijas mayores, cuidar a sus hermanitos. Para muchas de las mujeres entrevistadas, se trata de un trabajo “natural” de ellas: “Pues, es nuestro trabajo. Desde que estamos chiquitas, es lo que nos enseñaron a hacer. Es el bordado” (Entrevista con Martha, Aguacatenango, 7 de febrero de 2022). Aunque ahora es más habitual que las niñas asistan a la escuela<sup>45</sup>, varias de las artesanas entrevistadas, sobre todo las hijas mayores, tuvieron que quedarse en la casa para ayudar a sus madres con sus trabajos. En esta ayuda tampoco se distingue entre el apoyo en el trabajo doméstico no remunerado y el trabajo artesanal. Por ejemplo, una bordadora se quejó de que mientras su hermana tiene a sus dos niñas, ella solo tiene hijos y tiene que hacer sola el bordado de los pedidos que ella recibe: “yo no tengo quién me apoye, estoy solita trabajando. Yo solita saco adelante este trabajo” (Entrevista con Martina, El Puerto, 11 de febrero de 2022).

La subsunción del trabajo artesanal como trabajo doméstico y su entrelazamiento con las relaciones familiares es una cualidad que le asigna un valor distinto, pero no menor como el que tiene en una organización capitalista. En el sistema capitalista, el trabajo se define como

una actividad en la esfera *pública*, demandada, definida, reconocida como útil por otros y, como tal, remunerada por ellos. Por el trabajo remunerado (y más particularmente por el trabajo asalariado) es por lo que pertenecemos a la esfera pública, conseguimos una existencia y una identidad sociales (es decir, una ‘profesión’), estamos insertos en una red de relaciones e intercambios en la que nos medimos con los otros y se nos confieren derechos sobre ellos a cambio de nuestros deberes hacia los mismos. (Gorz, 1991, p. 26)

Según esta valuación del trabajo, la labor que se realiza en los espacios no públicos, como son las casas, ni siquiera se considera como trabajo. En cambio, viendo la organización del trabajo en la casa se percibe otra construcción de su valor que corresponde a otra lógica espacial distinta a una división entre público (masculina/dominante) y privado (femenino/inferior). No pretendo celebrar esta organización del trabajo que encontramos en el espacio doméstico en Los Altos como una organización igualitaria o utópica. La norma de que las mujeres no deben salir claramente indica que existen aspectos opresivos de la organización real en torno a la diferencia

---

<sup>45</sup> Según una encuesta que se aplicó a mujeres en Los Altos en 2009, 45% de las mujeres cuentan con la ayuda de las hijas y de los hijos pequeños (Olivera, 2011).

de géneros. Sin embargo, concuerdo con Christine Eber (1999) sobre la importancia que estos papeles de género tienen como una fuente de identidad y de orgullo para las mujeres, en donde se conjugan sus trabajos domésticos como madre, esposa, tejedora o bordadora. La inserción del trabajo artesanal en otra red de relaciones e intercambios plantea la existencia de otro campo más próximo de valoración que discrepa de la “esfera pública” como la única capaz de otorgar un valor real.

Sin embargo, al entrar en nuevas relaciones comerciales en el mercado nacional e internacional para los textiles artesanales, si bien las mujeres todavía llevan a cabo la mayoría de los procesos de producción en su espacio doméstico, la organización de estos procesos y su distribución espacial sufren cambios importantes.

## **8.2.2 La manifestación espacial de nuevas organizaciones del trabajo**

### **8.2.2.1 En la casa**

Entre las mujeres que tienen más éxito en el mercado nacional e internacional para la artesanía en Los Altos y reciben pedidos grandes directamente de parte de varios clientes en otras ciudades de México y en el extranjero (tipo de venta A), la organización de su trabajo cambia de varias maneras. Igual que la gran mayoría de las artesanas en Los Altos, aunque empezaron con un grupo de producción conformado por familiares —su madre, hermanas, tías, cuñadas— se fue expandiendo el tamaño de su grupo en la medida en que entraban en más relaciones comerciales y conseguían más pedidos regulares y cantidades más grandes. Ahora los grupos de estas artesanas suelen ser de entre 30 y 60 mujeres. Las artesanas que fundaron y encabezan estos grupos desempeñan nuevas actividades en torno a la producción y comercialización de las prendas: coordinan ventas con clientes; reparten los pedidos a las mujeres que conforman el grupo y explican lo que tienen que hacer; checan las piezas que reciben de las mujeres; salen a expoventas para vender los productos; organizan reuniones para ponerse de acuerdo para repartir dinero y sacar el costo de los gastos de viajes, las bolsas de empaque y las etiquetas; y compran en San Cristóbal los hilos para realizar las prendas. Estas nuevas actividades recortan muchas veces sus tiempos para los trabajos que antes hacían en la casa, incluido el trabajo de telar y bordado mismo. Para poder dedicar más tiempo a estas nuevas labores vinculadas a su trabajo artesanal, las mujeres hacen varios tipos de acomodados. Como nota Ramos (2010, p. 183) sobre las bordadoras de Aguacatenango, “existe una diversidad de estrategias de las mujeres para la realización del trabajo de la casa. Así por ejemplo, no todas hacen tortilla, lavan ropa o limpian la casa todos los días. Estas estrategias y reorganizaciones del trabajo se hacen debido a los compromisos que las mujeres han adquirido con alguna o algún cliente de

textiles para la entrega de blusas por alguna salida a San Cristóbal o un viaje a lugares más retirados”.

Juana Victoria, una artesana soltera de Cancun que tiene un grupo de 50 artesanas, pasa horas recibiendo a las mujeres de su grupo en su casa para checar la calidad de las piezas que entregan, y está en comunicación constante por teléfono con sus múltiples clientes nacionales. Ya casi no prepara la comida ni hace el aseo de la casa, relegando estas labores a sus cuñadas que viven con ella y quienes también le ayudan con el trabajo de comprar hilo y llevar los paquetes de las prendas a la sucursal de FedEx en San Cristóbal. Ceci, una artesana casada de Larráinzar que tiene un grupo de 35 mujeres en el paraje de Peña Blanca, recibe mujeres diariamente en su casa para repartir y recibir pedidos. También ofrece talleres en su casa sobre tinte natural. Su esposo, quien es guía turístico, lleva grupos a su casa para tomar los talleres o comprar piezas. Ceci sale a otros pueblos en el municipio colindante de Chenalhó para hacer encargos con otras artesanas que ella conoce allí. Viaja también frecuentemente a San Cristóbal para entregar prendas a tiendas y sale también a otros estados para asistir a expoventas. Con estas actividades constantes en torno a su trabajo artesanal, tiene poco tiempo para dedicarse a cocinar, lavar o cuidar de sus hijos, así que contrató a una muchacha para ayudarle a cuidar de sus dos niños, hacer la comida y limpiar la casa.

Estas nuevas actividades cambian drásticamente el trabajo artesanal y la forma en que se realiza. Si bien ya representa un trabajo claramente diferenciado de los otros trabajos domésticos, para ellas se convierte en su trabajo principal. Aunque estas artesanas todavía tejen, ya disponen de poco tiempo para hacer sus propios telares. Ceci también exhibe y presenta arte tejido en la galería MUY en San Cristóbal y muchas veces tiene que trabajar rápido en los últimos días antes de la exhibición para sacar las piezas que se comprometió a mostrar.

El espacio que toma su trabajo artesanal también se expande. La nueva separación del trabajo artesanal de la vida doméstica se refleja en nuevas divisiones dentro de la casa. En la casa de Juana Victoria, que comparte también con su madre, padre, hermanos y cuñadas (aunque estos últimos están construyendo su casa a lado) se han convertido varios cuartos en espacios para almacenar las prendas y los hilos y para realizar diferentes actividades en torno a la artesanía. En un cuarto aparte recibe a las mujeres y checa las piezas que entregan. En otro guarda los productos realizados que están listos para mandar a clientes. Cuando Juana Victoria tiene que tomar fotos de las piezas para mandarlas a los clientes interesados, cierra la puerta para que sus familiares y miembros de su grupo no la interrumpan. Con la urgencia y frecuencia de los



pedidos, el patio de la casa de Juana Victoria a menudo se convierte en una sala de espera para las mujeres de su grupo que vienen a entregar su trabajo.<sup>46</sup>

Ceci, por su parte, construyó su propia casa en la cabecera de Larráinzar donde vive con su esposo y dos hijos. Destaca en el pueblo no sólo por ser de tres pisos, sino también por su diseño moderno y minimalista de concreto pulido y ventanas grandes. El primer piso está completamente dedicado a la artesanía: en un amplio cuarto las prendas que hace su grupo (y algunas de las artesanas de otros pueblos) están colgadas por ganchos o dobladas sobre estantes de madera. Se almacenan decenas de madejas de lana y estambre y se exhiben varios de los utensilios usados para armar el urdimbre y hacer el telar. Hay un medio baño al lado de las escaleras. En este espacio Ceci y su esposo reciben grupos de turistas y también personas que encontraron su taller en línea, ya que el esposo de Ceci lo registró en Google Maps. En el segundo y tercer piso se encuentran los espacios domésticos donde convive la familia o donde reciben amigos y conocidos que vienen a comer: las habitaciones, el cuarto de lavar, la cocina, los baños y la sala. Luego en el techo de la casa se encuentra un espacio cubierto con un fogón de tabique para realizar talleres de tintes naturales que Ceci construyó con el apoyo de \$120,000 pesos que le fue otorgado por Fonart como “Proyecto artesanal estratégico”.

Estas instantáneas de las casas de estas dos artesanas exitosas resaltan las transformaciones que conllevan las metamorfosis en su trabajo. El trabajo artesanal se convierte en un trabajo aparte de la vida doméstica, aunque todavía se encuentra en el espacio de la casa. Para las artesanas que solo forman parte de grupos y no son sus representantes, o bien tienen grupos más chicos, el trabajo de bordado o tejido se realiza en los mismos espacios donde ellas se dedican a otras labores: en la cocina después de comer o en la sala mientras ven la televisión o hablan con sus hijos. En cambio, para Juana Victoria y Ceci, el trabajo artesanal ocupa un espacio (en todos los sentidos) más grande en su vida diaria. Mientras que otras artesanas guardan sus hilos y las prendas que realizan en bolsas de basura para protegerlos del polvo, Juana Victoria y Ceci presentan los textiles en su casa para que los clientes los vean y aprecien su

---

<sup>46</sup> La primera parte del video citado arriba retrata a Juana Victoria en estos espacios nuevos de su casa durante el transcurso de un día típico de trabajo. (<https://vimeo.com/889730538>)



aspecto. Varias partes de sus casas están adaptadas a sus relaciones con personas que no viven allí: sus clientes.

Otros autores se han enfocado en estos espacios de presentación de productos artesanales en términos de la “autenticidad escenificada” (MacCannell, 1999) en donde se presenta una versión del “escenario trasero” de la vida local de forma deliberada para el consumo de los turistas. Estos estudios se centran en los procesos de producción y la vida cotidiana de las artesanas que no se muestran a los clientes: el taller familiar en Zinacantán donde se esconden el refrigerador y la estufa detrás de los productos textiles en exhibición para crear un ambiente más “tradicional” (Martínez, 2014) o destinos turísticos como San Cristóbal de las Casas, donde se puede distinguir un escenario frontal, donde se “vende” una imagen a turistas, y un escenario trasero, donde se esconden las cadenas de producción, la competencia y la explotación (Bayona, 2015). Sin embargo, si cambiamos de perspectiva, estas mismas divisiones reflejan las adaptaciones que las artesanas han hecho a sus propias casas y en su trabajo artesanal para sus nuevas modalidades de venta. A diferencia de lo que sugiere la perspectiva de escenificación, que sólo se enfoca en la brecha entre la fachada y el interior de la casa, este recorrido por los cuartos y sus usos revela transformaciones más profundas en la organización de la vida y del trabajo doméstico en los casos de estas artesanas.



*Imagen 32 Alumnas de la Universidad Anáhuac, Ciudad de México, visitando el taller de Ceci. (Fuente: Tulan Textiles, 2023)*



*Imagen 31 Ceci con su telar en el segundo piso. Los libros y juguetes de sus hijos se ven tirados en el suelo.*



*Imagen 33 Espacio de taller de teñido con un grupo turístico.  
(Fuente: Worldwide Textiles Tribe, 2025)*

### **8.2.2.2 En los espacios comerciales**

Las nuevas separaciones y organizaciones del espacio doméstico de las mujeres que conlleva la expansión de su trabajo no es el único reacomodo espacial que ocurre en estas relaciones comerciales cambiantes. Al entrar en nuevos espacios comerciales -como agencias gubernamentales, tiendas, talleres, ferias y expoventas– las artesanas enfrentan nuevas lógicas organizativas sobre su trabajo. A continuación señalaré la entrada de las artesanas en dos tipos de espacio comercial, centrándome en cómo la organización espacial pone de manifiesto un sistema de organización y valoración en torno al trabajo.

#### **8.2.2.2.1 El espacio comercial profesional: Casa Chiapas (Icadech)**

El organismo gubernamental Instituto Casa de las Artesanías de Chiapas (Icadech) ha desempeñado un papel importante en el comercio de la artesanía textil en Chiapas desde su fundación en 1980. Actualmente realiza diferentes actividades relacionadas con la compra y venta y valoración de la artesanía en el campo comercial nacional e internacional para los textiles artesanales de Los Altos: compra piezas de las artesanas bajo diferentes modalidades (pedidos tanto

como recepción de prendas a consignación); brinda apoyos en la forma de materias primas; organiza concursos estatales para la artesanía; registra artesanas en el Sistema del Padrón Artesanal del Estado de Chiapas y otorga credenciales oficiales que les identifican como artesanas<sup>47</sup>; y ofrece talleres que fomentan el emprendimiento, la igualdad de género y la valoración de la artesanía. Conocí artesanas en diferentes municipios y grupos que reciben pedidos de Icadech, asisten a los talleres que ofrecen y participan en concursos organizados por ellos. Entre los grupos que venden con ellos, las artesanas compartieron diferentes perspectivas y experiencias. Martha Julia empezó a trabajar y vender con Casa Chiapas<sup>48</sup> desde hace 12 años. Formó un grupo de 25 mujeres, el número que requería Casa Chiapas, y recibía apoyo para producción y cursos de capacitación para hacer portatablet y blusas con otro corte. Ahora con un grupo más reducido de familiares y vecinas (“algunas ya salieron, algunas ya murieron” explicó), ella recibe pedidos de Casa Chiapas de vez en cuando: “cuando piden, voy a dejar si tenemos las prendas. Si no hay, pues no voy a ir. Es que ya es muy bajo el precio” (Entrevista con Martha Julia, Aldama, 6 de julio de 2022). Otras artesanas dejaron de vender con Casa Chiapas por su forma de realizar los pagos, que suelen tardar una semana después de que las artesanas entreguen el pedido. Pascuala, la tejedora comerciante de Zinacantán, antes vendía con Casa Chiapas. Sin embargo dice que ya no sigue vendiendo con ellos: “no, no me gusta, ¿sabes por qué? porque como piden a crédito—o sea si llega pues la fecha que [entregas], a veces no te paga todo y tarda muchísimo” (Entrevista con Pascuala, Zinacantán, 11 de marzo de 2022).

Sin embargo, en el caso de Juana Victoria, Icadech representa uno de sus clientes principales. Había empezado a vender con ellos desde antes “con otros gobiernos” pero pagaban muy barato y dejó de vender con ellos varios años desde el 2015. En 2019 empezó a vender de nuevo porque subieron los precios, “aunque sea de mayoreo” (Diario de campo, 20 de junio de 2022). Actualmente Juana Victoria y su grupo venden alrededor de 15 a 20 prendas con ellos cada mes, a veces más. En algunas ocasiones, reciben pedidos muy grandes, como un pedido de 500 piezas que Casa Chiapas recientemente les habían encargado para entregar en un plazo de cuatro meses. Juana Victoria comentó que “como el licenciado sabe que es un grupo grande, lo podemos surtir”. Estaba curiosa sobre cómo era el procedimiento que manejaba Casa Chiapas para recibir las piezas y Juana Victoria me permitió acompañarla en una de sus entregas.

---

<sup>47</sup> La ONG Impacto también colabora con Icadech para registrar artesanas bajo este padrón; en febrero del 2024 coordinaron la credencialización de 74 artesanas en Aguacatenango (Impacto, 2024).

<sup>48</sup> Icadech cambió su nombre de Instituto Casa Chiapas a Instituto Casa de las Artesanías de Chiapas en 2015 pero todas las artesanas siguen llamándolo por su nombre anterior.

Para llegar a la oficina de Casa Chiapas temprano en la mañana, Juana Victoria sale de Cancun a las 4:30 am. El viaje tarda alrededor de tres horas, pero en esta época todavía había cambio de horario en México, algo que los pueblos de Los Altos nunca han adoptado, así que tiene que salir aún más temprano. Juana Victoria va acompañada por su hermano, quien la llevaba en su coche, y su cuñada Paty, quien también lleva a su bebe y su hija. Llegando a las oficinas a las 8:55am, Juana Victoria y Paty entran en una sala grande, iluminada con ventanas y luces fluorescentes. Hay dos filas de mesas grandes donde se sientan los empleados que checan las prendas para verificar que tengan las medidas correctas, no estén manchadas y no haya ningún detalle en su elaboración. Ya habían llegado otros dos grupos de mujeres vestidas en trajes de Tenejapa y Larráinzar que estaban sentadas en sillas en filas, esperando que llamaran su nombre para pasar al primer checador.

Mientras Juana Victoria entrega su credencial y saca una copia de su INE para recibir el pago por otro pedido que habían entregado antes, Paty sale para acomodar varias prendas sobre una pared afuera de las oficinas para que se terminen de secar (Imagen 34). Como había estado lloviendo los últimos días, varias de las prendas que iban a entregar todavía no estaban secas. Otros grupos de diferentes pueblos de Los Altos —Aguacatenango y Chenalho’— van entrando y los grupos que habían llegado antes pasan a la caja por sus recibos. Juana Victoria saca pelusas de una blusa blanca con rayas negras. Aunque ella revisa todas las prendas un día antes de traerlas, bajo la luz brillante de la sala se ven mejor algunos detalles. “Me gustaría bien un espacio así”, Juana Victoria comenta. “Con mucha luz, ¿verdad?”, le pregunto. “Exacto, exacto.”. Lllaman su nombre y Juana Victoria pasa al primer checador. Espera el segundo chequeo para ver si todo sale bien. El checador le regresa una blusa en rojo y blanco que tenía pelusas e hilos que salen (Imagen 37). Paty ayuda a meter los hilos que salen. El checador pregunta si no traen más blusas. Juana Victoria explica después que hace 8 días apenas entregaron. Esta vez les avisaron apenas hace tres días del pedido. Intentan tener 15 prendas disponibles de cada modelo de antemano. Sin embargo, esta vez no habían podido entregar el pedido completo (sólo entregaron 8 huipiles y 9 blusas) porque algunas faltaban de terminarse por la lluvia que no dejó que se secaran las prendas. Ella lamenta el hecho de que no hubieran podido entregar más: “Qué lástima que hay oportunidades de venta y estoy perdiendo”. Juana Victoria recibe el pago por los pedidos anteriores, firma un comprobante por lo que acaba de entregar y sale a las 11am para regresar a Cancun.





*Imagen 34 Usando el espacio de la Casa de las Artesanías para secar prendas. Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.*



*Imagen 35 Sala de espera y checador de prendas.*



*Imagen 37 Juana Victoria y Paty revisan una prenda en la Casa de las Artesanías mientras Paty da pecho a su hijo.*



*Imagen 36 Juana Victoria en el chequeo de prendas.*



Incluyo aquí varias fotos que tomé durante la entrega de Juana Victoria en Casa Chiapas que considero transmiten con mayor fuerza los subtextos inscritos en prácticas y organizaciones espaciales. Todos los procesos y organizaciones espaciales de las oficinas de Casa Chiapas —el espacio blanco resplandeciente e iluminado, sus dos pasos de checadores de prendas, sus múltiples trámites burocráticos de recibir credenciales y emitir recibos— refuerzan su formalidad impersonal y económica. Es un espacio comercial que funciona para separar las prendas de sus heterogéneos espacios de producción —los hogares de las artesanas— y transformarlas en mercancías que luego venderán en sus locales.



*Imagen 38 Categorización de prendas recibidas.*

La organización de este espacio en secciones que corresponden a pasos uniformes orientados a la evaluación y clasificación de las prendas textiles las transforman y desplazan en el proceso. Los archiveros etiquetados con las palabras “HOY”, “CREDITO”, “CONSIGNA”, “PENDIENTE” subrayan el hecho que el espacio se dedica con eficiencia y exclusividad al trabajo de transformar las blusas que hizo el grupo de Aguacatenango y los huipiles que hizo el grupo de Juana Victoria en Cancun en mercancías que tienen un valor económico determinado por la autoridad del Icadech. Es un espacio eminentemente *profesional*.

Sin embargo, lo que volvió más evidente el significado del carácter profesional del espacio fue cómo Juana Victoria y Paty se movían en él. Mientras revisaban las prendas y arreglaban

los hilos, Paty amamantaba su bebé. Y cuando sacaban las prendas a secar en la pared afuera de la oficina, me sorprendió lo fuera de lugar que era ver prendas extendidas en este espacio público. A contrario de los pasos reglamentados de procesar los textiles para convertirlos en objetos comerciales, la ropa secándose parecía más bien la ropa lavada de casa. Amamantar y secar ropa al mismo tiempo de firmar papeles y presentar credenciales va en contra de las reglas inscritas en el espacio laboral y burocrático que separa lo profesional de lo íntimo. Como nota Massey (1994) la construcción de la espacialidad y la identidad en occidente gira en torno a la distinción culturalmente específica entre lo público y lo privado. De acuerdo con esta división, el trabajo productivo que se lleva a cabo en estos espacios públicos existe de forma separada de las actividades reproductivas que se relegan a los espacios privados y domésticos. Juana Victoria y Paty no pretendían retar estas divisiones, sin embargo, su apropiación del espacio traía consigo otra lógica, una que no hacía divisiones estrictas entre las actividades que se asocian con los papeles e identidades de las artesanas como madres o mujeres y las actividades “productivas” asociadas con los espacios laborales públicos.

Otra situación que ilustra esta tensión entre la construcción del trabajo artesanal en términos profesionales y la otra construcción “informal” como la practican las artesanas surgió en el taller que observé ofrecido por Icadech. El taller trataba sobre la elaboración de un estándar sobre la realización del telar de cintura con hilos de algodón. El propósito más general de este proyecto —los organizadores explicaron a las artesanas— era “dar un valor agregado a sus artesanías”. Fue liderado por una maestra (no tejedora) de la Universidad Politécnica de Chiapas que, con base en los conocimientos de las artesanas que asistían al taller, compilaba los pasos y conocimientos necesarios para realizar un tejido de 50 x 50 cm. Este estándar sería usado en el futuro para calificar el conocimiento y las habilidades de las mujeres para certificarlas como tejedoras.

El objetivo de este curso era convertir una labor que se ha practicado y transmitido en las comunidades tsotsiles y tseltales desde generaciones en una técnica certificable me pareció escandaloso. Aún más cuando me enteré de que la certificación tendría una vigencia de cinco años y se aplicaba a las artesanas mismas que elaboraron el manual, con la pequeña modificación de que su certificación sería vigente durante 10 años. Sin embargo, cuando pregunté a las artesanas qué les parecía el taller me tomaron por sorpresa sus respuestas. Ceci, la artesana de Larraínzar que describo arriba, me dijo que le gustó aprender sobre los acabados ancestrales, una técnica que elabora otra artesana del pueblo de Paraíso de Grijalva quien participó en el curso. Esta técnica de no cortar los hilos al momento de quitar el urdimbre de los carrizos fue algo que

Ceci ya no practicaba y le gustaba la idea de rescatar este conocimiento. Antolina, otra artesana que asistió a los talleres, también me contó que le gustaba porque le sirvió para aprender los nombres de los instrumentos del telar, algo que no sabía en español, y también para dar a conocer su trabajo en Casa Chiapas, lo cual la conectó con Fonart quien después compró 9,000 pesos de piezas con ella.

Estos ejemplos de la entrada de las mujeres tsotsiles y tseltales en las oficinas y los talleres de Casa Chiapas ponen de relieve las brechas entre las lógicas organizativas que subyacen diferentes visiones y valoraciones del trabajo artesanal. Por un lado, Casa Chiapas pretende formalizar el trabajo, colocándolo en un entorno público y estandarizado muy aparte del espacio doméstico, privado e informal donde las artesanas lo practican. Por otro lado, las artesanas tienen prácticas y valoraciones heterogéneas en torno a su trabajo. Vemos con Juana Victoria y Paty desviaciones en las normas prescriptivas del espacio de trabajo; a saber, mezclan las identidades de trabajadora y madre. Ceci también llevaba a su hija pequeña con ella al taller. Pero también podemos ver la influencia en la otra dirección de la adopción de prácticas que cultivan la estandarización del trabajo artesanal cuando Juana Victoria menciona que le gustaría tener luces como en la oficina de Icadech para poder revisar mejor las prendas en su propia casa.

Respecto a los talleres, las artesanas destacan aprendizajes que distan mucho del propósito de “dar valor agregado a sus artesanías” mediante su formalización. Ceci señaló su valoración de un aprendizaje que recibió gracias a su contacto con otra artesana de otro pueblo en el grupo. Antolina resaltó el vocabulario para nombrar las herramientas de su trabajo artesanal en español y también para ofrecerle una nueva oportunidad de venta. Mientras que el proyecto de Icadech apunta a la formalización del trabajo artesanal, los intereses de las artesanas revelan diversas aspiraciones que van desde vender más hasta revalorar técnicas tradicionales y tener el vocabulario para hablar de sus trabajo en español. Al igual que en los talleres de derecho, vemos una apropiación de los valores y las lógicas dominantes sobre sus trabajo que se adaptan a los contextos propios de las artesanas y conviven con otras prácticas laborales.

Ahora quiero contrastar la valoración y organización del trabajo artesanal que promueve Icadech con otra organización en Los Altos: la cooperativas J’pas Joloviletik.

#### **8.2.2.2 Una oración para las ventas: J’pas Joloviletik**

En la tienda de J’pas Joloviletik que se encuentra en el centro de San Cristóbal, detrás de la iglesia de Santo Domingo, confluyen las influencias de muchos lugares y periodos históricos. A finales de los años 80 inauguró su tienda y se registró como cooperativa. Casi 30 años más tarde, ya no reciben apoyo del gobierno, sino capacitaciones de ONG, principalmente THP, que además de

los talleres de derechos mencionados anteriormente, también ha impulsado prácticas organizativas dentro de la cooperativa como la elección democrática de cargos en el consejo, que se turnan entre todas las socias. También buscaron mejorar la rendición de cuentas: las representantes del consejo de la cooperativa se juntan y revisan las ventas de sus productos en la tienda cada mes con el fin de tener control sobre sus finanzas y evitar malos manejos.

He ayudado con varias de estas actividades, apoyando a los nuevos vendedores de la tienda, una socia de Catixtic y su pareja, después de que saliera la anterior, que como se supo después estaba embolsándose dinero y desviando pedidos que recibía la cooperativa para surtirlos con otros grupos que él conocía. Al conocer a las socias y observar la organización de



*Imagen 39 Rendición de cuentas entre las socias del consejo.*

estas actividades, me llamaba la atención de nuevo la continuidad entre las actividades laborales productivas y reproductivas. Por ejemplo, los vendedores, además de ser una pareja, que en sí mismo desdibuja la división normativa entre la vida privada de la casa y la vida pública del trabajo, dormían en un cuarto en la cooperativa, porque sería demasiado tardado y costoso ir y venir a su paraje cada día. Hacían su vida en el mismo espacio de la tienda: cocinando en una estufa que había en un cuarto detrás de la tienda y lavando trastes en el patio. Su hijo pequeño jugaba en el suelo durante el día. En las reuniones de las socias, que son las hijas y nietas de las fundadoras originales, también muchas eran madres jóvenes y cargaban a sus bebés con ellas o sus niños chiquitos que comían y jugaban mientras las mujeres participaban en discusiones sobre las actividades de la cooperativa.

En mi entrevista con Silvia Hernández, que trabajaba en THP y daba los talleres de derecho a las socias, ella sugiere que las artesanas quieren “profesionalizar mucho más su imagen”, y que “no sean vistas solo como artesanas sino como empresarias artesanas” (Entrevista con Silvia, Zoom, 08 de marzo de 2022). Esta idea hace eco de lo que expresó María Eugenia Pineda Meléndez, directora en México de ATA, cuando describe los tres niveles en que ATA clasifica a las artesanas:

el artesanal (1 nivel), que son la mayoría, nosotros hacemos de lo que sabemos hacer, y si nos pones tarea de lo que sabemos hacer pues adelante, nivel medio que son las emprendedoras, que ellas están dispuestas apostar, significa hacer cosas nuevas, a echar a perder también y un tercer nivel, que es algo que aspiramos a que se conviertan algunas que son las empresarias, que ya son las que tienen contactos con los clientes, al grupo de Angelina necesitamos trabajar mucho con ellas para que se conviertan en empresarias, para ello necesitamos que tengan más iniciativa para hablar con la gente, más desenvolvimiento, que sepan computación para meterse a este mundo globalizado. (Montero, 2015, p. 172)

De acuerdo con este sistema de clasificación, la meta es que las artesanas pasen de ser meras trabajadoras o productoras a empresarias. Esta evolución implica la adquisición de habilidades y características que les permitan moverse en el ámbito comercial y “meterse a este mundo globalizado”.

A diferencia de las visiones de éxito que conllevan las nociones de ser “profesional” y “empresaria”, un éxito que está estrechamente vinculado con la esfera de producción remunerada divorciada de las actividades de vida social o doméstica, encontré una visión *sui generis* del trabajo artesanal y actividades comerciales entre las socias de J’pas Joloviletik que refleja su conjugación del trabajo con la vida social y doméstica. Se presentó una situación en particular que ejemplifica esta otra visión de su trabajo y su actividad comercial.

Estaba asistiendo a una reunión de la cooperativa que habían convocado las socias para hablar de las bajas ventas. Estaban sentadas las socias en sillas y en el pasto del patio de la tienda. En dos de las paredes del patio estaban los nuevos murales de artesanas tejiendo y sonriendo que habían pintado con THP. Las mujeres del grupo de Chamula estaban elaborando pulseras mientras participaban en la reunión y al lado había un gato sentado sobre un bloque ligero. Un niño, hijo de una de las socias, deambulaba comiendo un plátano. El mes pasado las ventas habían sido solo 20,000 pesos, lo cual no alcanzó para cubrir los gastos de agua y luz y el sueldo del contador. Rosa, la presidenta de la cooperativa, sugirió un plan de acción para remediar la situación: que cooperaran entre las socias para traer una mujer para que hiciera una oración. La reunión fue en tsotsil, igual que todas las reuniones que hacen las socias entre sí, pero me explicaron después que hace 10 años lo habían hecho y el propósito es el de limpiar y proteger la cooperativa. Las bajas ventas eran atribuidas a una mala vibra que trae alguien o a envidias, así que al traer a una señora que sabe orar podrían mejorar la situación. Aunque había mujeres no católicas en la cooperativa, no estaban en contra del plan. Se pusieron de acuerdo de contribuir 50 pesos cada una para aportar 3,150 pesos para pagar el pasaje de una señora de Larráinzar que sabe orar además de las velas, los gallos, y el *pox*<sup>49</sup> entre 63 socias.

Dos semanas más tardes, se realizó la oración en un cuarto detrás de la tienda de la cooperativa. La señora que trajeron de Larrainzar para hacer la oración colocó las velas en seis filas de 15. Seis socias asistieron y acompañé a dos de ellas, Rosa, la presidenta, y Virginia, al mercado para comprar los gallos que se usaron en la ceremonia. La oración en sí duró alrededor de una hora. La señora y las socias prendieron las velas, y la señora rezaba mientras pasaba los gallos arriba de las velas, pidiendo que dios proteja a las socias de la cooperativa (Imagen 40). Tomamos *pox* en distintos momentos de la ceremonia y mientras yo anotaba mis observaciones, Rosa checaba su celular y actualizaba su estatus de WhatsApp. El hijo de Virginia entraba y salía del cuarto para jugar. Después de la oración, las seis socias fueron al patio y se organizaban para matar, limpiar y cocinar los gallos en un caldo (Imagen 41).

---

<sup>49</sup> Pox es una bebida alcohólica a base de caña de azúcar que se usa en muchas ceremonias en los pueblos tsotsiles y tseltales (*pox* en tsotsil significa medicina).





*Imagen 40 Oración en J'pas Joloviletik.*



*Imagen 41 Preparación de los gallos usados en la ceremonia para un caldo.*

Es difícil imaginar prácticas que disten más de la imagen de profesionalización propios de “un mundo globalizado” que promocionan las ONG en el campo comercial nacional e internacional para la artesanía en Los Altos. La decisión de atender el problema de ventas mediante una oración tradicional y después matar y cocinar los gallos detrás de la tienda (que estaba abierta durante la toda la oración y la preparación de comida) representan un mezcla de actividades laborales, religiosas, sociales y domésticas que contravienen los fundamentos del sistema capitalista en donde se separan simbólica y espacialmente estas prácticas en esfera diferentes.

En vez de tomar esta situación como un ejemplo de cómo las creencias entran en los ámbitos laborales o “afectan” el trabajo de las artesanas, considero que demuestra una vinculación más profunda de cómo el trabajo artesanal de las mujeres tsotsiles y tseltales está configurado en torno a otra visión de *qué es su trabajo*. Para las socias de J’pas Joloviletik, no existe una división tajante entre su vida laboral y su vida social y religiosa. Tanto es así que la solución para las bajas ventas no se encuentra en el ámbito económico -como promoción en redes o descuentos sobre productos. Más bien pretenden atender las causas sociales y sobrenaturales del problema comercial a través de la oración.

El análisis que hemos hecho de la organización del trabajo artesanal en la casa y en los espacios comerciales permite vislumbrar el modo de organización espacial y a la vez simbólica



dominante del trabajo bajo el capitalismo tanto como las diferencias con las que las artesanas organizan y habitan estos espacios. Vimos una tendencia de continuidad entre los espacios tanto como los trabajos domésticos y laborales. También notamos cómo esta continuidad empieza a reestructurarse cuando las artesanas entran en nuevas relaciones comerciales que conllevan acomodados en la organización de estas actividades y espacios. El espacio no representa nada más el escenario donde pasan estos cambios, sino el cambio *es precisamente del espacio laboral mismo*. En este sentido, el espacio, como argumenta Doreen Massey, es racional:

Decir que el espacio es relacional significa que no debe ser conceptualizado como una dimensión absoluta (es decir, preexistente) y que también es de hecho *construido por* y producto de las relaciones entre fenómenos sociales. Creamos activamente el espacio (el tiempo-espacio, los tiempo-espacios) al organizar y vivir la vida. Además, la forma en que lo hacemos impacta a su vez la estructuración de la sociedad y de nuestras vidas. (Massey, 1995, p. 1)

Una segunda pieza de este análisis de la organización y la valoración del trabajo artesanal es la dimensión temporal.

### **8.3 El valor del trabajo artesanal como mano de obra**

Entre las personas que trabajan en las ONG, en las tiendas que promueven el comercio justo, entre los aficionados de las prendas artesanales y también entre las artesanas, se escucha un refrán común: los consumidores, e incluso las artesanas mismas, no valoran el trabajo artesanal. Es una frase que aparece a menudo en referencia a los precios bajos que las artesanas reciben cuando venden sus productos con intermediarios o en sus propias comunidades.

Lo que hacíamos es ir a San Cristóbal más que nada en Santo Domingo a ofrecer nuestras piezas. *Pero allí no valoran el trabajo que hacemos*. Aunque la pieza que vale unos 100 pesos, te pueden pedir en 40, 50, 60 a lo mucho. Cómo no hay otro lugar donde vender o a veces también por necesidad o por alguna enfermedad pues no hay de otra que dejar las piezas allí. Por lo mismo de que muchas veces dicen "*¿Por qué en Santo Domingo vale menos que acá?*", *pero por lo mismo de que lo compran muy barato*. (Entrevista con Fidencia, Larráinzar, 12 de marzo de 2022)

Ahora cuando entré en ese grupo con las compañeras [...] pues me da mucho ánimo porque ya hay paga y les pagan bien. Eso es lo que más me gusta. Porque allá, si vendo unas blusas allá en comunidad, pues nada más pagan 400 pesos. *No lo valoran*. Si uso más hilo o el tiempo... sí es algo, es algo. (Entrevista con Micaela, Aldama, 04 de abril de 2022)

Quizás las ocasiones más sorprendentes en las que se habla de que las personas no valoran el trabajo artesanal son cuando las artesanas se refieren a ellas mismas. Varias de las artesanas entrevistadas hablan de cómo aprendieron a valorar su trabajo mediante talleres que daban ONG y marcas:

Pues solo nos enseñan cómo ofrecerlos o cómo explicarle los procesos, cómo se hace, explicarle al cliente nada más. *Y valorar nuestro trabajo.* (Antolina, Macvilho, 09 de julio de 2022)

Pues [Fábrica Social] nos enseñó a tomar nuestro tiempo, a calcular el hilo, cuanto hilo lleva. Porque antes no lo sabíamos cómo sacar, solo vender así nomás. Si nos regateaba: "darlo a tal precio te voy a comprar", "bueno", con que recibas dinero ya no te acuerdas de cuánto invertiste. Sí, ellas nos enseñaron pues a hacer bien las cuentas, cuánto invertir en los hilos, cuánto tiempo te lleva. Y cuánto gastas al día más o menos para sacar un poco de cuánto ganas ahí. *Y también a enseñarnos a valorar nuestro trabajo porque hay mujeres que no lo valoran su trabajo.* (Entrevista con Julia, Zinacantán, 06 de julio de 2022)

¿Qué significado tiene la palabra "valorar" en estas distintas situaciones? En los diferentes contextos donde se escucha esta frase, suele referirse principalmente a un sentido particular del valor: su sentido económico. Concretamente, se refiere al valor rentable del tiempo productivo de las artesanas y luego, a veces abarca la inversión que ellas hicieron en materiales como hilo, tela o electricidad. Cuando no valoran los consumidores este trabajo, no lo compran a un precio justo que dignifica el tiempo que habían laborado las artesanas. Y cuando las artesanas no valoran su trabajo, no lo venden a un precio que refleja el tiempo que tardaron en elaborar sus piezas. El hincapié en el valor del trabajo artesanal en términos del tiempo de su elaboración también se nota en la práctica que han adoptado varias tiendas que promueven el comercio justo de poner en la etiqueta de la prenda o en la descripción del producto en su página web el nombre de la artesana quien lo elaboró además de las horas (o los días o semanas) que tardó en hacerlo. Según los fundadores de Táabal, una tienda en San Cristóbal que está registrada en la Organización Mundial del Comercio Justo, decidieron "imprimir en la etiqueta el número de horas necesarias para crear los numerosos productos textiles que se venden en la tienda, de manera que los consumidores pueden apreciar el valor del producto en sus manos" (Alma de Chiapas, s.f.).



Imagen 42 Etiquetas de textiles artesanales elaborados por tejedoras y bordadoras tsotsiles en las tiendas Fábrica Social, Malacate y Táabal.

Varias organizaciones y marcas que trabajan con artesanas en Los Altos lideran iniciativas para educar consumidores tanto como las artesanas mismas sobre el valor del trabajo artesanal en términos de mano de obra: la ONG internacional The Hunger Project ha dado talleres a artesanas en la cooperativa J'pas Joloviletik sobre cómo calcular el precio de las prendas; la ONG nacional Impacto Textil negocia los precios que pagan marcas internacionales a artesanas de Chiapas y también dan talleres a las artesanas para enseñarles a calcular su tiempo; y el Instituto de Liderazgo Simone de Beauvoir, que también ha dado talleres sobre cómo sacar el precio de productos artesanales, basan su cálculo del precio de las prendas en el pago de mano de obra por hora (muchas veces con referencia al salario mínimo del estado), y buscan inculcar en las artesanas esta práctica para que ellas calculen sus precios.

Finalmente, organismos gubernamentales como Fonart y la Secretaria de Bienestar se han sumado al movimiento del pago justo con su campaña #NoAlRegateo que subraya la

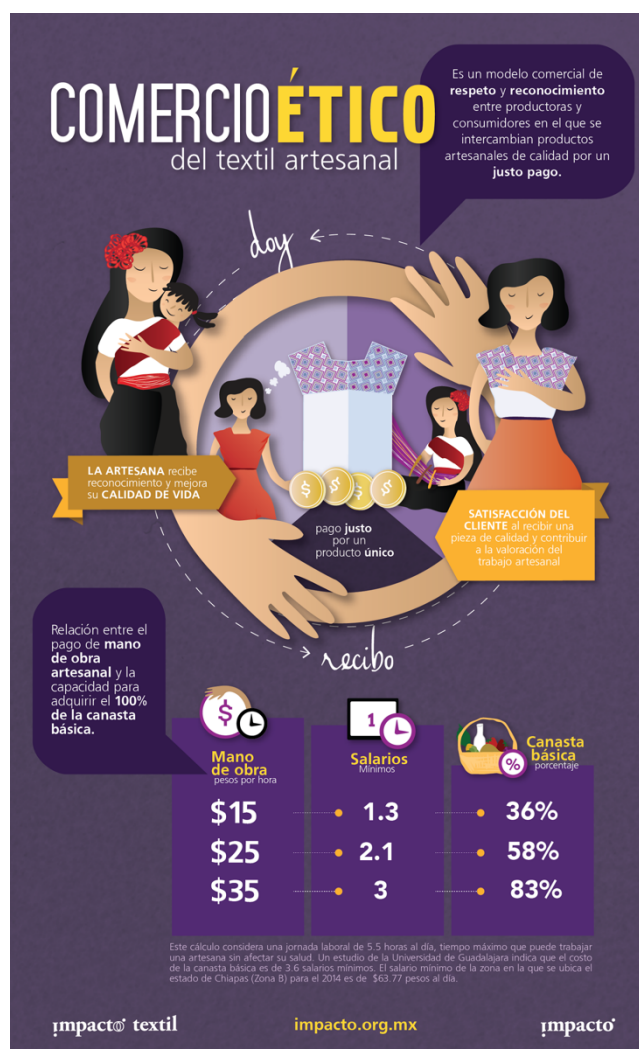


Figura 5 Gráfico de Impacto Textil promocionando el comercio ético con base en un mejor pago por hora.

importancia de valorar la artesanía con base en el tiempo de su elaboración: “Pagar el precio justo por las horas, días o meses que las y los artesanos invierten en cada una de sus piezas es la mejor forma de reconocer su trabajo” (Secretaría de Bienestar, 2018).

Esta tendencia actual de subrayar el valor en términos del tiempo laboral, y específicamente las horas de trabajo de las artesanas, podría parecer una postura consecuente con los hechos reales de la producción artesanal. A fin de cuentas, la producción de prendas textiles artesanales depende casi por completo de la labor de las artesanas. Parece una regla básica que el precio tiene que ver con estos criterios económicos de la mano de obra y de otras entradas materiales. Sin embargo, si nos detenemos en la aplicación empírica de esta “regla” de valoración económica, debemos reflexionar sobre el hecho de que las artesanas rara vez ponen en práctica esta ley supuestamente irrefutable de valoración. Consideramos algunos ejemplos de esta brecha entre la valoración ideal y real del trabajo artesanal con base en el costo de mano de obra por hora.

Según entrevistas realizadas con las artesanas y la literatura sobre los inicios de la producción artesanal para la venta fuera de las comunidades a partir de los años 70 (Rus, 1990; Turok, 1988; Morris, 1996), incluir el costo de la mano de obra en el precio de sus piezas representa una práctica novedosa. Hasta hace poco, muchas de las artesanas vendían a precios que apenas les permitían recuperar el costo de los materiales que compraron para realizar la pieza. “Hablando de sus gastos con las mujeres, uno descubre que calculan los costos de sus materiales pero no contabilizan el tiempo de trabajo cuando fijan los precios de sus productos, de manera que, en general, sus ganancias son minúsculas” (Rus, 1990, p. 8).

Al entrar en relaciones comerciales con las ONG, marcas, colectivos y tiendas en San Cristóbal, México y los Estados Unidos, las artesanas están aprendiendo esta forma de valorar su trabajo. Cuando las artesanas reconocen que sólo fue hasta que tuvieron estos talleres que empezaron a “valorar su trabajo”, explican que “antes pues solo medio veíamos cuánto costaba el hilo, cuánto de mano de obra y así. Y luego fue como de poner más atención en estas cosas y hacerlo de mayor calidad para tener una venta justa, como con el tipo de hilo, mejores terminados y saber las medidas” (Entrevista con Antolina, Macvilho, 09 de julio de 2022). Sin embargo, cuando Antolina entra en detalles sobre la producción y venta de los productos, se refleja otra lógica para sacar el precio. Dice que para una de las blusas que vende que está tejida y bordada, le toma dos días de trabajo constante en cada de estas actividades: un total de 16 horas para el tejido tanto como para el bordado. Sin embargo, cobra sólo 200 pesos por este tiempo, lo cual es el equivalente a un pago de 12.50 pesos por hora. Las dos hebras de hilo que usa cuestan 120

pesos. Así que con la mano de obra más el costo de los hilos, el costo de producción es 520. Pero luego dice que la vende en 500 a 600 pesos para personas que no vienen de fuera. Si vienen turistas, ella clarifica, lo vende en 750 a 800 pesos. "Bueno la verdad no estoy ganando mucho porque es que si le agrego todo la mano de obra las horas de cuánto tiempo se hace pues va a salir muy caro no se podría vender. Entonces es un más o menos, el precio, ni tan caro ni tan barato. Eso es lo que yo hago" (Entrevista con Antolina, Macvilho, 09 de julio de 2022).

Juana, una artesana de Larráinzar que cuenta con una licenciatura en economía y ha aprendido a sacar el precio por hora mediante talleres y también por su carrera, no puede ponerlo en práctica: "es muy difícil respetar eso de lo que nos enseñó. Porque hemos trabajado con unas compañeras de la Ciudad de México; si lo sacamos todo el precio real del producto pero sí, la verdad, lo vieron muy muy caro y ya de hecho tuvimos que bajar el precio para poder vender" (Entrevista con Juana, Natilyaxaltik, 18 de marzo de 2022).

Las situaciones que describen estas dos artesanas reflejan dos cosas. Primero, indica que la valoración de su mano de obra que habían aprendido a hacer no es una valoración que es posible aplicar. La regla supuestamente evidente de que el trabajo se mide y valorar en horas, independientemente de su contexto, es un discurso que choca con varias diferencias y desigualdades sobre cómo se valora concretamente el tiempo en el mundo. El siguiente texto elaborado por promotoras norteamericanas de la artesanía a favor del pago justo revela los contrasentidos detrás de la equivalencia entre unidades intercambiables de tiempo:

Un salario "justo" en México es al menos el salario mínimo. El salario mínimo en México actualmente es de \$207.44 pesos mexicanos/día de trabajo (US\$7.25/hora). ¿Trabajarías semanas tejiendo una prenda por \$7.25 USD/hora? Entonces, ¿por qué el tiempo de un artesano debería valer menos que el tuyo?

Obviamente, lo que es justo en México es diferente a lo que es justo en Estados Unidos, pero los artesanos establecen lo que consideran un precio "justo" y saben lo que es una oferta decente si decides solicitar una revisión de precio. Al final, se trata de ser "justo". (Carlson y Stein, 2023)

La idea principal que se busca transmitir en esta cita es la siguiente: "el artesano es un trabajador igual que tú. Así que debes pagarle por lo menos el salario mínimo para valorar de forma 'justa' su trabajo". Los artesanos son presentados aquí como "contratantes legalmente libres e independientes" (Fraser y Jaeggi, 2019, p. 19); los sujetos trabajadores propios del sistema capitalista. Al final, el valor que se asigna al trabajo artesanal parece un pacto que se concreta entre el artesano y el consumidor, "dos individuos libres e independientes", en igualdad de condiciones. La argumentación a favor de un precio "justo" se apoya en la valoración que

tenemos la costumbre de hacer en las sociedades capitalistas del primer mundo en términos del salario; es decir, el valor económico de las cosas se mide con base en el tiempo productivo de su elaboración. El trabajo artesanal, de acuerdo con esta idea, es igual que cualquier otro tipo de trabajo en cualquier otra parte del mundo. Su valor se mide según estándares intercambiables: el tiempo uniforme y un pago basado en el tiempo productivo.

Sin embargo, hay una complicación que la misma cita revela en esta equivalencia entre los valores que busca establecer. Los valores no son iguales: "Obviamente, lo que es justo en México es diferente a lo que es justo en Estados Unidos". Al mismo tiempo que se pretende establecer la equivalencia del valor del trabajo en términos del tiempo de producción, se niega esta equivalencia. La argumentación de lo que es el pago justo, por lo tanto, descansa en la aceptación de la desigualdad económica inherente en el cambio de valor del mundo actual. En este sentido, el argumento a favor del "pago justo" y la necesidad de "valorar" se fundamenta en una paradoja: la aceptación de la igualdad de status del artesano como trabajador (y por lo tanto un individuo libre e independiente) y la negación de la conmensurabilidad del valor de su trabajo con lo que se lo asigna en otras latitudes.

Esta contradicción de un ideal de igualdad de estatus económico al mismo tiempo de una desigualdad real, refleja una característica propia del sistema histórico del capitalismo que Wallerstein (2024, p. 93) describe como un racismo no basado en el odio o la opresión de un extraño, sino que más bien se expresa en "la estratificación de la fuerza de trabajo en el seno del sistema histórico [...] que creó la justificación para una baja remuneración del trabajo productivo, a pesar de su primacía en la definición del derecho a una recompensa". Situaciones como éstas y las que vimos en capítulos anteriores, en donde el mismo trabajo vale diferente dependiendo de quién lo hace y dónde vive, refleja las desigualdades históricas y espaciales que forman parte de la organización capitalista.

El precio que Antolina cobra para sus prendas pone en evidencia que las artesanas adaptan sus precios en función de las diferencias reales que estructuran este sistema. Claudia Muñoz, quien ha colaborado con artesanas en Los Altos en su marca Chamuchic y ahora funge como directora de las tiendas del Museo de Arte Popular (MAP), interpreta esta diferencia en precio como una diferencia cultural entre el modelo económico de las artesanas y el modelo capitalista:

Tienen dos sistemas que van paralelos entonces ellas mismas saben que hay gente (que luego eso a mí me sacaba de quicio)— "no bueno si le vendo a Claudia le puedo cobrar más que si le vendo ahí mis artesanías". Y decía "¡No! O sea, no hagan eso". Pero ha sido este choque cultural de formas de entenderlo, que pues ahí nos equivocamos un

poco todos al principio por asumir que nuestro modelo económico debía dominar al de ellas y no escuchar lo de ellas. (Entrevista con Claudia Muñoz, Zoom, 07 de enero de 2021)

Aunque considero que concuerdo con Claudia con la observación de que muchas artesanas tienen otras prácticas de cálculo económico, considero que las situaciones en que las artesanas venden la misma prenda a precios diferentes reflejan más bien cómo las artesanas sintonizan sus precios a la estructuración desigual de riqueza inherente en el sistema económico. Al igual que les parece “natural” a los norteamericanos la idea contradictoria de que existe un estándar universal de valoración con base en el tiempo laboral, pero que la escala de recompensa cambia en función del país en donde uno vive, las artesanas manejan precios diferentes para la misma prenda en función de la ubicación del comprador.

¿Cómo entender entonces el hecho de que las artesanas reproducen un discurso de valoración de su trabajo en términos de mano de obra que ellas poco aplican? En muchos casos, se trata de la adopción de un concepto que las artesanas adaptan a su posición y necesidades particulares. Al igual que el concepto de derecho al que las artesanas han apelado para ejercer mayor control sobre sus propios movimientos como mujeres en sus comunidades, la valoración del trabajo con base en su mano de obra es una adopción de un concepto en función de la experiencia y contexto particulares de las artesanas. Refleja el uso de un valor del capitalismo occidental que no implica la asimilación de todo el sistema de valores. Margarita Martínez, originaria de Huixtán, profesora de lingüística, artista y artesana que forma parte del colectivo Arte Yabtel Bats'i Antsetik, reflexiona sobre el desfase entre el imperativo de vender la artesanía a su “valor real” que ella misma ha promocionado y las circunstancias reales en donde se encuentran las artesanas.

“Oye súbele un poco más de precio porque pues este no es el valor de tu trabajo”. “No pero pues lo que quiero es que se venda”. Pero pues necesitas comer, ¿no? O sea quiero dinero en mano o sea no importa el precio que se vaya pero por lo menos que tenga el dinero en la mano [...]

Yo misma le digo a las compañeras hay que subirle el precio de nuestro trabajo o sea no hay que dar lo barato pero ellas se preocupan porque no se vende. Porque de ahí viven cotidianamente en cambio a mí, digo, pues si no quieren comprar no me importa o sea no voy a regalar mi trabajo. Pero también sé porque tengo otro ingreso, también sé que ha cambiado mi pensamiento en cuanto al valor de las cosas. (Entrevista con Margarita Martínez, San Cristóbal, 05 de julio de 2022)

Lo que recalca esta reflexión de Margarita es el hecho de que el “valor de las cosas” depende de los intereses, necesidades y posiciones de las personas que valoran las cosas, más que de una característica inmutable que sea propia del objeto.

En este sentido, sirve pensar en el valor que se le asigna al trabajo artesanal en términos de un sistema de valores. El valor que se le asigna a la labor artesanal, a los productos artesanales, al tiempo laboral, etc. no existen como valoraciones sueltas e inconexas, sino que forman parte de un léxico de valores, estructurado por un marco socioeconómico y cultural particular.

La posición de las artesanas como miembros de sus comunidades tsotsil y tseltal es un componente crucial para comprender la naturaleza de sus prácticas de valor frente a los valores de mercado de la sociedad capitalista. Las acciones que llevan a cabo y que consideran significativas están determinadas por su posición dentro de la organización de su comunidad y "contribuyen a reproducirse y remodelarse a sí mismos y a su contexto social" (Graeber, 2001, 259). Por lo tanto, las prácticas de valor están estrechamente vinculadas a un estilo de vida, o *habitus*, que implica la participación en un campo social concreto y que se rige por una lógica que está ligada a la organización social de ese campo (Bourdieu, 1993).

Claudia Muñoz, la directora de las tiendas de MAP citada arriba, describe el modelo capitalista como ajeno al sistema económico propio de las artesanas en Los Altos:

La onda de cobrar por hora es un concepto super capitalista y de un modelo económico que ellas no conocían. Entonces de repente eso para nosotros que fue así a ciegas decir "Bueno pero ¿cuántas horas? Bueno pero a ver, cuenta cuántas horas tú te sentaste y así. Y las otras así de "Bueno pero yo no mido así mi trabajo". Y lo aprendieron a hacer, pero ellas tenían otra forma de medir. Y tienen otros hasta la fecha. Lo que han aprendido las artesanas es a tener como dos sistemas paralelos de muchas cosas. El suyo, que es el con el que ellas entienden el valor de su trabajo, el valor de su artesanía. Cuánto vale ese día, que igual no vale lo mismo que las próximas semanas que tienen unas urgencias. (Entrevista con Claudia Muñoz, Zoom, 07 de enero de 2021)

Para muchas artesanas de Los Altos, fabricar prendas para venderlas más tarde no está motivado por el objetivo general de ganar dinero (es decir, un objetivo orientado al fin general de generar plusvalía), sino por el propósito práctico de disponer de dinero para cuando surjan determinadas necesidades.

Aunque coincido con los planteamientos de Claudia tanto como de Margarita sobre la racionalidad económica diferente que manejan las artesanas, los ejemplos que ofrecen de diferencia se restringen a una lógica de inmediatez: el hecho de que las artesanas quieren "dinero en mano" o cambios en precio con base en la necesidad de dinero "por unas urgencias". Sin embargo, mientras que estos ejemplos se podrían explicar por la marginalidad económica de las mujeres, hay otras situaciones que no parecen tener una lógica puramente económica.

Patricia Álvarez documenta la frustración de personas en ONG que trabajan con tejedoras de gancho en Bolivia cuando las artesanas rechazan trabajo o no se adaptan a los ritmos y las



expectativas de las empresas que les hacen pedidos. Álvarez (2015, p. 262) nota que existe la idea de que las artesanas deben aceptar todo el trabajo que se presente debido a su estado de pobreza. Estas mujeres que padecen tanta escasez y que necesitan sostener a sus familias, se preguntan las personas que trabajan en ONG que promueven el comercio justo, ¿por qué rechazan oportunidades para trabajar y ganar dinero? Al analizar algunos casos cuando las tejedoras y bordadoras rechazan el trabajo, se revela la relación estrecha entre la experiencia y organización del tiempo, los vínculos sociales de las artesanas, y el valor que se asigna al trabajo artesanal. Quiero enfocarme principalmente en la organización del tiempo laboral entre las artesanas. Al igual como la organización espacial del trabajo, la organización del tiempo en su trabajo artesanal refleja una lógica diferente respecto a la división que se erige en el sistema capitalista entre la economía y las relaciones sociales.

### **8.3.1 Otra noción del tiempo y del trabajo: orientación al quehacer**

Consideremos primero lo que conlleva la valoración del tiempo de producción como criterio del valor económico. En los sistemas capitalistas, existe una separación institucionalizada entre la producción económica y la reproducción social (Fraser y Jaeggi, 2019). De acuerdo con esta división, hay una partición que se erige entre el trabajo productivo y reproductivo, el primero siendo remunerado y el segundo no. La medición del valor económico que se debe asignar a una prenda artesanal en unidades comparables de tiempo (sean horas, días o semanas) desliga el tiempo laboral del tiempo de la vida y, por lo tanto, subraya una lógica evaluativa particular que reproduce y respalda la división entre las esferas económicas y sociales de la vida humana. Esta operación de eximir el trabajo de la vida se encuentra cristalizada en el concepto de mano de obra. De acuerdo con Polanyi (2003), la creación de la mercancía ficticia "mano de obra" de la economía de mercado moderno transformó la "actividad humana que va unida a la vida misma" y lo aisló como un objeto producido para la venta. Al igual que otras mercancías, el valor de la mano de obra, medido en términos de tiempo, descansa en su equivalencia.

Cuando se mide el tiempo laboral en unidades uniformes, se logra establecer una homogeneidad, una equivalencia entre unidades intercambiables. Así que una hora es una hora, sin importar si es día o noche, el verano o el invierno, Nueva York, Zinacantán, Tokio o Nairobi (Adam, 2002, p. 15). En vez de ser determinado por un proceso laboral particular, el tiempo estandarizado se vuelve abstracto y descontextualizado, comparable y equivalente entre lugares y momentos distintos. "El «progreso» del tiempo abstracto como forma dominante del tiempo", argumenta Moishe Postone, "está estrechamente ligado al «progreso» del capitalismo como forma de vida." (1993, p. 213)

Como vimos en las citas arriba, aunque varias artesanas saben que se valora el trabajo con base en este tiempo abstracto, ellas no emplean esta valoración. Esta renuncia a valorar su trabajo en estos términos no es nada más una cuestión de ajustar el precio que cobran al precio al que tiene la posibilidad de vender. Refleja también una organización y valoración diferente del tiempo. Aunque entienden la idea de medir el trabajo por hora, no la han internalizado en la práctica. Podemos observar esta brecha entre el discurso y su puesta en práctica cuando Cristina, una tejedora de Pokoltón, Larráinzar, describe el proceso de sacar el precio para una prenda:

**Cristina:** Por esa blusa ahorita estoy dando cuenta si tejimos cinco o seis horas al día tenemos que sacar las cuentas. [...] Y también el hilo ya subió el precio. El hilo ahorita el Omega está dando entre 100 tantos el kilo

**Rachel:** Sí entonces [esta blusa] cuántos días tomas más o menos?

**Cristina:** Si trabajamos cinco o seis horas al día lleva como seis días. 6, 7, 8 días.

**Rachel:** Y con base en eso, cuánto se cobra...

**Cristina:** No, no he checado eso.

(Entrevista con Cristina, Pokoltón, 11 de junio de 2022).

La falta de práctica que tiene Cristina en contabilizar su tiempo laboral no tiene que ver con la ausencia de una racionalidad económica sino una organización distinta de su tiempo laboral. Para Cristina, al igual que la gran mayoría de las artesanas tsotsiles y tseltales, el proceso de la realización de las prendas, que incluye los procesos de armar la urdimbre, bordar, tejer, dibujar, o lavar la tela, es un proceso que se intercala con sus quehaceres domésticos. Adriana, una joven mujer casada del pueblo tseltal de Aguacatenango, describe el día típico de trabajo, el cual es generalmente compartido por la mayoría de las artesanas tejedoras y bordadoras en Los Altos:

Toda la semana empezamos, al lunes a sábado, nos levantamos a las 3:00 o 4:00 de la mañana para moler maíz y para hacer el desayuno para ir a trabajar los hombres. Y no nos vamos a dormir porque tenemos cosas que hacer. Limpiar la casa, poner a freír frijol, maíz. 7:00 de la mañana empezamos a bordar porque ya estaba limpia la casa. Ya a las 12:00, empezamos a hacer tortilla. Y llegan los hombres a comer. Ya cuando terminas, lavar los trastes. Ya luego, volvemos a costurar. A las 6:00, a las 7:00 de la noche hay veces lo dejamos o hay veces seguimos bordando a las 9:00, a las 10:00 de la noche. De ahí, volvimos a dormir otra vez.

En las vidas de las mujeres artesanas, el trabajo artesanal es una actividad que se hace en combinación con otras labores domésticas: moler el maíz, preparar y servir la comida para su familia, hacer el aseo, traer leña, cuidar los niños. Lo que es interesante notar es que, a diferencia del trabajo formal y asalariado donde los ritmos de la vida cotidiana son dictados por el día laboral, el trabajo artesanal de las artesanas suele ser el inverso. El trabajo se acomoda a los

tiempos (y los espacios, como vimos arriba) de las labores domésticas que en las comunidades tsotsiles y tseltales le tocan tradicionalmente a la mujer, que a su vez se acomodan al horario del trabajo en el campo de su esposo (o de su papá, cuando aún vive con sus padres). Las variaciones en este horario cambian principalmente en función del trabajo en el campo, realizado principalmente por los hombres pero también muchas veces con el apoyo de la familia entera. El horario de la vida, y como consecuencia, del tiempo que se dedica a tejer o bordar, depende del trabajo que hay que hacer en el campo. Según la estación del año, las mujeres acomodan el tiempo que se dedican a bordar o tejer en función del tiempo que dedican a tapiscar maíz, limpiar la milpa, o de cortar el café en las comunidades en Los Altos donde cultivan café (Aldama, Tenejapa, Pantelho', Santiago el Pinar, Chenalho', Cancuc).

Esta organización del trabajo, en donde trabajos remunerados y designados “productivos” en las sociedades capitalistas se mezclan con el trabajo reproductivo del cuidado de la familia, representa otra organización del tiempo. En su ensayo sobre el cambio del sentido del tiempo que ocurrió en el periodo de industrialización, E. P. Thompson (1995a) hace una distinción entre el tiempo medido en horas del reloj y el tiempo orientado al quehacer. A diferencia del trabajo regulado por reloj, el trabajo orientado al quehacer se sintoniza con los tiempos que imponen la naturaleza de los quehaceres:

el trabajar de amanecer a anochecer puede parecer 'natural' en una comunidad agrícola, especialmente durante los meses de cosecha: la naturaleza exige que se recolecte el grano antes de que comiencen las tormentas. Y se pueden observar ritmos de trabajo igualmente "naturales" relacionados con otras ocupaciones e industriales: hay que ocuparse de las borregos mientras crían y guardarlas de los depredadores; hay que ordeñar las vacas [...] La noción del tiempo que surge de estos contextos ha sido descrita como "orientación al quehacer". (Thompson, 1995a, p. 401)

En contraste con el tiempo del reloj que transmuta el tiempo en algo desarraigado de su contexto inmediato, el tiempo laboral determinado por procesos y ritmos "naturales" está ligado con los quehaceres que se realizan en una comunidad.

Además de los ritmos laborales en torno al campo, las fiestas importantes de cada pueblo también dictan el tiempo que varias mujeres dedican a su trabajo artesanal. Cada comunidad de los Altos de Chiapas organiza una gran fiesta para el santo patrón o la virgen del pueblo, así como otras celebraciones más pequeñas para santos menores y festivales adicionales como el carnaval. Mientras que los hombres ocupan los puestos más destacados como mayordomos de los santos y vírgenes, o *pasioneros* durante el carnaval, pagando cientos de miles de pesos por las velas, las flores y la comida que se sirve en las fiestas, las mujeres desempeñan un papel

indispensable en la preparación y el servicio de la comida. Julia, una tejedora tsotsil de Zinacantán, recibe trabajo regularmente de una boutique de comercio justo con sede en Ciudad de México. Sin embargo, a pesar de este arreglo, cuando uno de los *pasioneros* le pidió que ayudara a preparar tortillas, lavar platos, llevar maíz al molino y ayudar en todas las demás actividades que rodean las fiestas de carnaval que él serviría, ella dejó de lado su trabajo:

Fueron 10 días. [...] En la mañana te levantas temprano. [...] Nada más un ratito de descanso. [...] A veces se me pasa cuando tengo mi compromiso, aunque llegue el pedido, yo ya no lo recibo. Lo reparto a las otras mujeres que están libres porque casi no todos van [...] saber cómo lo eligen, pero no toda la gente llega. Esos días, pues así que no trabajo. Por más que me urge el dinero, no puedo. (Entrevista con Julia, Zinacantán, 06 de julio de 2022)

La necesidad de trabajar, un requisito en el sistema capitalista basado en el trabajo asalariado, se expone aquí como una necesidad producida dentro de un sistema particular de organización del trabajo y no como una necesidad humana absoluta. La supuesta necesidad general de trabajar que surge de la necesidad económica corresponde a una concepción particular del trabajo en sí mismo, una concepción que se fundamenta en una organización capitalista de la sociedad en la que los individuos venden su mano de obra a cambio de un salario que utilizan para comprar alimentos, vivienda y otros conjuntos de mercancías. La organización de la sociedad en torno al trabajo asalariado "se ha naturalizado tanto que parece necesaria e inevitable, algo con lo que se puede jugar pero de lo que nunca se puede escapar" (Weeks, 2011, p. 7). Dada la naturaleza asumida del trabajo en estos términos, negarse a trabajar, cuando parece que uno simplemente debe hacerlo, nos alerta de la presencia de un conjunto alternativo de valores con respecto al trabajo.

Si bien Julia reconoce que puede "necesitar el dinero", lo que según las reglas del sistema implica que necesita vender su trabajo para comprar productos esenciales, su pertenencia a otro sistema social implica un conjunto diferente de compromisos que trascienden esta necesidad. Esto refleja una disociación en las comunidades de Los Altos de lo que Gorz (1999, p. 72) considera el imperativo estructural e ideológico de trabajar en el capitalismo:

La necesidad imperiosa de unos ingresos suficientes y regulares es una cosa. Otra muy distinta es la necesidad de actuar, de esforzarse, de ponerse a prueba frente a los demás y ser apreciado por ellos. El capitalismo vincula sistemáticamente las dos, las confunde, y sobre esa confusión establece el poder del capital y su dominio ideológico sobre las mentes de las personas. No admite ninguna actividad que no sea "trabajo", hecho por encargo y pagado por quienes lo encargan. No admite ningún ingreso regular que no provenga del "trabajo". La necesidad imperiosa de unos ingresos regulares se utiliza para persuadir a la gente de su "necesidad imperiosa de trabajar". La necesidad de actuar, de

esforzarse, de ser apreciado se utiliza para persuadir a la gente de que necesita que le paguen por todo lo que hace.

La fusión de la necesidad de reconocimiento ante los demás con la necesidad de ingresos vigente en el capitalismo pierde fuerza en las comunidades tsotsil y tseltal, donde el reconocimiento, la valía y el prestigio están ligados a otras actividades. El valor del trabajo, en este contexto, no se mide en tiempo o dinero, sino en otras formas socialmente reconocidas: contribución a las fiestas; adorno de figuras religiosas; mantenimiento del hogar; crianza de los hijos, etc. Como sostiene David Graeber (2001, p. 78), "el valor sólo puede realizarse en algún tipo de escenario más amplio". Para las artesanas tsotsil y tseltal, este escenario mayor es su comunidad. Sin embargo, a medida que estas artesanas transitan hacia nuevos contextos sociales a través de relaciones comerciales fuera de sus comunidades, entran en otras arenas sociales y se enfrentan a formas de valorar que a veces entran en conflicto con esta orientación y organización del tiempo en torno a las labores domésticos, del campo y propias del pueblo. Una mirada más cercana a estas situaciones de conflicto arroja luz sobre las transformaciones sociales que estas nuevas relaciones comerciales traen en las comunidades de los Altos de Chiapas, ya que "los actores sociales articulan y defienden, reflexionan y negocian nociones de valor en formas que no lo hacen cuando el conflicto está ausente" (Collins, 2017, p. 12).

### **8.3.2 Choques y transformaciones en la organización temporal del trabajo**

Algunas de las organizaciones y tiendas que trabajan con las artesanas reconocen este otro orden temporal que las artesanas tienen en las comunidades y adaptan sus pedidos para tomarlo en cuenta. Karla Pérez, la fundadora de la Colectiva Malacate, advierte a los clientes que los pedidos se tardan en realizar, y busca concientizarlos sobre las vidas y los contextos en que viven las artesanas —como el hecho de que tienen que cuidar a sus hijos, que padecen a veces enfermedades o defunciones en la familia, o que tienen que ocuparse de sus cultivos—. Karla menciona que se adaptan los tiempos de los pedidos que se hacen con grupos en los municipios donde se cultiva café, sabiendo que no van a poder surtir pedidos cuando están en tiempos de cosecha. Sin embargo, varias veces ha surgido el problema de artesanas que no se "responsabilizan". Hubo un conflicto cuando, después de más de un mes, una artesana de Aguacatenango todavía no había hecho la muestra que tenía pendiente entregar para la marca Mi Golondrina porque no quiso venir hasta San Cristóbal nada más para entregar una blusa. Karla se molestó, y dijo que hay que "diferenciar entre que las artesanas se enferman, sus ritmos y una compañera que no

quiere responsabilizarse” (Diario de campo, 23 de junio de 2022). La importancia de responsabilizarse, dijo Karla, “es algo para la vida, no nada más aquí en Malacate”. Hablando desde su propia experiencia, dijo que “si no trabajaba, no iba a tener dinero para comer”. Al llamar a la artesana, ella protestó que no podía entregarla porque había empezado la temporada de lluvias y que tenía que sembrar sus cultivos y que “igual que tú, yo tengo trabajo”.

La responsabilidad, el compromiso y el profesionalismo de las artesanas es un desafío que Karla ha mencionado a menudo. Son cualidades que ella considera particularmente importantes en su visión de la Colectiva Malacate, en donde uno de sus objetivos es “fortalecernos como mujeres” (Entrevista con Karla, San Cristóbal, 20 de mayo de 2022). Si bien Malacate representa un proyecto único por la longevidad de su trabajo con los mismos grupos de artesanas y su comprensión de los contextos en donde viven y trabajan, estos desencuentros conforman a un patrón general de choques entre las artesanas y las organizaciones que trabajan con ellas en la comercialización de sus productos. Estos choques suelen surgir en torno a los mismos desencuentros: el tiempo que las artesanas tardan en realizar los pedidos o la decisión de plano de no trabajar. Otra situación ilustrativa surgió cuando una bordadora de El Puerto vino a dejar las prendas que hizo para un pedido en el taller de Malacate. Aunque Karla le había encargado realizar nueve blusas desde hacía dos meses, solo entregó dos de las blusas. La hija de la bordadora explicó la tardanza: “es que mi mamá hizo mi falda y su blusa” (Diario de campo, 29 de septiembre de 2023).

Después le pregunté a la bordadora por qué ella decidió hacer su blusa en vez del pedido para Malacate en este momento. “Porque me lo quiero poner”, me contestó. “Porque se está acabando pues mi blusa. Si no lo hago se acaba mi blusa.” (Entrevista con Cecilia, El Puerto, 17 de octubre de 2023). Por eso se retrasó con el pedido de Karla, explicó. Esta decisión, que para la bordadora y su hija parece una decisión natural, indica otra valoración y organización del trabajo artesanal. Por un lado, el valor del trabajo no se mide nada más en dinero sino en uso; necesitaba una nueva blusa, así que tenía que hacerla, como es la costumbre en su pueblo. Por otro lado, refleja una organización del tiempo que no gira en torno al trabajo productivo remunerado.

Cuando las organizaciones que trabajan con las artesanas imponen tiempos exigentes de producción, las artesanas se ven obligadas a elegir entre una orientación del tiempo al quehacer o una organización del tiempo en torno al trabajo remunerado. Martidiana, de Catixtic, Chamula, se encontró en esta situación con La Red Binacional de Mujeres Artesanas Niu Matat Napawika, una ONG que promueve el comercio justo para artesanas indígenas mexicanas. Martidiana, junto

con sus hermanas y primas, llevaban casi 10 años trabajando con La Red. Entraron en contacto con la organización a través de The Hunger Project (THP), la ONG internacional descrita anteriormente que trabaja con la cooperativa textil J'pas Joloviletik, que fue cofundada por la abuela de Martidiana en los años ochenta. Para Martidiana, La Red representaba una salida de ventas muy importante por sus conexiones con clientes de EE. UU. que hacían grandes pedidos y pagaban precios más altos que los que ella puede vender en su cooperativa. Martidiana también reconoce a la Red por permitirle no depender del arduo trabajo en el campo para generar un ingreso gracias a estos pedidos. Sin embargo, a pesar de estos beneficios, una serie de desacuerdos y experiencias difíciles hicieron que Martidiana decidiera marcharse.

Alejarse de La Red significa que Martidiana depende ahora de las ventas ocasionales de piezas bordadas en su cooperativa, de lo que ella y su familia cultivan en la milpa, de sus borregos y de las pocas verduras que su madre cultiva y vende en el mercado local de Chamula. No obstante, Martidiana prefiere esta organización de su tiempo y trabajo en comparación con el estrés que tuvo que pasar con La Red. El incidente más fuerte fue cuando recibieron un pedido urgente para la plataforma comercial Ensamble. La premura de tiempo fue muy grande y para cumplir con los tiempos de entrega las artesanas tenían que hacer en un día el trabajo que Martidiana haría en tres días a un ritmo “tranquilo”. Sin embargo, La Red negoció con el cliente para que pagara el doble así que Martidiana y su grupo aceptaron. “Trabajábamos día y noche”, recuerda Martidiana. “no dormir, ya ni te da tiempo de ir al baño, ni de desayunar ni nada. Solo trabajar, trabajar y trabajar”. Fue en este momento que Martidiana se enfermó. “Fue muchas complicaciones porque necesitaban pedido, necesitaba que tomara esto, que hiciera esto, que tomara las fotos, que le dijera no sé tal cosa a la señora”. Mientras tanto, se sentía tan mal que ni siquiera podía levantarse de la cama.

Como siempre hace cuando se enferma, fue con la curandera, que tuvo que matar siete pollos para curarla. El diagnóstico fue complejo y la curandera barajó varias hipótesis sobre cuál había sido la causa: primero pensó que se había lastimado su *bolom*<sup>50</sup>. Luego, parecía que podría haber sido causada por envidias, una causa común de enfermedad en los pueblos de Los Altos. Esta causa era particularmente probable en el caso de Martidiana porque no sólo tenía mucho trabajo, algo que despertaba envidia en sí, sino que además “estaba teniendo sueños que le quemaron la tela o que el río llevaba la tela”, lo cual indica la presencia de mala vibra en torno a su

---

<sup>50</sup> El *bolom* (otras veces descrito como *chon* o *vayijel*) es la coesencia animal de una persona según las creencias de los tsotsiles y tseltales. Varias de las artesanas que entrevisté señalan que cada persona tiene tres. La enfermedad puede estar causada por un *bolom* lastimado o muerto (para una descripción más detallada de véase Groark, 2017).

trabajo artesanal. Luego había problemas con el terreno de sus padres, que fue considerado como otra posible fuente de mal de ojo. Finalmente, se sugirió la posibilidad de que Martidiana hubiera sido manipulada por los ancestros en su sueño. Esta última causa se relacionó con un sueño recurrente que había tenido durante años, en el que cargaba un niño. A veces era recién nacido, a veces más grande, pero siempre demasiado pesado. La interpretación fue que este niño era el ancestro que le había manipulado. La curandera le dio masaje en la espalda y en el vientre y con eso se curó. Martidiana concluyó que parece que se habían juntado diferentes problemas desapercibidos. En cuanto a La Red, “me di cuenta que les valió gorro que estaba enferma, pero que necesitaba trabajar.”, Martidiana suspiró. “No entienden. Si no es ‘que quiero pedido, quiero vender a tal fecha’”.

Esta situación refleja una clara sobrecarga de trabajo. La presión y exigencia de cumplir con los tiempos de entrega fue excesivo según los criterios de valoración del tiempo de cualquier sistema de organización del trabajo. Sin embargo, quería traerlo a colación para subrayar la distancia que separa el contexto social y cultural donde Martidiana vive y trabaja del contexto de la organización con quien vendía. No sólo había una falta de preocupación total por la situación de salud que pasaba Martidiana, sino una perspectiva general de que los asuntos laborales y económicos existen aparte de situaciones sociales y personales. En cambio, en los pueblos de Los Altos, en donde el hecho de tener mucho trabajo a menudo provoca envidias que causan enfermedades, es imposible divorciar lo económico de lo social y de la salud individual.

Una segunda situación que revela otra faceta de esta brecha entre lógicas laborales se produjo en relación con la cría de borregos por parte de Martidiana. En Chamula, donde vive Martidiana, la cría de borregos es un elemento clave en la estructuración del trabajo de muchas artesanas y también está vinculada al ciclo de actividades agrícolas. Es una tarea exclusivamente femenina que está tan completamente relegada a la esfera de actividad femenina que cuando acompañé a Martidiana a sacar a pastar a sus borregos, éstos tenían miedo de salir de su corral mientras yo estaba cerca porque, como me explicó Martidiana, solo están cerca de las mujeres chamulas, que siempre llevan el traje regional de falda de enredo, por lo que los borregos no están acostumbrados a ver a gente con pantalones.

Además de las tareas diarias de preparar la comida y limpiar su casa, sacar a los borregos a pastorear estructura el trabajo de bordado de Martidiana a lo largo del día. Cuando trabajaba con La Red y le preguntaban por qué no estaba listo el pedido, se quejaban de que “la respuesta siempre fue los borregos”, se reía Martidiana. Si los borregos son un problema, insistía La Red, ¿por qué no los vendes?



Yo siempre había imaginado que los borregos eran importantes por la lana que las mujeres esquilan, hilan, cardan y tiñen a mano para confeccionar las faldas negras y peludas que se llevan en Chamula. Sin embargo, Martidiana clarificó que aunque sí se usa y vende la lana, los borregos también son importantes por otras razones. En primer lugar, el estiércol de borrego es un potente fertilizante que su madre utiliza para las verduras que cultiva. "Pero luego", se preguntaba Martidiana, "¿quién se comería los tallos de los elotes, y cuando limpiamos la milpa?". En algún momento había contemplado la idea de vender sus borregos, pero cuando se fue de La Red, se encariñó más con ellos. No es sólo su relación funcional con la agricultura, sino también "algo sentimental". Preguntarle por qué no los vende es "como si alguien te preguntara '¿por qué no vendes tu mascota?'" Martidiana quiere mucho a sus borregos y le gusta salir a pastar con ellos "y no estar todo el día encerrada trabajando en casa".

La propuesta de que Martidiana venda sus borregos para tener tiempo para su trabajo "económicamente productivo" como artesana ilustra el "impacto en cascada de la esfera financiera calculada" descrito por Stephen Gudeman (2008, 151). La expansión del comercio económico de productos artesanales en Los Altos de Chiapas va acompañada de la incursión de la razón calculadora orientada a maximizar las ganancias. Este incentivo para aumentar las ganancias subvierte el trabajo de prácticas sociales y económicas que siguen un patrón diferente de lógica y conjunto de valores-como mantener un ciclo agrícola donde la cría de borregos y la producción artesanal son características integrales, en lugar de partes discretas. Esto también refleja lo que Massimo De Angelis (2007, 62) describe como la "lógica económica" de la organización capitalista que "se establece para filtrar otras lógicas". En el capitalismo, estas otras lógicas, otros ritmos y formas de acción social alternativas "se seleccionan discursivamente, se trivializan y se ridiculizan".

Mientras trabajaba en La Red, Martidiana se debatía entre estas dos lógicas. Debatió si la cría de borregos era un lastre para su trabajo artesanal y, por tanto, para la producción de valor según los dictados de la razón calculadora, o si, por el contrario, era una característica importante para organizar su trabajo y su vida en general y, por tanto, tenía un valor de otro tipo. En última instancia, su elección de seguir criando borregos reflejaba su participación en las prácticas sociales y la organización de su comunidad que se basa en relaciones de interdependencia entre diferentes actividades económicas y sociales opuesta a una racionalidad económica pura. Para Martidiana, el valor del trabajo artesanal como medio para ganar dinero no es un valor aislado, sino que sólo adquiere sentido cuando se integra en un sistema de valores organizado en torno a las actividades sociales que son significativas y placenteras para ella.

La interrelación del trabajo artesanal con otras tareas domésticas, el trabajo agrícola y las obligaciones sociales y religiosas, en el espacio de los hogares de tejedoras y bordadoras y en el contexto de sus comunidades, presenta disposiciones temporales y espaciales alternativas del trabajo que desafían las prácticas de organización y valoración del trabajo en el capitalismo. A medida que las artesanas buscan cada vez más trabajos mejor remunerados con diseñadores, colectivos y ONG fuera de sus comunidades, estos principios organizativos y valores que rigen cómo, dónde y cuándo trabajan entran en conflicto. Sin embargo, no todas las artesanas siguen las mismas vías para resolver estos conflictos de valores.

Uno de los lugares en los que las artesanas negocian sistemas divergentes de valoración de su trabajo es en los talleres de formación artesanal organizados por entidades gubernamentales y sin ánimo de lucro. Anastasia, tejedora de la comunidad tsotsil de Pantelho', describe los primeros talleres de desarrollo de productos organizados en su comunidad por la organización sin ánimo de lucro estadounidense Aid to Artisans en 2012:

Bueno éramos un montón de grupos porque ya estábamos en un grupo de artesanas que era más de 100 mujeres. Pero hubo ahí unas cosas[...] En los primeros talleres, llegaban todas. Después del segundo, casi ya no. Poco a poco fueron diciendo que "no, que es pérdida de tiempo", que "ya no, que tengo que ver mis hijos, tengo que hacer el aseo de la casa, que comida de mi esposo". Eso es lo que decían las compañeras. Pero nos fuimos quedando. Creo que seis o siete personas con mi familia y la familia de la señora. (Entrevista con Anastasia, Pantelho', 04 de agosto de 2022)

Las exigencias de tiempo de las mujeres para asistir a estos talleres eran, para la gran mayoría, incompatibles con sus horarios diarios. Sin embargo, los pocos que se quedaron adaptaron sus rutinas y obligaciones para asistir a los cursos. Ceci, que tradujo al tsotsil la información presentada en estos talleres, describió esta transformación:

cuando había cursos en San Cristóbal decían "Bueno, voy a trabajar dos, tres días a hacerle las tortillas a mis hijos dejarles la comida hecha. Y ya que se lo caliente o si lo quieren comer frío, que se arreglan, pero yo me voy." Así decían teniendo cuatro, cinco hijos, ¡se iban! [...] Ahora les entiendo más porque soy mamá, pero en ese tiempo traté de entenderles y valorar la valentía que decían voy a dejar los hijos encargados con la hermana mayor o con la tía y se iban. [...]

Si el marido ponía sus muecas o se enojaba decían "bueno me quieres con todo y mi trabajo, vale y si no, no." Y de los ciento y tantos quizás no, no todas, pero hay muchas que sí veo que sonríen porque tienen un ingreso. (Entrevista con Ceci, Larráinzar, 29 de marzo de 2022)

Sólo una parte muy pequeña de las mujeres (6 de más de 100) que asistieron por primera vez a los talleres acabaron haciendo ajustes en su vida cotidiana para poder continuar. Esto ni siquiera tiene en cuenta a las muchas tejedoras de Pantelho' que, al carecer de las conexiones que

les habrían permitido enterarse del curso, de la capacidad para salir de sus casas y pagar el transporte a los talleres, o de un interés en cambiar sus actuales procesos de producción, no asistieron a las reuniones en primer lugar. El puñado de mujeres que reacomodaron sus tareas domésticas para asistir a los cursos lo hicieron de una manera que no rompía del todo con los roles tradicionales de género que han servido como característica central en la organización de su trabajo en el pasado. Siguieron cuidando de sus hijos, preparando la comida y limpiando la casa, aunque dedicando algo menos de tiempo a estas tareas.

Entre el grupo aún más selecto de artesanas que alcanzan el éxito en el campo actual del comercio artesanal nacional e internacional, interactuando directamente con los clientes y recibiendo pedidos regulares de tiendas de todo México, las negociaciones entre el orden social de sus comunidades y el mercado capitalista implican transformaciones más amplias en la forma en que organizan su trabajo y una adopción más profunda de diferentes prácticas de valoración. Ceci, por ejemplo, que trabajó primero como traductora para Aid to Artisans, más tarde como coordinadora de campo y luego como cofundadora de una cooperativa derivada de Aid to Artisans llamada Kip Tik, ha emprendido desde entonces una carrera independiente y ha conseguido formar su propio grupo de tejedoras de gran éxito. Su experiencia en organizaciones sin ánimo de lucro le ha permitido adquirir una serie de conocimientos que ahora aplica a su propia actividad artesanal: cómo declarar impuestos, combinar colores, utilizar hilos de alta calidad e idear diseños textiles innovadores. Sin embargo, algunas de las adaptaciones más profundas que le han permitido alcanzar el éxito actual del que disfruta tienen que ver con la forma en que ha cambiado su organización y la valoración de su propio trabajo.

Trabajando con Aid to Artisans y Kip Tik fue donde aprendió "a ver de otros ojos mi trabajo". Este cambio en su forma de entender el trabajo supuso una transformación crucial en su valoración del tiempo: "Empecé a tomarme más en serio mi tiempo, cuánto avanzo en una hora. Empecé a usar el tiempo, aprovecharlo. Me costó mucho porque yo decía: '¿estar tomando mi tiempo? Pero en realidad para valorar cuánto puedes avanzar por una hora y si es viable o no es viable'" (Entrevista con Ceci, Larráinzar, 29 de marzo de 2022).

Las adaptaciones de Ceci en la forma de medir y valorar su tiempo de trabajo representan un alejamiento radical de una organización y valoración del trabajo artesanal como incrustado y subordinado a los ritmos del trabajo agrícola, las tareas domésticas y otras relaciones sociales estructurantes. Se ajusta a lo que E. P. Thompson (1967) ha descrito como una transición del trabajo orientado a las tareas al trabajo cronometrado por el reloj. Mientras que el trabajo orientado a las tareas se define por los "ritmos de trabajo que acompañan a otras ocupaciones

rurales o industriales" -pensemos en Martidiana y la necesidad de llevar a pastar a sus borregos-, el trabajo cronometrado separa el trabajo de esas otras ocupaciones. Esta transformación de calcular el tiempo implica una transformación profunda en la organización del trabajo: "no es el quehacer el que domina sino el valor del tiempo al ser reducido a dinero. El tiempo se convierte en moneda: no pasa sino que se gasta" (p. 403). El tiempo de tejer o bordar ya no gira en torno de los ritmos impuestos por el ciclo agrario, la vida en familia o las fiestas propias del pueblo, sino, como lo expresa explícitamente Ceci, se vuelve un objeto explotable aparte: hay que "usar el tiempo" y "aprovecharlo". Se trata de optimizar y maximizar el tiempo de trabajo como fin en sí mismo.

Las diversas respuestas de las artesanas a los nuevos acuerdos comerciales demuestran los profundos y complejos vínculos existentes entre su actividad económica, sus relaciones sociales y el valor que otorgan a su trabajo. El valor asignado al trabajo, ya sea por las artesanas indígenas o por los agentes de las ONG, no es simplemente un conjunto de creencias culturales que flotan endeblemente sobre la organización social de una comunidad o sociedad. Tampoco puede reducirse a intereses individuales que existan al margen de puntos de vista culturalmente arraigados o patrones institucionalizados de comportamiento social. Las formas en que las artesanas valoran su trabajo demuestran ser un proceso dinámico que implica su navegación por sistemas distintos y a veces discordantes para organizar no sólo su trabajo, sino también sus vidas. Frente a estas normas y prácticas divergentes, las decisiones de las artesanas sobre su trabajo son a la vez prácticas y éticas, ya que se enfrentan activamente a la determinación de las prácticas y relaciones sociales que consideran significativas y a la organización social y económica que desean reproducir.

## **CONCLUSIONES**

A lo largo del texto, he recurrido a metáforas geográficas y geológicas para explicar los campos comerciales de la artesanía, las trayectorias laborales de las mujeres y las adaptaciones que éstas han realizado al entrar en nuevas relaciones de trabajo. En distintos momentos, hablo de realizar una radiografía de las capas de *relaciones sedimentadas* que conforman el mercado nacional e internacional de los textiles artesanales en Los Altos de Chiapas, de proporcionar una *topografía* de las posiciones y relaciones de los integrantes de este campo y de *trazar las rutas* físicas tanto como históricas de las mujeres tsotsiles y tseltales que entran en él. Esta elección de palabras refleja mi deseo de localizar las coordenadas y los contornos del mercado nacional e internacional para la artesanía textil de Los Altos de Chiapas para ubicarme en él y, por ende, ubicar a las artesanas que participan en él. Sin embargo, el proceso mismo de cartografiar el campo se convirtió en una reflexión sobre la naturaleza eventual de sus fronteras y la constitución move-diza de su terreno. A diferencia de la imagen sólida y abstracta del *mercado* que suele evocar el espacio económico donde se reúnen las artesanas que incursionan en él y los clientes que compran sus productos, la realidad que surge de la reconstrucción histórica de su formación (Capítulo 2) y de la descripción de su constitución actual (Capítulo 3) es la de un campo bullicioso, producto de la imbricación de distintos proyectos económicos, sociales y políticos al nivel local, regional y global. Al rastrear los cambios históricos en el elenco de actores involucrados en el comercio de los textiles artesanales en Los Altos de Chiapas y sus relaciones con las artesanas, se hizo patente que estos cambios y vínculos no sucedieron dentro de un campo comercial establecido, sino que representaban las fuerzas detrás de la conformación y la transformación del campo mismo.

He buscado representar la complejidad de estas fuerzas en el comercio y la producción artesanal de la zona, señalando la influencia simultánea de dinámicas al nivel *macro* — como las políticas nacionales de agencias gubernamentales tales como el INI y FONART y la inversión de iniciativas privadas y ONGs extranjeras—; al nivel *meso* —que abarca el mercado laboral regional para los hombres tsotsiles y tseltales, el levantamiento zapatista y la intermediación de antropólogos y académicos que fundaron colectivos y se sumaron a proyectos de ONG en San Cristóbal—; y al nivel *micro* —que incluye el lugar de residencia, la generación de las artesanas y las relaciones de pareja de las mujeres de Los Altos. A lo largo del texto, he analizado cómo estas relaciones sociales y estructurales afectan la configuración del trabajo artesanal en Los Altos (Parte I), las posiciones diferenciadas que ocupan las artesanas en el mercado nacional e interna-

cional para sus productos (Parte II) y los valores en torno al trabajo artesanal que han promovido los grupos y las organizaciones comerciales con mayor influencia en este mercado (Parte III). Tras estos análisis más puntuales, en este último apartado pretendo hilvanar varios de mis hallazgos con el fin de proporcionar una reflexión de segundo orden sobre el mapa presentado de este campo comercial y sobre las rutas forjadas por las artesanas en él. Ahora que hemos recorrido este terreno comercial a través de sobrevuelos históricos y estrechas veredas caminadas por artesanas individuales, ¿qué conclusiones más generales se pueden extraer sobre el encuentro entre el mercado capitalista y las comunidades que históricamente han existido en sus márgenes?

Una de las ventajas de la descripción pormenorizada de los participantes en este mercado y de las prácticas que lo conforman tal como se han presentado hasta aquí es que permite desmentir ciertos sesgos que impiden una vista clara de las dinámicas de este encuentro. Como argumenta J. K. Gibson-Graham (2014), la “descripción densa” etnográfica que impulsó Clifford Geertz funciona como un potente antídoto contra una perspectiva sobredeterminada de las prácticas económicas de grupos heterogéneos que suelen verse limitados en un marco “capitalocéntrico” de interpretación. Mediante la descripción detallada de las relaciones y transacciones que observaba en torno al comercio y la producción de los textiles artesanales en Los Altos, se pone de relieve la centralidad de los procesos *no económicos* que enmarcan estas actividades mercantiles. A diferencia del mito de “la mano invisible” del mercado que alinea los intereses de los individuos mediante la etérea regla de la oferta y la demanda, lo que se retrata a lo largo de estas páginas es el tremendo y constante trabajo de intermediación necesario para crear el mercado y forjar conexiones entre las mujeres productoras y sus clientes foráneos. Este trabajo, realizado por los empleados y fundadores de los colectivos, las marcas, las tiendas, las ONG y los órganos gubernamentales que dirigen la comercialización de los productos artesanales, es una labor logística de vinculación (como vimos en el Capítulo 3) y también una labor de construcción y traducción de valores en torno al trabajo y los productos artesanales (como vimos en los Capítulos 7 y 8). De esta manera, el espacio del mercado, lejos de ser una mera sinapsis entre cliente y productor, es un espacio construido en gran medida por estos intermediarios o *brokers* que dirigen un proceso de adaptación mutua entre clientes, productos y productoras, y definen las cualidades simbólicas y materiales deseables de los productos fabricados, moldeando una clientela que los compra.

En el mercado internacional para la artesanía en Los Altos de Chiapas, este trabajo cultural de intermediación suele ser descalificado por diferentes razones. Por un lado, perdura el mito capitalista de la economía como una esfera autónoma y unificada que hace caso omiso de

las heterogéneas relaciones y prácticas sociales que entran en colisión en las cadenas comerciales. Como vimos en los Capítulos 2 y 3, la configuración de un mercado es un proceso poco ordenado que implica diversas relaciones de cooperación y competencia entre los actores y una topografía despareja de posiciones jerárquicas en función del capital social, simbólico y económico que estos actores poseen. Sin embargo, el fetiche de la mercancía, como señala Marx, arranca el objeto material de sus relaciones sociales de producción y lo coloca en el espacio abstracto y plano del mercado capitalista.

Una segunda razón detrás del menosprecio del trabajo de intermediación se debe a una particularidad del campo comercial artesanal: una de las principales cualidades apreciadas en el producto que se vende es su autenticidad cultural (como vimos en el Capítulo 7). Asimismo, el movimiento del comercio justo cultiva la idea del comercio como un medio de desarrollo sostenible, en el que las compras realizadas por personas del primer mundo benefician directamente a las mujeres pobres e indígenas. Estos dos valores —la artesanía como tradición auténtica y el comercio justo que mejora las vidas de las artesanas— dependen de una visión del mercado internacional de la artesanía que brinde una conexión directa entre compradores y artesanas, sin intereses ni intervenciones por medio de los comerciantes. Como resultado, los propios intermediarios —es decir, las personas que trabajan en las ONG, las tiendas y los colectivos— suelen minimizar su presencia e influencia en el comercio y llegan a descalificar a los actores que dirigían el comercio en periodos anteriores (como las agencias gubernamentales) o los comerciantes de los mercados regionales *por ser intermediarios*. Al mismo tiempo que invisibilizan el trabajo de intermediación comercial y cultural que ellos mismos realizan (los talleres de empoderamiento representan un caso paradigmático de la negación de su propia intervención), refuerzan su posición y poder en el campo mediante la defensa de sus prácticas comerciales, los productos que venden, las artesanas con las que trabajan, presentándolos como los correctos, mientras que los “intermediarios” de las agencias gubernamentales o los comerciantes locales quitan agencia y ganancia a las artesanas, que se presentan como los beneficiarios únicos y legítimos de este comercio.

No considero que estos discursos, ideas y prácticas sobre el comercio artesanal se reduzcan a una estrategia cínica por parte de los comerciantes actuales para asegurar su posición en la jerarquía del mercado. Según mis observaciones de colectivos, tiendas y ONGs, el deseo y la convicción de ayudar a las mujeres artesanas con quienes trabajan se entremezclan con la defensa de su posición legítima como actores en el campo. Sin embargo, el hecho de enfocarse en las artesanas que se benefician y se representan en este comercio no solo oculta los trabajos de



vinculación y transformación cultural que están de por medio, sino que también contribuye a invisibilizar las desigualdades que determinan qué mujeres artesanas tienen acceso a este comercio. A pesar de la desigualdad geográfica, educativa y cultural descrita en la Parte II, lo cual impide que ciertas mujeres tsotsiles y tseltales accedan a este mercado, hay una tendencia a presentar a las mujeres que trabajan en el mercado nacional e internacional de la artesanía como representantes indiferenciadas de todas las mujeres indígenas de Los Altos. Este sesgo también se ha sido notado en otros mercados artesanales. Lynne Milgram (2000), por ejemplo, señaló que la entrada de ciertas mujeres al mercado internacional para la artesanía en el municipio del Banaue, Filipinas, — especialmente las que gozan de una posición marginalmente mejor en su comunidad y pueden dedicar más tiempo a la artesanía— no favorece ni conlleva forzosamente el empoderamiento de todas las mujeres de la región.

Por supuesto, esta realidad desigual del acceso al mercado se vuelve mucho más evidente desde la perspectiva de las mujeres que participan en él. Para ellas, el espacio del mercado nunca es abstracto, sino que siempre es un lugar específico conectado con una relación comercial concreta y personal. El acceso al mercado nacional e internacional se presenta en forma de un extranjero que visita el pueblo, una licenciada que invita a ferias o la abuela que fundó la cooperativa en San Cristóbal. Aunque hay un factor de suerte en la presentación de estas oportunidades, los testimonios de las mujeres tsotsiles y tseltales reconocen la primacía de cuestiones estructurales: el lugar de domicilio y las relaciones preexistentes que brindan una cercanía cultural y espacial diferencial a los centros de poder y comercio, como vimos en el Capítulo 5.

Para terminar esta última parte de la tesis, quiero centrarme en la experiencia de las mujeres artesanas que fueron los sujetos principales de mi investigación con una reflexión que va más allá de la condición estructural de su participación en el mercado. Basándome en el análisis presentado en el Capítulo 8 sobre la forma en que las mujeres tsotsiles y tseltales responden a las demandas y los valores del mercado nacional e internacional por sus productos, quiero avanzar una reflexión sobre su propia concepción de su trabajo artesanal.

En una encuesta aplicada a 144 mujeres en Los Altos en 2009, se nota una brecha sorprendente entre el número de mujeres que se identifican como “artesanas” y el número de mujeres que hacen actividades artesanales. Mientras que el 12% de las mujeres encuestadas se dedica a actividades artesanales, sólo el 2% se identifica como “artesanas” (Olivera, 2011). La autora del estudio considera que esta diferencia refleja la subvaloración de las mujeres de su propio trabajo.

Así mismo, las indígenas, como la mayoría de las mujeres, no toman en cuenta que su trabajo vale, lo asumen como parte natural de su destino doméstico de servir a los otros sin medir el significado de esta exclusión. Y, así como ellas aprendieron de sus madres,

abuelas y suegras, a realizar su trabajo doméstico sin valorarlo, lo han enseñado a las nuevas generaciones, incluyendo la aceptación en una posición subordinada que implica esta desigualdad. (Olivera, 2011, p. 81)

Con base en la descripción presentada hasta ahora de la organización del trabajo artesanal y en las experiencias de las mujeres tsotsiles y tseltales que lo realizan, argumento que debemos llegar a una conclusión distinta sobre el valor que las artesanas dan a su trabajo. Mientras que en el capitalismo es un hecho conocido que el trabajo remunerado es el trabajo que realmente cuenta y se valora, en los pueblos de Los Altos el trabajo sigue otro patrón de organización y valoración. Reconocer el valor que las mujeres asignan a su trabajo artesanal requiere un cambio de perspectiva que ubica sus prácticas laborales en los contextos sociales, económicos y culturales que los enmarcan. En esta conclusión, pretendo sintetizar los hallazgos presentados sobre las relaciones y los valores que estructuran el trabajo artesanal textil en Los Altos con el fin de reflexionar sobre el significado particular que tiene “ser artesana” para las mujeres tsotsiles y tseltales de mi estudio.

Para empezar, quiero señalar la interpretación *emic* que la mayoría de las mujeres de Los Altos tienen del término “artesana”. Durante mi trabajo de campo, me di cuenta de una diferencia sutil en el sentido que las artesanas daban a la palabra “artesana”. Mientras que cuando yo usaba el término artesana hacía una referencia implícita a las mujeres que dominaban las técnicas de bordar y tejer y hacían prendas con estas técnicas, muy pronto fue evidente que las artesanas que entrevisté tenían otra definición de la palabra; más bien se referían a las mujeres que *venden* los productos que se hacen con estas técnicas. Por ejemplo, Pascuala, una artesana e intermediaria de Zinacantán presumía que su madre “era la primera artesana que existía en Zinacantán”, mientras que Antolina, una artesana de Chamula, dudaba de si su abuela, que vendía prendas ceremoniales a los habitantes de Zinacantán, era artesana o no. Pascuala no está diciendo que su madre era la primera mujer que sabía tejer o bordar en Zinacantán, igual que Antolina no está dudando de si su abuela sabía elaborar piezas de forma artesanal. Ambas referencias a la palabra aluden al hecho de que estas mujeres ganaban dinero con estas técnicas.

Cuando interrogué a varias personas de Los Altos sobre este uso de la palabra “artesana”, precisaron más información sobre su empleo. En primer lugar, *no* se aplica a las mujeres que venden ropa tejida o bordada a otras personas del pueblo. Por tanto, las mujeres que venden blusas y faldas o realizan encargos en los mercados locales para los trajes de uso diario de las mujeres no son consideradas artesanas. Florianita, profesora de tsotsil y oriunda de Zinacantán, identificó los otros términos que se usan para designar a estas mujeres que venden ropa en el

mercado local, que en el caso de Zinacantán es uno de los más robustos en Los Altos, con temporadas de modas que cambian cada seis meses en torno a las fiestas patronales. Estas bordadoras y tejedoras locales serían llamadas *kaj jolom* o *kaj ts'isom* en tsotsil, que se traducen al español como “mi tejedora” o “mi bordadora”. *Kaj-* o *j-* son prefijos en tsotsil que se ponen al principio de las actividades para referirse a “los oficios culturalmente apropiados para nosotros”, me explicó. En cambio, el término “artesana” se refiere a una mujer que hace otro tipo de prenda, es decir, artesanía, para gente de fuera. “Además, artesana viene del español”, observó Floriana, lo que recalca su vinculación con un comercio de textiles que se realiza únicamente con gente fuera de los pueblos indígenas (comunicado personal con Floriana De la Torre, 25 de octubre de 2024).

Esta diferencia semántica en el uso del término artesana<sup>51</sup> entre los habitantes de Los Altos, aunque podría parecer menor, refleja diferencias más profundas en torno a las nociones del trabajo artesanal dentro y fuera de las comunidades. Para desentrañar estas nociones, consideramos algunas de las transformaciones históricas en la organización y de la valoración del trabajo en los pueblos de Los Altos. Como se ha mencionado anteriormente, la visión del trabajo tradicional en los pueblos tsotsiles y tseltales se concibe como una relación de complementariedad y reciprocidad en la que los trabajos domésticos y el trabajo en el campo se dividen en función de la división de género entre hombres y mujeres (Devereaux, 1987; Eber, 1999; Kovic y Eber, 2003; Gorza, 2006; Vogt, 1973). De acuerdo con esta visión del trabajo, todas las labores de las mujeres, como tejer y bordar, preparar de comida, cuidar de los niños y los ancianos, así como las labores de los hombres en el campo y para ganar dinero fuera, constituyen actividades esenciales para la sobrevivencia y la reproducción social de la comunidad.

En su estudio sobre la diferencia de género en Zinacantán, Devereaux (1987) recalca la centralidad del trabajo en la vida de hombres y mujeres al señalarlo como “la calidad definitoria de los seres humanos” en el pueblo, a pesar de una estricta división de labores entre los sexos. Devereaux también nota otras dimensiones del trabajo en este pueblo tsotsil que son marcadamente diferentes del trabajo bajo el capitalismo.

Los hombres y las mujeres tienen formas de trabajo casi mutuamente excluyentes, pero el trabajo de subsistencia para ambos es extenso en mano de obra y extenso en tiempo.

---

<sup>51</sup> Dos mujeres que entrevisté usaban la palabra para referirse en general a mujeres que tejían o bordaban, y no sólo a las que también vendían estos productos a gente de fuera (es decir, en la forma en que yo estaba más acostumbrada a usarla). Sin embargo, es interesante notar que estas mujeres han trabajado más de 10 años fuera de sus comunidades —una en una ONG que asesora a la cooperativa J'pas Joloviletik y otra que es profesora universitaria—, lo cual las expone con mayor frecuencia a este otro uso de la palabra.

El trabajo contrasta mejor con las nociones de ociosidad y sueño que con la idea inexistente de ocio. Cuando la gente no está presionada por tareas urgentes, se mantiene ocupada con otras tareas menos urgentes, y esto es producto de la creencia profundamente arraigada de que trabajar es lo que uno hace cuando no está dormido [...] El trabajo también se refiere al trabajo ritual: ocupar un puesto religioso o ayudar a alguien en ese puesto haciendo recados o proporcionando asesoramiento experto. Si, por ejemplo, se le pregunta a una persona si va a ir a la fiesta la semana que viene, ella puede responder con la misma facilidad: “Por supuesto, tengo mi trabajo”, es decir, que tengo que cumplir con mis obligaciones rituales, o “Oh, no, tengo demasiado trabajo”, es decir, que estoy demasiado ocupada tejiendo o con otras tareas de subsistencia. (Devereaux, 1987, p. 93-4)

Hay dos nociones importantes que se presentan aquí. La primera es la continuidad del trabajo, que se diferencia de la dualidad trabajo-ocio propia del capitalismo occidental. En el capitalismo los horarios están fuertemente regulados por el trabajo productivo que se realiza en la esfera económica y pública, y que se contrasta con el ocio, que tiene lugar en la esfera privada y doméstica. En cambio, en el pueblo tsotsil que describe la autora, solo existe una continuidad entre varios tipos de trabajo.

El segundo aspecto importante de esta visión del trabajo es la gran variedad de actividades que entran dentro de esta categoría. En esta organización del trabajo, la separación entre actividades religiosas, políticas, sociales, económicas, domésticas y agrarias pierde su fuerza. Esta continuidad y combinación de actividades no implica la ausencia de distinciones. Se puede especificar ciertos modos de realizar actividades laborales —*komon patan amtel* (trabajo comunal), *ko’ol amtel* (trabajo por partes iguales, colaboración)— y algunos oficios más especializados que las personas tienen dentro de la comunidad —como los diferentes cargos políticos/religiosos, *j-ilol* (curandero) o *jvet’om* (partera) (Sánchez y Bolom, 2013). Sin embargo, ninguna de estas actividades se practica con exclusividad ni se convierte en los únicos tipos de labores que realiza una persona.

Estos diversos trabajos no se jerarquizan según un orden estable; el trabajo económico productivo no es superior al trabajo social reproductivo, y el trabajo doméstico no es una categoría inferior de trabajo por no suceder en la esfera pública. En cambio, la jerarquía entre trabajos surge de su urgencia. A diferencia de la urgencia del trabajo bajo el capitalismo, que siempre se entiende en términos económicos y depende de horarios y temporadas predefinidas por la industria y por el gobierno (i.e. la semana laboral, temporadas de la moda, periodos escolares), la urgencia de los trabajos en las comunidades está relacionada con los ciclos agrícolas, las fiestas de los pueblos y los cuidados de otras personas en la vida cotidiana y en función de los ciclos de vida de las personas en la unidad doméstica. En esta organización del trabajo en las comunidades,

se teje o borda cuando la ropa de la familia está desgastada, para vestir con ropa ceremonial a los hombres y a las mujeres que tienen cargos o para hacer la ropa para la virgen o el santo del pueblo en las fiestas patronales. Este trabajo artesanal se intercala con todas las demás labores domésticas, agrícolas y religiosas.

No obstante, cuando las mujeres empezaron a comercializar sus tejidos y bordados fuera de sus comunidades en la década de los 70, este trabajo artesanal empezó a adquirir otro valor. Esta transformación valorativa fue capturada de manera sintética por Diane Rus (1990) cuando levantó una encuesta en Catixtic, Chamula, y notó nuevas formas de describir la conducta de una “buena mujer”: además de la forma tradicional *sna' ch-abtej* (sabe trabajar) para elogiar a las mujeres, decían *sna' spas kanal* (sabe ganar dinero), o *sna' xmalkinvaj* (sabe mantenerse). De acuerdo con esta observación, saber trabajar antes se refería a los diversos trabajos domésticos que hacían las mujeres. Si bien este sentido del trabajo no se perdió, ahora se introdujo otro: saber hacer trabajo que gana dinero.

La aparición de la figura de la artesana, en el sentido que se usa la palabra en Los Altos para referirse a una mujer que vende artesanía a gente de fuera, refleja una nueva categoría de trabajo que va un paso más allá de una mujer que sabe ganar dinero o mantenerse. Como vemos en los tipos de venta presentados en el Capítulo 4, existen muchos tipos de venta de productos textiles, incluidos los realizados a intermediarios y a mercados locales, que no implican la venta de estos productos a gente de fuera. Ser artesana implica la producción de cierto tipo de producto (artesanía) para cierto tipo de cliente (foráneos) en donde las mujeres no solo realizan esta producción por encargo, sino que también llevan a cabo las transacciones comerciales.

Este nuevo oficio conlleva transformaciones en diversos aspectos de la realización, la organización y la valoración del trabajo de tejido y bordado respecto a cómo se hacía anteriormente en los pueblos. Implica un tipo de producto adaptado por y para un campo comercial nacional e internacional para tiendas y marcas o bien para un campo comercial regional para turistas. Los pedidos en estos campos comerciales suelen ser más grandes y, por lo tanto, requieren una mayor inversión de tiempo, lo que implica una dedicación más exclusiva a este trabajo. Finalmente, al entrar en un campo comercial donde se espera que el trabajo remunerado se priorice por encima de otras actividades, con este nuevo trabajo también se introduce la valoración capitalista de este trabajo como algo más importante que los otros trabajos domésticos que realizaban las mujeres.

Dada la envergadura de esta transformación laboral, no es casual que pocas de las mujeres que saben bordar o tejer se consideran artesanas en el sentido descrito anteriormente. Como

demuestra la encuesta de mujeres de Los Altos citada arriba, el 89% de las mujeres consideran el hogar su ocupación a pesar del hecho de que el 12% de ellas realizan actividades artesanales.<sup>52</sup> En cambio, solo el 2% de las mujeres se autodenominan artesanas. De acuerdo con las descripciones de las mujeres bordadoras y tejedoras de Los Altos presentadas a lo largo de este texto, vemos que igual entre las mujeres que venden sus productos a clientes fuera de sus comunidades, muchas no se dedican exclusiva ni principalmente a este trabajo. Debido a las relaciones estructurales e históricas de desigualdad que condicionan la entrada de las mujeres en los campos comerciales fuera de sus comunidades, tanto por sus relaciones familiares y sociales en la comunidad, no todas las mujeres *pueden ni quieren dedicarse exclusivamente al trabajo artesanal*.

A partir de las descripciones de las trayectorias laborales de las mujeres bordadoras y tejedoras presentadas en los capítulos 4 a 6, podemos identificar dos dinámicas generales que condicionan la posibilidad y el propósito de las mujeres de convertirse en artesanas. Por un lado, hay ciertas barreras relacionadas con la marginación estructural que les aleja geográfica y culturalmente del campo comercial nacional e internacional, lo que afecta aún más a las mujeres que viven en parajes. Por otro lado, hay otras prioridades como cuidar a sus hijos, esposos o familiares, y su dedicación al trabajo en el campo, que condicionan su participación en los mercados fuera de su comunidad. Es tentador simplificar esta complejidad al reducirla a la tensión entre un modo de vida comunal y el apego a la tradición del trabajo doméstico y reproductivo de las mujeres por un lado y la adopción de un nuevo papel de independencia económica mediante su participación en relaciones comerciales en mercados externos por otro. Sin embargo, las diferentes trayectorias y decisiones laborales de las mujeres desmienten esta división maniquea entre las viejas tradiciones comunitarias y las nuevas prácticas modernas. Hay mujeres en Los Altos que prefieren no trabajar en el campo con su familia y al mismo tiempo no quieren dedicar todo su tiempo al trabajo artesanal. Muchas mujeres quieren tener la libertad de salir de la casa y de la comunidad pero al mismo tiempo priorizan su trabajo doméstico sobre el trabajo artesanal remunerado. Vimos cómo las artesanas adoptan discursos y prácticas de diferentes contextos sociales y económicos para lograr mejorar su situación en diferentes ámbitos sin apropiarse de todos sus sentidos. El lenguaje de los derechos fue apropiado por varias mujeres para tener un mayor control sobre sus propios movimientos frente a las normas patriarcales de sus familias y

---

<sup>52</sup> La construcción de la encuesta sólo incluía preguntas sobre la dedicación de las mujeres a un solo tipo de trabajo, preguntando sobre *una* actividad complementaria a la primera, y no inquirió sobre la combinación de varias actividades. Me pregunto si las preguntas hubieran sido reformuladas para captar la combinación de diferentes actividades laborales, si el número de mujeres que mencionan la realización de una actividad artesanal sería más alto.

sus pueblos, sin que su adopción implicara distanciarse de sus familias ni de sus pueblos ni asimilar la ideología de independencia individual del capitalismo. La valoración del trabajo artesanal en términos de mano de obra también ha sido un concepto adoptado por las mujeres con el objetivo de obtener mejores precios para sus productos, algo que históricamente ellas han tenido poco poder para controlar dada su posición marginal en la estructura capitalista de los mercados. Sin embargo, este discurso sirve principalmente como una baza para subir los precios y no como un *habitus* asimilado de valorar su trabajo.

Las trayectorias laborales que las mujeres construyen en medio de estas diversas relaciones, presiones sociales, necesidades económicas y valoraciones contrapuestas del trabajo de las artesanas, revelan un patrón. Entre las opciones de mantener las costumbres de sus pueblos indígenas o de adoptar los valores y prácticas económicas del capitalismo moderno, las mujeres eligen la “tercera posibilidad”, la que no tiene cabida en el mundo establecido”, como lo describe Bolívar Echeverría (1998, p. 176). Esta tercera opción es lo que Echeverría describe como el *ethos* barroco.

Bolívar Echeverría retoma el concepto de Weber del espíritu capitalista, reexaminándolo y adaptándolo a las diversas circunstancias en que se vive el mundo capitalista. A diferencia de Bourdieu, quien describe las disposiciones y los valores que acompañan a estructuras económicas precapitalistas remanentes de un estilo de vida condenado a perecer, Echeverría (1998) rechaza la idea de que la ética protestante sea la única forma de vida que las personas pueden construir bajo el orden moderno del capitalismo. El autor plantea que:

La realidad capitalista es un hecho histórico inevitable, del que no es posible escapar y que por tanto debe ser integrado en la construcción espontánea del mundo de la vida; que debe ser convertido en una segunda naturaleza por el *ethos* que asegura ‘la armonía’ indispensable de la existencia cotidiana (Echeverría, 1998, p. 38)

Sin embargo, el *ethos* que las sociedades desarrollan para vivir el mundo dentro del capitalismo no es uniforme, y Echeverría señala cuatro tipos posibles: 1) el *ethos realista*, caracterizado por una identificación afirmativa con el capitalismo y su eficacia y bondad que descarta cualquier posibilidad de un mundo alternativo; 2) el *ethos* romántico, que también representa una actitud afirmativa hacia el capitalismo pero que abraza el “espíritu de empresa” que permite el desarrollo y el éxito de las personas; 3) el *ethos clásico*, que se caracteriza por una actitud trágica de resignación frente a la marcha de las cosas bajo el capitalismo ; y 4) un *ethos barroco*, que reconoce como inevitable el orden capitalista del mundo pero que lo “mantiene siempre como inaceptable y ajeno” y “pretende restablecer las cualidades de la riqueza concreta reinventándolas informal o furtivamente como cualidades de ‘segundo grado’” (Echeverría, 1998, p. 39).

Estas reflexiones sobre los diferentes *ethos* que desarrollan las sociedades para vivir en la modernidad capitalista nos alertan sobre el hecho de que el enfrentamiento con el orden social del capitalismo, lo que incluye la incursión de las artesanas en el mercado capitalista, no siempre implica la adopción de una racionalidad económica uniforme, sino que ocasiona resistencias y adaptaciones diversas por parte de las personas y los grupos. Como lo formula Echeverría (1998): “vivir *en* y *con* el capitalismo puede ser algo más que vivir *por* y *para* él” (p. 36). El concepto de *ethos* representa la parte vivida del capitalismo y, como tal, está activamente elaborado, aunque no siempre de manera consciente, e internalizado por los actores sociales:

Conjunta el concepto de “‘uso, costumbre o comportamiento automático’ —una presencia del mundo en nosotros, que nos protege de la necesidad de descifrarlo a cada paso— con el concepto de ‘carácter, personalidad individual o modo de ser’ —una presencia de nosotros en el mundo, que lo obliga a tratarnos de una cierta manera. (Echeverría, 1998, p. 37)

Esta descripción del concepto de *ethos* revela su utilidad a la hora de considerar la cuestión no solo de cómo las artesanas viven con el capitalismo, sino también de cómo asimilan esta experiencia y su repercusión en su práctica e identidad laborales. El énfasis que hace Echeverría en la parte práctica del *ethos*, como “uso, costumbre o comportamiento automático” que guía la manera en que se entiende y se navega el mundo, encaja bien con el concepto de *habitus* de Bourdieu, y nos permite entender las decisiones y valoraciones de las artesanas respecto a su trabajo como una respuesta social frente a nuevas lógicas económicas de producción. El concepto de *ethos* de Echeverría comparte el enfoque en lo dinámico y lo históricamente arraigado de los valores y prácticas de las personas, pero se concentra particularmente en las respuestas culturales a la realidad impuesta por el capitalismo.

La mayoría de las mujeres de Los Altos que se han presentado a lo largo de este texto, a pesar de su participación en el sistema capitalista, muestran una resistencia a sus principios básicos y una búsqueda de control que no se manifiesta en el rechazo directo sino en la búsqueda de alternativas que no son admisibles en la organización laboral. Se trata de una resistencia a participar en la economía según las reglas del juego. Esta posición va en contra también a varias posturas feministas sobre la ruta correcta para que las mujeres mejoren su posición, alcancen la independencia y se realicen como personas. Por ejemplo, Betty Friedan, autora emblemática de la segunda ola del feminismo que critica la subordinación de la mujer en el papel de ama de casa, argumenta que una mujer “sólo conseguirá encontrar su identidad si realiza un trabajo que tenga verdadero valor para la sociedad—trabajo por el que, generalmente, nuestra sociedad paga” (2009, p. 413). En el caso de las mujeres tsotsiles y tseltales, el marco de valores que tiene más



relevancia no es la sociedad capitalista a la que se refiere la autora, sino uno que ellas mismas han elaborado y que toma como centro las comunidades donde ellas nacieron, se socializaron y donde la gran mayoría sigue viviendo. Al reafirmar la importancia de su trabajo doméstico y priorizar el cuidado de su familia, al orientar su trabajo en torno a los tiempos de trabajo en el campo y las fiestas religiosas, las mujeres no solo están conservando una tradición sino también invirtiendo el orden necesario que impone el capitalismo. De acuerdo con Echeverría, se trata de decisiones que reflejan un *ethos* barroco que “trae consigo un ‘vivir otro mundo dentro de ese mundo’, es decir, visto a la inversa, un ‘poner el mundo, tal como existe de hecho, entre paréntesis’” (1998, p. 176).

La organización del espacio y tiempo que muchas de las artesanas imponen y que vimos en el Capítulo 8 ejemplifica esta idea de vivir otra realidad que no se ajusta a la organización del mundo “tal como existe de hecho”. A pesar de los pedidos grandes y los precios altos que las mujeres buscan y logran tener al vender sus productos a clientes de fuera, vemos la perseverancia de otro sistema de valores en la resistencia generalizada entre las bordadoras y tejedoras de acomodarse a las exigencias temporales de los clientes de fuera. Un ejemplo puntual de esta resistencia surgió con Bervalina, originaria de Chalchihuitán quien lleva más de 30 años viviendo en San Cristóbal. Después de combinar todo tipo de trabajos (venta de leña, tamales, chicharrín, carbón, elote y bordados) para sacar adelante a sus hijos tras el abandono de su marido, ahora se encuentra en una mejor posición económica y solo se dedica al bordado. Sus prendas bordadas tardan varios meses en realizarse, pero dice que cuando la gente hace pedidos, no acepta anticipo:

¿y si no lo termina el justo tiempo que yo le diga? Entonces mejor hago trato con ella "Mira te voy a hacer tu blusa, yo te aviso cuando termina" porque qué tal que no lo termina el tiempo que me dice. Ya recibí dinero entonces. “Hacemos una cosa. Mejor me pagas cuando ya está la blusa, ya me la pago.” Es el trato que yo hago... hay veces, por ejemplo tengo entendido del K'inal Antsetik, *justo* día que tiene que entregar tu tienes que terminar. Y es que es una presión bien, bien grande porque te tienen que presionar a trabajar duro pues. Sí entonces como es mi propio, entonces si no acepto anticipo mejor que me lo paguen cuando ya esté hecho. (Entrevista con Bervalina, San Cristóbal, 10 de mayo de 2022).

La decisión de no aceptar anticipo es incomprensible desde la racionalidad calculadora que prevalece en el capitalismo. Aunque la situación de Bervalina ya mejoró y no tiene que vender chicharrín para sobrevivir, no tiene ingresos asegurados ni constantes que le garanticen una posición económica segura. No obstante, contra la expectativa de que los pobres están aún más sometidos a una racionalidad económica orientada a cubrir sus necesidades, Bervalina demuestra que prefiere no recibir dinero por la obligación temporal que eso implica. Aunque vive y trabaja en el

capitalismo, Bervalina vende sus productos pero rehúsa su principio básico de organización laboral: rentar su tiempo de trabajo. Como señala Marx, este hábito laboral que la mayoría de las personas ha asimilado bajo el capitalismo fue aprendido a lo largo de generaciones: “Fueron necesarios siglos hasta que el trabajador ‘libre’, por obra del modo de producción capitalista desarrollado, se prestara voluntariamente, es decir, se viera socialmente obligado, a vender todo el tiempo de su vida activa, su capacidad misma de trabajo, por el precio de sus medios de subsistencia habituales” (2010, p. 327). Es esta misma obligación social del capitalismo a la que Bervalina no quiere someterse, aunque no es una resistencia explícita. De hecho, Bervalina sigue buscando nuevas salidas económicas, como K’inal Antsetik, la ONG mencionada al final, que está afiliada con la cooperativa de artesanas Jolom Mayaetik. Aunque le interesa entrar a trabajar con ellas por las oportunidades que ofrecen de asistir a ferias y conseguir mayores ventas, no quiere cumplir con su exigencia de entregar el pedido en un día específico.

Echeverría considera que una imagen paradigmática del *ethos* barroco se encuentra en el mestizaje civilizatorio que ocurrió en América durante el siglo XVII. Enfrentado a las opciones de la rebelión suicida o la sumisión denigrante, se encontró una tercera estrategia de sobrevivencia que consistía en “obedecer pero no cumplir”. Este *ethos*, sin embargo, no se restringe a este momento histórico.

En la práctica de todos los días, saliendo de los estratos más miserables, llegó a expandirse y a prevalecer en el conjunto de la sociedad una peculiar estrategia de comportamiento: consistía en no someterse ni tampoco rebelarse o, a la inversa, en someterse y rebelarse al mismo tiempo. Era una estrategia destinada a salir de la alternativa obligada entre la denigración o el suicidio; y consistía justamente en una “elección del tercero excluido”, en un salto a un terreno histórico diferente, en el que esa alternativa perdía su razón de ser. (Echeverría, 1998, p. 182)

La importancia del tiempo, y específicamente del control de su tiempo, que muchas de las artesanas evidenciaron, refleja este “salto a un terreno histórico diferente”. A pesar de que sigue las formas del capitalismo de buscar trabajo y vender su mano de obra -y hasta reproducir el discurso de valorar su trabajo de en términos de su tiempo de elaboración—hay un claro rechazo de los tiempos de trabajo que el capitalismo exige. De esta manera, las artesanas se someten y se rebelan, “obedecen pero no cumplen”, una y otra vez al buscar trabajo con tiendas y colectivos pero rehúsan la organización del tiempo que implica este trabajo.

En mis observaciones de los grupos que trabajan en la Colectiva Malacate, fue muy común que las mujeres no cumplieran con las fechas de entrega y que, con frecuencia, trajeran los pedidos incompletos en las fechas acordadas. En vez de entender esta situación como una falta

de responsabilidad o racionalidad económica, los casos presentados en el capítulo anterior sugieren que muchas de las artesanas tienen más bien otra jerarquía de valores en la que el trabajo remunerado no predomina. Martina, una bordadora tseltal de El Puerto que trabaja en un grupo familiar con la Colectiva Malacate, ilustra bien este otro sistema de valores cuando se lamenta de la dificultad de su trabajo con clientes de fuera:

A veces hacemos cosas todo el día y no podemos trabajar. Por eso nuestro trabajo es muy difícil. Tratamos de sacar adelante el trabajo. Pero no es muy fácil que digamos. Cuando ya es el tiempo de entregar nuestro trabajo, cuando ya falta pocos días, hasta no queremos hacer nuestro quehacer también porque no queremos quedarles mal a las clientas. *Sí somos esclavas también a las personas que le pedimos también trabajo* porque a veces nos comprende, a veces hay personas que no nos comprende, pero la situación aquí, como no conocen nuestra vida diaria por eso a veces nos exige mucho. (Entrevista con Martina, El Puerto, 21 de febrero de 2022)

Aunque Martina no rechaza abiertamente la organización del trabajo bajo el capitalismo, acepta por ejemplo que ella y su grupo entran voluntariamente en los contratos de trabajo (“pedimos también trabajo”), según las máximas del capitalismo lo que ella expresa es herético. Primero, revela que sus actividades principales, las que toman precedencia, son sus quehaceres en la casa. En una inversión de la organización dominante del trabajo bajo el capitalismo, en donde el trabajo doméstico se realiza solo como una actividad secundaria, subordinada a los horarios laborales, Martina indica que su trabajo remunerado es más bien lo que ella hace cuando tiene tiempo después de sus tareas del hogar. Aunque en ciertos momentos se pone primero el trabajo remunerado, se deja entender que se trata de situaciones extraordinarias y no normales: “hasta no queremos hacer nuestro quehacer porque no queremos quedarles mal a las clientas”. En mis entrevistas con las artesanas, esta inversión del horario laboral, en la que los quehaceres toman precedencia y el trabajo se hace en el tiempo libre, suele ser la regla. Muchas artesanas repiten la frase de que “el día va rápido” o que “se fue el día” con todos los quehaceres que tienen, lo cual no les deja tiempo para hacer su trabajo pagado. Bervalina, citada anteriormente, describe su día laboral:

si me levanto un poco temprano, voy avanzando. A veces me hago dos, tres horas. Si me dedico todo el tiempo, ya lo dejo a las 5 de la tarde, lo dejo. Porque como tengo que hacer los quehaceres. Limpio el baño, hago aseo o voy al mercado comprar mis cosas. [...] en la tarde ya si no salgo, por ejemplo como hoy, ya no salgo, pues ya me dedico todo el tiempo. [...] Hay días que no bordo porque se cansan aquí los hombros. Hay veces de repente se cansa uno bastante. Cuando se cansa uno, dejo dos tres días de bordar. Hasta que ya siento que puedo vuelvo a iniciar otra vez. (Entrevista con Bervalina, San Cristóbal, 10 de mayo de 2022)

La referencia reiterada que Bervalina hace a la contingencia del tiempo que ella dedica al trabajo de bordado remunerado —“*si* me levanto temprano...” “*si* me dedico todo el tiempo...”, “*si* no salgo...” — representa un reto subrepticio a los fundamentos del trabajo bajo el capitalismo al mismo tiempo que afirma su existencia inescapable (dado que también lo hace “todo el tiempo”). Ejemplifica la idea abstracta que Echeverría describe como “poner el mundo, tal como existe de hecho, entre paréntesis”.

El ser humano barroco pretende vivir su vida en una realidad de segundo nivel, que tendría a la realidad primaria —la contradictoria y ambivalente— en calidad de sustrato reelaborado por ella; se inventa una “necesidad contingente en medio de la contingencia de ambas necesidades contrapuestas”, “un sentido dentro de la ambivalencia o en medio del vacío de sentido” (Echeverría, 1998, p. 176-7)

Un aspecto fundamental del *ethos* barroco de las artesanas relacionado con su jerarquización inversa del trabajo pagado y sus quehaceres no remunerados es su rechazo implícito a la *doxa* capitalista de que el trabajo pagado es el medio de la independencia. Este rechazo se hace de manera más explícita por Martina, citada arriba, que equipara su relación laboral, específicamente con referencia a los horarios que le imponen, con la esclavitud. El sistema capitalista se basa en la definición jurídica de las personas como individuos independientes que son libres de aceptar o rechazar contratos de trabajo en los que venden su mano de obra durante un tiempo limitado. Sin embargo, las mujeres tsotsiles y tseltales suelen rechazar tanto la premisa como la promesa de que la venta de su tiempo laboral les asegura su independencia. Hasta se podría decir que no persiguen esta independencia, al menos en los términos que se plantean en el capitalismo. La organización del trabajo artesanal en torno a la familia, que se lleva a cabo en casa, con un grupo compuesto principalmente por sus parientes, en un horario que se organiza en torno a los quehaceres domésticos, el ciclo agrícola y las fiestas de su pueblo, se opone a la idea del trabajo realizado de manera independiente, con fines ajenos al conjunto familiar y social del que forma parte.

Muchas de las ONG y grupos celebran algunos aspectos de esta organización del trabajo —la centralidad de la unidad familiar, el mantenimiento de técnicas artesanales transmitidas de generación en generación— pero consideran que la prioridad que las artesanas asignan a sus trabajos domésticos de aseo y de dar de comer a sus esposos e hijos es muestra de su subordinación y dependencia. Esta visión de dependencia se evidencia en los talleres sobre derechos que las ONG imparten a las mujeres indígenas cuando se insiste en la importancia de que no dependan del gobierno ni de la ayuda de las ONG mismas para convertirse en personas autónomas y empoderadas, principalmente a través de su trabajo económico remunerado. Sin embargo, en esta formulación de independencia destaca por su ausencia un cuestionamiento sobre las

relaciones de dependencia y subordinación propias del sistema económico mismo. Como señalan Fraser y Gordon (1994) en su análisis de la construcción de la dependencia en términos económicos, “el lenguaje del trabajo asalariado en el capitalismo negaba la dependencia de los trabajadores de sus empleadores, ocultando así su condición de subordinados en una unidad dirigida por otra persona” (p. 319).

En sus relaciones comerciales con clientes de fuera, las artesanas desafían y cuestionan esta visión de dependencia de manera furtiva; mientras se someten a depender del trabajo que les ofrecen estos clientes no aceptan ni asimilan su estructura del tiempo. En su resistencia a la valoración del trabajo que otorga mayor estatus y centralidad temporal al trabajo remunerado, “hay una resistencia a la separación quirúrgica de los dos tipos de cotidianidad; a la depuración del tiempo productivo mediante la expulsión del tiempo improductivo” (Echeverría, 1998, p. 195).

Esta resistencia no se traduce en una resistencia a trabajar en general, sino una resistencia a trabajar según las reglas vigentes de la organización y valoración del trabajo bajo el capitalismo. Volviendo a la pregunta inicial sobre por qué hay tan pocas mujeres que se autoidentifican como artesanas, la respuesta radica en esta resistencia a identificarse con una organización del trabajo que da prioridad y centralidad a su papel laboral. ¿Cómo debemos entonces entender al 2% de mujeres que sí se identifican con este papel? En los casos de las mujeres más exitosas en el campo comercial nacional e internacional de la artesanía en Los Altos, observamos una asimilación más profunda de la organización y valoración del trabajo capitalista. Mujeres como Ceci de Larráinzar, Anastasia de Pantelho’ y Juana Victoria de Cancuc, que han recibido capacitaciones y participado en talleres con las ONG Impacto y ATA antes de establecer sus propios colectivos y tener trato directo con clientes y tiendas en México y el extranjero, han dado prioridad a su trabajo remunerado. Como todas ellas empezaron a trabajar con estas ONG siendo jóvenes y solteras, disponían de más libertad para salir y tuvieron que hacer menos sacrificios con sus deberes en la casa y con su familia. Aprendieron nuevos diseños, estándares de elaboración como el uso de la cinta métrica, nuevas combinaciones de colores para satisfacer los gustos de sus clientes, registrarse con el SAT y un aprendizaje más profundo y de amplio alcance: una nueva disciplina temporal de trabajo.

Como vimos en el capítulo anterior, Ceci explica claramente el proceso de aprender a calcular el tiempo de elaboración y de “usar el tiempo, aprovecharlo”. Esta separación del tiempo de la trama de la vida —una “separación quirúrgica”, como la describe Echeverría— cambió tanto la orientación del tiempo como la organización de su trabajo. A diferencia de la mayoría de las

mujeres, Ceci ve en su trabajo artesanal una forma de realizarse y de ser independiente. De su experiencia con ATA, Ceci dice que le ayudó “a verlo con amor mi trabajo, a entenderlo pues, de que esto me puede ayudar a estar bien. No con riquezas económicas, pero sí con enseñanzas.” Esta valoración del trabajo es similar al sentido del trabajo que las ONG que trabajan en Los Altos buscan inculcar a las artesanas. Por ejemplo, la ONG Impacto, con referencia a su nuevo proyecto comercial Juxta Nation, dice: “Queríamos que no significara solo un trabajo, sino también una oportunidad para crecer a nivel personal. [...] Al final, aspiramos a que ellas mismas sientan ese empoderamiento y ese bienestar dentro de su vida” (Delgado, 2021). Al recurrir al concepto de *ethos*, este planteamiento del trabajo artesanal se asemeja más al *ethos* romántico por su celebración del espíritu emprendedor como el factor que permite el desarrollo y el éxito de las personas. En muchos aspectos Ceci ha interiorizado este *ethos*.

Al remorar sobre su experiencia de trabajar con ATA durante cuatro años, donde conoció a muchos diseñadores y también fungió como representante del grupo comercializadora Kip Tik, Ceci observa que:

claro pues había muchas cosas que ajustar, pero fue donde aprendí cómo a ver de otros ojos mi trabajo. Que no solo es telar, que no solo es usar hilos, sino que es apreciar más allá el trabajo que yo hacía. Que esto sí a futuro pueda yo ver como un autoempleo para mí, para mis hijos. (Entrevista con Ceci, Larráinzar, 29 de marzo de 2022)

La descripción de Ceci de su propia transformación laboral —“ver de otros ojos mi trabajo”, “apreciar más allá el trabajo que yo hacía”— concuerda con las otras transformaciones que se evidencian en su organización espacial y temporal del trabajo (Capítulo 8), que lo separa de la trama continua de trabajos domésticos y reproductivos de la vida cotidiana. No obstante, salta a la vista su uso de la palabra autoempleo. Si a primera vista parece recalcar su identificación con este papel laboral, el hecho de atribuir el autoempleo no solo a ella misma, sino también a sus hijos es un detalle peculiar. En la lógica del trabajo capitalista, el trabajador libre e independiente es singular. Sin embargo, con su uso idiosincrático del término, parece que Ceci no renuncia por completo al entorno social de la familia y la comunidad como marco para su trabajo. Aunque Ceci ha asimilado muchas de las prácticas y los valores laborales del capitalismo, lo que también se refleja en su éxito como artesana, es importante tomar nota de que el espacio de su taller para recibir a las personas, si bien se encuentra en otro piso de los espacios donde convive con su familia, aún sigue alojado dentro de su casa, en Larráinzar.

Las diversas trayectorias laborales presentadas en estas páginas muestran los arreglos que las mujeres tsotsiles y tseltales realizan para acomodar en el contexto de su vida en familia y en

sus pueblos de Los Altos las nuevas formas de producir y vender sus textiles que conlleva su participación en mercados externos. Al analizar estos arreglos y buscar las lógicas más profundas que los subyacen, descubrimos las formas sorprendentes en que las artesanas renuncian a escoger entre lo que parecen ser las únicas opciones a su alcance: aferrarse a la tradición o asimilarse al capitalismo. Con diversas herramientas discursivas y organizativas, las mujeres bordadoras y tejedoras han encontrado nuevas formas de realizar y valorar su trabajo. Esta organización y valoración propia de su trabajo, no tiene la finalidad de preservar una tradición ni de lograr la independencia económica, sino de ejercer control sobre su vida, su espacio y su tiempo. No tener la capacidad de decidir sobre los valores y la organización de su trabajo, aunque sea una agencia limitada, hace que la vida y el trabajo carecen de sentido.

El *ethos* barroco que marca las trayectorias y decisiones laborales de muchas de las mujeres bordadoras y tejedoras de Los Altos es un recordatorio de la “tercera posibilidad”; la que no tiene cabida en el mundo establecido”. Echeverría señala que esta tercera posibilidad es “juzgada desde la actitud ‘realista’, un ‘escapismo’, una ‘huida fuera de la realidad’” (Echeverría, 1998, p. 176). Sin embargo, es un escapismo que se instaure en la realidad y la transforma.

En una ocasión, visité al pueblo tsotsil de Aldama junto con un grupo de estadounidenses del Science Museum de Minnesota y el artista Carlos Barrera de la Ciudad de México que imparte talleres de tintes naturales a artesanas de la zona. Fuimos a la iglesia para ver los huipiles de la Virgen de Magdalenas que son tejidos cada año por mujeres del pueblo. Al salir, una de las mujeres de Minnesota señaló el reloj arriba del campanario de la iglesia. Resultaba que el reloj —este símbolo del tiempo objetivo y emblemático del orden social capitalista— estaba pintado. Así que aunque preservaba la forma superficial de un controlador del tiempo, la fijación de su forma socavó su función. El trabajo artesanal en Los Altos, aunque se presenta de forma reconocible para ojos extranjeros, despierta “la contingencia de sus fundamentos” (Echeverría, 1998, p. 56), da la vuelta a las funciones productivas que se le imponen y subvierte su valor desde dentro.

## **ANEXO**



## Productos audiovisuales

- 1 Barber, Rachel. (2025). "Ser artesana: un trabajo entre otros. Un video etnográfico sobre el ritmo laboral de una bordadora tseltal", *Encartes Multimedia*, 8(15), 281-292. <https://encartes.mx/barber-trabajo-artesanal-chiapas-representacion-audiovisual/>

Las imágenes y descripciones de la producción artesanal textil en México, creadas en su mayoría con fines comerciales o para documentar proyectos con impacto social, suelen destacar el carácter ancestral de la artesanía o su utilidad para cultivar el empoderamiento de las mujeres artesanas en camino a un futuro mejor. Sin embargo, ambos enfoques hacen caso omiso de las formas concretas en que las mujeres trabajan en su cotidianidad. Este cortometraje de 16 minutos, que presenta un día en la vida de Antonia, una bordadora tseltal del municipio de Tenejapa, en los Altos de Chiapas, y el texto que lo acompaña buscan ofrecer una imagen más fidedigno del lugar que ocupa la producción artesanal en la vida diaria de las mujeres artesanas.



- 2 Barber, Rachel. (2023). Artisans by Trade: Working as Weavers and Embroiderers in the Chiapas Highlands, *The Jugaad Project*, 5(2), <https://www.thejugaadproject.pub/artisans-by-trade>

En este video de 27 minutos y el texto que lo acompaña, se perfilan tres artesanas textiles de la región de Los Altos, y se destacan las distintas formas en que organizan su trabajo y lo encajan con su vida familiar y las relaciones sociales en sus comunidades.



- 3 Barber, Rachel. (2022). Todo el tiempo y toda la vida, costuramos (Making It as Embroiderers), *Anthropology News* <https://www.anthropology-news.org/articles/making-it-as-embroiderers/>

Este video de 10 minutos pone de relieve estos diversos contextos y relaciones al documentar el trabajo de bordadoras de las comunidades tseltales de Aguacatenango y El Puerto. Las bordadoras, que forman parte del colectivo Malacate Taller Experimental Textil, hablan de su trabajo y de sus vidas mientras terminan un gran pedido para un cliente estadounidense.



- 4 **Colectiva Malacate. (2022). Videomemoria. “La proteccion de saberes y conocimientos desde la voz de los y las autoras tsotsiles y tseltales de Los Altos de Chiapas”.** <https://vimeo.com/manage/videos/742489597>

Se trata de un cortometraje de 12 minutos sobre la autoría y la propiedad intelectual en la producción artesanal realizado con la participación de las artesanas de Colectiva Malacate. Filmé y edité este cortometraje para apoyar a Malacate, organización que observé durante varios meses durante mi trabajo de campo.



- 5 **Cortos documentales para el proyecto *Los Colores de la Tierra*.** <https://www.youtube.com/user/carlo140778/videos>

Para apoyar el proyecto de arte social de Carlos Barrera, realicé más de 10 cortometrajes que documentan los procesos de teñido y tejido de los artesanos textiles de la región de Los Altos en Chiapas.



## **BIBLIOGRAFÍA**

- Adam, B. (2002). The gendered time politics of globalization: of shadowlands and elusive justice. *Feminist Review*, 70, 3-29.
- Adams, R. (1961). Changing Patterns of Territorial Organization in the Central Highlands of Chiapas, Mexico. *American Antiquity*, 26(3), 341-360.
- Agnew, J. (1986). *Worlds Apart: The Market and the Theater in Anglo-American Thought, 1550-1750*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Aguirre Beltrán, G. (1991). *Formas de gobierno indígena*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Aid to Artisans. (1 de julio de 2021). *Mildre Ake Llanes y Lourdes Pacheco Tun, Mayapan, Yucatán. Dentro del proyecto actual Manos Vivas, las más de 1,100 artesanas* [Imagen adjunta] [Publicación de estado]. Facebook. <https://www.facebook.com/AidtoArtisansMexico/photos/a.4195868363772491/6547808495245121/>
- Aid to Artisans. (29 de agosto de 2021). *Creando relaciones estrechas y aprendiendo con cada oportunidad que se presenta. Cada colaboración tiene una historia única* [Video adjunto] [Publicación de estado]. Facebook. <https://www.facebook.com/share/v/YSYUu5xqbzacA2fc/>
- Aid to Artisans. (30 de octubre de 2021). *Grupo Jal Pak', Cabecera San Juan Cancuc, Chiapas. El grupo de Jal Pak' inició como grupo de aborro en Marzo del 2019* [Imagen adjunta] [Publicación de estado]. Facebook. <https://www.facebook.com/profile/100064329983979/search/?q=empoderamiento>
- Aid to Artisans. (19 de marzo de 2022). *"No me gusta pensar como piensa la gente de la comunidad, el deber ser, el hecho de que por ser* [Video adjunto] [Publicación de estado]. Facebook. <https://www.facebook.com/AidtoArtisansMexico/videos/336225521806686>
- Aid to Artisans. (8 de junio de 2022). *Proporcionando las herramientas y conocimiento que permitan a lxs artesanxs y productorxs afinar sus habilidades, fomentamos el crecimiento económico de* [Video adjunto] [Publicación de estado]. <https://www.facebook.com/AidtoArtisansMexico/videos/1294467471079299>
- Aid to Artisans. (19 de marzo de 2023). *Hoy 19 de marzo nos sumamos en este reconocimiento a todas las Artesanas y Artesanos. Desde ATA trabajamos todos los días* [Imagen adjunta] [Publicación de estado]. Facebook. <https://www.facebook.com/AidtoArtisansMexico/posts/pfbid02h7L5LFPLySxRidZgc8NNh8jaszgpLP7VH6kpQEjkCvUwNNnz4Z4FBRsNwxDYYnh8l>
- Aid to Artisans. (s.f.). *Manos Vivas: Better Lives through Handcraft for Artisans in the Yucatan Peninsula and the Highland of Chiapas Mexico*. <https://ata.creativelearning.org/manos-vivas/>
- Albarrán, D. (2020). *Towards a Buen Vivir-centric design: Decolonising artisanal design with Mayan weavers from the highlands of Chiapas, Mexico*. [Tesis de doctorado, Auckland University of Technology].
- Alicia Mendez. (26 de agosto de 2024). *Disponible está Nabua slokema! stuk medida chachachix chuuk chavez k'om jujujiz \$ 15,000*. [Imagen adjunta]. <https://www.facebook.com/groups/280801874826456/permalink/472505048989470>
- Alma de Chiapas. (s.f.) Artesanías de Chiapas: Nuestra selección de las mejores tiendas. Recuperado de <https://alma-de-chiapas.com/es/artesania-de-chiapas/>
- Álvarez, P. (2015). *Moral Fibers: The Making of (Trans)National Fashions in Post-Authoritarian Peru*. [Tesis doctoral, UC Santa Cruz].
- Arias, J. (1975). *El mundo numinoso de los mayas: estructura y cambios contemporáneos*. Tuxtla Gutiérrez: SEP.
- Barrett, M. (2014). *Women's Oppression Today*. Londres: Verso.

- Bautista, R. (2003). Indigenous Children: We Are Not to Blame. En C. Eber y C. Kovic (Eds.), *Women of Chiapas: Making History in Times of Struggle and Hope*. (pp. 71-80). Nueva York: Routledge.
- Bayona, E. (2015). Producción y consumo de mercancías turísticas en los Altos de Chiapas. *Revista de Ciencias Sociales*, 65, 38-78.
- Bayona, E. (2020). Female Bodies and Globalization. The Work of Indigenous Women Weavers in Zinacantán, *Latin American Perspectives*, 47(6), 36-55.
- Beckert, J. (2009). The Social Order of Markets. *Theory and Society*, 38, 245-269.
- Beckert, J. (2011). Where Do Prices Come From?: Sociological Approaches to Price Formation. *Socio-Economic Review*, 9(4), 757-86.
- Beckert, J., Rössel, J, y Schenk, P. (2017). Wine as a Cultural Product: Symbolic Capital and Price Formation in the Wine Field. *New Developments in Sociological Theory*, 60(1), 206-222.
- Bernal, V. (2017). NGO Fever and Donor Regimes: Tanzanian Feminist Activism within Landscapes of Contradictions. En A. Lashaw, C. Vannier y S. Sampson (Eds.), *Cultures of Doing Good: Anthropologists and NGOs*. (pp. 37-55). Tuscaloosa, Alabama: The University of Alabama Press.
- Bhattacharyya, G. (2018). *Rethinking Racial Capitalism: Questions of Reproduction and Survival*. Londres: Rowman & Littlefield International.
- Blusas ADY. (15 de julio de 2023). *Disponibles estas hermosas blusas*. [Imagen adjunta] [Publicación de estado]. <https://www.facebook.com/photo?fbid=243098268584882&set=pcb.243098351918207>
- Bonfil Batalla, G. (1991). *Pensar nuestra cultura*. Ciudad de México: Alianza Editorial.
- Bonfil Batalla, G. (2019). El concepto de indio en América: una categoría de la situación colonial. *Plural. Antropologías desde América Latina y el Caribe*, 2(3), 15-37.
- Bourdieu, P. (1971). "La maison Kabyle ou le monde renversé", en P. Maranda y J. Pouillon, comps.: *Echanges et communications: Mélanges offerts à Lévi-Strauss*. (pp. 739-758) Paris: Mouton.
- Bourdieu, P. (1993). *The Field of Cultural Production*. New York: Columbia University Press.
- Bourdieu, P. (2005). *The Social Structures of the Economy*. Malden, EE. UU.: Polity Press.
- Bourdieu, P. (2006). *Argelia 60. Estructuras económicas y estructuras temporales*. México: Siglo XXI.
- Bourdieu, P. (2009). *El sentido práctico*. México: Siglo XXI.
- Bourdieu, P. (2023). *Antropología económica. Curso en el Collège de France (1992-1993)*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.
- Bourdieu, P. y Wacquant, L. (1995). *Respuestas. Por una antropología reflexiva*. México: Grijalbo.
- Burguete, A. (9 de agosto de 2016). Crisis política en municipios indígenas de Chiapas: soluciones autonómicas. *Chiapas paralelo*. <https://www.chiapasparalelo.com/opinion/2016/08/crisis-politica-en-municipios-indigenas-de-chiapas-soluciones-autonomicas/>
- Burt, R. (1992). *Structural Holes: The Social Structure of Competition*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- Burt, R. (2001). Bandwidth and Echo: Trust, Information, and Gossip in Social Networks. En J. Rauch y A. Casella (Eds.), *Networks and Markets*. (pp. 30-75). Nueva York: Russell Sage Foundation.
- Callon, M. (2021). *Markets in the Making: Rethinking Competition, Goods, and Innovation*. Nueva York: Zone Books.
- Callon, M. y Muniesa, F. (2005). Economic Markets as Calculative Collective Devices. *Organization Studies*, 26(8), 1229-1250.

- Cancian, F. (1965). *Economics and Prestige in a Maya Community: the Religious Cargo System in Zinacantan*. Stanford: Stanford University Press.
- Cancian, F. (1994). *Economy, Public Life, and Social Stratification, 1960-1987*. Stanford, California: Stanford University Press.
- Carlson, M. y Stein, P. (2023). Comercio Justo y Negociación en México: ¿Cómo se ven afectados los Artistas Folclóricos? *Feria Maestros del Arte. Marzo 2023 boletín*.
- Castellanos, A. (1988) *Notas sobre la identidad étnica en la región Tzotzil Tzeltal de Los Altos de Chiapas*. México: UAM Iztapalapa.
- Castillo-Ramírez, G. y González, J. (2022). Reconfiguraciones espaciales y sociodemográficas de las migraciones chiapanecas a Estados Unidos (2009-2016). *Estudios Fronterizos*, 22, e096. <https://doi.org/10.21670/ref.2212096>
- Castro, Y. (2003). J'pas Joloviletik-Jolom Mayaetik- K'inál Antsetik: An Organizational Experience of Indigenous and Mestiza Women. En C. Eber y C. Kovic (Eds.), *Women of Chiapas: Making History in Times of Struggle and Hope*. (pp. 207-218). Nueva York: Routledge.
- CEIEG. (2022). *Chiapas. Pobreza Municipal 2022*. Recuperado de [https://www.ceieg.chiapas.gob.mx/productos/files/OBPOBREZA/CHIAPAS\\_POBREZA\\_MUNICIPAL\\_2020.pdf](https://www.ceieg.chiapas.gob.mx/productos/files/OBPOBREZA/CHIAPAS_POBREZA_MUNICIPAL_2020.pdf)
- Chamberlin, E. (1938). *The Theory of Monopolistic Competition*. Cambridge, Massachussets: Harvard University Press.
- CISL. (s.f.). 'Value Chain' Definitions and Characteristics, Cambridge Institute for Sustainability Leadership. Recuperado de [https://www.cisl.cam.ac.uk/system/files/documents/Value\\_Chain\\_Definitions.pdf](https://www.cisl.cam.ac.uk/system/files/documents/Value_Chain_Definitions.pdf)
- Colectiva Malacate. (29 de marzo de 2024). *En Colectiva Malacate nos esforzamos por atenderle de la mejor manera. Cada día tenemos un plan de trabajo que incluye* [Publicación de estado]. Facebook. <https://www.facebook.com/MalacateTallerExperimentalTextil/posts/pfbid02PK4Xir6XvgmG95AhckpxrhS4dyshT72VwLz3HqGc2Jurcgt8G6yjqcrrKwDVa5oql>
- Coleman, J. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94, 95–120.
- Collier, G. (1990). Seeking food and seeking money: changing productive relations in a highland Mexican community. Documento de trabajo 11, United Nations Research Institute for Social Development, Geneva, Suiza.
- Collier, G., Mountjoy, D. y Nigh, R. (1994). Peasant Agriculture and Global Change. *BioScience*, 44(6), 398-407.
- Collier, J., y Yanagisako, S. (Eds.). (1987). *Gender and Kinship. Essays Toward a Unified Analysis*. Stanford: Stanford University Press.
- Collins, J. (2017). *The Politics of Value: Three Movements to Change How We Think About the Economy*. Chicago: The University of Chicago Press.
- CONEVAL. (2020). Medición de la pobreza, Estados Unidos Mexicanos, 2010-2020. Indicadores de pobreza por municipio. Recuperado de <https://www.coneval.org.mx/Medicion/Paginas/Pobreza-municipio-2010-2020.aspx>
- Creative Learning. (s.f.). MATCH 2012-2015. Modernización del sector artesanal de las tejedoras en los Altos de Chiapas. Recuperado de <http://mexico.creativelearning.org/match/>
- Crehan, K. (2018). *El sentido común en Gramsci. La desigualdad y sus narrativas*. Madrid: Ediciones Morata.
- Cruikshank, B. (1999). *The Will to Empower: Democratic Citizens and Other Subjects*. Ithaca: Cornell University Press.
- Cruz, I. (2018). *Tejiendo sueños, bordando realidades. La organización de mujeres indígenas artesanas textiles en los Altos de Chiapas*. [Tesis de maestría, Universidad Autónoma de Chiapas].

- Delgado, K. (15 de agosto de 2021). Juxta Nation: Un comercio responsable para el diseño textil indígena. *Chilango*. Recuperado de <https://www.chilango.com/cultura/juxta-nation-diseno-textil-indigena/>
- Delphy, C. (1984). *Close to Home. A materialist analysis of women's oppression*. Amherst: The University of Massachusetts Press.
- De Angelis, M. (2007). *The Beginning of History. Value Struggles and Global Capital*. Ann Arbor, MI: Pluto Press.
- Del Rasso, M. (2016). *Industria creativa de Los Altos de Chiapas. El caso de los textiles regionales en San Cristóbal de Las Casas*. [Tesis de maestría, UNICACH].
- de la Garza, E. (2009) Hacia un concepto ampliado de trabajo. En Julio Neffa, E. de la Garza y L. Muñiz (Comps.), *Trabajo, empleo, calificaciones profesionales*. Buenos Aires: CLACSO.
- de la Peña, G. (2018). El enfoque situacional y el estudio de redes y asociaciones urbanas en contextos pluriétnicos. *Nueva Antropología*.
- Dennis, P. (1987). *Intervillage Conflict in Oaxaca*. New Brunswick: Rutgers University Press.
- Devereaux, L. (1987). Gender difference and the relations of inequality in Zinacantan. En M. Strathern (Ed.), *Dealing with inequality. Analysing gender relations in Melanesia and beyond*. (pp. 89-111). Cambridge: Cambridge University Press.
- Díaz-Polanco, H. (2011). *La rebelión zapatista y la autonomía*. México, D.F.: Siglo XXI.
- Dietz, G. (2000). Comunidades indígenas y movimientos étnicos en Mesoamérica: una revisión bibliográfica. *Boletín americanista*, 50, 15-38.
- Dirección General de Estadística. (1971). Noveno censo general de población, 1970. Mexico: Secretaría de Economía Nacional.
- Eber, C. (1995). *Women and Alcohol in a Highland Mayan Town: Water of Hope, Water of Sorrow*. Austin: University of Texas Press.
- Eber, C. (1999). Seeking Our Own Food: Indigenous Women's Power and Autonomy in San Pedro Chenalho, Chiapas (1980-1998). *Latin American Perspectives* 26(3), 6-36.
- Eber, C. (2000). "That They Be in the Middle, Lord". Women, Weaving, and Cultural Survival in Highland Chiapas, Mexico. En K. Grimes y L. Milgram (Eds.), *Artisans and Cooperatives. Developing Alternate Trade for the Global Economy*. (pp. 45-64). Tucson: The University of Arizona Press.
- Eber, C. (2003). Living Their Faith in Troubled Times: Two Catholic Women. En C. Eber y C. Kovic (Eds.), *Women of Chiapas: Making History in Times of Struggle and Hope*. (pp. 113-130). Nueva York: Routledge.
- Eber, C. y "Antonia". (2011). *The Journey of a Tzotzil-Maya Woman of Chiapas, Mexico: Pass Well Over the Earth*. Austin: University of Texas Press.
- Eber, C. y Kovic, C. (Eds.) (2003). *Women of Chiapas: Making History in Times of Struggle and Hope*. Nueva York: Routledge.
- Eber, C. y Rosenbaum, B. (1993). "That we may serve beneath your hands and feet": Women Weavers in Highland Chiapas, Mexico. En J. Nash (Ed.), *Crafts in the World Market*. (pp. 155-180). Albany: State University of New York Press.
- Eber, C. y Tanski, J. (2001). Obstacles facing women's grassroots development strategies in Mexico. *Review of Radical Political Economics* 33, 441-460.
- Echeverría, B. (1998). *La modernidad de lo barroco*. Ciudad de México: Ediciones Era.
- Elyachar, J. (2005). *Markets of Dispossession. NGOs, Economic Development, and the State in Cairo*. Durham: Duke University Press.
- Elyachar, J. (2015). Nongovernmental Organizations: Anthropological and Historical Aspects. En J. Wright (Ed.), *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*. (pp. 856-860). Oxford: Elsevier.



- El Colegio de la Frontera Norte, Secretaría del Trabajo y Previsión Social, Consejo Nacional de Población, Unidad de Política Migratoria, Secretaría de Gobernación, Secretaría de Relaciones Exteriores, Secretaría de Desarrollo Social. (2020). Emif Norte 2016. Migrantes procedentes del sur. [https://www.colef.mx/emif/datasets/tabulados/norte/2016/PDS\\_Tabulados\\_2016.xlsx](https://www.colef.mx/emif/datasets/tabulados/norte/2016/PDS_Tabulados_2016.xlsx)
- Ensamble Artesano. (s.f.). Reporte de impacto 2021-2022. Recuperado de [https://drive.google.com/file/d/1uTadedvBWL5\\_9lO7cK11YKAVgJf4X7B/view](https://drive.google.com/file/d/1uTadedvBWL5_9lO7cK11YKAVgJf4X7B/view)
- Ensamble Artesano. (s.f.). Manual de comunicación 2021-2022. Recuperado de <https://drive.google.com/file/d/1PSFNqyum6uu0ZV9dypnY84Nwrfvrprk4/view>
- Escalona, J. (2000). *Política en el Chiapas rural contemporáneo: una aproximación etnográfica al poder*. México: UNAM.
- Escalona, J. (2016). Etnomercancía y sobrefetichización. Ensayo de mirada estereográfica. *Relaciones. Estudios de Historia y Sociedad*, 37(148), 259-288.
- Escobar, A. (2010) *Territorio de diferencia: Lugar, movimientos, vida, redes*. Colombia: Envión editores.
- Espinoza Flores, A. (2009) *El modelo Fondos Regionales Indígenas y propuesta de modelo de desarrollo diferencial en comunidades indígenas*. [Tesis de maestría, UAM].
- EZLN. (1993). El Despertador Mexicano, Órgano Informativo del EZLN, México, No.1, diciembre 1993. Recuperado de [https://palabra.ezln.org.mx/comunicados/1994/1993\\_12\\_g.htm](https://palabra.ezln.org.mx/comunicados/1994/1993_12_g.htm)
- Farriss, N. (1984). *Maya Society under Colonial Rule*. Princeton: Princeton University Press.
- Favre, H. (1973). *Cambio y continuidad entre los Mayas de México*. México: Siglo XXI.
- Federici, S. (2020). *Calibán y la bruja. Mujeres, cuerpo y acumulación originaria*. México: Bajo Tierra Ediciones.
- Ferguson, J. (1994). *The Anti-Politics Machine: "Development," Depoliticization, and Bureaucratic Power in Lesotho*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Fligstein, N. (2001). *The architecture of markets: an economic sociology of twenty-first century capitalist societies*. Princeton: Princeton University Press.
- Fligstein, N. y McAdam, D. (2012). *A Theory of Fields*. Nueva York: Oxford University Press.
- Flores-Montes, J. (2020). Mercancías únicas. La Fantasía ideológica de la producción de textiles artesanales. *LiminaR. Estudios Sociales y Humanísticos*, 18(1), 49-60.
- Forbis, M. (2006). Autonomy and a Handful of Herbs: Contesting Gender and Ethnic Identities through Healing. En S. Speed, A. Hernández Castillo y L. Stephen (Eds.), *Dissident Women: Gender and Cultural Politics in Chiapas*. (pp. 176-202). Austin: University of Texas Press.
- Fraser, N. y Gordon, L. (1994). A Genealogy of Dependency: Tracing a Keyword of the U.S. Welfare State. *Signs*, 19(2), 309-336.
- Fraser, N. y Jaeggi, R. (2019) *Capitalismo: una conversación desde la teoría crítica*. Madrid: Ediciones Morata.
- Friedan, B. (2009). *La mística de la feminidad*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Fundemex. (2014). Informe Anual 2014. Recuperado de <https://www.yumpu.com/en/document/read/54442920/informe-anual-2014>
- Fundemex. (2022). Historia. Recuperado de <https://www.fundemex.org.mx/historia/>
- Gálvez González, L. (2009). *El patrimonio cultural. Las zonas de monumentos históricos*. Cámara de Diputados, LX Legislatura, México.
- García Canclini, N. (1982). *Las culturas populares en el capitalismo*. Nueva Imagen.
- Garza, A. (2002). *Género, interlegalidad y conflicto en San Pedro Chenalbo*. Tuxtla Gutiérrez: UNACH.
- Gibson-Graham, J. K. (2006). *The End of Capitalism (As We Knew It): A Feminist Critique of Political Economy*. Minneapolis: University of Minnesota Press.



- Gibson-Graham, J. K. (2014). Rethinking the Economy with Thick Description and Weak Theory. *Current Anthropology*, 55(S9), S147–S153.
- Gill, L. (2000). *Teetering on the Rim. Global Restructuring, Daily Life, and the Armed Retreat of the Bolivian State*. Nueva York: Columbia University Press.
- GlobalCAD. (2020). Las alianzas como vehículo de desarrollo en el contexto Maya y en México: una reflexión sobre su efecto y el de los programas de apoyo a alianzas. [Documento Estratégico].
- Gomes, M. (2016). Ta jlok'ta chobtik ta k'u'il / Bordando milpas. En J. Rus, S. Guzmán y D. L. Rus (coords.), *El Taller Tzotzil 1985-2002: un proyecto colaborativo de investigación y publicación en los Altos de Chiapas*. Tuxtla Gutiérrez, Chiapas: UNICACH.
- González, G. (2002). *Sociedad civil, organismos civiles y movimientos populares en Los Altos y Selva de Chiapas*. [Tesis de maestría, UAM Xochimilco].
- González, G. (2007). Entre la ciudad y el campo, Organismos civiles en San Cristóbal. En D. Camacho, A. Lomelí y P. Hernández (Coords.), *La ciudad de San Cristóbal de Las Casas, a sus 476 años: una mirada desde las ciencias sociales*. (pp. 441-459). Gobierno del Estado de Chiapas.
- Good, C. (1993). *Work and Exchange in Nahuatl Society: Local Values and the Dynamics of Indigenous Economy*. [Tesis doctoral, The Johns Hopkins University].
- Good, C. (1998). Reflexiones sobre las razas y el racismo; el problema de los negros, los indios, el nacionalismo y la modernidad. *Dimensión antropológica*, 5(14), 109-131.
- Good, C. (2013). Formas de organización familiar náhuatl y sus implicaciones teóricas. *La Ventana*, 37, 10-40.
- Gossen, G. (1990). *Las chamulas en el mundo del sol. Tiempo y espacio en una tradición oral maya*. México: Dirección General de Publicaciones del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes; INI.
- Gorz, A. (1991) *Metamorfosis del trabajo. Búsqueda del sentido. Crítica de la razón económica*. Madrid: Editoriales Sistema.
- Gorza, P. (2006). *Habitar el tiempo en San Andrés Larráinzar*. México: UNAM
- Gouy-Gilbert, C. (1987). Indígenas e instituciones. En *Ocumicho y Patamban: Dos maneras de ser artesano*. México: Centro de estudios mexicanos y centroamericanos.
- Graeber, D. (2001). *Toward an Anthropological Theory of Value: The False Coin of Our Own Dreams*. New York; Basingstoke: Palgrave.
- Graeber, D. (2013). It is value that brings universes into being. *HAU: Journal of Ethnographic Theory*, 3(2), 219–43.
- Granovetter, M. (1995). *Getting a Job: A Study of Contacts and Careers*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Greenberg, J. (2002). El capital, los rituales y las fronteras de la comunidad corporativa cerrada. *Desacatos*, 9, 132-147.
- Greenfield, P. (2004). *Weaving Generations Together. Evolving Creativity in the Maya of Chiapas*. Santa Fe, Nuevo México: School of American Research Press.
- Groark, K. (2017). Entre sueños y realidades: La cultura onírica entre los tzotziles de San Juan Chamula en Los Altos de Chiapas. *EntreDiversidades*, 1(9), 43-85.
- Gudeman, S. (2008). *Economy's Tension: The Dialectics of Community and Market*. Nueva York: Berghahn Books.
- Guiteras, C. (1965). *Los peligros del alma: visión del mundo de un tzotzil*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Guyer, J. (2004). *Marginal Gains: Monetary Transactions in Atlantic Africa*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Guzmán, S. (2020). Vivir años de lucha en los mercados de San Cristóbal, 1995-2002: una crónica tsotsil. En S. Toledo, A. Garza y G. Imberton (Coords.), *Miradas etnográficas sobre San*

- Cristóbal de Las Casas y localidades alteñas de Chiapas. Siglos XIX-XXI.* (pp. 189-219). Tuxtla Gutiérrez, Chiapas: UNICACH.
- Harvey, D. (2019). *Spaces of Global Capitalism*. Londres: Verso.
- Harvey, N. (1995). Rebellion in Chiapas: Rural Reforms and Popular Struggle. *Third World Quarterly*, 16(1), 39-73.
- Henríquez, E. (13 de diciembre de 2010). "Estoy contenta de ser tejedora; mi corazón está tranquilo". *La Jornada*. Recuperado de <https://www.jornada.com.mx/2010/12/13/cultura/a06n1cul>
- Hernández Castillo, A., Stephen, L. y Speed, S. (2006). Introduction. En S. Speed, A. Hernández Castillo y L. Stephen (eds.), *Dissident Women: Gender and Cultural Politics in Chiapas*. (pp. 33-55). Austin: University of Texas Press.
- Hernández-Díaz, J. (2016) *Artesanías: Urdiendo identidades y patrimonios para el mercado*. Ciudad de México: Juan Pablos Editor.
- IDESMAC. (25 de octubre de 2018). *Aid to Artisans (ATA)* [Video]. [https://www.youtube.com/watch?v=XBvVf\\_FUPJs&ab\\_channel=DifusionIdesmac](https://www.youtube.com/watch?v=XBvVf_FUPJs&ab_channel=DifusionIdesmac)
- IDESMAC. (s.f.) *Círculo de Aliadas*. Recuperado de [https://www.idesmac.org/cae/?page\\_id=477](https://www.idesmac.org/cae/?page_id=477).
- Imberton, G. (2020). Notas sobre la mercantilización de los textiles y bordados artesanales de Los Altos de Chiapas (1950-1985). En S. Toledo, A. Garza y G. Imberton (Coords.), *Miradas etnográficas sobre San Cristóbal de Las Casas y localidades alteñas de Chiapas. Siglos XIX-XXI.* (p. 102-137). Tuxtla Gutiérrez, Chiapas: UNICACH.
- Impacto. (s.f.). Acerca de Impacto. Recuperado de <https://impacto.org.mx/acerca-de-impacto/>.
- Impacto. (8 de febrero de 2018). En San Juan Cancuc, solo el 4% de las mujeres tiene una actividad económica. A través del impulso de sus... [Publicación de estado]. Facebook. Recuperado de <https://www.facebook.com/NGOimpacto/posts/pfbid0WS18xnfjVvsLTjf9aQQ3aFiQ79WZ27GEUaUogkh3V47A6r7XWfW2C9QDnqzkDs8ql>
- Impacto. (15 de junio de 2018). *Manos que guardan saberes ancestrales, transmitidos de generación en generación. A través del comercio ético, las artesanas transforman sus saberes*. [Imagen adjunta] [Publicación de estado]. Facebook. <https://www.facebook.com/NGOimpacto/photos/a.1717078981690567/1783073841757747/>
- Impacto. (2021). Informe anual 2021 Impacto. Recuperado de <https://impacto.org.mx/wp-content/uploads/2023/03/Informe2021-1.pdf>
- Impacto. (10 de octubre de 2022). *Los días de facilitación de talleres son increíbles. Es realmente único acompañar en sus procesos de desarrollo y aprendizaje a* [Video adjunto] [Publicación de estado]. <https://www.facebook.com/NGOimpacto/videos/1199162117328997>
- Impacto. (25 de abril de 2025). *En el mes de febrero, coordinamos en asociación con la Casa De Las Artesanías De Chiapas la credencialización de 74* [Imagen adjunta] [Publicación de estado]. <https://www.facebook.com/profile/100080246344994/search?q=aguacatenango&filters=eyJycF9jaHJvbm9fc29ydDowIjoie1wibmFtZWwiOlwiY2hyb25vc29ydFwiLFwiYXJnc1wiOlwiXCJ9In0%3D>
- INEE. (2019). Panorama educativo estatal de la población indígena 2018. Chiapas. Recuperado de <https://www.inee.edu.mx/publicaciones/panorama-educativo-estatal-de-la-poblacion-indigena-2018-chiapas/>
- INEGI. (2020). Censo de Población y Vivienda. [https://www.inegi.org.mx/sistemas/olap/consulta/general\\_ver4/MDXQueryDatos.asp?#Regreso&c=](https://www.inegi.org.mx/sistemas/olap/consulta/general_ver4/MDXQueryDatos.asp?#Regreso&c=)

- INI. (2000). Diagnóstico del Fondo Regional de Mujeres Indígenas. San Cristóbal de Las Casas, Chiapas.
- Juxta Nation [@juxtation]. (24 de junio 2021). *Cooperativa Yaxinal, San Juan Cancun. Artesana María Guzmán. El trabajo detrás de una pieza elaborada artesanalmente conlleva horas de planeación y ejecución.* [Fotografía]. Instagram. [https://www.instagram.com/p/CQhbMzLDi\\_k/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&ig\\_h=MzRIODBiNWFIZA==](https://www.instagram.com/p/CQhbMzLDi_k/?utm_source=ig_web_copy_link&ig_h=MzRIODBiNWFIZA==)
- Kellogg Foundation. (2022). *Grants, 2008-2022*. Recuperado de <https://www.wkkf.org/grants>.
- Kitzin. (16 de septiembre de 2020). *El blanco representa unión. "Acompañamos el desarrollo integral de las personas y de las comunidades con las que trabajamos para* [Publicación de estado]. Facebook. <https://www.facebook.com/KitzinLeonTrece/posts/pfbid041SWgKTDiNeKR3iCfEaQrKraLCLrA6ibcm4Qv1BeTnRJt3QM5pp7x77L2U331e3l>
- Kovic, C. & Eber, C. (2003). Introduction. En C. Eber y C. Kovic (Eds.), *Women of Chiapas: Making History in Times of Struggle and Hope*. (pp. 1-27). Nueva York: Routledge.
- Lefebvre, H. (1991). *The Production of Space*. Cambridge, EE. UU.: Basil Blackwell.
- León, G. (16 de octubre de 2020). Sarah Hamui lanza iniciativa en apoyo a tejedoras indígenas. *El Sol de México*. Recuperado de <https://www.elheraldodetabasco.com.mx/circuitos/sarah-hamui-lanza-iniciativa-en-apoyo-a-tejedoras-indigenas-5894755.html?token=1105589561>
- Lewis, S. (2018) *Repensando el indigenismo mexicano: El Centro Coordinador del Instituto Nacional Indigenista en los Altos de Chiapas*. Ciudad de México: UNAM
- Leyva, X. (2002). Transformaciones regionales, comunales y organizativas en Las Cañadas de la Selva Lacandona (Chiapas, México). En S. Mattiace, R. Hernández y J. Rus (Eds.), *Tierra, libertad y autonomía: Impactos regionales del zapatismo en Chiapas*. (pp. 57-82). México: CIESAS.
- Leyva, X. y Ascencio, G. (2002). *Lacandona al filo del agua*. México, D.F.: CIESAS-UNAM Fondo de Cultura Económica.
- Lie, J. (1997). Sociology of Markets. *Annual Review of Sociology*, 23, 341-60.
- Long, N. (2007). *Sociología del desarrollo: una perspectiva centrada en el actor*. México: CIESAS, El Colegio de San Luis.
- López, A. (2002). *Sistema religioso-político y las expulsiones en Chamula*. Tuxtla Gutiérrez: Conaculta.
- López, A. (2016). El uso y la práctica de la matemática maya en los tejidos de las mujeres de San Juan Chamula, Chiapas. En G. Coporo (Coord.), *Trascendencia de la identidad tsotsil: miradas de una nueva generación*. (pp. 101-160). Tuxtla Gutiérrez: CONECULTA, CELALI.
- López, R. (2010). *Crafting Mexico: Intellectuals, Artisans, and the State after the Revolution*. Durham: Duke University Press.
- MacCannell, D. (1999). *The tourist. A new theory of the leisure class*. Berkeley: University of California Press.
- MacLeod, M. (1998). Motines y cambios en las formas de control económico y político: Los acontecimientos de Tuxtla, 1693. En J. Viqueira y M. Ruz (Eds.), *Chiapas: los rumbos de otra historia*. (pp. 87-102). México: Centro de Estudios Mayas, Instituto de Investigaciones Filológicas, UNAM; CIESAS.
- Maestras Artesanas. (s.f.). Jolom Mayaetik. Recuperado de <https://maestrasartesanasy.com/pages/jolom-mayaetik>
- Martin, M., Bojicic-Dzelilovic, V., y Brinke, L. (2019). *People, Profits and Peace: Proposals for a human security approach for the private sector towards the achievement of the Sustainable Development Goals*. LSE Ideas.
- Martínez, H. (2014). Los procesos de producción y comercialización de textiles y bordados al interior de una familia Zinacanteca: desde la mirada de la reproducción, resistencia, y cambio social. [Tesis de doctorado, Universidad Autónoma de Chiapas].

- Martínez, M. y Rendón, T. (1983). Las unidades domésticas campesinas y sus estrategias de reproducción. En K. Appendini, M. Martínez, T. Rendón y V. de Salles (Eds.), *El campesinado en México: Dos perspectivas de análisis*. (pp. 15-128). México: El Colegio de México.
- Marx, K. (1976). El estado y la sociedad civil. En A. Fábregas (Comp.), *Antropología política: una antología*. México: Prisma.
- Marx, K. (2010). *El capital. Crítica de la economía política*. Madrid: Siglo XXI de España Editores.
- Massey, D. (1994). *Space, Place and Gender*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Massey, D. (1995). *Spatial Divisions of Labour: Social Structures and the Geography of Production*. London: Macmillian Press.
- Mies, M. (1982). *The Lace Makers of Narsapur: Indian Housewives Produce for the World Market*. Londres: Zed Books.
- Mies, M. (2014). Housewifisation–Globalisation–Subsistence–Perspective. En M. van der Linden y K. Heinz Roth (Eds.), *Beyond Marx: Theorising the Global Labour Relations of the Twenty-First Century*, (pp. 209–37). Leiden: Brill.
- Mies, M. (2018). *Patriarcado y acumulación a escala mundial*. Madrid: Traficantes de Sueños.
- Milgram, L. (2000). Reorganizing Textile Production for the Global Market: Women's Craft Cooperatives in Ifugao, Upland Philippines. En K. Grimes y L. Milgram (Eds.), *Artisans and Cooperatives. Developing Alternate Trade for the Global Economy*. (pp. 107-128). Tucson: The University of Arizona Press.
- Millán, S. (2006). Cultura y patrimonio intangible: contribuciones de la antropología. En Cuadernos de Patrimonio Cultural y Turismo No. 9. (pp. 56-70). México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- Mintz, S. y Price, R. (1976). *An Anthropological Approach to the Afro-American Past: A Caribbean Perspective*. Philadelphia: ISHI.
- Mohanty, C. (1991). *Cartographies of Struggle: Third World Women and the Politics of Feminism*. En C. Mohanty, A. Russo, & L. Torres, (Eds.), *Third World Women and the Politics of Feminism*. (pp. 1-50). Bloomington: Indiana University Press.
- Molyneux, M. (2005). Más allá del debate sobre el trabajo doméstico. En D. Rodríguez y J. Cooper (Comp.), *Debate sobre el trabajo doméstico. Antología*. (pp. 13-52). México: UNAM.
- Monroy, M. (2016). *El rol de las organizaciones de la sociedad civil en el fomento a empresas sociales en México: el caso del programa de comercialización para pequeños productores impulsado por FUNDEMEX*. [Tesis de maestría, Universidad Iberoamericana Puebla]. Repositorio institucional de la Universidad Iberoamericana Puebla <https://repositorio.iberopuebla.mx/handle/20.500.11777/1505>
- Montero, J. (2015). *Artesanas textiles de Chenalho'. Diálogo, apropiaciones y resistencias de una cultura local*. [Tesis de maestría, Universidad Autónoma de Chiapas]. Repositorio institucional de la UNACH <http://www.repositorio.unach.mx:8080/jspui/handle/123456789/3012>
- Morris, W. F. (1986). Maya Time Warps. *Archaeology*, 39(3), 52-59.
- Morris, W. F. (1991). The Marketing of Maya Textiles in Highland Chiapas, Mexico. En M. B. Schevill, J. C. Berlo, & E. B. Dwyer (Eds.), *Textile Traditions of Mesoamerica and the Andes: An Anthology* (pp. 403–434). University of Texas Press.
- Morris, W. F. (1996) *Hand Made Money: Latin American Artisans in the Marketplace*. Washington D.C., EE. UU.: OEA.
- Morris, W. F., & Karasik, C. (2015). *Maya threads : a woven history of Chiapas*. Thrums LLC.
- Mosquera, A. (1995). “Las artesanías y las empresas colectivas de desarrollo”. En Anuario 1994 del Centro de Estudios Superiores de México y Centroamérica. (pp. 383-424) Tuxtla Gutiérrez, Chiapas: Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas, Centro de Estudios Superiores de México y Centroamérica.

- Nachman, E. (11 de mayo de 2014). Mujeres por la dignidad, una cooperativa zapatista en San Cristóbal. *Desinformémonos*. <https://desinformemonos.org/mujeres-por-la-dignidad-una-cooperativa-zapatista-en-san-cristobal/>
- Naciones Unidas. (2018). La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: una oportunidad para América Latina y el Caribe (LC/G. 2681-P/Rev. 3), Santiago.
- Naciones Unidas. (8 de agosto de 2023). ¿En qué consiste el desarrollo sostenible? <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2023/08/what-is-sustainable-development/>
- Narotzky, S. (2007). The Project in the Model Reciprocity, Social Capital, and the Politics of Ethnographic Realism, *Current Anthropology*, 48(3), 403-424.
- Nash, J. (1970). *In the Eyes of the Ancestors: Belief and Behavior in a Maya Community*. New Haven: Yale University Press.
- Nash, J. (1979). *We eat the mines and the mines eat us*. Nueva York. Columbia University Press.
- Nash, J. (1981). Ethnographic Aspects of the World Capitalist System. *Annual Review of Anthropology*, 10, 393-423.
- Nash, J. (1993). Maya Household Production in the World Market: The Potters of Amatenango del Valle, Chiapas, Mexico. En J. Nash (Ed.), *Crafts in the World Market*. (pp. 127-154). Albany: SUNY Press.
- Nash, J. (2000). Postscript. To Market, To Market. En K. Grimes y L. Milgram (Eds.), *Artisans and Cooperatives. Developing Alternate Trade for the Global Economy*. (pp. 175-180). Tucson: The University of Arizona Press.
- Nash, J. (2001). *Mayan visions: the quest for autonomy in an age of globalization*. Nueva York: Routledge.
- Nash, J. (2003). Foreword. Activists, Poets, and Anthropologists in the Frontlines of Research. En C. Eber y C. Kovic (Eds.), *Women of Chiapas: Making History in Times of Struggle and Hope*. (pp. ix-xv). Nueva York: Routledge.
- Nivón, E. (2013). *Hegemonía cultural y política de la diferencia*. Buenos Aires: CLACSO.
- North, D. (1981). *Structure and Change in Economic History*. Nueva York: W. W. Norton & Company, Inc.
- Novelo, V. (1976). *Artesanías y capitalismo en México*. México: INAH.
- O'Donnell, K. (2012). *Weaving Transnational Solidarity: From the Catskills to Chiapas and Beyond*. Chicago: Haymarket Books.
- Olivera, M. (2011). *Región de Los Altos. Territorios en disputa y resistencia cultural*. Tuxtla Gutiérrez: Chiapas: UNICACH; CESMECA.
- Olivera M. (2019). *Feminismo popular y revolución: entre la militancia y la antropología*. Buenos Aires: CLACSO.
- Olivera, M., Bermúdez, F. y Arrellano, M. (2014). *Subordinaciones estructurales de género: las mujeres marginales de Chiapas frente a la crisis*. México: Juan Pablos Editor.
- Olivera, M., Cornejo, A. y Arellano, M. (Coords.). (2016). *Organizaciones campesinas y de mujeres de Chiapas. Movimiento Chiapaneco en defensa de la tierra, el territorio y por el derecho de las mujeres a decidir*. Tuxtla Gutiérrez, Chiapas: UNICACH.
- Orantes, J. y Vázquez, B. (1993). Producción cooperativa textil y políticas de fomento artesanal en Los Altos de Chiapas, el caso de San Andrés Larráinzar. [Tesis de licenciatura, Universidad Autónoma de Chiapas].
- O'Brian, R. (1992). Un mercado indígena de artesanías en los Altos de Chiapas: persistencia y cambio en las vidas de las vendedoras mayas. *Mesoamerica*, 23, 79-84.
- Palomo, M. (2009). *Juntos y congregados. Historia de las cofradías en los pueblos de indios tzotziles y tzeltales de Chiapas (siglos XVI al XIX)*. México: CIESAS.



- Paniagua, J. (2008). De los pueblos indios a la ficción antropológica: los sistemas de cargos en la etnografía de los altos de Chiapas. Antecedentes, Balance y Perspectivas. *Revista Pueblos y Fronteras Digital*, 3(5), 181-217.
- Pérez, K. (2014). *La transformación de la artesanía textil a través de su mercantilización entre diseñadoras(es) y tejedoras en Los Altos de Chiapas*. [Tesis de maestría, UNAM].
- Pineda, L. (1993). *Caciques culturales: El caso de los maestros bilingües de los Altos de Chiapas*. Puebla: Altres Costa-Amic.
- Pineda, L. (2004). Maestros bilingües, burocracias y poder político en Los Altos de Chiapas. En J. Viqueira y M. Ruz (Eds.), *Chiapas: los rumbos de otra historia*. (pp. 279-300). Ciudad de México: Centro de Estudios Mayas, Instituto de Investigaciones Filológicas, UNAM; CIESAS.
- PNUD. (17 de abril de 2023). Promoverá PNUD autonomía económica y resiliencia medioambiental de las mujeres indígenas y rurales en Chiapas. <https://www.undp.org/es/mexico/comunicados-de-prensa/promovera-pnud-autonomia-economica-y-resiliencia-medioambiental-de-las-mujeres-indigenas-y-rurales-en-chiapas>
- PNUD México. (24 de abril de 2023). *Maestras artesanas de la comunidad de Macvilbó, San Jan Chamula, Bayalembó Larraínzar en Chiapas, participan en diagnóstico participativo facilitado por PNUD México*. [Imagen adjunta] [Publicación de estado]. Facebook. Recuperado de [https://www.facebook.com/PNUDMexico/posts/pfbid02BxeGMAJEeVnSUfT8TD EaQfcVqiZTBe2iTEEYedjInoFK4qDb2SQ4gPPqYhtTx62nl?locale=es\\_LA](https://www.facebook.com/PNUDMexico/posts/pfbid02BxeGMAJEeVnSUfT8TD EaQfcVqiZTBe2iTEEYedjInoFK4qDb2SQ4gPPqYhtTx62nl?locale=es_LA)
- Poblete, M. (14 de enero de 2019). De frente hacia el 2019. Recuperado de <https://impacto.org.mx/2019/01/14/de-frente-hacia-el-2019/>
- Polanyi, K. (2003). *La gran transformación: los orígenes políticos y económicos de nuestro tiempo*. Fondo de Cultura Económica. (Obra original publicada en 1957).
- Poldony, J. y Page, K. (2012). Network Forms of Organization. *Annual Review of Sociology*, 25, 57-76.
- Postone, M. (1993). *Time, labor, and social domination: a reinterpretation of Marx's critical theory*. Nueva York: Cambridge University Press.
- Pratt, M. (2006). ¿Por qué la Virgen de Zapopan fue a Los Ángeles? Algunas reflexiones sobre la movilidad y la globalidad. *A Contracorriente: Revista de Historia Social y Literatura en América Latina*, 3(2), 1-33.
- Proyecto Impacto Consultores, AC. (s.f.). Social enterprise owned by indigeneous mayan women. Recuperado de <https://www.globalgiving.org/projects/a-social-enterprise-own-by-indigenous-mayan-woman/reports/#menu>
- Proyecto Impacto Consultores, AC. (2012). Decálogo macro. Saber artesanal textil. Recuperado de <https://www.facebook.com/photo/?fbid=259399250078285&set=pcb.259399343411609>
- Pujol, H. (2008). De los seres meteorológicos que controlan el clima en San Juan Cancuc (Altos de Chiapas). En *Aires y lluvias. Antropología del clima en México*. México: Centro de estudios mexicanos y centroamericanos. Recuperado de <http://books.openedition.org/cemca/1277>
- Putnam, R. (1993). "The Prosperous Community: Social Capital and Public Life." *American Prospect*, 13, 35-42.
- Ramos Maza, T. (2004). Artesanas y artesanías: Indígenas y mestizas de Chiapas construyendo espacios de cambio. *LiminaR. Estudios Sociales y Humanísticos*, 2(1), 50-71.
- Ramos Maza, T. (2010). *Artesanas tseltales: entrecruces de cooperación, conflicto y poder*. Tuxtla Gutiérrez, Chiapas: UNACH.

- Red Binacional de Mujeres Artesanas Niu Matat Napawika. (2018) *Aprendizajes para la transformación. Sistematización de experiencias de OSC. Región Puebla*. México: Adeco A.C.
- Rivera Cuisicanqui, S. (2015) *Sociología de la imagen: miradas ch'ixi desde la historia andina*. Buenos Aires: Tinta Limón.
- Rivera, C., García, M., Lisbona, M., Sánchez, I. y S. Meza. (2005). *Diversidad religiosa y conflicto en Chiapas. Intereses, utopías y realidades*. México: UNAM.
- Rubín de la Borbolla, S. (2014). El Museo Nacional de Artes e Industrias Populares. En *Arte y memoria indígena de México*. (pp. 30-69). México: Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas.
- Robinson, C. (1983). *Black Marxism: The Making of the Black Radical Tradition*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Rojas, H. (23 de agosto de 2022). *Pepen Textil, procesos colaborativos*. Coolhuntermx. Recuperado de <https://coolhuntermx.com/industrias-08-2022-pepen-textil-chiapas-telar-de-pedal-2022/>
- Rosenbaum, B. (1993). *With our Heads Bowed: The Dynamics of Gender in a Maya Community*. Albany, Nueva York: Institute for Mesoamerican Studies; The University of Albany; State University of New York.
- Rovira, G. (1997). *Mujeres de maíz: la voz de las indígenas de Chiapas y la rebelión Zapatista*. Barcelona: Ediciones La Letra SCCL.
- Ruiz, L. (2006). *El jeb'i'iltik y la dominación jkaxlan en Larráinzar, Chiapas*. Tuxtla Gutiérrez, México: Consejo Estatal para la Cultura y las Artes de Chiapas.
- Rus, D. (1990). La crisis económica y la mujer indígena, caso Chamula. *Documentos de trabajo sobre cambio en el campo chiapaneco*. Instituto de Asesoría Antropológica para la Región Maya, A.C. (INAREMAC) Doc. 038-VIII-90.
- Rus, D. (1997). *Mujeres de tierra fría. Conversaciones con las coletas*. Tuxtla Gutiérrez: UNICACH.
- Rus, J. (1982). Política de Desarrollo y algunos aspectos de las Relaciones Interétnicas. *América Indígena*, 17(1), 69-84.
- Rus, J. (1995). Local Adaptation to Global Change: The Reordering of Native Society in Highland Chiapas, Mexico, 1974-1994. *European Review of Latin American and Caribbean Studies* 58, 71-89.
- Rus, J. (1998). La Comunidad Revolucionaria Institucional: La subversión del gobierno indígena en Los Altos de Chiapas, 1936-1968. En J. Viqueira y M. Ruz (Eds.), *Chiapas: los rumbos de otra historia*. (pp. 251-278). México: Centro de Estudios Mayas, Instituto de Investigaciones Filológicas, UNAM; CIESAS.
- Rus, J. (2005). The Struggle Against Indigenous Caciques in Highland Chiapas: Dissent, Religion and Exile in Chamula, 1965–1977. En A. Knight y W. Pansters (Eds.), *Caciquismo in Twentieth-Century Mexico*. (pp. 169–200). Londres: Institute for the Study of the Americas.
- Rus, J. (2008). Una relectura de la etnografía Tzotzil: la antropología y la política en Los Altos de Chiapas, 1955-2000. Anuario, Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas. pp. 337-369.
- Rus, J. (2012). *El ocaso de las fincas y la transformación de la sociedad indígena de Los Altos de Chiapas, 1974-2009*. Tuxtla Gutiérrez, Chiapas: UNICACH.
- Rus, J. y Collier, G. (2002). Una generación de crisis en Los Altos de Chiapas: Los casos de Chamula y Zinacantán, 1974-2000. En S.L. Mattiace, R.A. Hernández y J. Rus (Eds.), *Tierra, libertad y autonomía: Impactos regionales del zapatismo*. (pp. 157-199). Ciudad de México: CIESAS.
- Sánchez, M. E. (2012). Mujeres tejedoras de Zinacantán, Chiapas. *Diario De Campo*, (9), 37–39. Recuperado de <https://revistas.inah.gob.mx/index.php/diariodecampo/article/view/3283>

- Sánchez, M. y Bolom, M. (Coords.). (2013). *Vocabulario Tsotsil*. San Cristóbal de Las Casas, Chiapas: Fray Bartolomé de Las Casas, A.C.
- Schryer, F. (1990). *Ethnicity and Class Conflict in Rural Mexico*. Princeton: Princeton University Press.
- Scott, J. (1985). *Weapons of the Weak. Everyday Forms of Peasant Resistance*. New Haven: Yale University Press.
- SDR. (2005). Plan Rector Sistema Producto Maíz de Chiapas. Tuxtla Gutiérrez: Secretaría de Desarrollo Rural, -Fomento económico AC.
- Secombe, W. (2005). El trabajo del ama de casa en el capitalismo. En D. Rodríguez y J. Cooper (Comp.), *Debate sobre el trabajo doméstico. Antología*. (pp. 175-208). México: UNAM.
- Secretaría de Bienestar. (27 de abril de 2018). Sí al comercio justo, ¡di no al regateo! Recuperado de <https://www.gob.mx/bienestar/articulos/si-al-comercio-justo-di-no-al-regateo>
- SEIGEN. (s.f.). Centro para el Desarrollo de las Mujeres. Recuperado de <http://seigen.chiapas.gob.mx/cdm>
- Sharma, A. (2008). *Logics of Empowerment: Development, Gender, and Governance in Neoliberal India*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Simmel, G. (1901). *On Individuality and Social Forms*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Siverts, H. (1969). Ethnic Stability and Boundary Dynamics in Southern Mexico. En F. Barth (Ed.), *Ethnic Groups and Boundaries: The Social Organization of Culture Difference*. (pp. 101-116). Boston: Little, Brown and Company.
- Smith, N. (1990). *Uneven Development: Nature, Capital, and the Production of Space*. Athens, Georgia: The University of Georgia Press.
- Somers, M. (2022). Legal Predistribution, Market Justice, and Dedemocratization: Polanyi and Piketty on Law and Political Economy. *Journal of Law and Political Economy*, 3, 225-279.
- Stavenhagen, R. (1982). *Las clases sociales en las sociedades agrarias*. México: Siglo XXI.
- Stephen, L. (1991). Culture as a Resource: Four Cases of Self-managed Indigenous Craft Production in Latin America. *Economic Development and Cultural Change*, 40(1), 101-130.
- Stephen, L. (1996). The Creation and Re-Creation of Ethnicity: Lessons from the Zapotec and Mixtec of Oaxaca. *Latin American Perspectives*, 23(2), 17-37.
- Stephen, L. (2005a). Women's Weaving Cooperatives in Oaxaca: An Indigenous Response to Neoliberalism. *Critique of Anthropology*, 25(3), 253-278.
- Stephen, L. (2005b). *Zapotec Women. Gender, Class, and Ethnicity in Globalized Oaxaca*. Durham: Duke University Press.
- Stibbe, D., Prescott, D., The Partnering Initiative y UNDESA. (2020). *The SDG Partnership Guidebook: A practical guide to building high-impact multi-stakeholder partnerships for the Sustainable Development Goals*. Recuperado de [https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/26627SDG\\_PartnerShip\\_Guidebook\\_0.95\\_web.pdf](https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/26627SDG_PartnerShip_Guidebook_0.95_web.pdf)
- Strathern, M. (1988). *The Gender of the Gift: Problems With Women and Problems With Society*. Berkeley: University of California Press.
- Taussig, M. (2002). The Genesis of Capitalism amongst a South American Peasantry: Devil's Labor and the Baptism of Money. En M. Lambek (Ed.), *A Reader in the Anthropology of Religion*. (pp. 472-492). Oxford: Blackwell.
- Taussig, M. (2010). *The devil and commodity fetishism in South America*. University of North Carolina Press.
- The Hunger Project. (s.f.-a). Introducción. Recuperado de [https://thp.org.mx/quienes\\_somos/introduccion/](https://thp.org.mx/quienes_somos/introduccion/)
- The Hunger Project. (s.f.-b). Qué hacemos. Principios. Recuperado de <https://thp.org.mx/que-hacemos/principios/>



- The Hunger Project. (2013). Reporte Anual 2013. Recuperado de <https://silo.tips/download/thp-mexico-celebra-30-aos-thp-30-years-in-mexico-mensaje-de-la-directora-ejecuti>
- Thompson, E. P. (1989). Folklore, antropología e historia social. *Historia social*, 3, 81-102.
- Thompson, E. P. (1995a). *Costumbres en común*. Barcelona: Grijalbo Mondadori.
- Thompson, E. P. (1995b). *The Poverty of Theory: or an Orrery of Errors*. Londres: Merlin Press.
- Thompson, E. P. (2012). *La formación de la clase obrera en Inglaterra*. Madrid: Capitán Swing.
- Tovilla, C. E., Zamora, C. B., Estrada, E., & Gracia, M. A. (2021). Artesanía textil, reciprocidad, liderazgo y reproducción social en Zinacantán, Chiapas. *Región y sociedad*, 33. <https://doi.org/10.22198/rys2021/33/1453>
- Tsing, A. (2005). *Friction: an ethnography of global connection*. Princeton: Princeton University Press.
- Tsing, A. (2015). *The Mushroom at the End of the World. On the Possibility of Life in Capitalist Ruins*. Princeton: Princeton University Press.
- Tulan Textiles. (11 de marzo de 2023). *Hoy nos visitaron alumnas de la Universidad Anáhuac, Ciudad de México para conocer algo de nuestro trabajo sobre los tintes*. [Imagen adjunta]. Facebook. Recuperado de <https://www.facebook.com/photo/?fbid=6222762384442773&set=pcb.6222762647776080>
- Turok, M. (1978). “La producción textil en Chamula, Chiapas: Evaluación de los Programas de desarrollo artesanal”. En *Indigenismo. Evaluación de una práctica*. (pp. 71-120). México: Instituto Nacional Indigenista.
- Turok, M. (1988). *Cómo acercarse a la artesanía*. México: Plaza y Valdés.
- Un huipil al día. (12 de junio de 2017). San Andrés Larráinzar (2). Recuperado de <https://unhuipil.wordpress.com/2017/12/06/san-andres-larrainzar-2/>
- Uzzi, B. (1996). The Sources and Consequences of Embeddedness for the Economic Performance of Organizations: The Network Effect. *American Sociological Review*, 61(4), 674-698.
- Valenzuela, M. (2018). *Nuevo derecho cooperativo mexicano*. Ciudad de México: Editorial Porrúa.
- Vargas, G. (1999). Flexible Looms: Weavers’ Organizations in Chiapas, Mexico. *Urban Anthropology and Studies of Cultural Systems and World Economic Development*, 28(3/4), 299-325).
- Vega, E. (2016). *La valoración del trabajo, identidad y autonomía en las mujeres indígenas a través de los procesos organizativos en la actualidad: Casos K’inál Ansetik y ADEMI Ixpiyakok*. [Tesis de maestría, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla].
- Villafuerte, D. y García, M. C. (2014). Tres ciclos migratorios en Chiapas: interno, regional e internacional. *Migración y Desarrollo*, 12(22), 3-37.
- Viqueira, J. (1998). Las causas de una rebelión india: Chiapas, 1712. En J. Viqueira y M. Ruz (Eds.), *Chiapas: los rumbos de otra historia*. (pp. 103-144). México: Centro de Estudios Mayas, Instituto de Investigaciones Filológicas, UNAM; CIESAS.
- Viqueira, J. (2004). Los Altos de Chiapas: Una introducción general. En J. Viqueira y M. Ruz (Eds.), *Chiapas: los rumbos de otra historia*. (pp. 219-236). México: Centro de Estudios Mayas, Instituto de Investigaciones Filológicas, UNAM; CIESAS.
- Viqueira, J. (2005). La otra bibliografía sobre los indígenas de Chiapas, *Nuevo Mundo Mundos Nuevos*. Recuperado de <http://journals.openedition.org/nuevomundo/618>
- Vogt, E. (1973). *Los zinacantecos: un grupo maya en el siglo XX*. México: SEP/SETENTAS.
- Vos, J. (1994). *Vivir en frontera: la experiencia de los indios de Chiapas*. México: CIESAS.
- Vos, J. (2010). *Vienen de lejos los torrentes: una historia de Chiapas*. Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, México: Consejo Estatal para la Culturas y las Artes de Chiapas.
- Wallerstein, I. (2024). *El capitalismo histórico*. México: Siglo XXI Editores.

- Wasserstrom, R. (1977). Ingreso y trabajo rural en los Altos de Chiapas. Centro de Investigaciones Ecológicas del Sureste (CIES) e INAREMAC. Doc. 008-IX-77.
- Wasserstrom, R. (1983). *Class and Society in Central Chiapas*. Berkeley: University of California Press.
- Weber, M. (2009). *The protestant ethic and the spirit of Capitalism with other writings on the West*. New York: Oxford University Press.
- Weber, M. (2019). *Economy and Society*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- Weeks, K. (2011). *The Problem with Work*. Durham: Duke University Press.
- White, H. C. (2001). *Markets from networks. Socioeconomic models of production*. Princeton: Princeton University Press.
- Wolf, E. (2001). *Pathways of power: building an anthropology of the modern world*. Berkeley: University of California Press.
- Wolf, E. (2005). *Europa y la gente sin historia*. México: FCE.
- Worldwide Textiles Tribe. [Shila Desai]. (19 de enero de 2025). *Natural dyeing notes from the Maya, no doubt of interest to many in this group. A visit with Cecilia of* [Imagen adjunta]. Facebook. Recuperado de <https://www.facebook.com/groups/worldwidetextiletribe/permalink/8538185812954372>
- W. K. Kellogg Foundation. (2022). Grants. Recuperado de <https://www.wkkf.org/grants>
- W. K. Kellogg Foundation. (2024). Grants. Recuperado de <https://www.wkkf.org/grants/>
- Yanagisako, S. (2002). *Producing Culture and Capital*. Princeton: Princeton University Press.
- Zamorano, G. (2008). ¿Desarrollando capacidades? Pobreza, "oportunidades" y ciudadanía neoliberal. *Bajo el Volcán*, 7(12), 67-88.
- Zaretsky, E. (1976). *Capitalism, the Family, and Personal Life*. Londres: Pluto.
- Zelizer, V. (2009). *La negociación de la intimidad*. Argentina: Fondo de Cultura Económica.
- Zylberberg, V. (2006). "We Can No Longer Be Like Hens with Our Heads Bowed, We Must Raise Our Heads and Look Ahead": A Consideration of the Daily Life of Zapatista Women. En S. Speed, A. Hernández Castillo y L. Stephen (Eds.), *Dissident Women: Gender and Cultural Politics in Chiapas*. (pp. 222-238). Austin: University of Texas Press.