

***La distinción en los artículos suntuarios:
Maestros artesanos en la industria mueblera
Chilovey y talladores de mármol y ónix en
Tecali de Herrera, México***

Heider I. Tun Tun
Universidad Autónoma de Yucatán

En general, en México el estudio de las artesanías se centra en personas dedicadas a la producción y venta de artículos que/o completan su trabajo agrícola o se producen para un mercado urbano sin rigurosos controles de calidad. Este trabajo aborda la producción artesanal como se refleja en los estudios de Novelo Oppenheim, Villanueva Villanueva, Morales Valderrama y Turok desde otro ángulo y con poblaciones diferentes, pues en este caso me enfoco en personas que producen artículos de lujo que no están destinados al mercado generalmente asociado con las artesanías, sino con la producción para un mercado selecto, dentro de estándares de calidad muy altos, que pueden competir con productos similares en cualquier lugar del mundo. Estos artesanos y artesanas producen para los mercados suntuarios, y su arte está informado hasta cierto punto por la producción artesanal local, pero también por la producción para los mercados de nicho a nivel mundial. Más aun, en este trabajo tomo en cuenta a los maestros artesanos como agentes activos quienes dentro de este nicho de artículos suntuarios están en una constante negociación.

El propósito de este trabajo es el de hacer una descripción sobre cómo se organiza la producción artesanal dirigida a mercados de lujo en dos casos de estudio: los talladores de madera de la industria de *Muebles Chilovey* en Yucatán y

Tiresias 6 (October 2014)

<http://www.lsa.umich.edu/rl/tiresias/index.html>

Department of Romance Languages and Literatures
University of Michigan

los trabajadores de la piedra en Tecali de Herrera, Puebla¹ con el fin de mostrar que el nicho de artículos suntuarios crea una estratificación basada en la distinción entre artículos suntuarios de los que no. En este trabajo parto de la idea de que dentro del nicho de artículos suntuarios existe una estratificación en donde los pequeños y grandes productores están interrelacionados. En este nicho de artículos, cada uno de los productores juega un papel fundamental. El reconocimiento social de los artículos más exclusivos se inscribe en un contraste entre los más deseados de los menos deseados. Aquí, el estudio de productores de artículos suntuarios o de lujo abre una posibilidad para entender un tipo de producción artesanal diferenciada de otro tipo de producción de artículos. Este trabajo se divide en cinco apartados. En el primero presento una revisión de la literatura relacionada con el estudio de las artesanías en México, la cual muestra la falta de estudios relacionados con artesanos que trabajan en el nicho de artículos suntuarios. En el segundo y tercero apartado hago una descripción etnográfica sobre los maestros artesanos de la industria de *Muebles Chilovey* en Yucatán y los maestros trabajadores de la piedra en Tecali de Herrera, Puebla y sus alrededores. Estas descripciones ilustran cómo funciona el nicho de artículos de lujo a nivel nacional e internacional, como se explora en el cuarto apartado. La relación que existe entre los dos casos de estudio explica la necesidad de contar con pequeños y grandes productores, ya que la diferenciación entre estos determina qué es lo más lujoso. Por último quiero hacer una propuesta basada en estos dos ejemplos sobre las posibilidades que puede tener el trabajo artesanal en México y Latinoamérica en general.

¹ Debido a que mucha información presentada en este trabajo es controversial y podría causar problemas para las personas que aparecen en este en él, he usado pseudónimos con el fin de proteger la identidad de las empresas y personas con las cuales trabajé y muy amablemente me abrieron las puertas de sus talleres.

Estado actual de las artesanías en México y su estudio

Hoy en día existen muchos productos que son llamados artesanías presentan múltiples características. Desde productos semi-industrializados hasta hechos con materiales rústicos, la heterogeneidad de todos los objetos radica en la forma en que se producen y estas diferencias van desde el proceso de trabajo, el tipo de productos, el origen del productor, la forma de comercializarse y el sector que lo consume hasta la utilidad que se le da (Ejea Mendoza, 46). A pesar de que existe una diversificación en cuanto al estudio de las artesanías mexicanas, el estudio de los artículos suntuarios no ha sido tomado en cuenta.

En general, los estudios de las artesanías en México se pueden agrupar en cuatro corrientes principales. Kaplan argumenta que en un principio las artesanías fueron vistas como el patrimonio cultural de los pueblos indígenas con una fuerte tendencia a lo folclórico y lo artístico con oposición a lo extranjero en México. Otra línea de investigación explorada por Ramos Maza, influenciada por el marxismo, basaba sus ideas en aspectos socioeconómicos de la producción donde se presenta atención especial a la producción familiar y al hecho de que las unidades familiares están en una constante lucha por la sobrevivencia en el sistema capitalista. En una tercera línea se encuentran los estudios culturales "que parten de la línea neogramsciana y de la teoría de la reproducción y que consideran a las artesanías como manifestaciones de la cultura de las clases populares y que son resultado de la apropiación desigual del capital cultural" (Ramos Maza 55). En el último enfoque existe un gran esfuerzo por encontrar las relaciones entre los procesos locales y globales; aquí el estudio de las cooperativas, cambios culturales, migración local e internacional, turismo, identidad y género cobraron gran importancia.

Después de la revolución mexicana de 1910 existió un interés por desarrollar una identidad mexicana donde las artesanías y el arte folclórico tuvieron un valor positivo como parte de la creación de la identidad mexicana. Uno de los principales promotores de esta unión fue el Dr. Manuel Gamio quien en su libro *Forjando Patria* (1916) propuso la fusión de razas y de manifestaciones culturales, la unificación lingüística y el equilibrio económico de las diversas poblaciones en México. En este libro, Gamio fue parte de un encanto generalizado por la búsqueda de una identidad nacional mexicana.

En este contexto, las artesanías comenzaron a ser objeto de estudio en México a partir de 1920 (Angelotti Pasteur, 28). Según Novelo Oppenheim el trabajo artesanal fue conceptualizado como reflejo del auténtico trabajo mexicano y su función era como la de artículos genuinos y valiosos representantes del arte popular de la nación. Con esta perspectiva, en 1921 se inauguró en México la primera exposición de Arte Popular, organizada por Jorge Enciso, Alfonso Caso y Gerardo Murillo, Doctor Atl. Este último publicó posteriormente el libro *Las artes populares en México*, el cual refleja claramente el pensamiento de la época en donde se resalta y valoriza la identidad mexicana a partir de una fusión de razas.

Ya con el correr de los años se vio que el estudio de la tradición popular se enfocaba en aspectos estéticos dejando pasar otros como el procedimiento para la producción, el significado del producto, los tipos de organización familiar, las formas de transmisión del conocimiento, y la estructura de ventas y difusión, un proceso que se explora por Marie Odiel Singer. Las artesanías que habían sido vistas como artículos culturales, poco a poco fueron insertándose dentro de las dinámicas socioeconómicas capitalistas del país y alejándose de ser únicamente un conjunto de símbolos para la identificación nacional. Para los años 1970s en México debido a la crisis en el capo mexicano, las artesanías fueron vistas estratégicamente como una posible vía para

amortiguar la situación económica. En este contexto Victoria Novelo Oppenheim para 1976 hizo un estudio en Colima en el que propuso ver al trabajo artesanal como un proceso en el que se tome en cuenta todo el proceso de producción, desde los talleres, pasando por la producción doméstica y la venta.

El aporte de Novelo Oppenheim puso en evidencia la falta de interés que existía por los productores y los aspectos culturales entorno al producto. La propuesta de la Dra. Novelo Oppenheim abrió un espacio para pensar en otras problemáticas relacionadas con el proceso de producción artesanal. Con esta nueva apertura ya las artesanías se comenzaron a entender junto con sus productores quienes empezaron a ser sujetos de estudio. Ya con los artesanos como parte del estudio de las artesanías se dio pie al estudio de los contenidos de las artesanías siguiendo la propuesta de Novelo Oppenheim de ver a las artesanías como un proceso y no como un fin. La nueva idea era contemplar a los clientes, los productores y los intermediarios dentro del estudio del proceso artesanal.

Ya en los años posteriores a los 1970s se multiplicaron los estudios relacionados con las artesanías. Se destacan tres vertientes en este periodo: los estudios de artesanías como folklore popular; los ensayos de antropología económica, y los nuevos enfoques etnográficos sobre tecnología indígena (Singer en Angelotti Pasteur, 29). Con estas nuevas ideas, las artesanías ya se comenzaban a estudiar en relación con tópicos de carácter socioeconómico (Angelotti Pasteur, 29). Dentro de este contexto encontramos que buena parte de los estudios sobre las artesanías estn íntimamente relacionados con el campo rural. Desde la concepción de las artesanías como circunscritas dentro de lo rural se procedió a ver al artesano como un productor agrícola quien además realizaba esta actividad como parte del complemento de su economía. También, Morales Valderrama nota el estudio de la producción de las artesanías se orientó a la unidad

doméstica donde la familia se organizaba en torno a la producción.

Más recientemente, gran parte de los estudios sobre las artesanías exploran cómo hacer estudios acerca de procesos globales sin perder de vista los aspectos locales. Este problema, explorado por Ramos Muñoz, Tuñón Pablos y Carderón Cisneros, surgió por la tendencia de los estudios sobre procesos globales de ver el proceso de globalización como homogeneizante. Las conclusiones de tales estudios tendieron a ser mecanicistas y reduccionistas (Aguilar y Bueno, 7). Debido a estos problemas, han surgido propuestas en las que la mirada de lo global en lo local nos permite apreciar una heterogeneidad de situaciones (Aguilar y Bueno, 8).

Por último, para Nestor García Canclini las artesanías están articuladas en los conflictos de las clases populares con el capitalismo. En este sentido, el capitalismo no sólo llega a influir las culturas populares sino que también las clases populares logran modificarse e interactuar con el sistema de tal manera que logran hacerse presentes. Debido a esta perspectiva las artesanías pueden verse como más dinámicas, ya que las clases populares van respondiendo a los movimientos del sistema capitalista y por tanto, las artesanías se van configurando dentro de estas dinámicas. Para García Canclini el sistema capitalista además de local es un proceso global donde factores como el turismo internacional tienen una gran relevancia para la producción artesanal. Hoy día gran parte de los estudios en antropología hacen entrever cómo estos factores globales se relacionan con las localidades de todo el mundo. Si bien la preocupación por lo local y lo global ha tenido una gran trayectoria en la historia de la antropología, fue en la década de los ochentas en que se comenzó a trabajar y teorizar el "estudio de los entrelazamientos de distintas localidades y procesos globales" (Ayora Díaz, 20). Arjun Appadurai habla sobre estudiar la trayectoria que siguen los objetos para poder entenderlos en un marco en el que es

“imposible considerar el estudio de los procesos económicos y culturales como sucesos que ocurren en comunidades aisladas de otras comunidades o de procesos más amplios (temporal y espacialmente)” (Ayora Díaz, 21). Bajo esta perspectiva se propone ver las articulaciones resultantes de las relaciones entre fenómenos culturales heterogéneos a un nivel local, regional y global.

June Nash se ha acercado a estos asuntos con su libro titulado *Crafts in the World Market*. En este libro los trabajos atienden al problema entre producir y consumir comunidades debido a que la cultura de producción y la cultura de consumo no son necesariamente las mismas ni están en los mismos lugares. Este trabajo introduce las nuevas dinámicas que se van dando entre los consumidores locales para poder acceder a mercados más globales. Así, se muestra cómo es que los productores van adoptando selectivamente determinados elementos que hacen posible la venta de los productos en esferas más globales. En este sentido, los productores en este caso son indígenas con agencia, capaces de interactuar con sistemas locales, nacionales e internacionales sin perder sus individualidades y que viven su cultura de una manera dinámica en constante cambio.

Sin embargo, esta tradición literaria no ha considerado a las artesanías destinadas al mercado de artículos suntuarios. Hasta ahora la forma de producción de artesanías se concibe íntimamente ligada al destino final del producto, el cual se ha limitado a la venta al turismo masivo, la decoración, los acervos de coleccionistas de arte “indígena,” los museos, las exposiciones de arte como identificado por Turok, el uso utilitario cotidiano, el mercado de exportación, el arte popular producción artística de diseño (Morris en Vargas Cetina, 138) y el mercado de “solidaridad” con poblaciones indígenas (Vargas Cetina, 139). Es en este marco donde este trabajo tiene su importancia. Los maestros artesanos aquí presentados son diferentes a los que la literatura en general ha trabajado. Tanto los

maestros artesanos que trabajan en la industria de *Muebles Chilovey* en Yucatán como los maestros de la piedra en Tecali de Herrera, producen artículos denominados de lujo debido a que la producción altamente especializada de sus artículos va dirigida a mercados que poseen un alto capital económico. Tal producción se encuentra conectada con esferas tanto locales, como nacionales e internacionales, y por lo tanto no está vinculada exclusivamente con el campo ni es necesariamente de carácter indígena. Este hecho hace que la forma en que estos maestros artesanos produzcan sus artículos sea considerablemente diferente a la forma en cómo son producidos los artículos comúnmente definidos como artesanales. La relevancia de este punto consecuentemente recae en el hecho de que los maestros artesanos aquí presentados han sido pocas veces vistos en la literatura.

**Descripción etnográfica de la producción artesanal
Muebles Chilovey en Yucatán, México**

Ubicada en el parque Industrial Sureste en la ciudad de Umán *Muebles Chilovey* ha operado desde 1974 y sus productos hoy decoran hoteles en tanto en México como en el extranjero. La empresa emplea más de quinientas personas entre artesanos, profesionistas, empleados generales



Fig. 1: "Patas de jaguar" y bases para mesas talladas por los maestros artesanos de *Muebles Chilovey*.

y directivos provenientes de varias zonas aledañas de ciudad de Mérida en

Yucatán.² Los diseños manejados *Muebles Chilovey* son de carácter "exclusivo", y su reproducción por otras fábricas infringiría derechos legales y de autor. Notablemente, estos muebles supuestamente de carácter local se hacen de acuerdo a las necesidades de los clientes, con tecnología proveniente de Alemania, Italia, Estados Unidos y México. De hecho, uno de los aspectos más interesantes de la fábrica es su conexión con esferas locales, regionales e internacionales.³

² Una gran parte de los empleados de la planta vienen de municipios yucatecos como Umán, Conkal, Ixil, Acanceh, Kanasín, Tixkokob, Cacalchen, Motul y Bocobá—este último conocido porque de allí provienen todos los tejedores de mimbre. De todos estos, la ciudad de Mérida es el lugar donde cerca del setenta por ciento de la planta reside actualmente.

³ Es importante notar que a pesar de que la sede de *Muebles Chilovey* se encuentra en Yucatán, los procesos de producción, distribución y venta de sus productos depende de numerosos proveedores de materia prima y

Para llegar a ser un "maestro artesano" en *Muebles Chilovey* es necesario tener cierto nivel de conocimiento y habilidad demostrable en la rama deseada. Los diseños que la empresa maneja son conocidos por su alta calidad y por el cuidado prestado a los detalles, por lo que es necesario contar con el personal adecuado. Los que trabajan en las áreas de residencial, tapicería, tejido de mimbre, y otros puestos específicos son los denominados artesanos. En muchas ocasiones los artesanos comentan que por el simple hecho de haber trabajado en *Muebles Chilovey*, ellos tienen una excelente carta de presentación en cualquier otro lugar. No obstante, dentro de los distintos tipos de artesanos, los talladores presentan características distintas al resto de los artesanos, puesto que el tallado de madera en *Muebles Chilovey* se hace fuera de la fábrica. Ninguno de los talladores es empleado permanente de la empresa, y se relacionan con ella por medio de contratos al destajo en los que la fábrica provee el diseño y material y el pago depende de las piezas terminadas. No existe una razón oficial explicando por qué los talladores son los únicos especialistas de *Muebles Chilovey* quienes trabajan aparte. Uno de los argumentos que manejan los talladores es que no les conviene ser empleados. Si ellos aceptaran pertenecer a la fábrica tendrían que someterse a la normatividad de ella, con un horario fijo de trabajo y la obligación de trabajar en las instalaciones de ésta. También comentan que siendo "externos" tienen una capacidad de

maquinaria, además de talleres y distribuidores en otras regiones. Por ejemplo la empresa colabora con talleres del tallado distribuidores de madera con sedes en México D.F., Estados Unidos y Canadá, talleres de telas ubicados en Francia e India, de ferretería y pintura en Mérida, y México D.F. y de herramientas en Estados Unidos. Por otro lado, los proveedores de maquinaria se encuentran en Alemania e Italia, y los de mimbre en Morelos y en Singapur. En el área de ventas, la empresa ha trabajado para numerosos hoteles en México, el Caribe, Europa y el continente americano entre los que se destacan las cadenas *Palace, Royal, Marriot, Fiesta Americana, Holiday Inn, Four Seasons, Hyatt, Barceló, Riu, Hilton, Fiesta Inn, Mayakoba, Reef Club, Melia*, además de numerosos clientes particulares distribuidos en todo el continente. El contexto en el que la fábrica funciona, por lo tanto, es eminentemente regional y global.

negociar debido a que ellos son los únicos proveedores que pueden rechazar un encargo si no les conviene el precio. Así, el hecho de negociar les da la posibilidad de tener mejores ingresos económicos a los talladores en comparación a otros empleados.

También, *Muebles Chilovey* sólo mantiene relación con un grupo específico de artesanos debido a que ellos son los únicos que pueden realizar el tipo de trabajo que se les exige. Debido a la alta especialización requerida dentro de la producción, los talladores han desarrollado sus habilidades de acuerdo a los patrones exigidos por un mercado suntuario, el cual contrasta con los estándares de otros mercados. Por ejemplo, a pesar de que la comunidad de Temozón en el municipio de Valladolid, Yucatán, es ampliamente reconocida por sus talladores, *Muebles Chilovey* no emplea sus tallados. Según un inspector de la fábrica, "los [muebles] de Temozón tienen un tipo de tallado que supera los 5 milímetros de profundidad... es muy profundo y a la vez rustico". Esta diferencia es importante para la fábrica puesto que cuando se pintan muebles hechos con tallados que exceden los cinco milímetros de profundidad, el resultado final no concuerda con los estándares visuales de la compañía. Consecuentemente, el trabajo de los artesanos de *Muebles Chilovey* y los de Temozonse se adaptan a las diferentes exigencias de los mercados a los que van dirigidos, sin que las diferencias en sus tallados se relacionen a su nivel de profesionalidad.

Durante mi investigación los talladores que trabajaban para *Muebles Chilovey* eran Diego Osalde, Gerardo, Carmen Tec, Mario Tec y Rodrigo May, quienes trabajaban y colaboraban cercanamente. Por ejemplo, durante mi trabajo de campo a Diego Osalde le encargaron unas "patas de jaguar" y unos juegos de bases para mesa, las cuales serían las muestras de un pedido de ochenta juegos (fig.1). Después de tallar tres muestras, Osalde inmediatamente se las pasó a Gerardo, Carmen y Mario Tec quienes también

participarían en el encargo. Al examinar las muestras finalizadas, Gerardo y Mario contactaron a Diego para que les explicara, en forma general, como las hizo.



Fig. 2: Marco de ventana encargado a Fernando Tec.

Después de escuchar las instrucciones de Diego, Gerardo replanteó algunos detalles e hizo su primera muestra con un procedimiento mas eficaz, subsecuentemente creando plantillas para continuar con el encargo de veinticinco juegos. Una vez terminadas las plantillas Gerardo se las prestó a Diego y a Mario para que ahorraran tiempo.

Más allá de la colaboración laboral, la relación más importante de los talladores, es la asignación de los precios. En muchas ocasiones los talladores no saben exactamente cuánto cobrar por un determinado trabajo. En esta situación, el tallador consulta con el resto del grupo. Estas ayudas mutuas son convenientes para todos, ya que si se trata de un gran lote de piezas, más de un artesano se vería involucrado en la asignación de los precios. En el caso de la fig. 1 la fábrica ofreció pagar 80 pesos por cada "pata de jaguar". Sin embargo, al ver el tiempo y la dificultad de fabricarlas, los artesanos se juntaron para subir el a 130 pesos. Al final acordaron con un precio de 100 pesos.

La formación de vínculos personales para la negociación de precio son vitales para la sobrevivencia de los artesanos, ya que si uno de ellos no colabora, todo el grupo podría verse afectado. Este fue el caso en la producción del marco de ventana en la fig. 2, cuyo precio de 180-190 pesos fue acordado por Gerardo, Mario, Rodrigo May y Diego Osalde. Carmen Tec se integró como talladora de la fábrica cuando se debatía el precio del marco. Al igual que todos los talladores, Carmen no sabía cuánto cobrar. Sin embargo, al no conocer el proceso colectivo de negociación de precios, ella decidió hacer un presupuesto propio, fijando un precio de 130 pesos, el cual estaba muy por debajo de lo que los otros talladores pedían. Cuando los directivos se enteraron del precio fijado por Carmen, inmediatamente lo declararon el precio oficial. Aunque Diego Osalde se quejó y reclamó ante los directivos, estos argumentaron que Carmen había hecho un presupuesto válido para todos y que si ella consideraba que 130 era un precio justo, los demás talladores podían "vivir bien" con esta cantidad. Después de este evento, los otros talladores hablaron con Carmen, explicándole que debía hablar con ellos para ponerse de acuerdo, ya que su decisión unilateral los había perjudicado a todos.

El trabado especializado de los artesanos de *Muebles Chilovey* ejemplifica cómo los artesanos involucrados en

mercados de lujo se diferencian de otros artesanos. Al fin y al cabo, su trabajo debe conformarse tanto a las prácticas industriales, como a los estándares estéticos, de calidad y de precisión especificados por la compañía. El caso de los trabajadores de *Muebles Chilovey* es sugestivo porque nos muestra un fragmento del gran universo no estudiado de especialistas en trabajos manuales destinados a los mercados de lujo. Otro ejemplo que ayuda a mostrar como el trabajo artesanal involucrado en mercados de lujos presenta características específicas, es a producción de artículos de mármol y ónix en Tecali de Herrera en Puebla.

Descripción etnográfica de la producción artesanal en Tecali de Herrera, Puebla, México

Tecali de Herrera es una población localizada a 42 km de la ciudad de Puebla en el municipio del mismo nombre, famoso por sus ventas de artículos de mármol y ónix. Las actividades económicas del pueblo se concentran principalmente en dos calles. La primera es la avenida 25 de Agosto y la avenida Rafael Cortes. En estas calles se encuentran casi todas las tiendas que se dedican a la comercialización de los productos de piedra como *Valsequillo*, la tienda más grande de Tecali, *Martha Julia*, *Roma* y la tienda de la organización de artesanos *25 de Agosto*.

En la región es común que de lunes a viernes las personas se dediquen a trabajar, para luego vender sus productos los fines de semana. En el caso de los artesanos, ellos ocupan los sábados y domingos para comercializar sus productos. Consecuentemente, es común ver numerosas camionetas pasando por las tiendas para dejar sus mercancías. Uno puede ver cómo se van bajando las lámparas de ónix que son muy populares en la región. También los artesanos que no cuentan con medio de transporte propio caminan por las calles ofreciendo sus productos—desde collares de piedra pintada, hasta lámparas de ónix en forma de osos.

Por su parte, las tiendas de productos de mármol y ónix en Tecali se diferencian por sus productos. En la entrada de la ciudad, *Roma* promueve la venta de artículos artísticos en su galería; los precios de sus productos de mármol y ónix oscilan de entre 10 mil a 70 mil pesos mexicanos. *Los Valsequillo* ofrece artículos de diseño hechos de manera exclusiva ya que ellos han patentado muchos de sus diseños. Por último, hay tiendas que venden piezas artesanales de precios económicos y diseños comunes. Esta variedad de tiendas, productos y precios lleva a la estratificación y la diferenciación entre los diferentes talleres artesanales en Tecali, puesto que que ellos dependen de su relación con las tiendas y la manera en que sus productos son vendidos.

En Tecali no se sabe exactamente cuántos talleres de mármol y ónix funcionan actualmente, sin embargo se calcula que hay más de cien talleres donde la gran mayoría son de carácter familiar. De estos talleres, existen veinte familias que se dedican a la exportación, mientras que un centenar ofrece sus productos en el mercado nacional y local. Sin lugar a dudas se puede decir que todos los talleres en Tecali están en constante interacción. Debido a los talleres se encuentran geográficamente cercanos es muy fácil saber y conocer la producción de sus competidores, más aún, ya que las tiendas también están en el pueblo, los productos finales están a la vista de todos. A pesar de que las diferencias entre los talleres pueden ser entendidas de muchas formas, una de las más significativas es la relación que cada taller tiene con la tienda *Valsequillo*. Al ser pesar de que los productores más reconocidos en Tecali y al contar con el taller más grande, los talleres y la tienda *Valsequillo* han estandarizado la producción del pueblo en general. En la población muchos de los dueños de los pequeños talleres me comentaron que en algún momento habían trabajado en el taller cuando su producción era muy baja.

El reconocimiento y popularidad de los productos *Valsequillo* han llevado a la proliferación de copias piratas. A pesar de que los *Valsequillo* han patentado muchos de sus diseños, estos se siguen copiando ya que para hacer, por ejemplo, una lámpara de mármol, es necesario contar con determinadas herramientas y piedras que den el acabado exacto. Además Consecuentemente, pese a que en otros talleres existe la habilidad de producir los mismos tipos de productos que en los talleres *Valsequillo* —sobretudo cuando se emplean artesanos que trabajaron en este gran taller en algún momento, y que por lo tanto conocen el proceso y las técnicas con las que se trabaja—la falta de materiales necesarios, limita la exactitud y calidad de las copias.

También es muy importante saber que los clientes también determinan la producción de los artículos de mármol y ónix. Varios de los maestros artesanos me comentaron que ellos no invierten mucho dinero en grandes artículos como en *Valsequillo* y *Roma* ya que sus clientes (tiendas o intermediarios) no aceptan pagar el valor del producto. Los clientes que llegan a comprar los productos más caros por lo regular llegan a las tiendas que ya son reconocidas. En este sentido, las tiendas, los clientes y los talleres están organizados de acuerdo a una estratificación de productos dónde los grandes productores como los *Valsequillo* y *Roma* se encuentran en la zona más prestigiosa mientras que los productos en otras tiendas pueden oscilar desde artículos sin denominación, pasando por artesanillas hasta llegar a baratijas.

Ya que las habilidades desarrolladas por muchos de los artesanos y artesanas en Tecali toman a las grandes tiendas y talleres como punto de referencia, estos también tienen la capacidad de competir con ellos a menor escala. En Tecali es muy común ver a los maestros artesanos más reconocidos trabajando en algún proyecto especial que implique la escultura o labrado de piedra. En este caso, los clientes frecuentes que conocen el trabajo en Tecali y que

necesitan trabajos de buena calidad buscan contactar a los maestros artesanos más que a las grandes empresas debido a que el precio es más bajo o es una elección de mero gusto. A partir de esto, los maestros artesanos siempre encuentran trabajos como productores de artículos de piedra ya que pueden trabajar en diferentes escalas del mercado, ya sea produciendo artículos pequeños que serán vendidos como artesanías o artículos particulares encargados bajo determinadas especificaciones. La capacitación formal o informal que muchos artesanos han tenido a partir de su trabajo en talleres conocidos como *Valsequillo* ha hecho de que los artesanos puedan incrementar el rango de posibilidades de venta de sus productos.

El proceso de distinción en estos dos contextos

Lo que une estos dos contextos de producción artesanal es también lo que los distingue en esencia a los productos y productores suntuarios de otros artesanos: la idea de la distinción. En su libro titulado *La Distinción*, Pierre Bourdieu examina las relaciones existentes entre la idea del gusto y el *enclasamiento* existente entre grupos sociales. Bourdieu nos presenta como la clase alta se autodefine y establece sus preferencias en cuanto a lo estético. Para él la palabra *distinción* es la clave para entender cómo se forma la idea de lo estético y el gusto ya que el autor dice que las elecciones estéticas tienen la tendencia de entrar en oposición entre los grupos más próximos. Así, para este autor, las posturas objetivas y subjetivas sobre la estética (en las que se incluye la decoración doméstica) constituyen las ocasiones en las que la clase alta intenta mantener una distancia y oposición con otras clases sociales.

Por su parte Jean Baudrillard en su libro *El Sistema de los Objetos*, habla de que dentro de un sistema de objetos estos pueden dejar su valor funcional para tener una función sistemática de signo la cual premia al objeto de ciertas cualidades en momentos específicos. En este

sentido, para Baudrillard los objetos más cotizados han sido caracterizados de diferentes formas a lo largo de la historia ya que la función de los artículos suntuarios consiste en diferenciarse de los demás objetos a través de diversas formas. Este autor menciona que la clase media, en su intento de ascender a la clase alta, se encuentra en un círculo vicioso de consumo ya que nunca alcanza poder consumir los productos más exclusivos, ya que estos últimos están en un constante cambio con el fin de diferenciarse de los demás. Lo que une a Baudrillard y Bourdieu es la idea de diferenciación social de los objetos. La importancia de esta diferenciación es el hecho de perpetuar la idea de exclusividad a la que sólo pocos pueden acceder.

Regresando a los talleres descritos anteriormente es importante tener en cuenta que no sólo los que consumen los productos están diferenciados, sino también sus productores. Partiendo de la distinción que hacen Bourdieu y Baudrillard los productores maestros artesanos que están inmersos en el mercado de artículos suntuarios tienen formas de producción, organización, capacitación, entendimiento y habilidades acordes al mercado de productos de lujo; todo este complejo de particularidades crea un nicho de productores y artículos diferenciados de otros tipos de artículos y de ellos mismos.

Tanto los casos de Tecali y el de *Muebles Chilovey* pueden complementarse para mostrarnos un panorama más completo de la forma en que los artesanos se mueven en el nicho de mercados suntuarios. Por un lado, *Muebles Chilovey* es un ejemplo de una fábrica reconocida, con un gran capital económico, la cual emplea maestros artesanos para la producción de muebles de lujo los cuales son vendidos a clientes con un alto capital económico. Por el otro, Tecali es un pueblo donde se puede encontrar desde los grandes productores como *Muebles Chilovey*, representado por *Los Valsequillo* y *Roma*, hasta aquellos que están comenzando con un taller propio. Lo que *Muebles Chilovey* representa es el extremo más desarrollado de los

productores de artículos de lujo mientras que en Tecali podemos ver productores que también intentan producir artículos de lujo pero que debido a factores como falta de capital económico y clientes, no puedan llegar a producir de la misma manera.

Con lo anterior, en *Muebles Chilovey* se aprecia claramente la manera en cómo se ha desarrollado una empresa que emplea a maestros artesanos para competir en mercados suntuarios mientras que en Tecali vemos productores fuera de las empresas más grandes quienes también hacen artículos suntuarios pero diferenciados. Debido a la capacidad que tienen empresas tan grandes como *Muebles Chilovey*, *Valsequillo* y *Roma* de invertir en sus procesos productivos, ellos tienen la posibilidad de contar con maquinaria, materiales, equipo técnico, equipo profesional y tiendas los cuales marcan a estos productores como referencia. Estos productos están informados por los estándares de calidad y lujo del mercado internacional, en el que están insertos. Para esto, emplean a personal con estudios formales y capacitación especializados, que les da acceso a la estética internacional y capacidades de diseño para los mercados más allá del comercio regional. Es así que estos productos se convierten en una referencia en el nicho de artículos suntuarios porque de estas surgen los diseños más apreciados, los estándares de mejor calidad, los más estéticos, los mejores productos, los más caros y por supuesto, los más exclusivos.

Tanto en Tecali de Herrera como en *Muebles Chilovey* los productores que aquí podemos definir como maestros artesanos presentan una gran flexibilidad en cuanto a sus productos y los mercados en los que se mueven. En ambos casos, los maestros artesanos tienen la habilidad de poder ubicarse en diferentes talleres y por lo tanto, diferentes esferas económicas. Si bien los maestros artesanos con quienes trabajé se dedicaban a producir artículos denominados de lujo, ellos mismos me mostraron que producían artículos que se movían en otros mercados. Tal

es el caso del señor Lorenzo de los talleres *Campos* en Tecali quien además de la producción de lámparas y mesas de ónix, también se dedica a la producción de réplicas de piezas arqueológicas las cuales serán vendidas a un sector turístico. Además de la ebanistería, Rodrigo May y Mario Tec se dedican a la carpintería. Diferente a otros tipos de artesanos quienes complementan sus necesidades económicas con actividades relacionadas con el campo, los maestros artesanos inmersos en los mercados de artículos de lujo continúan produciendo artículos artesanales los cuales se venden en mercados distintos, incluyendo al mercado suntuario.

Otro de los aspectos en los que podemos caracterizar a los maestros artesanos tanto de Tecali como de *Muebles Chilovey*, es a partir de su especialización. La especialización de los maestros artesanos, proviene de algún entrenamiento especializado. Ya sea de manera formal o informal, los maestros artesanos de artículos suntuarios tuvieron que adaptarse a los estándares desarrollados por los grandes productores como *Muebles Chilovey*, *Valsequillo* y *Roma*. A través de la especialización podemos entender cómo los maestros artesanos de artículos suntuarios se distinguen de otros artesanos y ocupan un papel fundamental dentro de los grandes talleres—un papel, de hecho, irremplazable.

Ahora bien, los maestros artesanos quienes producen dentro de las instalaciones de las grandes fábricas son los que gozan de mayor prestigio dentro del nicho de artículos suntuarios. Debido a que *Muebles Chilovey*, *Valsequillo* y *Roma* son los productores que cuentan con mayor prestigio, estos necesitan de artesanos que sean capaces de cumplir con los estándares específicos. A pesar de que los maestros artesanos tienen la libertad de trabajar fuera y dentro de los grandes talleres, ellos son incapaces de producir por su propia cuenta los mismos artículos. Factores como materiales, herramientas, inversión, exclusividad de diseño y clientes, restringen la posibilidad de producir

independientemente de los maestros artesanos. Así, la relación de los maestros artesanos con los grandes productores de artículos suntuarios es de interdependencia—a pesar de que esta relación lleva a que sus ingresos sean más altos que los de otros artesanos que se dedican a producir artículos similares, pero fuera de la infraestructura de un gran taller.

En este sentido, las ideas de Bourdieu en *La Distinción* ayudan a entender el proceso social por el que se diferencian los maestros artesanos. Tanto en la industria mueblera en Yucatán como en Tecali y sus alrededores, las grandes fábricas se esfuerzan por crear los artículos de mayor prestigio a partir de varios parámetros en los que la calidad y las técnicas específicas son centrales. Estos ejes fundamentan el prestigio de los artículos de lujo y los productores cuya especialización va dirigida a crear los artículos socialmente vistos como los más estéticos. En *La Distinción* Bourdieu y Baudrillard nos hablan de que los artículos más prestigiosos son parte de un sistema que reconoce y da prestigio a ciertos artículos y cuya justificación puede variar. Por eso, a pesar de que en Temozón existan maestros ebanisteros que tengan las mismas habilidades que los talladores en *Muebles Chilovey*, estos no son reconocidos como los más exclusivos ya que ni su técnica, ni su estilo ni su estética, coinciden con los estándares previamente reconocidos.

La creación del nicho de artículos suntuarios implica la necesidad de distinción entre artículos suntuarios de aquellos que no pertenecen a este nicho. Los maestros artesanos inmersos en la producción de artículos suntuarios se distinguen del resto a partir del producto finalizado el cual tiene características específicas que lo hacen difícil de imitar. En este nicho los maestros artesanos han aprendido a moverse dentro de este sistema y su interacción dentro de este contexto les ha dado la posibilidad de especializarse, ser más flexibles, tener prestigio, poder negociar, mejorar sus ingresos, siempre tener trabajo como

artesanos y extender su conocimiento y producción a esferas locales, nacionales e internacionales. Las características del trabajo de estos artesanos pueden servir como ejemplo para apoyar la producción artesanal de artículos no suntuarios. Hoy día son realmente pocos los artesanos en México quienes no carecen de algún problema económico ya que su producción atraviesa dificultades a la hora de la venta. Si se considera que la capacitación y especialización hizo que los artesanos de *Chilovey* y Tecali tengan mayores oportunidades para producir sus productos en las mejores condiciones posibles, se debe pensar en esto como una posibilidad para el resto de los artesanos. En la especialización y en la formalización del conocimiento de la producción artesanal puede estar la clave para mejorar la situación de muchos artesanos en México y América Latina.

Se puede considerar talleres de capacitación donde los artesanos en general puedan especializarse. En estos talleres los artesanos podrían conocer vanguardias, innovaciones y tecnologías locales, nacionales e internacionales que les permita ampliar su capital de conocimiento. Al conocer más sobre su producción artesanal, los artesanos podrían tener más oportunidades de producción ya que podrían producir artículos locales de buena calidad con la capacidad de poder competir en mercados nacionales e internacionales. No obstante a que la especialización es uno de los ejes de apoyo para estos artesanos, esto debe completarse con la formalización de su trabajo.

Desafortunadamente, en muchos de los países latinoamericanos la palabra artesanía ha sido desvalorizada, motivo por el cual muchos artículos artesanales se venden bajo otras denominaciones, como obras de arte u obras de diseño. Esto se deba a que el trabajo artesanal no disfruta de la misma distinción que el del artista o el arquitecto. Si en algún momento se decide formalizar el conocimiento de los artesanos en estos países a través de certificaciones, se podría lograr que la sociedad pudiese valorar el trabajo

91 Tun Tun

artesanal de la misma manera en que se valorizan otros productos. Si bien hoy día existen concursos y exposiciones donde se da reconocimiento a los mejores artesanos, esto no es suficiente ya que la sociedad debe reconocer a los artesanos como gente que ha invertido su tiempo en el aprendizaje para la producción de un producto especializado.

Bibliografía

- Angelotti Pasteur, Gabriel. *La artesanía prohibida de cómo lo artesanal se vuelve prohibido*. Ciudad de México: INAH/Universidad Autónoma de Yucatán, 2004.
- Aguilar Encarnacion, Carmen Bueno. «Introducción, La Globalización de las Expresiones Locales.» *Las Expresiones Locales de la Globalización México y España*. Ciudad de México: Centro de Investigaciones en Antropología Social/Universidad Iberoamericana, 2003. 5-48.
- Appadurai, Arjun. «Introducción.» *La vida social de las cosas, perspectiva cultural de las mercancías*. Ciudad de México: CONACULTA/Grijalbo, 1991. 9-83.
- Ayora Diaz, Steffan Igor. *Globalización, Conocimiento y Poder, Médicos locales y sus luchas por el reconocimiento en Chiapas*. Ciudad de México: Plaza y Valdés Editores/Mérida: Universidad Autónoma de Yucatán, 2002.
- Baudrillard, Jean. *El Sistema de los Objetos*. España : Siglo

XXI de España, 2010.

Bourdieu, Pierre. *La Distinción, creación y bases sociales del gusto*. Ciudad de México: Prisa Ediciones/Grijalbo, 2012.

Ejea Mendoza, María Teresa. «El Trabajo del Barro en Amatenango del Valle Chiapas.» *Antropología social de las artesanías en el sureste de México: Dos estudios*. Eds. Vallarta Veles, Lus Del Carmen y Teresa Ejea Mendoza. Mexico D.F: SEP/ Cultura, 1985. 1-87.

Gamio, Manuel. *Forjando Patria*. Mexico D.F.: Porrúa Hermanos, 1916.

García Canclini, Néstor. *Las culturas populares en el capitalismo*. México D.F.: Nueva Imagen, 1982.

Grimer, Kimberly M. y B. Lynne Milgram. «Introduction.» *Artisans and Cooperatives, Developing Alternate Trade for Global Economy*. Arizona US: University of Tucson Press, 2000. 3-10.

Kaplan, Flora. "Mexican Museums in the Creation of a

National Image in World Tourism." Ed. June Nash.
*Crafts in the World Market: The Impact of Global
Exchange on Middle American Artisans*. Albany, US:
State University of New York Press, 1994. 103-126.

Moctezuma Yano, Patricia. *Artesanos y Artesanías frente a
la globalización: Zipiajo, Patamban y Tonalá*. México
D.F.: FONCA, 2002.

Morales Valderrama, Carmen. «Introduccion.» *Cinco
Artesanías del oriente de Yucatán, alfarería,
bordados, cestería, joyería, talabartería*. Mérida,
México: Cuadernos de Cultura Yucateca/Gobierno del
Estado de Yucatan/Culture, 1992. 3-9.

Nash, June. *Crafts in the World Market, The Impact of
Global Exchange on Middle American Artisan*. Albany,
US: University of New York Press, 1993.

Novelo Oppenheim, Victoria. *Artesanías y Capitalismo en
México*. México: SEP-INAH, 1976.

Ramos Maza, Teresa. «Artesanas y Artesanías: Indígenas y
Mestizas de Chiapas construyendo espacios de

cambio.» *Liminar Estudios Sociales y Humanidades*
2004: 50-71.

Ramos Muñoz, Dora; Tuñón Pablos, Esperanza; Carderón
Cisneros, Araceli. *Artesanía, Una producción local
para mercados globales, en el caso de Amatenango
del Valle, Chiapas*. 15 Junio 2000. Web 19 Marzo
2013.

<<http://biblioteca.clacso.edu.ar//ar/libros/rjave/mesa2/ramos.pdf>>.

Singer, Marie Odiel. «La tecnología y la sociedad.» *La
Antropología es México* 1988: 70-120.

Turok, Martha. *Cómo acercarse a la Artesanía*. México,
D.F.: Plaza y Valdés Editores/SEP, 1988.

—. *Índice bibliográfico sobre artesanías*. Mexico,
D.F.: SEP, 1981.

Vargas Cetina, Gabriela. «Globalización y artesanías:
organizaciones artesanales en Chiapas.» *De lo
privado a lo público. Organizaciones en Chiapas*.
Mexico, D.F.: CIESAS/Miguel Ángel Porrúa, 2002.

111-190.

Villanueva Villanueva, Nancy Beatriz. *Artesanías y Economía Campesina en Halachó Yucatán*. Tesis de Licenciatura. Mérida, Mexico: Universidad Autónoma de Yucatán, 1983.