



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS
FACULTAD DE HUMANIDADES
CAMPUS VI



Arterasanas textiles de Chenalhó. Diálogo, apropiaciones y resistencias de una cultura local

Tesis

Que para obtener el grado de

Maestra(o) en Estudios Culturales

Presenta

Julio Montero del Puerto

Directora de tesis

Juliana Matus López

Co- Directora

Daniela Inés Monje

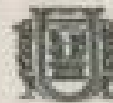


Tuxtla Gutiérrez, Chiapas

Septiembre 2015



FACULTAD DE HUMANIDADES CAMPUS VI
COORDINACIÓN DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO
ÁREA DE TITULACIÓN



F-FHCP-TM-016

AUTORIZACIÓN/IMPRESIÓN DE TESIS

Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, septiembre 01 del 2015.

Oficio No. CIP/360/15.

C. Julio Montero del Puerto
Promoción: 3°
Matrícula: 13061017
Sede: Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.
Presente

Por medio del presente, informo a Usted que una vez recibido los votos aprobatorios de los miembros del JURADO para el examen de grado de la Maestría en Estudios Culturales, para la defensa de la tesis intitulada:

" ARTESANAS TEXTILES DE CHENALHÓ. DIALOGO, APROPIACIONES Y RESISTENCIAS DE UNA CULTURA LOCAL".

Se le autoriza la impresión de seis ejemplares impresos y tres electrónicos (CDs), los cuales deberá entregar:

- Una tesis y un CD: Dirección de Desarrollo Bibliotecario de la Universidad Autónoma de Chiapas.
- Un CD: Biblioteca de la Facultad de Humanidades C-VI.
- Cinco tesis: Área de Titulación de la Coordinación de Investigación y Posgrado de la Facultad de Humanidades C-VI, para ser entregados a los Sinodales

Sin otro particular, reciba un cordial saludo.

Atentamente

"Por la Conciencia de la Necesidad de Servir"


MTRO. GONZALO ESTEBAN GIRÓN AGUIAR

Director



DRA. EMY JOSEFA BORCERO VILLATORO

Coordinadora

Dedicatoria

Trabajo realizado para esas mujeres que se han levantado contra un discurso que las invisibilizo por su condición de género, raza y nivel socioeconómico, y hoy luchan por brillar como estrellas en el gélido firmamento de los Altos de Chiapas.

Agradecimientos

A mis padres, Martha y Julio, gracias a su apoyo y comprensión hemos alcanzado otro logro.

A mi polola, Daniela, gracias por darme energías cuando desfallecía, siempre agradecido con vos.

A mis directoras, Juliana y Daniela, gracias por guiarme en esta aventura académica.

A mi maestros y compañeros de la MEC, gracias por los debates, reuniones, cafés, desvelos, bibliografías, ensayos, diálogos, encuentros y desencuentros, por siempre conmigo me llevaré todas sus enseñanzas. En especial a los buenos muchachos de la línea de Comunicación, información y cultura, entramos como colegas y salimos como amigos.

A las Universidades tanto la Autónoma de Chiapas como la Nacional de Córdoba, su excelencia no se discute. A los maestros y chicos de la 6° cohorte de Comunicación y Cultura, gracias boludos, fue poco el tiempo pero intenso, de todos me llevo algo, por siempre conmigo.

A todas las organizaciones y personas que me apoyaron para la realización de esta investigación, en especial *Aids to Artisans*, Fundación León XIII y Tec de Monterrey, comandadas por María Eugenia, Marua y Cecilia Alhelí. Mil gracias a ustedes y a todos sus colaboradores por ayudarme a la construcción de este proyecto que hoy se resume en estas hojas.

A las chicas de "*Las Vegas*" y a todas las bordadoras de los Altos de Chiapas, me abrieron las puertas de su hogar y corazón, bebimos café y comimos cacahuates juntos, anduvimos a pie y en taxi, nos toco frío, calor, lluvia, y viento, pero ustedes siempre dispuestas hablar, gracias.

ÍNDICE

Introducción.....	11
Capítulo 1. De las industrias culturales a las creativas	21
1.1 Situación de las industrias creativas	33
1.1.1. Las industrias creativas y sus contextos.....	37
1.1.2. Las industrias creativas, de lo local a lo global y viceversa.....	40
1.2. El imaginario social	43
1.2.1 Prácticas sociales.....	46
1.2.2. Apropiaciones y resistencias como dinámicas de acción.....	50
1.3.- Acercamiento referencial.....	62
1.3.1.- Nuestra plataforma, el paradigma interpretativo	63
1.3.2- Mediaciones múltiples como marco de acción.....	70
Capítulo II: El paisaje de la industria creativa textil en Chiapas	79
2.1 Entorno de una región creativa y su conformación histórica	80
2.1.1 Configuración de la industria textil artesanal en México	87
2.1.2 Época colonial	88
2.1.3 Después de la colonia.....	94
2.2 Chenalhó, el corazón de los Altos.....	109
2.2.1 Las tradicionales mujeres de Chenalhó	124
2.2.2 En una región Zapatista.....	132
2.3 La industria creativa chiapaneca	146
2.3.1 Artesanas textiles creativas de Chenalhó	149
2.3.2 Grupo “Las Vegas”	152
Capítulo III.- Construcción metodológica	173
3.1.- La etnografía como método de campo	174
3.2.- Nuestra caja de herramientas	186
3.2.1 Esquema de la metodología de trabajo.....	190
Capítulo IV: Tejedoras de “Las Vegas”: conociendo los discursos, apropiaciones y resistencias.....	191
3.1 Un acercamiento a los Mediadores	192
3.1.1 Mediación a través del eje humano.....	203
3.1.2 Mediación a través del eje empresarial.....	209
3.2 Reconfiguraciones sociales del grupo.....	215
3.2.1 Apropiaciones y resistencias de “Las Vegas” en el espacio familiar	216
3.2.2 Apropiaciones y resistencias de “Las Vegas” en el espacio comunal	234
3.2.3 Apropiaciones y resistencias de “Las Vegas” en el espacio laboral	249
Conclusiones	263
Bibliografía:	279

INTRODUCCIÓN

Una de las regiones más características del territorio mexicano es Chiapas, situada al sur del país se representa por una vasta cultura que ofrece la construcción de varios universos cimentados en imaginarios, cosmovisiones, prácticas, costumbres y tradiciones, de los distintos grupos étnicos que habitan. Ubicada dentro de verdes montañas, se encuentra la zona conocida como los Altos de Chiapas, ahí, los tsotsiles son portadores de una gran riqueza de saberes comunitarios que se representa en su vida cotidiana.

El universo tsotsil, ha llamado la atención al estudio histórico, antropológico y social. Su cosmovisión, (Arias, 1990) se representa en tres estratos principales: el cielo, la tierra y el inframundo. El inframundo está repleto de cuevas y cavernas conectadas entre sí, es la base del mundo vivo y es el reino de la oscuridad donde los muertos nunca mueren y deambulan en las profundidades de la tierra. En medio se sitúa el "*Osil-balamil*" el mundo del hombre y lo cociente, la tierra, lugar de conflicto no sólo para los hijos y siervos de los dioses sino también para los dioses mismos. En lo más alto se encuentra el

“Winajel”, el cielo, dividió en tres capas: la primera es transparente y sirve de cristal para observar los fenómenos y sucesos de las capas superiores. En el segundo nivel se encuentran las estrellas y la luna, donde lo femenino se representa a través de la noche y lo noble se gesta. El último nivel superior se encuentra el sol, viajero, masculino, fuerte y el dios supremo de los hombres verdaderos (Morris, 1985).

En medio de este universo mágico se encuentra Chenalhó, sitio sagrado para la cosmogonía maya-tsotsil por la enorme presencia de cavernas y de afluentes subterráneos, considerada como puerta de entrada al inframundo, a lo oscuro, sitio donde gobiernan los muertos a los que les deben su vida.

A las mujeres de Chenalhó especialmente, se les consideran bendecidas, le ganan al sol a la hora de despertar y su bordado ocupa un sitio especial dentro del mundo maya-tsotsil ya que, según la tradición, la misma virgen les enseñó este arte. Saben que sus manos bordadoras se encuentran enaltecidas y su trabajo tiene un sitio especial no solo para ellas sino para la comunidad entera.

Bordar para una mujer de Chenalhó, es tan sagrado como el mismo acto de concebir, cuando terminan de elaborar una prenda, rezan en agradecimiento por el talento que les fue dado y que les permitió dar a luz a una prenda que dará identidad y protegerá a un ser querido, cortan el último hilo que las adhiere a ellas como si fuera el cordón umbilical de un hijo. Este ritual aún es posible observarlo en las mujeres bordadoras de Chenalhó, ya que diferentes mediaciones

han provocado que esta práctica casi desaparezca de los reportorios de las artesanías.

Es para todos sabido que un gran porcentaje de la población de Los Altos vive en situación de pobreza, los grados de marginalidad alcanzan de forma directa a hombres, niños, jóvenes, adultos mayores, pero sobre todo a las mujeres indígenas quienes aparte de vivir las carencias propias de su situación socio-demográfica también sufren rechazo por su condición de género por parte de los varones nativos.

Esta situación ha generado un imperativo de supervivencia por parte de algunas mujeres que han visto en los diferentes acercamientos del *"mundo ladino"* una oportunidad de liberarse de sus condiciones centenarias de pobreza e invisibilidad.

Una de estas oportunidades surge a través de la construcción de una industria creativa textil en la región, dicha empresa recicla los saberes sobre el tejido y el bordado que poseen un gran número de mujeres de la zona para catapultarlos a la consecución de objetivos sociales y sobretodo comerciales. Produciendo así el encuentro de dos mundos, el tradicional-local con el moderno-global, generando diferentes mediaciones que causarán nuevos discursos, apropiaciones y resistencias.

Actualmente se observa una transformación en la industria del tejido en toda la zona de los Altos de Chiapas, especialmente en Chenalhó, una nueva mediación con vías a la industrialización, la cual está generando un importante sisma dentro de la vida tradicional tsotsil. Reconfigurando, no sólo la forma de elaboración del bordado,

que va de lo artesanal a lo creativo; sino también nuevas formas de concepción del mundo que se refleja en las prendas que las artesanas crean.

Se visualiza de este modo toda una industria que teje y maneja toda una estructura que suscribe y configura esferas políticas, educativas, públicas, privadas y desde luego sociales. Así, desde antes de iniciar esta aventura investigativa, tenía muy claro que mi objeto de estudio giraría en torno a la industria y su producción, con una mirada que buscará articular el análisis económico de las industrias creativas para enfocarlo en tanto problemática social y cultural.

De esta manera uno de los sitios más marginados de México y de América Latina, es trastocado por los movimientos globalizadores en voz de la economía cultural siendo esta la que comprende todos esos sectores del capitalismo moderno que atiende las demandas del consumidor y que tienen un gran valor simbólico (Scott, 1999).

Dentro de las estrategias capitalistas de la economía cultural se fijan los procesos de las denominadas industrias creativas las cuales producen y llevan al público y al mercado, bienes y servicios de contenido cultural y de carácter simbólico, cuyo origen es la creatividad humana (Piconero, 2013).

Tanto la economía cultural como las industrias creativas se insertan de lleno en los procesos de globalización situando a ésta, no como un modelo único que se impone a nivel mundial, sino a la reacción y asimilación de muchos impulsos locales que realizan mestizaje e intercambios con la cultura global. (Bustamante, 2003).

Estos mestizajes e intercambios generan tensiones, apropiaciones, resistencias y negociaciones locales-globales produciendo procesos no sólo económicos si no también socioculturales, que se manifiestan bajo ciertas prácticas culturales que se insertan en las diferentes estructuras.

Hasta el momento hablamos en un sentido macro, global, pero es interesante preguntarse qué sucede a nivel micro, cómo se desenvuelven y se insertan las industrias creativas locales en la región con sus procesos y prácticas socioculturales.

En este sentido, el objetivo de esta investigación, es analizar las reconfiguraciones sociales de la industria creativa textil en artesanías de Chenalhó, su efecto en las redes comerciales, estructuras y dinámicas de la sociedad mediante el registro de apropiaciones y resistencias que genera al ser espacio de diálogo entre una cultura global-hegemónica y una cultura local-subalterna. Se trata pues de un trabajo no sólo teórico y reflexivo sino de un acercamiento etnográfico.

Las mujeres tejedoras de Chenalhó se encuentran reflejadas en el presente trabajo dentro de las dinámicas socioculturales que se propician a raíz de su participación activa e intrínseca en un espacio dialógico que es originado por el advenimiento de la industria creativa a la región, la cual pondrá en tensión repertorios ajenos globales, con sus muestrarios locales. Diluyendo las estrategias de control hegemónico con las resistencias a esta acción.

Reflexionar en torno a las dinámicas económicas, culturales, sociales, y políticas que se suscriben a través de los diálogos que permite la participación en las industrias creativas nos otorgará la

oportunidad de conocer de mejor manera y desde otro enfoque no sólo *qué* sino también *por qué* y *para qué* se fabrican y consumen productos culturales.

Para responder y reflexionar en torno a estas preguntas inscribiré mis reflexiones a la tradición teórica de los Estudios Culturales Latinoamericanos los cuales se ocupan de las culturas comúnmente marginadas mediante una práctica de intervención, que buscará los espacios de resistencia y sus transformaciones dentro de la cultura popular y de masas, donde resulta trascendente articular lo simbólico, económico y político (Restropo, Richard, Grimson).

Los Estudios Culturales igualmente analizan las complejas interrelaciones entre el poder y la cultura dentro de formaciones históricas específicas (Quintana, 2013), con el objetivo de visibilizar y desnaturalizar los regímenes de poder encargados de producir subjetividades que contribuyan a la generalización de desigualdades y jerarquías para así contribuir a la transformación de los mismos.

Cabe señalar que esta tradición teórica cuenta con los permisos de recurrir a una pluralidad de disciplinas, permitiendo que se posicione como recurso interdisciplinar en el cual hay cabida para utilizar diferentes metodologías y herramientas de investigación.

Aprovechando esta condición, utilizó una metodología propia de la antropología como es la etnografía, para aproximarme de mejor manera a mi objeto de estudio, considerando a esta como la herramienta más propicia para intervenir dentro su espacio de acción social y la forma más empática de recolección de datos.

Otro punto es el que gira alrededor de la producción académica donde sitúa a la industria creativa como un actor de relevancia, si bien, cuestiones como la globalización y las tecnologías de la información y la comunicación (TIC'S) han revolucionado el campo de investigación de estas industrias, provocando que a nivel global, encontremos obras científicas que desde diversos enfoques abordan dichas estructuras; sin embargo a nivel nacional las investigaciones aún son escasas, aisladas y distantes. A nivel local, resulta muy difícil encontrar obras científicas y especializadas dedicadas a estas industrias culturales y sus interacciones.

De igual manera, especifico que la base teórica las mediaciones múltiples funcionará a manera de cimientos, los cuales sostendrán la estructura que intentaré construir mediante la investigación de las industrias creativas, sus registros y reconfiguraciones sociales.

Debido a la escasa reflexión que se ha realizado sobre este campo, éste no sólo resulta fértil, sino también muy basto para depositar muchas semillas y que generen conocimiento.

Las industrias culturales y creativas son generadoras de una economía cultural que tiene incidencia en mayor o menor medida dentro de las diferentes sociedades y son agentes dinamizadores de lo social. Según datos de organismos de las Naciones Unidas tan sólo en el 2008, año en que la economía mundial cayó un 12%, las Industrias creativas y culturales crecieron a un ritmo del 14%. En Europa, esta industria genera ganancias en torno a los 645,000 millones de euros,

crecen a un ritmo del 12%, representando el 2.6% del PIB, y empleando a 5 millones de personas (UNCTAD, 2013)

En México, los datos socioeconómicos alrededor de estas industrias son escasos pero se considera la industria creativa como la quinta más importante junto con la aeroespacial, agricultura, automotriz, y alimentos. Los mercados más importantes son: televisión (medio de comunicación), diseño, cine (medio de comunicación) y joyería (artesanía) (Piconero, 2013). Estos datos no como un mero posicionamiento económico, sino como referencia hacia las dimensiones que tienen estas industrias y sus posibles alcances socioculturales.

Para Chiapas aún no hay un dato fidedigno que describa socioeconómicamente la industria creativa y cultural local, por ello es importante realizar esta investigación, la cual arroje datos que nos permita describir los escenarios que se encuentran estructurando en torno a las industrias creativas locales y como éstas están impactando en el quehacer diario de su comunidad.

Direccionar o redireccionar mediante el conocimiento de estas industrias y la correcta aplicación de diferentes políticas públicas, culturales, económicas, se puede promover un desarrollo social y económico sustentable.

Por último, una mirada a las posibles herramientas con las cuales intentaremos construir dicha estructura. La investigación se propone como un ejercicio reflexivo, analítico, cualitativo, e interpretativo por ende tanto la teoría como las herramientas tienen que ir en

concordancia, por ello se eligieron un conjunto de técnicas cualitativas las cuales buscarán generar información, datos, y materia prima con la cual describiremos los hallazgos encontrados en este escenario

De esta manera, buscamos dar voz a la cultura de un grupo de artesanas ubicadas en una región indígena de Chiapas. Objeto de estudio atractivo por la fuerza de una cultura local, que a pesar de ello, observamos una comunidad con más elementos que están fuera de su sentido como sociedad autóctona.

La tesis se plantea para el lector como un viaje a un espacio desconocido, donde en primera instancia se construye con base a una plataforma teórica, conceptos y categorías que serán claves para comprender el panorama. Para después dar paso a la historia, la cual será el hilo conductor que nos llevará al conocimiento del cómo se organizó este espacio oculto entre las montañas del sureste. Con estos puentes se pretende realizar un curioso viaje donde el lector pueda encontrarse con distintos personajes, visitas y situaciones que al fin terminan por comprender un cuadro de extraordinario colorido, ensayando en la pintura de paisajes sociales que se tejen de color, como si fueran textiles tsotsiles.

CAPÍTULO 1. DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES A LAS CREATIVAS

En el siguiente capítulo conduciremos al lector a través de una construcción teórica que se realizó con base a diferentes conceptos y categorías la cual nos sirve como sustento científico de investigación.

Intentando concatenar las diferentes piezas que terminan por componer el paisaje social de las tejedoras artesanas creativas de los Altos de Chiapas.

Con vista a esto debemos especificar las nociones, conceptos y categorías con las cuales trabajaremos, a partir de la revisión de varios autores y científicos sociales, desarrollaremos todo un marco referencial que nos brindará mayores posibilidades de certeza teórica y científica.

En este sentido, los cambios fundamentales que distinguen al mundo de principios del siglo XXI, asociados en su mayoría a transformaciones tecnológicas y a la consolidación del sistema capitalista mundial, han impactado de manera significativa los

imaginarios y prácticas sociales de la mayoría de los habitantes del planeta.

La cultura no se ha encontrado en un punto marginal dentro de estas dinámicas económicas, tecnológicas y sociales, sino más bien es entendida como una red de signos que interactúa en actos comunicativos, un intercambio que supone constantemente de otro. Leyéndose como dimensión y expresión de la vida humana, mediante símbolos y artefactos; como el campo de producción, circulación y consumo de signos (Szurmuk e Irwin, 2009).

Específicamente, en el campo de la producción vemos cómo ha cobrado cada vez más peso, sobre todo en los denominados bienes y servicios culturales los cuales poseen una participación activa dentro de una economía globalizada, interactuando en un espacio de movimientos simbólicos de grupos que tejen relaciones de poder (Foucault, 1973).

La globalización, como espacio de intercambio simbólico que a manera de gatillador de dinámicas, interactúa en un diálogo en tensión entre lo local y lo mundial. Este fenómeno ha seguido un proceso de definición como empresa y economía con “interconexión generalizada en tiempo real” (Mattelart, 1991) que funciona “a escala planetaria” (Castells, 2003), sufre una seria transformación de la estructura internacional, en donde “cada filial es una unidad especializada en la fabricación de un componente, y la casa madre coordina la producción y el I+D y la gama de productos a escala mundial” (Adda, 1999). El resultado de esta dinámica tal y como se

está efectuando, sería una economía “regionalizada internamente, segmentada, competitiva y asimétrica” (Castells. 2003).

La globalización impulsada por la aceleración de las tecnologías de la información y la comunicación estaría efectuando una reconfiguración en el espacio *comunicación-mundo*, como vía sustancial de la *modernidad-mundo*, realiza un trabajo doble de deslocalización y re-localización de la cultura, crea productos que escapan a las naciones-Estado (Ortiz, 2000), y que segmentan a los consumidores en nuevos estratos ligados a la distribución de los mercados (Canclini, 1999^a).

En este sentido, no estaríamos asistiendo a un modelo único que se impone a nivel mundial, sino a la reacción y asimilación de muchos impulsos locales que realizan mestizaje e intercambios con la cultura global. Pero ello no quita que las relaciones de esta cultura mundial con la creatividad local se transformen, mediante las tensiones (apropiaciones y resistencias), porque la singularidad de esta cultura global estriba justamente en su capacidad de absorber, reclutar, domesticar los repertorios locales e “indigenizar su producción” (Bustamante 2003 y Canclini 1999b).

La globalización se analiza para esta investigación como un establecimiento de interconexiones y de diálogos intercomunicativos que generan interacciones entre países, culturas, civilizaciones, relaciones humanas en general; donde no siempre existe una equidad en las diferentes voces sino más bien una intrínseca lucha de acomodados de poder entre lo global y lo local.

Todo esto implica que los procesos de construcción de las identidades de cada país o región se han hecho mucho más complejas y problemáticas, en un establecimiento continuo de imaginarios locales y globales, bajo dinámicas estructurales cada vez más interconectadas por redes que operan a diferentes niveles.

Para entender los conceptos y categorías de cultura global y local partimos del hecho de que la contemporaneidad y los dinámicas globalizadoras actuales no facilitan la percepción de la frontera entre una y otra, sin embargo existen características básicas que permitirá enunciar a cada cual.

Para Baba (1995) la cultura global parte de la globalización de ciertas prácticas sociales con sus componentes simbólicos e imaginarios, que giran alrededor de nociones modernizadoras, racionales, competitivas e individuales (Macías, 2005) las cuales se enmarcan en la colonización de espacios y modos de vida local (deseos, afectos, necesidades, elecciones) enunciados a través de su producción material y simbólica (Maya, 2012).

En complemento, Wallerstein (1990), enfatiza que una cultura global debe compartir valores y preocupaciones no importando la identidad o diversas identidades que sostengan el sujeto o sociedad, agregando la carga narrativa que genera este proceso de homogenización y de hegemonización al reordenar las diferencias y las desigualdades sin suprimirlas (Canclini, 1995).

Para Canclini (2012) la cultura global no sólo homogeniza y nos vuelve más próximos, sino que multiplica las diferencias y engendra nuevas desigualdades producto de lo que excluye para constituirse.

Las configuraciones con las cuales opera la cultura global se sitúan alrededor del individualismo como mecanismo de acción social, la instantaneidad es la medida de tiempo efectiva, el consumo a manera de canonizador de su estructura, el deseo será gratificación la cual irá en aumento de volumen e intensidad, y el éxito enfocado al consumo como medida de reconocimiento (Bauman, 2008, Canclini 2012, Baba, 1995).

La cultura global sitúa su plataforma de lanzamiento mundial en las dinámicas globalizadoras provocadas por las intenciones de mercado que encuentra las herramientas de acción e intercambio mediadas por relaciones terciarias ejecutadas por las tecnologías y grandes organizaciones (Canclini, 2012).

Las tecnologías, principalmente conformadas por los medios de comunicación y TIC'S, así como por los discursos fabricados por las grandes organizaciones buscarán las maneras en que lo global "*se estacione*" en cada cultura, provocando que lo local se reestructure para sobrevivir.

Lo global por sus dimensiones y configuraciones se muestra más flexible en cuanto su estructura, esta condición le permite inclusive llegar a mimetizarse con las culturas locales provocando que la frontera que separa una de otra sea porosa que al encontrar el dotonador adecuado pueda producir dialogo entre éstas.

Por otra parte, las culturas locales se muestran más solidas en cuanto su estructura, y para algunos autores como Boisier (1999) solo se le da sentido si se le mira “desde afuera y desde arriba” donde lo local se desarrolle bajo un territorio “proxémico” en el cual las relaciones interpersonales, los contactos “cara a cara” y las tradiciones familiares y sociales sean de mayor importancia que las relaciones impersonales mediatizadas por tecnologías e instituciones, donde las tradiciones son cuando menos tan importantes como el marco legal.

La territorialidad de lo local se orienta en el sentido de lo próximo, espacio permisible para observar e identificar los actores sociales y que estos se reconozcan entre sí al compartir prácticas, imaginarios y preocupaciones socio-territoriales, por ende la localidad puede ir desde una pequeña aldea o comunidad hasta abarcar regiones geográficas históricamente definidas (Lozano, 2012).

En este sentido el concepto de territorio cobra importancia en la definición de una cultura local al convertirse en la esfera donde desarrollara su patrimonio y encontrara la funcionalidad adecuada para su desarrollo (Santos, 2000). De esta manera veremos establecer una primera relación en la que lo local se manifiesta como dinámicas próximas y lo global como acciones distantes (Giddens, 1997).

Otra característica fundamental de lo local lo establece Botero (2012) gira en el entorno de lo comunitario donde los valores fraternales, solidarios y de acompañamiento sobresalen con respecto al individualismo abstracto, en el cual se sabe que las tareas sociales pese a estar o no jerarquizadas es trabajo del individuo social.

En el sentido de imaginarios y sus prácticas las culturas locales mantendrán como principios la solidaridad con la familia y con la comunidad, mayor identificación en cuestiones relacionadas con la religión que sobrepasa al interés que se tenga en la superación económica basada en la capacitación, productividad y competitividad; preferencia por el *"buen vivir"* con sus particulares puntos de vista que dependerá de cada territorio cultural local (Macias, 2005).

En las culturas locales el conocimiento no es disgregado, sino por el contrario es un integrador orgánico del sistema cultural que combina la lengua los sistemas de clasificación, las prácticas de utilización de recursos, las interacciones sociales, rituales y la espiritualidad, funcionando como la base para la toma de decisiones en aspectos fundamentales de la vida cotidiana. (UNESCO, 2014).

Bajo estas perspectivas podemos situar en el territorio de los Altos de Chiapas a la cultura local tsotsil mantiene en su configuración factores histórico-culturales, de carácter prehispánico e hispanomaya – organización familiar, lengua, creencias, folklore- sirven de arraigo y mantenimiento de vínculos sociales, el cual coadyuva al fortalecimiento de la red solidaria entre ellos, su ambiente y territorio. El hogar y la comunidad se erige como el rector del sistema tradicional y centro dinámico de supervivencia (Fabregas, 1992).

Sin embargo observamos como la articulación global-local puede concebirse en un flujo entre procesos de recontextualización (de lo global a lo local) y descontextualización (de lo local hacia lo global), de la producción, transferencia y uso del conocimiento, imaginarios,

prácticas y producción simbólica (Rullani, 1997). Enfatizando así lo que cita Braduel (2000) “Cada lugar, es al mismo tiempo, objeto de una razón global y de una razón local, que conviven dialécticamente”.

Es preciso repensar a las culturas como sitios de residencia y de viaje (Clifford) donde al encontrar una plataforma correcta estas puedan entrar en un diálogo asimétrico produciendo tensiones que en papel debería afectar tanto a unas como otras, pero al entrar en juego factores como la economía, estas terminan por reconfigurar en mucha mayor medida a la cultura que no responda a sus fines de mercado siendo éstas mayormente las locales

Las relaciones entre economía y cultura se han complejizado de tal forma, que ni la localización territorial de las actividades o el empleo, ni el mercado de los repertorios nacionales, resultan ya índices incontestables por si solos del vigor de una cultura nacional, y menos aún, de la participación plural de la sociedad en esa creatividad.

Para Cubeles (2010) una forma de visualizar la relación que existe entre economía-globalización-cultura es a través de las industrias creativas y culturales las cuales se posicionan mediante 5 ejes: 1) transnacionalización de las empresas; 2) concentración empresarial y estructuración de redes; 3) tendencia a la centralización territorial; 4) estandarización de los medios de comunicación y de los contenidos culturales y 5) procesos de convergencia digital de los mercados.

Estos ejes se posicionan perfectamente a la industria creativa textil que se encuentra en etapa de crecimiento y desarrollo en la zona de los Altos de Chiapas, mediante el tejido de redes y cadenas de valor que

circulan a niveles locales, nacionales e internacionales, contando como base de operaciones la ciudad de San Cristóbal de las Casas.

El estudio de tal relación inicio en 1947 cuando Theodor Adorno y Max Horkheimer condensaron el vínculo entre economía y cultura al acuñar el término de *industria cultural*. Al principio el concepto de industrias culturales se encontraba muy estrechamente ligado al de cultura de masas y se concibió a las producciones como resultante de una estandarización de procesos capitalistas que reducían a los productos a bienes menos exigentes, adecuados para un consumo cada vez más pasivo y acrítico en relación con la sociedad que lo permite y fomenta. La industria cultural se comportaban como cualquier otra industria capitalista partiendo desde una dialéctica negativa: usaban mano de obra alineada, perseguían un beneficio, dependían de la tecnología para asegurar competitividad y su mayor interés era generar consumidores (Laguardia, 2013).

La industria cultural descrita por Adorno y Horkheimer cuenta con la finalidad de ser un instrumento crítico, cuya principal función es poner de manifiesto los efectos sobre las masas, individuos y su experiencia vital ejerce el devenir mercancía de la cultura (Maya, 2012).

Este devenir mercantil cultural transforma a los espectadores en consumidores, sin embargo, estos no determinan los contenidos y efectos, marginando su esfera de acción al espacio de público objetivo (Romero, 2014).

Esta lógica de “*segmentación de mercado*” produce una alienación en correspondencia a los productos culturales estandarizados, los cuales

responden a necesidades industriales. Horkheimer y Adorno llevan estas consideraciones al contexto en el que la industria cultural es abordada críticamente como el “modo de ser de las sociedades modernas”, quienes responde a sus intereses y posibilidades en torno al beneficio económico; el capital financiero debe colonizar todos los espacios de la vida bajo la forma de la utilidad (Maya, 2012; Franco 2013; Romero2014).

Otra crítica alrededor de la industria cultural de Adorno y Horkheimer se sucinta en referencia a la objetivación de las relaciones humanas con la cual se espera la obtención de un beneficio (Maya, 2012). Esta objetivación sucede a través de la prefabricación de modos de vida los cuales encuentran su “escaparate publicitario” en los medios de comunicación (Santolaya, 2006).

Esto se logra: “Pretendiendo ser la guía de los desamparados y presentándoles de manera tramposa los conflictos que deben confundir con los suyos. La industria cultural no resuelve esos conflictos más que en apariencia, del mismo modo en que le sería imposible resolverlos en su propia vida” (Adorno y Horkheimer, 1968).

Para lograr esta participación el consumidor debe de cooperar con el engaño o la trampa, para ello Adorno y Horkheimer creen que el sujeto debe de renunciar de una forma consciente o inconsciente a su sentido crítico (Maya, 2012). Al vivir en un sentido acrítico el consumidor de la industria cultural se sumerge en una esfera de comodidad que encuentra sustento a través de su satisfacción

inmediata y su compromiso consigo mismo la cual está dispuesta a pagar a expensas de su propio sacrificio.

El concepto de industria fue retomado por Adorno y Horkheimer porque este no solo nombra a la producción sino también engloba a otros procesos que se encuentran en correspondencia como la distribución, modos de ser del trabajo, repartición del ocio, creación creativa, dinámicas de *marketing*, entre otros.

El concepto de industria cultural se erige como factor colonizante del espíritu y de las sociedades modernas, donde la hiperconexión e hipersegmentación configura los modos vida que se encuentran alineados mediante correspondencias comerciales, afectivas y culturales.

Hoy en día esta explicación ha sufrido modificaciones y se ha convertido en un concepto enriquecido por otras estructuras, factores y capitales la cual han hecho ver a esta definición un tanto distante pero aún no lo suficiente para negarla completamente.

Por el otro extremo se encuentra la definición la cual observa a las industrias culturales como elementos claves del quehacer social y espacio potencial para el ejercicio de la verdadera libertad y cuestionamiento a la racionalidad hegemónica del capitalismo pues encierra las posibilidades de multiplicar y difundir lo mejor de la creación humana a través de la producción masiva de bienes diversos a costos cada vez menores (Piconero, 2012).

Así mismo brinda la posibilidad de que las culturas subalternas encuentren una vía válida para evitar la exclusión y mantener la sustentabilidad básica de su cultura

Extiende la posibilidad de creación mediante la aplicación de creatividad gracias al contacto y la interacción con públicos heterogéneos, reproduciendo de esta manera no sólo deseos, ideas, mensajes, símbolos en bienes de consumo, sino también sistemas de relaciones sociales (Laguardia, 2013).

Umberto Eco, entendió a las industrias culturales no sólo como espacio industrial, sino también las visualizó como un complejo sistema de reproducción social en el que funcionan como eje de inclusión-exclusión, legitimador de cierto tipo de *cultura*, de cierto estilo de vida y, en tanto tal, han sido punta de lanza en el constante proceso de civilización.

Presenciamos así un modelo deseado, temido y vilipendiado, es decir, que las industrias culturales se muestran ante nosotros como una imagen deseada y negada a la vez. A través de ellas lo global se estaciona en cada cultura, pero también proporciona los modos en que lo local se reestructura para sobrevivir ante la capacidad homogenización de estas. Para ello las culturas locales tienen que hacer gala de sus habilidades de adaptación y creatividad para evitar ser encapsuladas en el reducto de tradiciones locales y potenciarse a través de la globalización.

1.1 Situación de las industrias creativas

Tras este devenir histórico del concepto industria cultural, en el cual diversificó los posicionamientos en torno a su visualización, provocó que surgieran nuevos conceptos que acercaron la comprensión de sus procesos. Aparecieron en escena conceptos como industria creativa, de contenidos, consumo, entretenimiento o *mainstream*.

De esta manera el surgimiento del término *culturales* antecede a la de *creativas*, utilizado por primera vez en 1994, en Australia, en el informe de *Creative Nation*. Ganó difusión en 1997 cuando altos funcionarios del gobierno británico impulsaron el Destacamento Especial para las Industrias Creativas, estrategia que tenía como misión la creación de nuevas fuentes empleo, generar nuevos mercados y fomentar la inclusión social. La estrategia en términos generales fue un éxito propiciando que otras regiones del mundo copiaran y aplicaran el modelo según sus contextos.

La Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (CNUCYD o UNCTAD, en inglés) define a las “*industrias creativas*” como los ciclos de creación, producción y distribución de bienes y servicios que utilizan la “*creatividad*” y el “*capital simbólico e intelectual*” como insumos primarios, en tal sentido e Laguardia sostiene que al no limitar a la creatividad a sólo la creación artística, sino también a mantener una potencialidad de generar recursos derivados del comercio y de los derechos de propiedad intelectual.

Abarcando de esta manera a productos tangibles, servicios intelectuales-operativos o artísticos intangibles que contengan contenidos creativos, valor económico y objetivos de mercado.

Sabedor de que los bienes culturales expresan un sentido simbólico para los sujetos que las interpretan en su dimensión artística y en los valores culturales de los individuos, grupos y sociedades. Algunos de estos bienes, sobre todo aquellos que han sido identificados como potencialmente rentables, ingresan al circuito de lo que se ha denominado *Industrias Creativas* ya que son las que producen y llevan al mercado, bienes y servicios de contenido cultural, artístico y/o patrimonial cuyo origen se basa en la creatividad humana. (Piconero; 2013).

Para Arjun Appadurai (2010) las industrias creativas, se encuentran plenamente involucradas dentro de los procesos de la llamada *economía cultural* y su aplicación de análisis se enfoca a las artes creativas, escénicas, industrias culturales, y el patrimonio, tanto en el sector público como en el privado. Tienen que ver con la organización económica del sector cultural y con el comportamiento de los productores, los consumidores y los gobiernos.

La economía cultural comprende todos esos sectores del capitalismo moderno que atienden las demandas del consumidor por diversión, ornamentación, autoafirmación, ostentación social, etc, y que tienen un valor gran valor simbólico (Scott, A., 1999). La creatividad y su capital cultural es una forma de innovación que promueve la iniciativa empresarial, aumenta la productividad y es

fuelle de crecimiento, convirtiéndose en sí misma en una actividad económica, donde:

- La producción implica alguna forma de innovación creativa
- Se relacionan con la generación y comunicación de significado simbólico (expresando el sentido simbólico, la dimensión artística y los valores culturales de personas, grupos y sociedades)
- El producto representa, al menos en potencia, una forma de propiedad intelectual

Entre algunos estudiosos de los términos *industrias culturales y creativas* existe una divergencia en su posicionamiento al argumentar que las *industrias creativas* ponen mayor énfasis en la estructura gerencial, la práctica comercial y la protección a la propiedad intelectual de los bienes y servicios, es decir al *managment de la cultura*; dejando a un costado al énfasis sobre el contenido simbólico y su proyección discursiva, maximizados a través del valor de uso y la posibilidad de su (re)producción masiva.

Sin embargo, investigadores como Getino (1996) o Néstor García Canclini (1999b) no ven mayores diferencias entre un término u otro, conceptualizándolas como aquellos sectores que con criterios industriales, producen y comercializan bienes y servicios destinados específicamente a satisfacer y/o promover demandas de contenidos simbólicos con fines de reproducción económica, ideológica y social y en los cuales dichos valores simbólicos aparecen agregados a través del diseño, la publicidad o el marketing.

A partir de este examen preferimos pensar en términos de industrias creativas simplemente porque el concepto en sí se resuelve como más incluyente en cuanto a su producción de bienes y servicios, *managment cultural*, y su capacidad de expresar complejos sistemas de ideas creativas que condensan información, conocimientos, juicios, anhelos individuales e imaginarios sociales.

Las industrias creativas locales refieren a la producción artesanal textil del grupo étnico que observa este estudio. Relata al análisis e impacto de la globalización en esos productos que han ido transformando su forma y uso de acuerdo a la dinámica del mercado externo.

Recordando desde un carácter afirmativo del concepto que existe un enclave de dialéctica negativa, que relea la noción como un modo en que las reglas de la economía se imbrican y en algunos casos subsumen los resguardos históricos de las culturas locales.

Persistiendo una especie de alerta al interpretar la participación de la industria creativa en procesos de (re) culturalización de espacios locales en estrategias de homogenización y hegemonización de sus repertorios.

Convirtiéndose en un brazo de operación e intervención política, social, económica y cultural de la esfera global hacia la local, que se medirá en función del grado de “domesticación” que la primera obtenga sobre la segunda.

1.1.1. Las industrias creativas y sus contextos

Comprender a la creatividad como el proceso de tener ideas originales que tengan y generen valor. En este escenario se ve a está como punto de encuentro entre un conjunto de actividades industriales concebidas bajo un lineamiento de trabajo creativo. Este punto de encuentro se valoriza y se destina finalmente a los mercados de consumo, con una función de (re)producción ideológica y social (Zallo, 1992).

Las industrias creativas son las que producen y llevan al público y al mercado, bienes y servicios de contenido cultural y de carácter simbólico, cuyo origen es la creatividad humana. (Piconero, 2013).

Según la guía para la promoción de las industrias creativas (UNESCO, 2000) éstas deben caracterizarse por la intersección entre economía, cultura y derechos; la creatividad como componente central de la producción; contenido artístico, cultural o patrimonial, bienes y servicios protegidos por derechos de autor y propiedad intelectual; naturaleza económica (producción de riqueza y empleo) y cultural (reproducción de valores, sentidos, practicas e identidades); e innovación y re-creación.

Los bienes y servicios que sean (re)producidos por las industrias creativas se encontrarán estrechamente vinculados a alguna forma de creatividad; el bien o servicio representa, al menos en potencia, una forma de propiedad intelectual y se ubicará vinculado con la generación y comunicación del sentido simbólico, la dimensión

artística y los valores culturales de personas, grupos y sociedades (Piconero, 2013).

Esta industria se muestra por su carácter creativo, incluyente con respecto a otros elementos que por su estructura tradicional podrían negarse entre en sí. Sin embargo ambas se reconfiguran para incluirse en un solo elemento, vinculado y comunicado por redes comerciales, sociales, simbólicas ofreciendo así una capacidad de (re)producir sistemas de relaciones sociales.

Estas acciones locales, regionales y globales propiciadas por las dinámicas de las industrias creativas reconfiguran la comunicación, los imaginarios sociales, prácticas culturales y sociales mediante su injerencia en los hábitos de consumo y estilos de vida. Propiciando una interrelación cultural y un acceso más diversificado a bienes, mensajes y contenidos; sin embargo otros factores como la globalización pueden propiciar que esta interculturalidad y su diversificación se encuentren desigualmente repartidas entre elementos locales y externos.

Esto provoca que las industrias culturales y creativas no sean vistas como simples “difusores” de la cultura o meros intermediarios entre creadores y consumidores (Barbero, 1989), sino como estructurantes y constitutivos de la cultura mayoritaria y más influyente, de la cultura en una sociedad industrial (Barbero, 1989; Sfez, 1998).

Se podría decir que la voz del más fuerte se impone a la del más débil, en la mayoría de los casos diríamos que esto es así, no sin antes pasar por un proceso asimétrico de negociación entre estas voces,

donde las apropiaciones y resistencias de uno y otro reconfiguran no sólo la industria creativa en sí, sino también a sus contextos sociales.

Al hablar de contextos sociales y sus reconfiguraciones entendemos a estos como procesos de transculturización (Ortiz, 1994), es decir, nos referimos a dinámicas de relación cultural en donde la cultura hegemónica no funge como elemento netamente dominante al grado de propiciar una comunicación unilateral y unidireccional, actuando como “*donadora*” hacia una cultura subordinada o dominada, es pensada como una interacción creativa entre distintas entidades que se encuentran (Szurmuk e Irwin, 2009), generando negociaciones basadas en apropiaciones y resistencias entre elementos de una y otra provocando reconfiguraciones sociales; éstas reconfiguraciones pueden ser tan fuertes y marcadas que se pueden llegar al grado de crear nuevas entidades culturales (Bustamante, 2003).

Los contextos sociales y sus reconfiguraciones serán observadas al examinar las representaciones sociales, imaginarios colectivos y las prácticas culturales y comunicativas de las artesanas creativas textiles de Chenalhó, como reinterpretan algunos conceptos como liderazgo, trabajo, familia, comunidad y sus relaciones con la otredad.

Para Foucault (1973) la representación encuentra su sentido a través del discurso, y la sociedad se construye como tal, dentro del discurso y las prácticas discursivas en un momento y lugar determinado. En consecuencia, el postestructuralismo entiende a la representación como construcciones en constante elaboración,

comprendiendo que el contexto social adquiere significado por medio de la representación que se pueda realizar de éste.

El discurso sería una manera de representar el conocimiento respecto a un tema en particular y en su momento histórico determinado. Al mismo tiempo, el discurso produciría conocimiento, es decir, que la práctica representacional devendría en un medio para la producción de conocimiento a través de su comunicación (Foucault, 1973).

El resultado es un acto cognitivo por medio del cual se produce un signo o símbolo que se instaura como el *doble* de una presunta *realidad* ya dada o de un original. La representación ocurre a través de un proceso de percepción e (re)interpretación de un referente, el objeto (en un sentido amplio) ya representado (Szurmuk e Irwin, 2009).

Las representaciones, son parte de un sistema de prácticas sociales y culturales que involucran un referente o referentes, el cual puede ser inclusive otra representación (Reguillo, 1996). Para llegar a consolidar cierta representación social se necesita de agentes que realizan, producen o generan la representación dotados de cierta carga discursiva en un contexto histórico-social determinado y, finalmente; unos receptores que, en el acto de recepción, perciban e interpretan dicha representación.

1.1.2. Las industrias creativas, de lo local a lo global y viceversa.

En este sentido, las industrias creativas funcionan como escenario de diálogo entre elementos culturales globales y locales, que al final de diferentes procesos de negociación, articulan su resultado en la

producción de algún bien cultural que se lee como representación de esta interacción y se inscribe mediante prácticas representacionales.

Para comenzar a introducir otras nociones primero tenemos que mencionar el concepto de *identidad* para así ir estableciendo las categorías de nuestra investigación las cuales estarán articuladas con base en las reconfiguraciones socioculturales que se producen en los imaginarios y sus prácticas sociales al entrar en dialogo una cultura global representada por el mundo no indígena y otra local manifestada a través de la mujeres tsotsiles de Natividad, Chenalhó.

Para ello hay que entender cómo se construye a la mujer indígena tsotsil socialmente en su comunidad. La imagen que la sociedad ha construido respecto a lo que debe ser uno de sus miembros, la cual debe ser apropiada por el individuo para así responder a las expectativas existentes.

El concepto de identidad nos permitirá introducir y desarrollar la categoría de imaginario colectivo, para así comprender como opera esta estructura social desde su base y su reflejo vuelto acción a través de sus prácticas socioculturales.

En su acepción más básica, la identidad incluye asociaciones con, por una parte, los rasgos que caracterizan a los miembros de una colectividad frente a los otros que no pertenecen a la misma y, por otra, a la conciencia que un individuo tiene de ser él mismo y, entonces, distinto a los demás. Como bien lo explica Reguillo (1996):

La identidad es esencialmente pertenencia y tiene un efecto directamente productivo en las relaciones sociales, ya que pertenecer a

“un algo”, compartir un lenguaje, un estilo, ciertas rutinas, implica necesariamente desmarcarse con respecto a “otro algo”. La identidad tiene como elemento fundamental para su constitución, la diferencia.

Cuando el sujeto se asume en una identidad éste la comunica, y al comunicarse se arroja en un colectivo, se apropia y lo apropian; el grupo aprende de sí mismo y de los otros. En este proceso la identidad se objetiva y al objetivarse se muestra y se vuelve real (Reguillo, 1996).

Es en esta dimensión de lo real, la identidad grupal adquiere relevancia para la acción, ya que la operación de un grupo, entre otros factores, tiene una vinculación directa con lo que el grupo mismo asume como su rostro social y desde ahí, la lectura que hace de otros grupos sociales, que pueden ser sus aliados o sus opositores “Entre lo mismo y lo otro, se abre así, el territorio material y simbólico de la identidad”. (Reguillo, 1999).

La identidad como concepto que define a una colectividad, no se encuentra exenta de procesos dialécticos y es sometida a una constante reconfiguración de los preceptos que orientan y dan mundo a esa colectividad.

Orientados en sus acciones, los sujetos producen y sostienen su identidad; estas acciones viven o buscan vivir en armonía con un conjunto de sistemas de acción perteneciente a otros para así mantener un equilibrio de vida en una sociedad plural y vivir “con cierta seguridad de que realmente es lo que él considera ser cuando desempeña sus roles de rutina” (Berger y Luckmann, 1991)

Pero cuando surgen acontecimientos disruptivos o puntos de quiebre, los sistemas de acción entran en crisis y con ello, la identidad (Reguillo, 1998).

Esto desencadenará un proceso donde los sujetos se esforzarán por dotar de sentido a la nueva realidad, buscando nuevos elementos, o reconfigurando nuevos sentidos a los viejos elementos, en torno de los cuales agruparse, generando una discontinuidad en su identidad, reflejándose en un cambio de acciones y percepciones (Reguillo, 1996).

Objetos materiales, sociales o de carácter simbólico, aglutinan a los sujetos y facilitan el proceso de identidad en formación. La nueva especificidad grupal se teje y va objetivándose en discursos, marcas, estilos, prácticas, de tal manera que los miembros del grupo generan un capital simbólico y social (Bordieu, 1980).

En esta dimensión, resulta importante identificar las diferentes percepciones de las identidades en relación a sí mismas y de unas en relación a las otras, es decir, como ellas se visualizan como parte de un sistema cultural.

1.2. El imaginario social

El concepto de imaginario se plantea para enfatizar el carácter de construcción de la realidad social, es decir, el postulado de que toda comunidad de sujetos actúa en función de instituciones que son creadas por ellos mismos y que tienen la capacidad de reglamentar la vida cotidiana (Moreno y Rovira, 2009).

El imaginario social, está compuesto por un conjunto de relaciones identitarias que actúan como memoria afectivo-social de una cultura, un substrato discursivo mantenido por la comunidad (Molinares, 2007).

En este espacio, los sujetos imaginan necesidades y luego luchan por su institucionalización, tratándose de dos momentos que representan la constante transformación histórica social. (Strauss, 2006). El concepto *imaginario* lo acuña a Cornelius Castoriadis, quien en 1975 en su libro *La institución imaginaria de la sociedad*, plantea por primera vez esta noción. Desde entonces el concepto ha participado en un devenir histórico dentro de la teoría social, haciendo menos evidente cuál es su foco de análisis y su singularidad (Baczko, 1991).

Para ello primero hay que visualizar la noción de imaginario social como una herramienta conceptual para que la realidad deje de ser analizada como simple espejo de las condiciones objetivas en las cuales viven los sujetos (Strauss, 2006).

Siguiendo a Castoriadis, entendemos al imaginario social como una construcción histórica que abarca el conjunto de instituciones, normas, y símbolos que comparte determinado grupo social y, que pese a su carácter imaginado, opera en la realidad ofreciendo tanto oportunidades como restricciones para el accionar de los sujetos.

Si hablamos de imaginación, entonces entendemos que a pesar de ciertas mediaciones, la creatividad está presente dentro de la construcción histórica-social de un imaginario. Por ende, podemos deducir que las industrias creativas tienen una importante función en

la creación, (re)producción, o alteración en la estructuración de un imaginario social.

La creatividad e imaginación del ser humano aún no conoce un punto final, por lo tanto, constantemente son creados nuevos símbolos y se modifican normas, de modo tal que emergen nuevas instituciones que funcionan como motor del cambio social hacia una dirección que no sigue un fin específico (Joas y Knobel, 2004).

Para comprender todo esto, el concepto de imaginario social recurre a la dimensión simbólica para dar a entender algo que aún no existe, pero a partir de su enunciación comienza a tomar vida propia y que sólo posteriormente puede ser racionalizado.

Otra dimensión de suma importancia para la noción de imaginario social es el concepto de alienación de Hegel y Marx pero que es reinterpretado por Castoriadis para indicar la tendencia natural que las instituciones tienen para borrar sus orígenes. En palabras de Carolina Moreno y Cristóbal Rovira (1997) en esta dimensión:

Los seres humanos dan vida a una nueva realidad gracias a la imaginación, la cual cobra presencia por medio de instituciones que con el pasar del tiempo prescinden de su fuerza fundante. De este modo, instituciones sociales como el mercado o la nación adquieren vida propia y pasan por alto que se trata de construcciones ideadas por seres humanos. En estos casos sucede una alienación, vale decir, los hombres se tornan impotentes frente a instituciones que ellos mismos han imaginado, ideado y creado (Moreno y Rovira, 1997).

Sin embargo, el poder de la creatividad e imaginación humana actúa como función emancipadora para superar la alienación de las instituciones y ofrecer nuevos discursos posibles de acción.

Bajo estos preceptos vemos pues a una industria creativa en relación con la libertad propia de sus funciones imaginativas y creativas, pero con el disciplinamiento producto de sus regulaciones y normas económicas. Siendo así una institución que tiene la cualidad de abrir y cerrar espacios de acción.

Las características propias de la industria creativa sumada a sus posibilidades de apertura o negación de espacios de acción hacen que sea un actor de importancia dentro de la configuración o reconfiguración de los imaginarios sociales.

Imaginario que no funge como una reproducción, sino como una creación producto de la imaginación humana, que al idearse, producirse, y enunciarse, logra su institucionalización y regula de alguna forma la vida cotidiana del sujeto.

Al igual que en la cultura, el sujeto no vive en un único imaginario social sino en un conjunto de de imaginarios que regulan sus articulaciones sociales, sus espacios de acción, y sus representaciones que se ven reflejadas a través de sus prácticas socioculturales.

1.2.1 Prácticas sociales

En primer sentido, y antes de hablar de las prácticas sociales y culturales tenemos que remitirnos al concepto de *habitus* de Pierre Bourdieu (1971) para explicar cómo esta noción permite articular lo individual y lo social, las estructuras internas de la subjetividad y las estructuras sociales externas, comprender como éstas en vez de contraponerse se amalgaman como dos estados de la misma realidad,

de la misma historia colectiva que se deposita y se inscribe a la vez indisociablemente en los cuerpos y en las cosas.

El *habitus*, entendido como un sistema de disposiciones incorporadas se resuelve como un generador de prácticas sociales y culturales, las cuales se muestran como la cara visible y tangible de dichos *habitus*.

Las Artesanas textiles creativas de Chenalhó, caso específico las mujeres del grupo las “*Vegas*”, por nacer y pertenecer a un contexto social determinado, desarrollaron *habitus* particulares producto de dicha contextualización, detonando practicas singulares y propias de su contexto. Sin embargo, a través de su participación, intervención y mediación dentro del espacio de las industrias culturales dichos *habitus* y prácticas son más propensos a sufrir reconfiguraciones.

Bourdieu define la noción de *habitus* como:

Sistema de disposiciones duraderas y transferibles, estructuras estructuradas predisuestas a funcionar como estructuras estructurantes, es decir como principios generadores y organizadores de prácticas y de representaciones que pueden ser objetivamente adaptas a su fin sin suponer la búsqueda consciente de fines ni el dominio expreso de las operaciones necesarias para alcanzarlos, objetivamente “regladas” y “regulares” sin ser en nada el producto de la obediencia a reglas y, siendo todo esto, colectivamente orquestado sin ser el producto de la acción organizadora de un director de orquesta. (Bourdieu, 1979).

Se trata de aquellas disposiciones incorporadas que nos permiten actuar, percibir, valorar, sentir y pensar de una cierta manera más que de otra, prácticas que han sido interiorizadas por el individuo en el

curso de la historia. El *habitus* es, pues, *la historia hecha cuerpo* (Gutiérrez, 2012).

El *habitus* como estructura estructurante es, pese a ser historia incorporada, modificable mediante un proceso de *autosocioanálisis* (Wacquant y Bourdieu, 1967), en el cual el agente social pueda explicitar sus posibilidades y limitaciones, sus libertades y necesidades contenidas en su sistema y con ello, tomar distancia respecto a esas disposiciones.

En su condición de estructura estructurante el *habitus* se constituye en un esquema generador y organizador, tanto de las prácticas sociales como de las percepciones y apreciaciones de las propias prácticas y de las prácticas de los otros. Sin embargo, esas prácticas sociales no se deducen directamente de las condiciones objetivas presentes, ni solamente de las condiciones objetivas pasadas que han producido el *habitus*, sino de la puesta en relación de las condiciones sociales en las cuales se ha constituido el *habitus* que las ha engendrado y de las condiciones sociales de su puesta en marcha (Gutiérrez, 2012).

Esto nos lleva a la constitución de un sentido práctico, es decir, de una aptitud para moverse, para actuar y para orientarse según la posición ocupada en el espacio social, según la lógica del campo o institución y de la situación en la cual se está comprometido (Reguillo, 1998).

El sentido práctico nos conduce a la generación de prácticas sociales y culturales que son actividades codificadas que ponen en

juego las relaciones específicas entre las disposiciones interiorizadas (*habitus*), objetivas y su devenir histórico.

Todas las propiedades incorporadas (en forma de *habitus*) u objetivas (bienes económicos, culturales, sociales o simbólicos) que están vinculados al sujeto o colectivo, constituyen los factores explicativos de sus prácticas (Bourdieu, 1994).

Para poder explicar las prácticas sociales de un sujeto o colectivo hay que tomar en cuenta varias características como son: la posición del sujeto o colectivo dentro de un espacio social, la trayectoria de esa posición (devenir histórico), y, en ambos casos, en relación con el conjunto de posiciones del que forman parte (Ladino, 2010).

Para Bourdieu (1966) las prácticas sociales pueden pertenecer a tres esferas: parental, económica y política. La primera garantiza la generación, mantenimiento y formación de sujetos, la segunda la producción de las condiciones materiales para la vida social, y la tercera, la creación de categorías sociales que trascienden la condición de género.

Observar estas tres categorías de análisis en nuestros sujetos de estudio artesanas creativas textiles de Chenalhó, ya que qué estás esferas atraviesan el mundo práctico de estas mujeres. Debido a la existente interrelación con el espacio de mediación que representa la industria creativa a la cual pertenecen, dichas prácticas tienen mayores posibilidades de sufrir reconfiguraciones.

Las prácticas sociales de un agente o de una clase de agentes, y su posición dentro de un espacio social, dependen de las posibilidades

específicas que posea, las cuales están en relación con el volumen y la estructura de su capital y con los *habitus* incorporados.

El *habitus* mediante un proceso reflexivo es modificable, al modificarse no solamente éste se altera, sino también altera al conjunto de percepciones y representaciones de los condicionantes externos de sus prácticas, y de ellas mismas, propiciando la elaboración de estrategias diferentes de acción.

Esto nos hace reflexionar sobre la noción de que el sujeto no vive en una sola cultura, sino más bien en un conjunto de culturas, identidades e imaginarios que median en el mundo interno y externo del sujeto y sus colectivos. Es en este sentido de mediación donde las resistencias y apropiaciones se hacen presentes.

1.2.2. Apropiaciones y resistencias como dinámicas de acción

El término *apropiación* significa “hacer algo propio de alguien” (RAE, 2014), en genérico esta explicación expondría la esencia de la noción para la sociología en cual posee diversos términos y aplicaciones. En este campo, el significado de apropiación es conjugado por dimensiones simbólicas e históricas-sociales las cuales definen y redefinen el concepto como tal.

Pensando en nuestro estudio, entendemos la apropiación como el proceso mediante el cual un sujeto o colectivo hace suya alguna producción objetiva, subjetiva o espacio, la cual puede ser creada o representada.

Una apropiación tiene que ver con la dimensión de identificación simbólica, se desarrolla por medio de las vivencias cotidianas dentro de un espacio de acción, en el cual éste es entendido como un entorno personal y colectivo de identificación y simbolismos, que constituyen parte de su historia (Palomares, 2014).

Korosec (1986), entiende la noción de apropiación como un proceso en el que el sujeto se hace a sí mismo a través de sus propias acciones, donde se extiende el dominio de las significaciones y resignificaciones del objeto y un saber histórico mediatizado socialmente.

Este “saber hacer”, en su dimensión social, debe ser siempre considerado dentro de un contexto sociocultural concreto y su devenir histórico, para así observarlo no como una adaptación sino como el dominio de una aptitud.

En su sentido histórico, la apropiación, debe considerar el cambio del sujeto en el tiempo, no sólo el cambio del objeto o del espacio, ya que el individuo enfrenta un proceso dinámico de interacción con su medio externo.

Sansot (1973) nos dice que el proceso de apropiación inicia cuando el sujeto no se identifica con los objetos que ha producido, es decir, una especie de alienación. A partir de aquí, la apropiación surge como una

reinterización del objeto que se hace mediante la actividad, reaprendiéndolo como nuevos actos, adquiriendo un “saber hacer”.

Para Sansot (1973) la noción de apropiación considera, al igual que Korosec , que surge a través de un proceso histórico. Sin embargo, Sansot enfatiza al afirmar que este se da a tres niveles:

- a) Colectivo, en cuanto la cultura integra en ella todo lo que sus antepasados han desarrollado
- b) Histórico-individual, en cuanto todo individuo integra él mismo el desarrollo de sus antepasados
- c) Histórico del sujeto, en cuanto el individuo antes de “apropiar” no es el mismo después de “*apropiar*”

La noción de apropiación se conceptualiza a través de dos procesos, el histórico y el identitario. En este punto Sansot matizará, que sólo nos apropiamos de aquello con que nos identificamos. Esto implica un sentido de voluntad del sujeto. Otros autores creen que el sentido de voluntad no es necesario que aparezca en el sujeto para que surja una apropiación, sino más bien pueden existir otros factores que lleven al sujeto a apropiar alguna producción o espacio.

Para Paul-Henry Chombat de Lauwe (1975) los procesos sociales de la apropiación comprende a la vez procesos cognitivos, afectivos, simbólicos y estéticos que depende de la relación con otros, y de situaciones objetivas de dominancia.

Las artesanas textiles creativas de Chenalhó de “*Las Vegas*” al encontrarse bajo la mirada de la industria creativa textil, se encuentran

más propensas expuestas a recibir mediaciones por parte de otros grupos ajenos a su contexto indígena tsotsil, y apropiarse de conceptos cognitivos, afectivos, simbólicos y estéticos, ajenos u extranjeros a su espacio social pudiendo propiciar reconfiguraciones socioculturales en su entorno.

El filósofo catalán Rubert de Ventos (1980) afirma como los procesos de apropiación se han convertido en una de las características de nuestros tiempos. Se busca una imagen o significación prefabricada a través del consumo de producciones a los que se les atribuye un significado a priori, para “ser como”. Es decir, se pretende gozar de las mismas virtudes o reconocimientos sociales que las personas o grupos a los que se ha asociado la producción.

Los grupos de dominación mediante ciertas estrategias idean la manera por el cual el grupo dominado apropie dichas significaciones prefabricadas y así sostener un sistema o preconsumo.

Para Proshansky (1976) el proceso de apropiación tendrá dos sentidos. El primero dirigido hacia los demás, en sentido de conquista de alguna producción o espacio, y el segundo dirigido hacia sí mismo, en lo que implica adaptar dicha conquista a las propias necesidades, darles unas características propias u otras características auto-orientadas.

En el *interaccionismo simbólico* (Blumer, 1969), los seres humanos construyen su realidad a partir de la significación que otorga la experiencia social. Se interpreta los actos propios en relación a la respuesta de los otros, para poder entender el significado de lo que

uno está haciendo. La interacción social es un proceso constante de recíproca reinterpretación y ajuste.

La apropiación, como primer paso del proceso de significación interactiva, juega en cierto modo una función de objetivación del propio yo en el espacio de acción, para rehacer luego la imagen del sí mismo a través de la valoración de los otros han hecho de este acto de objetivación (Iñiguez, 1996).

Goffman explica que los individuos necesitan presentarse a sí mismo como actores en el escenario adecuado. El agente sólo define su situación, es decir crea orden y lo dota de significado, como contestación o respuesta a la representación de los otros.

En estos procesos de *interacción social* en las que se generan constantes dinámicas dialógicas entre unos y otros, surgiendo reinterpretaciones y ajustes no sólo se producen apropiaciones de producciones objetivas o subjetivas, sino también existen rechazos, negaciones, resistencias para apropiarse de alguna producción.

La noción de *resistencia* adquiere su concepción sociológica moderna a través de Michael Foucault en su famosa cita “donde hay poder, hay resistencia” expresando de esta manera que mientras exista una interacción antagónica entre dos sujetos, entes, grupos, colectivos o culturas la cual uno funja como dominante u hegemónico, y trate de dominar, someter, instaurar, imponer o subordinar a otro que se entiende como el dominado, subordinado, alterno, etc; este en mayor o menor medida intentará mostrar resistencia en torno a cuestiones específicas o generales de la dominación.

Se entiende a la noción de resistencia en relación antagónica a la de dominación, esta vista como fin último de la acción de ejercer poder de un sujeto o colectivo a otro. Se dice antagónico porque entendemos este precepto tal como lo manifestó Laclau, al anunciar al antagonismo como, "A es o no es en tanto B constituya A". Es decir la resistencia será o no, en tanto la práctica de dominación, sometimiento o subordinación se ejerza.

La resistencia no es reactiva ni negativa, es un proceso de creación y transformación permanente, desempeña, en las relaciones de poder, el papel de adversario, de blanco, de apoyo de saliente para una aprehensión. En el sentido antagónico, se requiere forzosamente comprender el concepto de poder antes que el de resistencia. Para definir la noción de poder citaremos a Manuel Castells (2003):

El poder es la capacidad relacional que permite a un actor social influir de forma asimétrica en las decisiones de otros actores sociales de modo que se favorezca la voluntad, los intereses y los valores del actor que tiene el poder.

La ejecución del poder puede ser de manera coercitiva, al menos en potencia, y/o mediante la construcción de significados partiendo de los discursos a través de los cuales los actores sociales guían sus acciones (Castells, 2003).

Castells al igual que Foucault nos habla de una institucionalización del poder, describiendo el modo en que las relaciones de poder se instauran en un contexto histórico, político y económico determinado, sin embargo Manuel Castells enfatiza que

este tipo de institucionalizaciones condicionan más no determinan las condiciones de dominado y dominador.

Foucault nos plantea en su libro *Vigilar y Castigar* (1975), las diversas instituciones mediante el cual el poder ejercer sus diferentes estrategias de dominación y prevalencia. Una de estas es la Sociedad Disciplinaria, régimen de producción de “verdad” que se constituye a través de una red de dispositivos y aparatos que producen y regulan tanto costumbres, como hábitos y prácticas sociales. Esta sociedad se pone en marcha a través del aseguramiento de la obediencia a sus reglas, procedimientos y mecanismo de inclusión y de exclusión.

Con el devenir histórico las sociedades disciplinares se han transformado en lo que Foucault llamaría Sociedades de control, siendo éstas mejores que su antecesora en cuanto a la interiorizaciones de las normas de disciplinamiento en el sujeto al exteriorizar el control por fuera de las instituciones sociales y extenderlo mediante redes flexibles y fluctuantes.

Bajo esta línea, la resistencia se complementa en torno al poder, es tan creativa, móvil y productiva que coexiste con éste. Al igual que el poder, la resistencia no se tiene, se ejerce y al ejercerse se ejecuta un proceso de creación y transformación.

El análisis de las resistencias tiene que partir desde las tácticas y estrategias que esta instaure como respuesta al poder. Se trata de “señalar las posiciones y los modos de cita de cada uno, las posibilidades de resistencia y de contra-ataque de unos y otros”.

Así pues la noción de resistencia no se visualiza como una oposición a una fuerza o poder, sino más bien como una capacidad activa y creativa que soporta cierta liberación objetiva o subjetiva ante un orden de dominación.

Ciertas semejanzas existen en los procesos de apropiación y resistencia, en este sentido vemos a nuestro sujeto de estudio, las mujeres artesanas textiles creativas del grupo “*Las Vegas*” quienes representan una cultura local, la cual se encuentra en un espacio dialógico como es la industria creativa, se somete a ciertas mediaciones e inclusive imposiciones de una cultura de carácter hegemónico como es la global, ante esto, pueden existir puntos de fuga o resistencia de su localidad ante el posible avasallamiento de la globalidad y que estas se manifiesten mediante ciertas prácticas, símbolos o procesos.

Esto afirma, qué, tanto la economía cultural como las industrias creativas, se insertan de lleno en los procesos de globalización situando a ésta, no como un modelo único que se impone a nivel mundial, sino a la reacción y asimilación de muchos impulsos locales que realizan mestizaje e intercambios con la cultura global. Estos mestizajes e intercambios generan tensiones, apropiaciones, resistencias y negociaciones locales-globales produciendo procesos no sólo económicos si no también socioculturales, esquematizadas bajo ciertas prácticas socioculturales que se insertan en las diferentes estructuras.

Estas dinámicas se han hecho más notorias y persistentes debido a diversos factores gatillados por el proceso de globalización dando como resultado que las culturas se vuelvan mayormente porosas y las

fronteras entre unas y otras se vuelvan cada vez más disolutas propiciando que un ser humano no se ubique en una sola cultura sino en un conjunto de culturas.

Las migraciones territoriales, nacionales y culturales, pero sobre todo las transformaciones tecnológicas han propiciado esta porosidad y disolución entre culturas en las nuevas generaciones.

Sosteniendo así la teoría en torno a la dialéctica cultura de Grimson al señalar que resulta problemático considerar que cada uno pertenece a una cultura específica, distinguible de modo claro, y tajante de todas las demás. Esa suposición muchas veces está vinculada con la intención política de producir una identidad o una alteridad cristalizada antes que con una descripción de la compleja y cambiante realidad.

Afirmándose en los que construye Michael Wieviorka donde las identidades individuales se construye desde al *habitus* de cada persona y se modifica a través de la interacción con su entorno, sin embargo el entorno no es estático ni homogéneo por ende durante la construcción del sujeto este puede incorporar a su identidad elementos culturales muy distantes al de su origen, dependiendo de su dialéctica de vida.

La diferencia representada en un concepto de minoría o subalternidad genera tensiones de resistencia en contra de un proceso hegemónico, que busca responder a la angustia que le produce las dinámicas globalizadoras las cuales la nación y el estado no puede contrar.

Hasta el momento hablamos en un sentido macro y global pero ¿cómo se sucintan estas reconfiguraciones a nivel micro?, participantes dentro de los procesos de las industrias creativas locales de la región, que funcionan como punto de encuentro y diálogo entre una cultura global y otra local, así como de las mediaciones que ahí surgen a partir de la búsqueda de objetivos, produciendo reconfiguraciones sociales en los imaginarios y prácticas de la cultura local.

En la búsqueda de objetivos de una industria creativa, específicamente la textil, estos pueden ir orientados, según mis observaciones, hacia dos direcciones: al desarrollo económico por un lado y/o al social por otro.

En este sentido, si una industria creativa se funda bajo un carácter economicista, mediante una práctica explotativa, los sujetos que participan en cultura hegemónica imperante, en este caso la global, buscará “domesticar”, e imponer sus repertorios por sobre los de una cultura local en el afán de buscar mayor operatividad de una forma más eficaz y eficiente de sus funciones gerenciales.

Siguiendo a Gunther Dietz durante el proceso de construcción del sujeto, los valores hegemónicos tienen una importante mediación en la formación de nuestros conceptos centrales de vida, uno de estos conceptos es el que corresponde al del entendimiento de nuestra cultura.

Para ello, la hegemonía articula estrategias preformativas que se estructuran en torno a diferentes instituciones fabricadas por el mismo carácter hegemónico que buscarán preservarse.

Para preservar su entorno de vida capitalista y/o consumista, la hegemonía representada a través de una cultura global, producirá estrategias que buscarán controlar no sólo la producción sino la vida misma de una cultura local para eficientar sus procesos de obtención de capital y consumo.

Por el otro lado, una industria creativa que se origina con el objetivo de un desarrollo social de la región en la cual se suscribe la cultura local, lo global, quien es la portadora del sistema de industria creativa, buscará entablar un dialogo con la localidad mediante canales interculturales que busquen una vía o plataforma que impulse hacia el exterior sus repertorios, evitando los procesos de exclusión y manteniendo la sustentabilidad básica de su cultura y/o comunidad.

Esto sería los polos extremos, sin embargo, entre uno y otro existen una infinidad de de estaciones en la cual la industria creativa, en este caso la textil de los Altos de Chiapas, se pueden ubicar dependiendo de sus objetivos y características.

Es decir que pueden existir "*paisajes*" en el cual exista una industria creativa textil que posea objetivos de desarrollo social, sin embargo cuente en alguna medida o porcentaje características o prácticas economicistas que evidentemente repercutirán en la labor mediadora que sostienen para con su grupo artesanal.

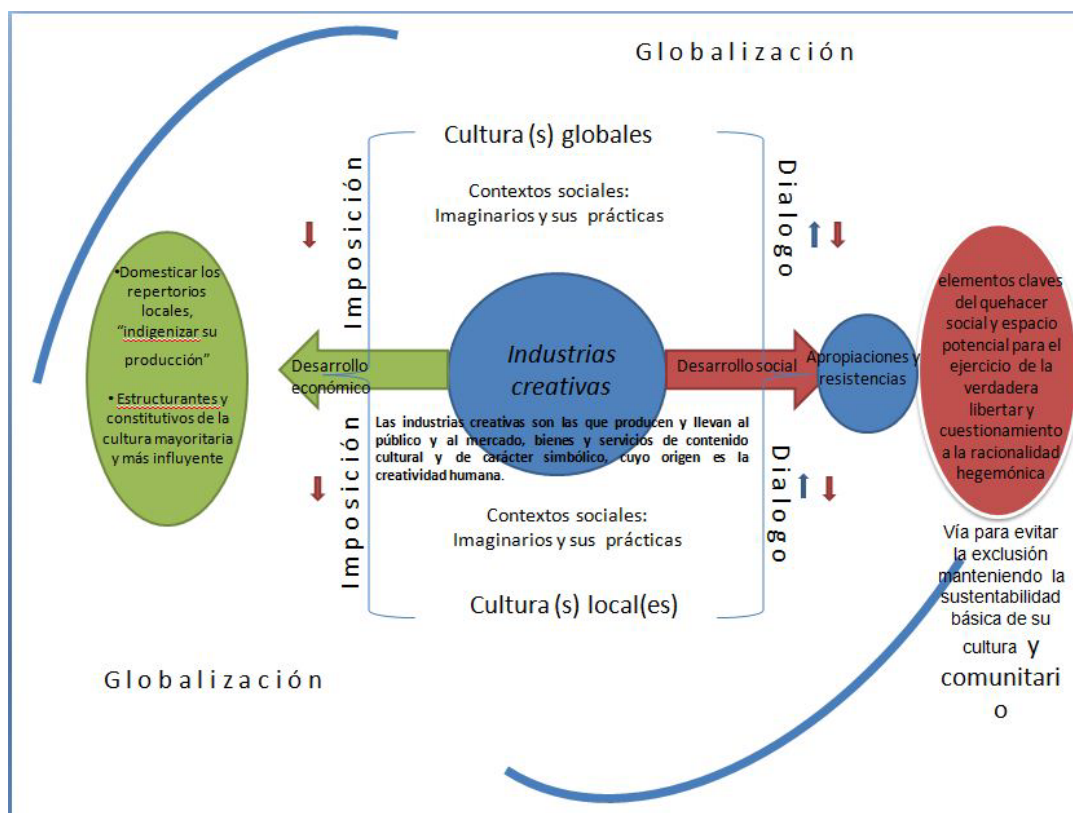
De igual manera sucede el caso contrario, dónde se pueda identificar una industria con objetivos de desarrollo económico, pero cuente con prácticas que busquen el desarrollo social mediante la

ejecución de acciones interculturales que busquen la sustentabilidad al menos en un nivel básico de la cultura local.

Esto generaría un espectro lineal, donde en los extremos se situaría en un lado el económico, y por el otro el social, entre estos, se ubicaría la industria creativa la cual por sus características podría tener una mayor inclinación ya sea hacia el lado economicista o social.

En la mayoría de los casos es la cultura global, la hegemónica, portadora y directora de las industrias creativas que se siembran en regiones donde la cultura local es aún muy fuerte, tal es el caso de las comunidades indígenas de la zona Altos de Chiapas, esta interviene con diferentes estrategias que obedecen a sus objetivos que mediaran entre los sujetos y su forma de entender al mundo en su contexto social. En el siguiente esquema ejemplifico:

Esquema de intención de las industrias creativas



De esta manera concluimos con la definición de los “componentes” que integran este peculiar escenario que dinamiza procesos sociales de inclusión y exclusión de unos y otros dentro de contextos sociales específicos. Con base a estas nociones, identificar las reconfiguraciones que surgen dentro de las localidades que participan activamente dentro de las industrias creativas.

1.3.- Acercamiento referencial

Sabemos que existe una gran espectro de paradigmas investigativos como: positivista, pospositivista, realista, sociocritico e interpretativo. Cada una de estas propuestas sustenta una forma muy específica de construir conocimiento, en la cual hay que seguir una

lógica básica y preconstruida que se articulará en función de las finalidades de la investigación y sobretodo de la reflexión epistemológica del investigador.

La elección del método dependerá entonces de las características identificables del fenómeno que deseamos estudiar y el lugar que el investigador quiera ocupar dentro del desarrollo del investigador. De esta manera, identificamos un fenómeno con características de una fuerte dinámica social, producto de las interrelaciones entre sus actores, provocando la generación de información que debe ser interpretada.

Asimismo, se decidió que el lugar del investigador debe estar ocupado bajo un papel de elemento activo e interpretativo de la realidad observable del fenómeno bajo elementos que él considera están interviniendo y que llevan al suceso social se desarrolle de la manera que lo está haciendo.

Tomando en consideración estas decisiones, se optó por elegir como mejor plataforma para el desarrollo de esta investigación al paradigma interpretativo, el cual posee características específicas que nos ayudarán a explicar el suceso que se está investigando.

1.3.1.- Nuestra plataforma, el paradigma interpretativo

Sabemos que los estudios culturales son empleados para el uso de un amplio espectro de metodologías interdisciplinarias de investigación. Esta interdisciplinaridad provoca diálogos y debates entre diferentes acepciones que pueden encontrarse situadas desde

diferentes posiciones las cuales son puestas en común en pro de la consecución de algún objetivo investigativo.

En este sentido, los estudios culturales latinoamericanos tienen una amplia tradición en la realización de trabajos donde se ocupan de las culturas subalternas y sus expresiones que generalmente provienen de los grupos marginados por su situación de raza, sexo, preferencia sexual, etc.

De igual manera los estudios culturales, y particularmente los latinoamericanos no sólo buscaran las formas y fondos de la cultura “baja”, popular y masiva producto de lo residual sino también manifiestan una especial preocupación por entender los espacios de resistencia dentro de la cultura popular y de masas ante el advenimiento de las industrias culturales en cualquiera de sus formatos. Concibiendo la idea de que cultura funciona como un proceso interactivo con la sociedad y como medio fundamental tanto de control hegemónico como de resistencia.

Bajo estas razones, conviene abordar la siguiente investigación desde el marco de los estudios culturales, ya que el sujeto de estudio son las mujeres indígenas de Chenalhó, Chiapas, que de acuerdo a los usos y costumbres es un sector marginado en su contexto de subalternidad.

En este sentido, y bajo el cobijo de los estudios culturales se desprenden diversas estrategias de aproximación al conocimiento de la realidad, estas nociones se agrupan según las diferentes maneras de interpretar los datos obtenidos a través de metodologías específicas.

Una de estas nociones es la del paradigma interpretativo gira en torno a la realidad construida como concepto defendido por quienes enfatizan el papel de los individuos y de los grupos en la consideración de la realidad como una construcción mental y cognitiva de los seres humanos, los cuales interpretan de diferentes maneras los mismos fenómenos.

En este sentido, el paradigma interpretativo renuncia al ideal objetivista de la explicación y postula la búsqueda de la comprensión.

Comprender el comportamiento humano, no reduciendo a esta a mera conducta, sino al devenir de una acción. La acción humana es, justamente, la conducta dotada de una significación subjetiva. Admitiendo esta distinción, es lógico llegar a la conclusión de que el saber sobre los fenómenos sociales sólo puede legitimarse mediante la interpretación por parte del observador del sentido conferido por el actor a su conducta.

El carácter subjetivista dentro del paradigma interpretativo es sumamente importante ya que dota de sentido práctico a las condiciones objetivas del sujeto propiciando la acción y su devenir histórico-social.

De esta manera el paradigma interpretativo aspira a explicar los significados subjetivos asignados por los actores sociales a sus acciones así como a descubrir el conjunto de reglas sociales que dan sentido a las actividades sociales sometidas a escrutinio, y así revelar la estructura de inteligibilidad que explica por qué dichas acciones tienen sentido para los sujetos que las emprenden (Carr y Kemmis, 1988).

Según Lincoln y Guba (1985 y 1991), el paradigma interpretativo se caracteriza por cinco axiomas:

1. La naturaleza de la realidad. Frente al concepto positivista de la realidad como algo simple y fragmentable, el concepto de que las realidades son múltiples, holísticas y construidas. Esto implica la renuncia al ideal positivista de la predicción y del control. El objetivo de la investigación pasaría a ser la comprensión de los fenómenos.
2. La relación entre el investigador u observador y lo conocido. Para el paradigma interpretativo resulta de suma importancia la interacción y el dialogo entre el sujeto cognoscente y lo conocido.
3. La posibilidad de la generalización. La aspiración de desarrollar un cuerpo ideográfico de conocimientos capaz de describir el caso-objeto de indagación.
4. La posibilidad de nexos causales. Partimos de la suposición de que los fenómenos se encuentran en una situación de influencia mutua, por lo que no resulta factible distinguir causas y efectos.
5. El papel de los valores en la investigación. La investigación contiene al menos en potencia influencias del investigador, paradigma, teoría, interpretación y de los valores que forman parte del contexto en que se desarrolla el trabajo.

Estos puntos se verán reflejados en el estudio que se realizará mediante la concatenación de variables observadas del fenómeno y sus relaciones, así como las reflexiones que realice el investigador sobre las

industrias creativas locales, específicamente la del grupo “Las Vegas” y sus mediaciones.

Dentro de estos axiomas se encuentran características propias de la investigación interpretativa (Lincoln y Guba, 1985).

- Ambiente natural. Los fenómenos no pueden ser comprendidos si son aislados de sus contextos.

En el caso de nuestro objeto de estudio, debemos observar sus interacciones desde sus espacios sociales propios para no aislar las conexiones existentes y ser lo más apegado a la realidad.

- El instrumento humano. El humano es el instrumento de investigación por antonomasia.
- Estudiamos a un grupo humano de mujeres indígenas y sus relaciones sociales a través de su injerencia en la industria creativa textil, desde una mirada de los Estudios Culturales.
- Utilización del conocimiento tácito. Junto al conocimiento de tipo proposicional, el conocimiento tácito ayuda al investigador interpretativo a apreciar los sutiles fenómenos presentes en los ámbitos objeto de indagación.
- El conocimiento tácito consta comúnmente de hábitos y aspectos culturales que difícilmente reconocemos en nosotros mismos, desde estas diferencias que observemos en nuestros sujetos de estudio podremos empezar a gatillar la investigación para así descubrir las reconfiguraciones sociales si es que existiesen.

- Métodos cualitativos. Estos métodos se adaptan mejor a las realidades múltiples.
- Debido a nuestra problematización y objetivos de la investigación, utilizaremos herramientas de índole cualitativo para así valorar las interpretaciones, análisis y reflexiones producto de los resultados de la puesta en marcha de estos métodos.
- Análisis de datos de carácter inductivo. El investigador interpretativo prefiere el análisis inductivo porque este procedimiento ofrece grandes ventajas para la descripción y comprensión de una realidad plural y permite describir de una manera completa el ambiente en el cual están ubicados los fenómenos estudiados.
- La utilización del método etnográfico nos ayudará a describir y comprender el ambiente en el cual se desarrolla nuestro sujeto de estudio, las artesanas textiles creativas de Chenalhó, particularmente la del grupo “Las Vegas”.
- Resultados negociados. El investigador prefiere negociar los significados y las interpretaciones con los sujetos humanos que configuran la realidad investigada, contrastando con ellos su propia visión del proceso.
- La observación por si misma nos dará respuestas, y nos permitirá acercarnos a los objetivos de la investigación, pero no bastará, tendremos que poner en marcha otras herramientas como la entrevista, grupos focales y/o estudio de casos, para obtener mayor información de lo que analizamos con lo que sabemos.

- De esta manera, realizaremos entrevistas a profundidad y casuales no sólo a las integrantes del grupo “Las Vegas”, sino también a sus familiares, personas cercanas a ellas y que vivan dentro de su comunidad, así como demás grupos con los que interactúan como son las ONG’S y grupos gubernamentales, para así tener un panorama completo y más próximo al de la realidad.
- Interpretación ideográfica. Las interpretaciones se llevan a cabo remitiéndose a la particularidad del caso analizado y depende del contexto concreto y de las relaciones establecidas entre el investigador y los informantes.

Sólo lograremos dibujar este panorama si conectamos e interpretamos correctamente los diversos panoramas que se presenten en las diferentes etapas de la investigación, para ello resulta primordial realizar una buena etnografía en la comunidad, y en la industria de estas mujeres artesanas.

Por su concepción y sus características específicas elegimos al paradigma interpretativo como nuestra plataforma de interacción e interrelación para con nuestro objeto o fenómeno de estudio, ya que buscamos comprender e interpretar la realidad o realidades que circundan entorno a nuestro objetivo y sus significados, percepciones, intenciones y acciones.

Bajo este tenor, el paradigma interpretativo buscará siempre contar con teorías sociales que se encuentren fundamentas y

enraizadas en el quehacer social. Así mismo éstas deberán ser flexibles en cuanto a la convalidación del conocimiento implicando que la teoría afecta a la práctica exponiendo a la autorreflexión el contexto teórico que define la práctica.

Así, la misión de la teoría o las teorías del paradigma interpretativo será como afirmó Carr y Kemmis (1998) “transformar las conciencias, diferenciar los modos de aprehensión e iluminar la acción”.

1.3.2- Mediaciones múltiples como marco de acción.

En anteriores líneas hemos mencionado que esta investigación nace a partir de la siguiente pregunta problematizadora:

- ¿De qué manera se registran las apropiaciones y resistencias en la industria creativa textil de los Altos de Chiapas, específicamente la de Chenalhó, entre sus elementos locales propios y los externos, y cuáles son las reconfiguraciones socioculturales que surgen a partir de éstas dinámicas?

Con el objetivo de analizar las reconfiguraciones sociales de la industria creativa textil en artesanas de Chenalhó, su efecto en las redes comerciales, estructuras y dinámicas de la sociedad mediante el registro de apropiaciones y resistencias que genera al ser espacio de diálogo entre una cultura global-hegemónica y una cultura local-

subalterna. Para alcanzar este objetivo utilizaremos como marco de acción la teoría de las mediaciones múltiples.

La teoría de las mediaciones múltiples otorga nuevos referentes de estudio para los Estudios Culturales ya que permite un acercamiento a la producción, transmisión y utilización de la cultura, a través de la comprensión de los modelos culturales y de sus funciones.

Ubicando a los procesos comunicacionales dentro de la cultura y propone investigarlos desde las mediaciones y la recepción, es decir, desde los usos que la gente hace de lo que recibe de los medios pero también desde sus modos y formas de comunicación.

La mediación es “adecuado para estudiar todas aquellas prácticas, sean o no comunicativas, en las que la conciencia, las conductas y los bienes entran en interdependencia” (Serrano, 2004)

La utilización de esta teoría en los Estudios Culturales son sumamente útiles cuando la cultura se emplea como proceso de dominación o si ocurre un fenómeno de transculturación. Se propone invertir lo que hasta entonces se había considerado: en vez de ver a la comunicación como proceso de dominación, ver a la dominación como proceso de comunicación (Serrano, 2004).

Martin-Barbero (1989) afirma que la mediación múltiple inicia como un proceso en el que una clase hegemoniza en la medida en la que se representa intereses que también reconocen de alguna manera como suyos las clases subalternas.

En nuestro modelo de investigación, podemos observar una posibilidad de transculturación o de dominación entre elementos propios de una cultura local, como es la tsotsil, con signos extranjeros y pertenecientes a una cultura global.

Lo global reconfigura ciertas señas de identidad de lo local a través de un dialogo intercultural propuesto mediante la apertura de un espacio que representa la industria creativa textil.

La participación de una mediación existe en una elaboración de una representación de lo que sucede en el mundo, se inicia cuando la institución mediadora u otros agentes sociales, seleccionan ciertos elementos para hacerlo públicos o mediables (Serrano, 1997).

En este sentido la mediación estudia cuáles son y cómo funcionan los nuevos mecanismos de control. Martin Serrano (1977), afirma que la ocupación de la mediación múltiple consiste en reproducir a nivel cognitivo, modelos de ajuste para reducir la disonancia que a nivel real, tiene lugar entre la innovación tecnológica, el cambio cultural y la organización social.

Es posible construir un modelo lógico de una realidad contradictoria, poniendo en orden a nivel formal el desorden existente a nivel real, y (...) la actuación sobre la realidad sirviéndose de dicho modelo ideológico no ofrece ninguna dificultad especial. (...) La incoherencia en la organización social puede ser representada y estabilizada a nivel de un modelo formalmente racional (Serrano. 1977).

A nivel cognitivo la mediación equivaldría al sistema de reglas y de operaciones aplicadas a cualquier conjunto de hechos, o de cosas pertenecientes a planos heterogéneos de la realidad, para introducir un orden y legitimar su uso.

Ofreciendo la alternativa de que los desajustes se corrijan actuando sobre los sujetos, que se verán obligados a “cambiarse” continuamente para adaptarse a las transformaciones en curso.

La mediación se erige como un modelo de ajuste, “cuya función es producir instituciones mediadores, (por ejemplo, los asistentes sociales), modelos mediadores (por ejemplo, la mística del desarrollo) y objetos mediadores (por ejemplo, los productos culturales) que actúan como giróscopos, restableciendo un equilibrio en el estado de permanente disfunción a que está sometida la sociedad, como consecuencia de los desajustes entre las normas, las tecnologías y las personalidades (Serrano, 1978).

Se puede hablar de mediación cuando determinados significantes deben asumir determinados significados, y cuando para atribuir los segundos a los primeros, existe un código mediador. O lo que es lo mismo: cuando ciertos objetos del medio humano (materiales o inmateriales) van a ser relacionados con ciertos objetos, a través de un proceso de

interpretación de la realidad que dirige comportamientos y las acciones, mediando siempre un proceso cognitivo (Serrano, 1978).

Al ser efectiva la mediación, entonces, se construye un sistema de orden el cual es equivalente a un código construido por un repertorio de reglas de formación a partir de las cuales puede generarse un número de mensajes indefinido, que son equivalentes desde el punto de vista normativo, y, por tanto, intercambiables. Una visión del mundo se conserva mientras ese repertorio de reglas de formación (la estructura del código) se mantenga estable (Martin Serrano, 1977). La clave no está en que elementos del acontecer se incluyen en los mensajes, sino en cómo se relacionan entre sí.

El paso del sistema de funciones ideológicas al sistema de funciones lógicas consiste en identificar el repertorio mínimo de componentes que forman el discurso ideológico y sus reglas de combinación. Se trata de distinguir cuáles de esos componentes son cualitativamente distintos (y, por tanto, insustituibles) y cuáles redundantes (sustituibles) (Martin Serrano, 1977). Para ello, se examina las relaciones lógicas (determinación, interdependencia, constelación, exclusión) entre los diferentes componentes, hasta ver cuáles aparecen junto a otros y cuáles no. Mediante este procedimiento, es posible obtener las leyes de combinación de los diferentes componentes, a partir de los cuales se puede construir el modelo lógico generador del discurso ideológico.

El planteamiento de la doble racionalidad de la acción social hace aflorar, además, una concepción instrumental de los medios -y de la mediación- al aparecer unos “agentes” o “mediadores” con “intereses” que “programan” la mediación y que parecen estar situados fuera de esta.

De esta manera, Martín-Barbero (1987), estudia sus usos así como las lógicas (mediaciones) que atraviesan y organizan el proceso comunicativo. En el prólogo a la edición de 1998 “De los medios a las mediaciones”, propone un nuevo mapa de las mediaciones que dé cuenta:

Las nuevas complejidades en las relaciones constitutivas entre comunicación, cultura y política” y que pone en relación, por un lado a las matrices culturales (MC) y los formatos industriales (FI), y, por el otro a las lógicas productivas (LP) y competencias de recepción o consumo (CR): las relaciones entre MC y LP son mediadas por distintos regímenes de institucionalidad, mientras las relaciones entre MC y CR están mediadas por las diversas formas de socialidad. Entre las LP y los FI median las tecnicidades, y entre los FI y las CR median las ritualidades (Barbero, 1998).

Pensamos a la mediación como un proceso estructurante que resulta de la interrelación de los actores, agentes, procesos y prácticas comunicativas con distintas instancias (estructuras) y procesos sociales.

Como proceso estructurante, dicho encuentro pone en juego constricciones y habilitaciones que condicionan, configuran y otorgan sentido a la comunicación.

Así podríamos observar como ciertos agentes introducen códigos, discursos, reglas, o intereses, que estructuran, norman o programan un discurso que da “orden” a la realidad de estas mujeres indígenas reconfigurando su mundo.

Un ejemplo de estos agentes mediadores puede ser las ONG’S que intervienen en el proceso de formación de estas artesanas creativas indígenas que con ciertos intereses, programan nuevos valores de trabajo, familia, creatividad, comunidad, etc; buscando mediante ciertas prácticas comunicativas una ordenación o reconfiguración sociocultural de su forma de concebir al mundo.

De esta forma desarrollamos la idea de que las culturas indígenas no pueden existir con perfecta autonomía, inmaculadas y excluidas de cualquier transformación producto del contacto con otras, ni tampoco funcionan como meros apéndices atípicos de un capitalismo que todo devora. Configurando así un mapa donde las culturas indígenas se articulan como parte integrada a la estructura productiva del capitalismo pero sin que su verdad se agote (Martin-Barbero, 2010).

Este mapa propuesto por Martin-Barbero y García Canclini, para comprender su funcionamiento y el sentido de la producción artesanal y las fiestas indígenas, implica la diferenciación analítica en tres planos:

- De las diferencias que vienen de afuera
- De las mediaciones que operan desde adentro
- De las operaciones de afirmación étnica

Las presiones vienen en primer lugar del empobrecimiento progresivo de las comunidades indígenas producto de la invisibilización histórica como sujetos. Esto ha producido, entre otros conflictos, falta de crecimiento y desarrollo del campesinado por el acelerado crecimiento demográfico y falta de políticas que fortalezcan el deteriorado precio de los productos agrícolas, que empujan a la emigración, y fomentan la concentración de la pobreza. (Barbero, 2010 y Canclini, 2002).

En estas condiciones la producción de artesanías se convierte en un recurso económico válido tan importante que en algunas comunidades llega a ser su fuente principal de ingresos. También desde el consumo capitalista se generan presiones, pues el proceso de estandarización de los productos y la homogenización de los gustos exige paradójicamente hacer frente a los riesgos de entropía renovando periódicamente los diseños, innovando en las texturas, produciendo diferencia. (Canclini, 2004)

En el terreno de las mediaciones, se encuentra constituido por los dispositivos a través de los cuales la hegemonía transforma desde

adentro el sentido del trabajo y la vida de la comunidad (Barbero, 2010).

Aquello mismo que las comunidades indígenas produjeron, o mejor sus modos de producir, se convierten en vehículos mediadores de la desagregación: dislocación de las relaciones entre objetos y usos, entre tiempos y prácticas (Barbero, 2010).

La dimisión de la afirmación étnica pasa desde luego por el concepto de apropiación y resistencia que se materializa en la artesanía y la cultura misma de los pueblos originarios, en lo residual, emergente y alternativo, dejando en claro que su identidad esta modificándose (García Canclini, Las culturas populares en el capitalismo).

Para realizar la tarea de mediación lo más eficaz y eficientemente posible, hay que establecer (con acierto o con error) los marcos de referencia adecuados para que los agentes sociales, se sitúen en el cambio de posibilidades históricas. Este marco de referencia en nuestro caso sería la industria creativa textil.

CAPÍTULO II: EL PAISAJE DE LA INDUSTRIA CREATIVA TEXTIL EN CHIAPAS

“El sapo en su condición de anfibio, permanece como un símbolo de la fertilidad de la tierra y de las aguas que le permitieron nacer. En un cuento de Chenalhó, un sapo llamado Antonia espera en la puerta y cuida la casa del Señor de la Tierra, siendo esta la caverna que conduce al inframundo”

Walter Morris

En el próximo capítulo haremos un recuento histórico sobre las diferentes condiciones sociales que mediaron y que algunas aún median en la constitución de nuestro sujeto de estudio, (las artesanas creativas textil de “*Las Vegas*”) y su espacio de acción (industria creativa textil de los Altos de Chiapas).

Analizaremos como las diferentes mediaciones promovieron que se suscitaran diferentes posibilidades sociales que desembocaron en el panorama que hoy en día existe y como este ha provocado diferentes reconfiguraciones en los diferentes espacios de vida de comunal, particularmente en el de nuestros sujetos de estudio.

Asimismo haremos una breve radiografía que nos permitirá ver el panorama en el cual se posiciona la industria creativa en el estado chiapaneco.

2.1 Entorno de una región creativa y su conformación histórica

La creatividad ayuda a potenciar contenidos de los productos culturales, renovar festividades e imaginarios colectivos y a fomentar empleos e inversiones. La industria creativa facilita la combinación del valor mercantil con el valor simbólico que tales bienes y mensajes tienen como representativo de tradiciones comunitarias y prácticas de identificación social.

En este sentido, la artesanía textil de los pueblos originarios, más allá de su inmediatez de belleza, existe un discurso para los indígenas donde el textil es apreciado como señal y posición social; identidad individual y colectiva (Lacy, 2014). Como bien señala Andrés Fábregas Puig, “los textiles de los pueblos autóctonos de Chiapas constituyen una guía para la comprensión de la cosmovisión y los mecanismos de la cultura para preservarse, transformándose en sus propios términos y mantener identidad” (2014).

Sin embargo, con la incursión de la industria creativa textil en la elaboración de bordados, estos han sufrido reconfiguraciones de carácter estético, pero los discursos básicos de identidad y reconocimiento aun prevalecen. Dentro de las industrias creativas textil dichas reconfiguraciones no sólo se presentan a niveles del producto sino también social, específicamente con las artesanas, ya que el concepto de creatividad incide a todos los niveles dentro de los procesos de construcción de la industria.

La zona de los Altos de Chiapas, se encuentra como un sitio con alta marginación, dicha situación ha provocado que muchos de sus habitantes tiendan a emigrar, sin embargo, la incorporación de la industria creativa, particularmente la textil, al mercado urbano, turístico y sobretodo global posibilita que muchos indígenas permanezcan en sus comunidades y reactiven sus tradiciones productivas y culturales bajo la inserción de un nuevo ingrediente, la creatividad.

Para Nestor García Canclini (2010), el vínculo de la industria creativa con el desarrollo es valorable por su modo de construir o reconstruir la sociedad.

Junto con los derechos económicos de las empresas hay que considerar los derechos culturales de los ciudadanos. En una época de industrialización de la cultura, estos derechos no se limitan a la protección del territorio, la lengua y la educación. El derecho a la cultura incluye lo que podemos llamar derechos conectivos, o sea el acceso a las industrias culturales, creativas y las comunicaciones.

En este sentido el desarrollo que debe generar al entorno la puesta en marcha de una industria creativa está direccionado a la noción de inclusión cultural de una comunidad a las dinámicas globales y su visualización de estas en diversos contextos.

La Organización de los Estados Americanos, en su informe sobre cultura y crecimiento económico (2004), valora que el entorno cultural y creativo de México representa un 7.3% del Producto Interno Bruto del país, situándolo como una posible potencia económica-cultural. Es decir, que su cultura constituye en sí misma, además de su valor intrínseco en términos sociales, y estéticos, un motor de crecimiento y de desarrollo económico, como lo refleja su elevada participación dentro del PIB, la alta productividad de sus numerosos trabajadores y finalmente, las ventajas competitivas de su interacción comercial con el resto del mundo.

El reto es aprovechar e incrementar mediante la aplicación de creatividad este potencial cultural, en un marco de integración de las diversas identidades que circundan y conforman nuestro entorno como nación-estado. Aprovechar el recurso cultural, potenciarlo mediante lo creativo para generar desarrollo económico regional, donde se pueda crear un ambiente en el cual la gente pueda desarrollar completamente su potencial y conducir sus vidas productivas y creativas de acuerdo con sus necesidades e intereses individuales o comunales (Piedras, 2010).

Pese a esto, México aún no sale de los últimos lugares de los países miembros de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo

Económico (OCDE) en la creación y gestión de sus industrias culturales y creativas debido a la falta de un conjunto de reglas claras actualizadas que correlacionen su desempeño económico con su responsabilidad social y la falta de políticas públicas, económicas y sociales que fomenten, regularicen y busquen el desarrollo social de éstas.

Pese a estas limitaciones actuales, la producción cultural de México ha ido en aumento, tan sólo hace unos 15 años atrás alcanzaba un 3% del PIB, al hoy casi 7% del PIB que representa (Canclini y Piedras, 2010).

Esto debido a varios factores que tienen que ver con el desarrollo de un capitalismo avanzado, el cual produce fuerzas globalizadoras que extiende redes de producción, distribución y consumo a todo el orbe, el cual dinamiza las acciones no solo comerciales sino también sociales de culturas locales antes invisibilizadas por estos procesos económicos, políticos y culturales.

Asimismo, el avance tecnológico ha propiciado que existan mayores facilidades y posibilidades para obtener un acercamiento, reconocimiento y mestizaje entre culturas y sus informaciones.

México cuenta con tres millones 300 unidades económicas de negocio, distribuidas entre micro, pequeñas y medianas compañías en su amplia mayoría, y un porcentaje menor en grandes empresas, de éstas, poco más de 180,000 unidades están dedicadas directa o indirectamente a la cultura, siendo igualmente una amplia mayoría pequeñas Pymes culturales (Canclini y Piedras, 2010).

Es decir en México existe una cierta estructura empresarial e industrial que está orientada al consumo cultural de bienes y servicios que, pese a las limitantes constitutivas, ha encontrado caminos de conformación y consolidación a lo largo del territorio nacional.

De estas industrias culturales diversificadas, la textil y la creativa textil ocupa el 1.3% de la población económicamente activa de México (INEGI). Exportaron más 70 mil millones de pesos tan sólo en el 2012, aumentando en más de 4% con respecto al año anterior. Finalmente, la industria textil movió más de 120 mil millones de pesos solamente en el año 2012 (INEGI).

En Chiapas, esta industria en el año 2009, generó un valor agregado de más de 2 millones 555 mil de pesos, ocupando el puesto 24° de 32 entidades federativas que más pesos mueven con respecto a esta industria, pese a que es uno de los principales estados en diversidad de textiles de culturas originarias. Sin embargo, esta misma industria en la entidad sólo logró un valor agregado de 2 millones de pesos en el año 2003; es decir, en un sexenio se logró un crecimiento alrededor del 25% de dicha industria en Chiapas (INEGI, La industria textil y del vestido en México).

La participación del valor agregado bruto de la industria textil y del vestido chiapaneco en la industria manufacturera de esta entidad sólo representó el 2% en el año 2009.

En Chiapas existen 1,279 unidades económicas incorporadas a la industria textil, ocupando alrededor de 2,500 personas que en un carácter regular reciben un usufructo de su participación en dicha

empresa. De estas cifras más del 85% se dedica plenamente a la fabricación de productos textiles y prendas de vestir, dejando muy atrás a otros rubros como el cuero, insumos, fabricación de telas e hilos y demás (INEGI, La industria textil y del vestido en México, 2013).

De este 85% de empresas o industrias que se encuentran plenamente identificadas con la fabricación de productos textiles y prendas de vestir, cerca del 80% se dedica exclusivamente a la elaboración de estos productos y prendas de carácter tradicional-artesanal de culturas originarias, principalmente ubicadas en la zona altos que mediante la aplicación de creatividad en sus prendas y elaboraciones textiles se encuentran inmiscuidas en lo denominado industria creativa textil de Chiapas (INEGI, La industria textil y del vestido en México, 2013).

Conforme a estas cifras puedo concluir que la industria textil en general con respecto al resto del país es aún incipiente, y su crecimiento pese ir en un franco aceleramiento aún no termina por despegar, viendo desde lejos a las grandes cifras operativas que se manejan en los grandes puntos textileros del país.

Pese a esto, cabe señalar que de la pequeña industria textil que existe en la entidad, esta depende casi en su totalidad de la creativa, la cual encuentra mayoritariamente su desarrollo en las manos de las diferentes tejedoras y bordadoras indígenas de la zona de Los Altos.

Si bien la industria creativa textil no termina por explotar toda su capacidad operativa y comercial, está año con año va creciendo, convirtiéndose en una opción de empleo para las mujeres de la zona.

Ahora, cómo se llegó a suscribir esta industria en Chiapas, y que medio para su conformación bajo la mirada de su devenir histórico.

El antropólogo Thomas A. Lee Whiting (1985) sitúa a los textiles chiapanecos en una incertidumbre de origen en cuanto una fecha exacta de creación ya que por su fragilidad los textiles suelen ser difíciles de conservar en el tiempo.

Thomas A. Lee realizó hallazgos de textiles prehispánicos correspondiente al área mesoamericana maya encontrados en las cuevas de Chiptic, Cieneguilla, Garrafa, Chicomusel, Camcum y el sitio abierto del Lagartero, pertenecientes al periódico Posclásico (900-1500 d.C.). En esta época era muy común que a los muertos que habían ocupado un puesto de alta jerarquía se les enterrase vestido con sus prendas que simbolizaban su alto rango y que le ayudaría al difunto en su camino al inframundo. Esto nos indica que la tradición de vestirse con prendas que simbolizaran la profundidad cultural de raza data de más de dos mil años de historia.

Para Thomas Lee, los oficios de hilado y tejido eran comunes a todas las mujeres, sin importar la edad, y las mantas de algodón (material mayormente utilizado en la elaboración de textiles en la época prehispánica) se producían en grandes cantidades. Los tributos coloniales se pagaban a los españoles con dichas piezas que, seguramente en tiempos anteriores, eran también el tributo principal a los caciques locales.

Es decir, el textil indígena y sus elementos ya desempeñaban un papel de índole comercial entre ellos y otros desde hace más de mil años.

2.1.1 Configuración de la industria textil artesanal en México

La diversidad de textiles y sus diversas técnicas de tejido indígena surgieron hace miles de años a partir de la observación detenida de las cortezas, nidos y redes de los animales, es decir, a través de la observación e interacción con su entorno, su comunicación y respeto con el mundo.

La necesidad de cubrirse del frío obligó a los hombres a inventar cómo entrelazar urdimbres y tramas. Muchos años después de este aprendizaje, los textiles se hicieron más elaborados: se empezaron a plasmar en las telas cosas que se ven, como los animales, las plantas y las diversas formas de la naturaleza. Pero también surgió la necesidad de plasmar cosas que salen del mundo interior para satisfacer al espíritu humano, para comunicarse, con ellos y con lo otro (Orellana, 2002).

Creaciones que para Margarita Orellana (2002) fueron individuales al principio y luego colectivas, dando paso a la identidad del clan, la tribu y finalmente a la etnia. Durante la época clásica maya (300-600 d.C.) la elaboración de textiles ceremoniales alcanzó su esplendor.

Cada textil poseía toda una cosmovisión a través de la combinación de hilos, colores, formas y símbolos. De esta manera surgió el primer discurso en torno al textil, como una forma de comunicar la identidad y de respeto al mundo natural

En la época precolombina, las mujeres indígenas ubicadas en la división del trabajo de las cosmogonía maya eran conducidas dentro de sus múltiples actividades al tejido. Para Jean Chevalier (1972), a las mujeres de la época se les instruía para que visualizaran al tejido como una creación, un parto. Cuando el tejido ha sido terminado, la tejedora corta los hilos que la unen al telar y, al hacerlo, pronunciaba la bendición que siempre dice la partera al cortar el cordón umbilical del recién nacido.

Tanto el Código de Sahagún como el Mendocino exponen la importancia del oficio del tejido en la vida social de las mujeres de la época, labor exclusivas de ellas, donde aquellas que pertenecían a las clases bajas debían aprender a tejer a través de una enseñanza familiar, mientras las que formaban parte de la alta sociedad contaban con el derecho de asistir a una escuela.

2.1.2 Época colonial

En la época prehispánica las culturas originarias basaban su actividad textil y manera de vestir en sus creencias, modo de vida y sobre todo en los recursos con los que contaban. A la llegada de los españoles estos esquemas bajo los cuales regían esta actividad se vieron reconfigurados drásticamente.

Tras la conquista, los españoles construyeron sobre ruinas prehispánicas sus casas al estilo europeo, repartiéndose a manera de botín grandes extensiones de tierra y configurando nuevas ciudades y orden. Para el mantenimiento de las grandes haciendas, rancherías y residencia, así como para sostener el modo de vida de la clase alta española de la época se necesitaría de una gran mano de obra capaz de sostener tan laboriosa demanda. Los indígenas que se habían quedado sin hogar acudían a las nuevas propiedades de los españoles, en donde para ser protegidos, amparados, recibir alimento y adoctrinarse en la fe cristiana, pagaban su estancia con la esclavitud, servidumbre o bien rendían tributo. A este proceso se le llamo la encomienda (Zavala, 1996).

Las indígenas continuaban con la labor de fabricar tejidos pero ahora no eran sólo destinados para su autoconsumo, sino tenían que tomar en cuenta los requerimientos de los conquistadores españoles, los cuales se encontraban acostumbrados a usar otro tipo de fibras como la lana, así como diferentes cortes, confecciones y bordados, características a las cuales las tejedoras indígenas debieron adaptarse rápidamente si querían pagar su encomienda en tiempo y no recibir reprimendas.

Para satisfacer su gusto en el vestir, los españoles introdujeron a México nuevas fibras como la seda y lana, esto implicaba para los españoles importar tanto la tecnología adecuada como a los sastres que pudieran capacitar al indígena en el uso de ésta (Lechuga, 1982). La rueca para hilar la fibra, el urdidor vertical rotatorio y el telar de marco

fijo y pedales, conformaron la aportación tecnificada, con el transcurso de los años algunas de estas tecnologías y técnicas fueron apropiadas por los nativos para el tejido, como tal es el caso del telar de pedal, técnica que aún hoy en día es muy utilizada en algunas zonas de la región Altos de Chiapas.

El indígena adoptó tanto la materia prima como las nuevas técnicas textiles de una manera rápida y eficiente, de modo que sus productos además de igualarse en belleza y calidad de manufactura con los de los sastres españoles, eran muchos más baratos (Zavala, 1996). Surgiendo así la primera reconfiguración sería en su forma y sentido del tejer, al incorporar dicha actividad no sólo como una acción de resignificación sino ahora comercial. Aunque la gran parte de los fabricados, distribuidos y vendidos eran prendas de origen y connotación estrictamente colonial, para uso de los españoles. Con el paso del tiempo, los indígenas fueron apropiando no sólo fibras, sino también colores y simbología de origen español o externo a su cultura.

Estos productos transculturalizados, mestizados entre dos culturas, resultaban del agrado de la clase alta de la colonia, al ser adquiridos a razón de su bajo costo y su singular belleza para uso ornamental en las residencias y haciendas españolas.

Los artículos eran consumidos por la clase alta colonial, ya que esta sufrían un cierto grado de dislocación, tras años de ausencia de la península Ibérica y una prolongada estadía en la Nueva España, no se sentían identificadas ni con la cultura que habían dejado, ni tampoco con la que habían encontrado, y si más bien con una mezcla de las dos,

las cuales al mestizarlas se podían identificar, imaginar y entender, tal cual se entendían con estos nuevos productos culturales que estaban surgiendo. Esto generó un grado de distinción en estos nuevos productos culturales mestizados que en su momento fue una fuente de ingresos de valor para los indígenas de la época.

Los españoles comenzaron entonces a comprar productos textiles hechos por manos indígenas, haciendo a un lado a los fabricados por sus paisanos. Esto significó una gran competencia para los sastres, quienes lógicamente no lo permitirán, sino por el contrario, se aprovecharían de ellos para crear un nuevo comercio, naciendo así los obrajes (Zavala, 1996).

La institucionalización de esta industria en la época colonial, dejando al mando a los españoles, propicio que la fabricación de textiles de origen colonial aumentara drásticamente, desplazando hasta su casi desaparición la venta de productos mestizados que anteriormente los indígenas independientes fabricaban, sin embargo aún era posible conseguirlos, ya que algunos pocos obrajes en el centro, y sur del país los vendían a precios elevados pero accesibles para la clase alta que aun mantenía su gusto y distinción por dichos productos culturales.

Los indígenas ubicados en la parte más baja de la pirámide social de la Nueva España, buscaban afanosamente ceñirse a su glorioso pasado que les daba identidad, razón de ser y entender al mundo, mientras buscaban o buscan adaptarse al nuevo reordenamiento del poder y la hegemonía que había dejado de pertenecerles para ser

tomado y ejercido por los españoles, se ciñeron y reconstruyeron sus identidades en el marco de resistencia y la transmitieron de la manera más segura al mostrarse al colonizador todos los días en el trabajo textil indígena que a partir de la institucionalización obrajes, se habían limitado mayoritariamente al uso y diferenciación étnico.

Un ejemplo de esto es el relato que nos cuenta Walter S. Morris en su libro *Diseño e Iconografías de Chiapas*:

Los santos han portado huipiles desde la época colonial, cuando los frailes dominicos pidieron a las tejedoras mayas que vistieran a los santos, como era costumbre en España. Las estatuas de los dioses mayas habían sido vestidas antes de la Conquista, así que las tejedoras mayas simplemente continuaron con la práctica, dedicando ahora su complicado trabajo a adornar nuevas estatuas de pálidas mujeres y hombres barbados. Con la Conquista española desaparecieron las leyes que prohibían a la gente vestirlos mismos huipiles de las deidades y la nobleza, con lo que los antiguos y sagrados diseños pudieron ser portados por todos los mayas; de esta manera, los caminos al cielo, el lugar de las estrellas, los secretos de la agricultura, los lugares místicos que albergan a los dioses, las cuevas y los lugares sagrados, la fauna mágica de la mitología y los mismos mitos pasaron a ser de lo popular.

Estos mismos símbolos que en la época prehispánica eran de uso exclusivo de la deidades y nobleza maya, paso a ser portado por todas las mujeres mayas y parte de los hombres, símbolos que casi 500 años después los encontramos en los textiles actuales de las diferentes etnias de los Altos de Chiapas.

Los trajes de los hombres mayas han cambiado también radicalmente. Su atuendo diario combina ahora elementos de la ropa precolombina y española. El antiguo taparrabo es actualmente una faja, amarrada alrededor de unos pantalones cortos que fueron

introducidos en el periodo colonial. Las túnicas de lana y algodón que la mayor parte de los hombres visten en los Altos de Chiapas son similares a los que vestían los caballeros españoles y a las camisas sin mangas utilizadas por los guerreros mayas. En Chamula se usa una túnica blanca de lana debajo de una larga chamarra negra; el atuendo se parece mucho a los hábitos de lana de los dominicos (Morris y Meza, 1980).

Los nobles mayas adoptaron el traje español después de la Conquista. Con el tiempo se probó que esto era demasiado caro, porque los ibéricos preferían importar linos y sedas costosas. El estilo de la siglo XVI sigue siendo utilizado hoy por los funcionarios religiosos en ocasiones ceremoniales (Morris, 2008).

Así vemos como los trajes y tejidos, los diseños de los textiles en sí, sirvieron para transmitir tanto los símbolos ancestrales como los creados en las distintas fases de la sociedad colonial, de esta manera los indígenas trataban de resistir, al mismo tiempo que apropiaban un nuevo orden que se establecía en Chiapas en el periodo colonial, buscando siempre preservar la experiencia cultural propia, la lengua y la identidad de la misma.

En el caso de Chiapas, esta resistencia fue fuerte ya que la influencia europea no era tan dominante sobre todo en algunas regiones de los Altos, debido a la lejanía con la capital, el camino agreste y las dificultades geográficas que este representaba.

2.1.3 Después de la colonia

Tras la independencia, los obrajes, no lograron sobrevivir ya que manejaban estructuras económicas opuestas a los ideales de los embates de la guerra, produciendo una liberación de mano de obra indígena cualificada para la elaboración de textil con sus diferentes técnicas y materiales. Sin embargo, pese a la aparente liberación del yugo español, continuaron en lo más bajo de la pirámide social ahora de la nueva república mexicana.

Muchos de estos indígenas que eran virtualmente esclavizados en los obrajes, regresaron a trabajar a las tierras ahora pertenecientes a criollos o mestizos empoderados tras la caída del régimen español los cuales vuelven a semiesclavizar a los indígenas dejándoles poco tiempo y dinero para tejer. Aquellos que trabajaban en los ranchos de ganado de las tierras bajas y en las plantaciones de café adoptaron la indumentaria de los campesinos europeos o de ascendencia europea. Prueba de ellos es que las mujeres tseltales y tojolabales usan aún blusas con pecharas bordadas (Morris y Meza, 1980).

Otros tantos, en su mayoría tsotsiles y tseltales, decidieron refugiarse en la protección de la identidad comunal, en la certidumbre de lo suyo, bajo el amparo de las montañas de los Altos de Chiapas.

Ahí resistieron la contemporaneidad de la nueva nación que se tejía en los años del siglo XIX, en la lejanía del sur de la república, en lo más recóndito de sus montañas, bajo la protección de su distancia, en periferia al municipio de San Cristóbal de las Casas, ciudad epicentro de la acción social y política de la época en el estado de Chiapas.

De esta manera, los que decidieron partir hacia las montañas, para refugiarse en lo suyo, empezaron a reconstruir su identidad desde sus textiles, los cuales hacen alegoría a su pasado maya, mestizado con elementos y símbolos de origen español que pasaron a obtener un valor de uso, de auto consumo y de diferenciación étnica.

En 1867 llega la guerra de castas a Chiapas, para Enrique Florescano (1996), este suceso bélico surgido hacia finales de 1830 hasta inicios del siglo XX, y a la época quienes se ocuparon de ellas no dudaron en identificarlas como guerras de castas; es decir, la reconocieron como un conflicto de indígenas contra criollos y ladinos.

Para los criollos y ladinos de la época tomaron esta afronta como una muestra de odio racial de los indígenas para con los blancos. Pronto los criollos y ladinos identificados en el bando de los “*blancos*” tomaron este conflicto como una lucha entre la barbarie indígena contra la civilización blanca.

En la prensa de la segunda mitad del siglo XIX, la expresión guerra de castas se volvió equivalente de lucha entre barbarie y civilización. Los grupos indígenas fueron señalados con el estigma de barbaros... Su generalización indiscriminada no podría explicarse sin la expansión de la prensa que en esta época se convirtió en el principal emisor de mensajes políticos e ideológicos, ni sin el dominio de los centros urbanos sobre las áreas rurales (Florescano, 1996).

Estos hechos radicalizaron posturas entre ladinos e originarios, que no facilitaron la inclusión e interculturalidad de los grupos. Afectando directamente a los productos culturales indígenas los cuales durante esta época dejaron de ser consumidos por los criollos y ladinos

provocado por este discurso de odio, y diferencia que produjo la guerra de castas.

Con el triunfo de la Revolución Mexicana, sus ideales y valores donde se reivindicaba el concepto del mundo rural el cual debería ser integrado al nuevo significado de nación y con ello su pasado prehispánico auspiciado bajo el ideal del mestizaje como elemento superlativo del ser bajo la noción -según Vasconcelos- de la Raza Cósmica (1924).

Esto orientó un nuevo discurso mayormente integrador hacia las diferentes etnias que conformaban a México, y por primera vez en el país se elaboraron políticas públicas que contribuyeron a la visibilización de estas culturales locales.

Parte de estas políticas públicas era la activación económica de las zonas rurales, principalmente vía la agricultura, pero también se tomaron medidas para explotar económicamente el folklor de estas culturas locales, planes que ya se habían puesto en marcha con resultados muy exitosos para las etnias y el gobierno en los Estados Unidos (Bailon, 1980).

El mercado contemporáneo para los textiles de Chiapas se arraiga en los programas nacionalistas del gobierno mexicano que siguió a la revolución mexicana y que era en gran parte un mercado del turismo interno (Bailón, 1980). Los textiles de los Altos captaron la atención de este mercado nacional en los años 20.

A mediados del siglo XX, el campo empezó a vivir un acelerado empobrecimiento progresivo producto de las condiciones históricas-

sociales de marginación y del deterioro de los precios de los productos agrícolas. Por otro lado, se experimenta el *boom* del turismo mundial o internacional, debido a las facilidades tecnológicas y al nuevo espíritu de consumo que empieza a cubrir al mundo. Estas condiciones estimularon a la producción artesanal, convirtiéndose en un recurso económico de suma importancia para las comunidades.

Al mercado extranjero de mediados del siglo XX tenía alta estima por los productos artesanales, específicamente los textiles de origen indígena, a parte de su singular belleza, poseer un producto cultural de origen exótico, folklórico, ajeno a su cultura, reafirmaba y atestiguaba el hecho social del viaje, que principalmente servía como reafirmación social de la "*buena vida*", y la bonanza económica, significados altamente valorados para la sociedad capitalista occidental de la época (Van den Berghe, 1992).

El mercado, internacional, específicamente el turismo, fue atraído a Chiapas en los años 40 con la terminación de la carretera Panamericana en la región (Oglesby 1940; Stephen 1991). La construcción de esta carretera beneficio no sólo el flujo de personas sino de mercancías del centro del país para con el estado. Sin embargo, a la época aun resultaba terriblemente difícil poder moverse entre ciudades de Chiapas ya que los caminos eran aún muy rudimentarios y las jornadas de traslado muy extenuantes.

Esto provocó que sólo aquellas comunidades que se encontraban relativamente cerca de ciudades centrales para el turismo,

principalmente San Cristóbal, pudieran beneficiarse de la venta de artesanías textiles, tal fue el caso de San Juan Chamula y Zinacantán.

Prueba de ello es la incursión del tzeltal, oriundo de Tenejapa Pedro Meza Meza, que junto al antropólogo estadounidense Walter F. Morris fundan en la década de los 70's una industria del tejido llamada *Sna Jolobil* que en tsotsil quiere decir "La casa del tejido" elaborando prendas típicas de Chamula y Zinacantán, para su posterior venta en puntos estratégicos de San Cristóbal (Morris y Meza, 1991).

Podríamos decir que a partir de estos sucesos se empezó a configurar una industria textil indígena en la zona de los Altos de Chiapas. Sin embargo, García, (1993); Wood, (2000), afirman que a pesar de que existía un mercado potencial de los textiles tsotsiles y tseltales, éstos entraron en competencia con los textiles indios norteamericanos, los cuales eran más adaptables en diseños y colores al gusto de compradores internacionales que buscaban nuevas fuentes de arte étnico decorativo.

Esto provocó las primeras reconfiguraciones al producto tradicional tsotsil que buscaba responder a una demanda muy específica de un mercado particular.

La producción artesanal mexicana en general y los textiles en específico se amplió en los años 60's y los 70's en respuesta al aumento en turismo internacional a México (Clancy, 1999; Schlüter, 1994). Durante los años 70's y 80's el mercado de exportación para las mercancías hechas a mano floreció y la producción local y familiar se amplió (Bailón, 1980; Novelo, 1976).

En concordancia a estos sucesos los tsotsiles de San Juan Chamula se apropiaron de la comercialización de estos productos textiles, adueñándose de la distribución y de los diferentes puntos de venta de estos (Pozas, 1987). Sitios como la Plaza Santo Domingo y sus calles aledañas en San Cristóbal de las Casas, así como diversos puntos de referencia para el turismo nacional e internacional eran controlados por los chamulas.

Los tsotsiles de San Juan Chamula se hicieron de tal dominio en consecuencia de ser el municipio con mayor población indígena de la etnia mayoritaria del estado y su cercanía con San Cristóbal de las Casas favoreciendo su condición de puerta de entrada al mundo de las culturas originarias que en la época post-revolución representaba más del 30% de la población en el estado. Estas condiciones favorecieron a que los gobiernos priistas de la época tuvieran que pactar y empoderar a este municipio y sus líderes para así mantener las tensiones bajo control y obtener presencia política (Pozas, 1987).

Producto de este empoderamiento, los líderes de San Juan Chamula ejercieron un dominio sobre diversas actividades económicas de la zona Altos de Chiapas, en específico sobre las tsotsiles, manteniendo el control sobre los procesos agroindustriales, transporte, venta y consumo de víveres, y diferentes industrias entre ellas la textil (Meza, 1980; Arias, 1990).

A raíz de este control textil, vimos como las artesanas textiles tradicionales, particularmente el vestido de San Juan Chamula y Zinacantan se popularizaron, convirtiéndose casi en la única opción de

compra para los turistas nacionales e internacionales que visitaban la zona (Pozas, 1987). Otras manifestaciones provenientes de otros municipios como Chenalhó, Pantelhó, San Andrés Larrainza, Santa Magdalena, El Bosque, entre otros permanecieron prácticamente invisibilizados para este sector industrial-comercial.

Inclusive se instauraron prácticas no recomendables para una industria textil artesanal que es la comercialización de elementos no originales o de baja calidad dañando así el valor artesanal del producto.

Estas prácticas se reflejaron sobre todo en la incorporación de productos de origen guatemalteco que contaban con cierta simbología indígena de este país o materia prima de baja calidad, como hilos y cueros traídos desde Guatemala que demeritaban la calidad de los productos artesanales.

Las acciones fueron incorporadas y utilizadas frecuentemente por los líderes chamulas ya que reducían los costos y tiempos de producción, además de que estos productos pesen a no ser originales o de baja calidad se vendían bien, a precios muy económicos para el turismo local, nacional e internacional (Arias. 1990; Garza 2006).

Estas condiciones se mantuvieron durante la década de los 80's y mediados de los 90's, hasta que el surgimiento de un suceso reconfiguro las relaciones que se mantenían prácticamente intactas desde los años 20's.

Este suceso fue a través de un estallido armado en voz del Ejercito Zapatista de Liberación Nacional (EZLN). Bajo el pasamontañas un

mestizo que se hizo llamar Sub-comandante Marcos alzó el puño y la voz para hacer escuchar las demandas de miles de indígenas que en él se representaban para manifestar un alto a los abusos que sufrían y sufrieron por más de 400 años y construir un *“mundo donde quepan muchos mundos”*.

El Zapatismo desde su insurrección violenta el 1 de enero del año 1994 marcó una coyuntura política, social y económica en el estado más pobre del país. También generó algo más, otro tipo de insurrección a la cual Chiapas jamás se había topado quizá desde su anexión a México, la mediática.

El movimiento indígena atrajo a románticos izquierdistas de todas partes del mundo, la última revolución del siglo XX impulsada por los *mass media* del planeta. La cobertura sobre Chiapas fue total.

Los medios electrónicos generaron un Zapatismo en red global, donde una estructura social con politización y en simpatía zapatista se empezó a componer a través redes activas gracias a las tecnologías digitales de la comunicación. Surgió así un Zapatismo con fondo local pero con formas globales.

Se generó una especie de Zapatismo transnacional, donde puede existir como tal en esa convergencia laxa de lo múltiple precisamente porque es una red. Las redes son relaciones entre actores sociales que se distinguen de otras formas de confluencia de individuos como serían las coaliciones, los movimientos o lo que ha venido a llamarse sociedad civil, puesto que son formas de organización que se

caracterizan por patrones de comunicación e intercambio voluntario, recíproco y horizontal. (Keck y Sikkink, 1998).

Por sus diferentes características de movimiento revolucionario el zapatismo atrajo la atención mediática del mundo entero, hecho inaudito para el entonces el estado más olvidado del país.

Un ejemplo de ello son los números del turismo en Chiapas, que la última década paso a ser el 2º estado más visitado del sureste y el 7º a nivel nacional, y contar con más de 30 millones de turistas en los últimos 10 años (INEGI).

La mediatización del zapatismo, y la convergencia de sus redes atrajeron, no sólo a miles de personas que podían o no compartir su ideología sino a diferentes organismos e instituciones internacionales dispuestas a implementar desarrollo en la zona.

Es así que a Chiapas arribaron diferentes instituciones internacionales como la Organización de las Naciones Unidas (ONU), a través del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) en cooperación con la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, Ciencia y Cultura (UNESCO), Centro de Comercio Internacional (ITC), la Unión Europea (UE), Banco Mundial (BM), en otras que junto con el arribo de organizaciones no gubernamentales como *Aid to Artisans* (ATA), León XIII, Fundación Kellogg, y un sinnúmero idearon planes para generar cambios.

Estos planes se intensificaron a partir del año 2000, cuando en la resolución 55/2 de la Asamblea General de la ONU se adoptaron los Objetivos de Desarrollo del Milenio, donde se reconocía a la cultura

como parte importante para el progreso mediante la generación de estrategias que provocaran cambios.

Uno de estos cambios era la implantación de industrias creativas al ser una estrategia de desarrollo mundial ejecutado por la UNESCO el cual tiene como plan reforzar las capacidades locales y el acceso a los mercados mundiales de los países gracias a nuevas asociaciones, la ayuda de expertos, la formación, la lucha contra la piratería y el fortalecimiento de la solidaridad internacional en todas sus formas, mediante producción y la comercialización al público y al mercado, de bienes y servicios de contenido cultural y de carácter simbólico, cuyo origen es la creatividad humana (SELA, 2011).

La UNESCO es la única organización internacional que tiene una visión global del papel sociocultural y económico de la artesanía en la sociedad y, desde hace numerosos años, se ocupa de desarrollar una acción armoniosa, coherente y concertada en favor de este sector. Los programas dedicados a la artesanía integran actividades de formación y promoción, estimulando la cooperación necesaria entre los organismos nacionales interesados, las organizaciones regionales, internacionales y no-gubernamentales. El objetivo de estas actividades es demostrar a las autoridades concernidas la prioridad que merece la artesanía en los programas nacionales de desarrollo. (Extracto del Simposio UNESCO/CCI "La Artesanía y el mercado internacional: comercio y codificación aduanera" - Manila, 6-8 de octubre de 1997)

La UNESCO en los años 90's hace emerger el concepto de economía creativa que entiende la creatividad –en un sentido amplio– como el motor de la innovación, el cambio tecnológico y como ventaja comparativa para el desarrollo de los negocios. Ello da lugar, primero en Australia y más tarde en el Reino Unido, al concepto de industrias creativas, entendidas como aquellas que “tienen su origen en la

creatividad individual, la destreza y el talento y que tienen potencial de producir riqueza y empleo a través de la generación y explotación de la propiedad intelectual”.

A mediados y finales de los 90's dichos planes de desarrollo a través de la industria creativa artesanal empiezan a desarrollarse y a tener éxito en diferentes partes del mundo, principalmente en comunidades indígenas de África, Australia y Sudamérica.

Los productos culturales resultantes de los procesos de la industria creativa artesanal debían sufrir algún tipo de recodificación que permita que el objeto deje de ser netamente tradicional para ser un producto más acorde a las demandas del consumo global al incorporar elementos del diseño textil de moda o industrial contemporáneo, con cierta simbología cultural local.

También desde el consumo capitalista se originan presiones, pues el proceso de estandarización de los productos y la hegemonización de los gustos exige paradójicamente los diseños, innovando en texturas, produciendo diferencias. (Barbero, 1998)

De esta manera, la UNESCO, al observar que en la zona Altos de Chiapas existía riqueza artesanal producto de su múltiple etnicidad y que de está ya había un comercio o industria, específicamente de textil, decidió través de sus redes internacionales, nacionales y locales incorporar un plan de desarrollo humano para la zona mediante la constitución de industrias creativas artesanales, particularmente la del tejido.

Así llegaron a Chiapas, ONG'S e instituciones internacionales especializadas en el desarrollo de esta industrias las cuales eran

financiadas entre la UNESCO y diferentes fundaciones de empresas privadas trasnacionales como Kellogg, Boston Foundation, FEMSA, Nestlé, Sanofi-Aventis, ExxonMobil, Ruhrpumpen Metals, Fundación del Empresariado Mexicano (FUNDEMEX), Vivendi Universal, Chevron Texaco, entre otras.

Los recursos de estas fundaciones eran dirigidos a diferentes organizaciones que se encargaban de operativizar la industria creativa artesanal textil en la zona mediante la formación de diversos grupos empresariales constituidos principalmente por mujeres indígenas de los diferentes municipios tsotsiles, tseltales y choles.

Estas organizaciones, instituciones, grupos e individuos empezaron a tejer redes entre las mujeres artesanas textiles tradicionales para que incorporaran su técnica y conocimiento al servicio de la nueva industria creativa textil artesanal, la cual traía consigo nuevos conocimientos, técnicas, materiales, y discursos totalmente diferentes a las formas tradicionales de hacer y entender al mundo al cual ellas estaban habituadas.

Las redes se conformaron en grupos de mujeres artesanas que laboraban de forma directa en la industria creativa textil, tal es el ejemplo del grupo “Las Vegas”, de la comunidad Natividad, del municipio de Chenalhó, Chiapas.

Al principio, las mujeres artesanas indígenas de los Altos se mostraban renuentes a colaborar con dicha industria, debido al régimen patriarcal de la zona, y al desconocimiento en torno a la oferta que se les hacía.

Pero otras mujeres indígenas de la zona quienes eran líderes morales para sus comunidades y estaban en estrecha vinculación con las organizaciones internacionales y nacionales desde inicio del levantamiento armado zapatista convencieron a un buen número de chicas, las cuales fueron finalmente alentadas por las promesas de desarrollo social pero sobretodo económico para ellas y sus cercanos.

De esta manera, a mediados de la década pasada organizaciones no gubernamentales e instituciones internacionales como Aid to Artisans (ATA), la Fundación León XIII, el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), así como diversos diseñadores de textiles e industriales independientes empezaron a conformar la industria creativa textil artesanal en los Altos de Chiapas.

Para María Eugenia Pineda, directora de ATA México, el inicio no fue fácil: “los líderes chamulas no permitían la implantación de dicha industria en la región por temor a perder sus ingresos y dominio del sector que durante 20 años habían ejercido” (Pineda, 18 de septiembre, 2014).

A través de las diversas presiones internacionales, los gobiernos locales se vieron en la necesidad de negociar con los líderes chamulas para que así las diferentes organizaciones, instituciones, grupos o individuos interesados en introducir, gestionar y conformar la industria creativa textil artesanal pudieran operar con cierta libertad en la zona.

Por estas tensiones, la incursión de la industria creativa textil artesanal en San Juan Chamula ha sido poca satisfactoria, también ha

limitado la incorporación de los productos culturales de esta industria creativa en los puntos de ventas controlados por los líderes chamulas como son: la Plaza Santo Domingo, así como de andadores y calles aledañas al centro de San Cristóbal de Las Casas.

Ocasionando que los productos tengan que venderse en boutiques exclusivas del centro de San Cristóbal, o por políticas de las organizaciones que participan en la gestión de la industria, buscan que estos objetos tengan acceso a los mercados mundiales, por ende los textiles son ofertados en cadenas departamentales transnacionales, grandes almacenes, tiendas especializadas o de comercio justo, así como a talleres y cooperativas artesanales ubicadas en el país y fuera de él.

La injerencia de diversos grupos especializados en gerencia industrial como las empresas ya mencionadas (Aids to Artist, Fundación León XIII, o ITESM), han enseñado a estas mujeres la importancia de elaborar un producto con estándares de calidad orientado a un consumidor no indígena, y hacerlo llegar a estos en las mejores condiciones posibles según las normas de distribución, presentación, así como paquetería de los mayoristas y minoristas comerciales. Para esto, la empresa debe entablar relaciones, con proveedores, e intermediarios que faciliten la llegada de sus productos a sus consumidores.

Los grupos especializados en la gerencia industrial han enfatizado a las mujeres artesanas que gran parte de su éxito comercial se debe no sólo a su buen funcionamiento, sino de la correcta operación de su

cadena de distribución, por ende enfatizan la necesaria intervención de estos dentro de dicha cadena.

La elaboración de esta red de generación de valor está formada por el fabricante, en este caso el grupo “*Las Vegas*”, sus proveedores, sus distribuidores, como lo son los minoristas organizados en grandes almacenes como (Palacio de Hierro, Liverpool, Fabricas de Francia, Falabella, Corte Inglés), tiendas especializadas (Boutiques exclusivas, y tiendas de comercio justo), así como de cadenas de talleres voluntarias y cooperativas minoristas; y del lado mayorista suelen intervenir los *brokers* y agentes, los cuales no asumen la propiedad del producto pero si facilitan la compra-venta, servicio por el que cobran una comisión sobre el precio de venta, así como de de mayoristas comerciales los cuales si asumen la propiedad del producto que distribuyen, tanto *Aid to Artist*, como León XIII, así como otras organizaciones operan como *brokers* o mayoristas comerciales.

Por estas razones las mujeres artesanas textiles indígenas que incursionan en esta industria no cuentan con muchas posibilidades para poder vender sus productos directamente al consumidor, ya que les resulta muy difícil encontrar un punto de venta idóneo para su mercado objetivo, en este caso el turismo internacional o nacional.

Aún y estas situaciones no ha sido impedimento para que en municipios como Zinacantán, Tenejapa, Chenalhó, San Andrés Larrainza, San Cristóbal de Las Casas y Amatenango del Valle, la incursión de la industria creativa textil artesanal haya sido muy satisfactoria, sitios en los cuales se cuentan con más de dos grupos de

mujeres artesanas creativas laborando con empresas que comercializan sus productos.

En otros municipios como Santa Magdalena, Pantelhó, El Bosque, Cancuc, Huixtán y Oxchuc ha sido satisfactoria, ya que al menos existe un grupo de mujeres incursionando en dichas industrias.

Tanto la presencia global de productos artesanales de origen étnico de los Altos de Chiapas recodificados por la creatividad del diseño contemporáneo, así como por la diversidad y cantidad de grupos de mujeres indígenas de esta zona que se encuentran ya participando de una forma directa en esta industria va en aumento año con año.

Este aumento de actividad industrial no sólo ha provocado reconfiguraciones en sus productos sino también en sus procesos socioculturales tradicionales, en sus formas de entender al mundo a niveles de imaginarios y sus prácticas.

2.2 Chenalhó, el corazón de los Altos

Anclada en el corazón de los Altos de Chiapas se encuentra Chenalhó, pueblo tsotsil instituido como municipio el 8 de mayo de 1935 y significa en su lengua "*agua de la caverna*" que es el sitio donde viven los sapos, animal que es muy representado en los huipiles del pueblo.



Angelina bordando

Caminar por Chenalhó, es maravillarse de las verdes montañas que lo rodean, como protegiendo al pueblo a modo de muralla, su centro es pintoresco, cuenta con una pequeña plazuela en donde podemos ubicar el kiosko pintado de verde, el color preferido y con qué uniforma el Gobierno del Estado a todo centro de importancia que posea las diferentes comunidades de la zona. Si bien las construcciones que circundan al centro están bien cimentadas, permitiendo que se hayan construido casas grandes, altas y con una ligera opulencia que no alcanza a ocultar la pobreza de la gran mayoría de sus pobladores donde algunos se sientan a pasar el día en las bancas del parque con su vestimenta humilde y sucia, zapatos rotos y la cara desesperanzada.



Plazuela central de Chenalhó

Basta con alejarse con poco del centro para ver más de cerca a la pobreza, las construcciones cambian, dejan atrás los tabiques, el cemento y las tejas para dar paso a la madera, el adobe y las laminas.

El agua entubada, luz eléctrica, drenaje e inclusive algunos cilindros de gas que alcanzan a llegar a las cercanías de la periferia de la cabecera municipal, pero más allá de ahí resulta casi imposible encontrar algún hogar que cuente con estos servicios, siendo más probable ubicarlos con ninguno que con alguno de estos.

Pareciera que atravesar la línea periférica que divide a la cabecera municipal con las comunidades, lugar donde vive la mayoría de la

población de Chenalhó, es realizar un viaje en el tiempo, donde sus habitantes aún viven con condiciones dignas del siglo XIX.

Resulta normal para ellos comentar que en plena modernidad, no hayan terminado la educación básica, o han perdido algún hijo, hermano, sobrino, amigo por una enfermedad curable.

Sostienen que pese a sienten cierto cariño por su idioma, a veces desearían ser hablantes de español como primera lengua ya se sabrían con mayores posibilidades de comunicarse con el mundo ladino y afirman que eso hubiera evitado muchas injusticias.

Según el INEGI (2012), en Chenalhó más del 80% de la población es hablante de Tsotsil y de estos, más del 60% es monolingüe. Datos del 2012 del INEGI y CONEVAL arrojan que en el municipio de Chenalhó habitan 36, 111 personas, en el mismo año habían 6,833 hogares, de los cuales 1,009 estaban encabezados por jefas de familia.

El tamaño promedio de los hogares en el municipio fue de 5.2 integrantes, mientras que en el estado el tamaño promedio fue de 4.4 integrantes. El grado promedio de escolaridad de la población de 15 años o más en el municipio era en el 2012 de 4.2, frente a los 6.7 en la entidad.

Otros datos que ofrece el CONEVAL, es que al 2012, 37,192 individuos (95.6% del total de la población) se encontraba en pobreza, de los cuales 9,084 (23.4%) presentaban pobreza moderada y 28,108 (72.3%) estaban en pobreza extrema. En el mismo año el porcentaje de individuos sin acceso a servicios de salud fue de 28.2% equivalente a

10, 963 personas, la carencia por acceso a la seguridad social afectó a 97.5% de la población.

Igualmente el porcentaje de individuos que reportó habitar en viviendas con mala calidad de materiales y espacio insuficiente fue de 63.3%, sin embargo lo más alarmante es que el 36,058 individuos que representa el 92.7% de la población habita en viviendas que no cuentan con todos los servicios básicos.

La incidencia de la carencia por acceso a la alimentación fue de 46.8%, es decir una población de 18,217 personas. Otros indicadores de rezago social es que el 87.8% de la población cuenta con la educación básica incompleta, de los habitantes de Chenalhó entre 15 años o más el 34% es analfabeta y de 6 a 14 años el 16.4% no asiste a la escuela.

Pese a esta cifra que se aproxima a que la mitad de la población que sufre carencias alimentaria, ellos aseguran no pasar hambre, la tierra les da lo justo para comer, siempre tendrán maíz, calabaza, café, tomate, frijol y demás; la madre tierra nunca nos dejará morir, sostienen.

En cuanto a la actividad económica, los principales sectores son:

- Agricultura: La principal producción agrícola en el municipio es el café seguido de especies frutales y hortalizas.
- Ganadería: Se cría ganado bovino, ovino, porcino y aves de corral.
- Industria: En el municipio se elaboran prendas de vestir tradicionales y creativas

- Turismo: El principal lugar turístico es el río Osechucum y las fiestas principales de índole religioso patronal.
- Comercio: Se expenden en el municipio artículos de primera necesidad, como son: abarrotes y prendas de vestir.

Según datos del INEGI del 2010 Sector Primario el 87.09% realiza actividades agropecuarias. En el sector secundario el 4.71% de la PEA (Población económicamente activa) ocupada laboraba en la industria de la transformación. Finalmente en el sector terciario el 6.36% de la PEA ocupada se emplea en actividades relacionadas con el comercio o la oferta de servicios a la comunidad.

En la percepción de ingresos, en el municipio, se tienen los siguientes resultados: el 28.69% de los ocupados en el sector primario no perciben ingresos y sólo 1.40% reciben más de cinco salarios mínimos. En el sector secundario, 31.40% no perciben salario alguno, mientras que 1.22% reciben más de cinco. En el terciario, 13.09% no reciben ingresos y el 6.09% obtienen más de cinco salarios mínimos de ingreso mensual.

En algunos hogares donde las mujeres participan directamente en la industria creativa textil, la cual se ubicaría en el sector terciario, zona donde existe mayor cantidad de personas ganando más de cinco salarios mínimos, se percibe cierta bonanza económica producto de las comodidades que produce al tener algunos aparatos de línea que blanca como licuadoras, estufas, refrigeradores, televisores, que en otros casas donde se sostienen por la agricultura no cuentan.

Chenalhó surge como municipio durante el cardenismo, sexenio presidencial en la que se redefinieron las luchas por el poder político en la región mediante del alineamiento de las fuerzas regionales al partido gobernante. En la década de los treinta el municipio se funda bajo la unificación de tres pueblos indígenas: San Pedro, Santa Marta y Magdalena. Desde sus primeros días como municipio, Chenalhó, es dirigido por hombres bilingües tsotsiles pedranos, los cuales se mostraban mejor posicionados para aprovechar los espacios de mando municipal que el partido de la Revolución Mexicana había abierto en la entidad (Arias, 1990; Garza 2006).

En ese tiempo Erasto Urbina, representante del gobierno cardenista, buscaba convertir a los indígenas de la zona Altos en aliados para incorporar a Chiapas a las nuevas estructuras políticas posrevolucionarias. Urbina, en busca de apoyo, expropio propiedades privadas y creó un Departamento de Protección Indígena y un Sindicato de Trabajadores Indígenas con el objeto de mejorar las relaciones laborales a las que estaban sujetos los trabajadores agrícolas indígenas las cuales eran cuasifeudales (Garza, 2006).

Urbina se rodeó de jóvenes bilingües alfabetizados quienes, como escribanos de los ayuntamientos o en nuevos cargos que creó el gobierno estatal, lo ayudaron a reestructurar las relaciones de poder en los municipios tsotsiles y tseltales (Garza, 2006). Esto generó distintas reacciones, en Chamula se creó una gran resistencia que sólo se resolvió cuando los nuevos líderes impuestos por el gobierno comenzaron a participar en los cargos religiosos comunitarios hasta

acabar por controlarlos, por su parte en Chenalhó, la entrada a los puestos de mando gubernamentales por parte de estos jóvenes tsotsiles bilingües no derivó en mayores problemas (Rus, 1995).

Esta estrategia le permitió a Erasto Urbina obtener rápidamente las simpatías de miles de indígenas de la región, quienes veían por primera vez un acercamiento beneficioso por parte del gobierno y del mundo ladino para con ellos.

Los líderes de la comunidad que estuvieron en 1940 y que fueron aprovechados por Instituto Nacional Indigenista (INI) como promotores, pronto comenzaron a constituir piezas importantes en el desarrollo de la comunidad a partir de la comunicación que sostenían con los representantes del gobierno estatal y federal, para 1962-1964, dos maestros bilingües llegaron a ser presidentes municipales de Chamula y Chenalhó. (Pineda, 1995).

A más de 60 años de la instauración de este tipo de estrategia la posición del maestro bilingüe dentro de las comunidades indígenas sigue siendo de total confort, la mayoría continúa gozando del buen prestigio que ostenta su cargo dentro de la vida comunitaria y de las buenas relaciones que posee con el mundo ladino.

Para la década de 1940-1950 y como consecuencia del proceso de desarrollo iniciado alrededor de los años 50's, en los Altos, la estructura del poder que tradicionalmente había controlado una elite primero española-criolla para después mestiza comenzó a ser compartida con un pequeño sector privilegiado en las sociedades indígenas. Este sector está conformado por grupos de comerciantes locales y regionales, transportistas, maestros bilingües y empleados administrativos de programas para el desarrollo (Pineda, 1995).

Estos sectores dentro de las comunidades indígenas se han convertido en las pequeñas oligarquías locales, las cuales hasta hoy en día continúan manteniendo el control comercial y gubernamental de la zona. Una de sus funciones es mantener restringido el acceso a puestos de liderazgo comunal y gubernamental, aquellos que no pertenezcan a su esfera oligárquica, especialmente a quienes provengan del campesinado, o de grupos políticos adversos y religiosos no oficiales, provocando enfrentamientos de elevada violencia en los Altos.

El cabildo indígena en el municipio, es un sistema escalonado de cargos y jerarquías políticas-religiosas, estructura que fue aprovechada por el partido de la Revolución Mexicana y los “pedranos” para controlar las decisiones políticas y la gestión de recursos para el municipio (Arias, 1990; Garza 2006).

Este sistema de mando ha sido el mayormente utilizado en la zona Altos, el cual mantiene un equilibrio de fuerzas entre tradiciones comunales casi prehispánicas y las formas de gobierno posrevolucionarias.

En Chenalhó, las mujeres pudieron participar como electoras hasta en la década de los 70's, cuando la intensidad de la contienda entre dos planillas priistas las condujo a recurrir al género femenino para ampliar el número de votantes (Arias, 1994). Esto nos da una muestra del peso específico del género, particularmente el masculino, como elemento casi determinante para la toma de decisiones que organizan la vida no sólo política, sino también comunal y familiar. La cotidianidad y los ciclos de vitales de las familias e individuos se

organizaron con base en un patrón según el cual los varones colaboraban con la vigilancia de las mujeres, mientras que a los hombres mayores el control de las nuevas generaciones. Los jóvenes tuvieron que subordinarse a sus padres para acceder a sus bienes y prestigio, y las mujeres participaban marginalmente, por extensión a sus maridos y subordinadas a ellos (Guiteras, 1965 y Eber, 1995).

En Chenalhó, existe una marcada jerarquización la cual es atravesada por el género y la edad, de acuerdo a las cuales son socializados. Las normas del matrimonio obligan a la intervención de los mayores en la elección de la pareja y la residencia, colocando a la supervisión de los recién casados al padre del esposo, quien controla su trabajo, su sexualidad y su buen comportamiento (Arias, 1990). Solo el paso del tiempo llevaba a un progresivo incremento de la independencia y los privilegios. Idealmente, la pareja lograba primero establecer un hogar relativamente independiente y una parcela propia, de esta manera, el varón obtenía acceso a los primeros puestos dentro de la jerarquía de cargos e inicia su carrera política si este contaba con posibilidades; por otro lado, la mujer adquiría mayor independencia, a través del ejercicio de la autoridad sobre sus hijos, ganando reconocimiento y prestigio (Arias, 1990 y Eber, 1995).

Durante mucho tiempo tanto la vida de familia-comunal y la política municipal estuvieron estrechamente vinculadas en la cotidianidad.

En 1950, se instaura en la región las políticas modernizadoras federales, así se crean el Instituto Nacional Indigenista (INI), abriendo

en la zona un centro coordinador Tsotsil-tseltal con el objetivo de educar a una serie de jóvenes varones promotores y encargados de cambiar las “costumbres y los usos culturales que fomentaban la permanencia de la discriminación y de la separación étnica” (Garza, 2006).

En Chenalhó a través de los objetivos del INI, hace surgir la figura de jóvenes pedranos que fungían como mediadores entre los indígenas del municipio y las instancias federales. Con el paso del tiempo, estos jóvenes se convirtieron en maestros bilingües y empezaron a ocupar cargos de importancia política dentro de la comunidad (Garza, 2006).

A la época, para los maestros bilingües las relaciones de género no eran de interés, pero comenzaba a entenderse cierta preocupación de algunos funcionarios federales y estatales por el considerado “atraso” de las mujeres frente al “avance” de los hombres. Más que la preocupación con la exagerada dominación masculina, inquietaba el hecho de que las mujeres se convirtieran en un obstáculo para la pujanza de los hombres y un lastre para la incorporación de sus familias a la cultura nacional (Eber, 1995; Garza, 2002, 2006).

A partir de 1964, cuando los maestros indígenas ya se habían convertido en actores de primer orden en la región, comenzaron a intervenir en el grupo que elegía a quien presidiría el ayuntamiento (Arias, 1990). Desde entonces Chenalhó ha sido el municipio en que más maestros bilingües han sido presidentes municipales en los Altos (Pineda, 1995).

Esta tipo de liderazgo instruido bajo un discurso nacional y federalista que poseían los maestros bilingües coadyuvó a que en el municipio no se rigiera bajo el gobierno de usos y costumbres como si lo hacían otros municipios indígenas de la zona, y sí bajo normas federales.

Todo se mantuvo en este orden, hasta que una intensa crisis económica y política en los setenta y ochentas comenzó a impactar sobre la política chiapaneca y desestabilizó los gobiernos municipales y sus relaciones, debilitando las estructuras de poder y dando paso a la disidencia.

La presencia de iglesias no católicas en Chenalhó fue temprana en comparación con otros lugares de Los Altos (Esponda, 1986; Pérez, 1992) y constituyó uno de los signos de disidencia iniciales. Para refugiarse de los conflictos que ocasionaba ser seguidor de otra fe diferente a la mayoritaria (católica), ya que pensaba que esta acción rompía la cohesión del pueblo, los primeros presbiterianos decidieron congregarse y formar una comunidad propia (Garza, 2006). Así fue como Chintic fue fundado en los primeros años de la década de los sesenta. Allí construyeron su primer templo, inauguraron una escuela y dirigieron un exitoso proceso de conversión en el resto del municipio (Pérez, 1992).

El ascenso de estas religiones creó nuevas redes que conectaron a Chenalhó con distintos puntos del estado, del país y de otras regiones del mundo. Los creyentes empezaron a reunirse con sus correligionarios de localidades vecinas y lejanas; dieron inicio las visitas mutuas y las ayudas para enfrentar dificultades, necesidades básicas como la atención a la salud, y agresiones políticas (Garza, 2006).

Los seguidores de estas religiones se regían en primer orden por las leyes y figuras de autoridad de este culto, dejando en un segundo plano aquellas de orden político municipal, estatal y federal.

En respuesta a ello la iglesia católica en los 70 y 80's inicio una intensa campaña evangelizadora, no se veía otra igual desde hace más de 400 años, cuando los primeros Dominicos llegaron a la región.

Los evangelizadores católicos apoyó los procesos y dinámicas organizativas campesinas que comenzaron a organizarse en la zona cafetalera de Chenalhó (Arias, 1990). Provocando que el municipio no fuera escenario de enfrentamientos por la tierra, pero participó activamente en torno a movimiento campesino y luego alrededor de los derechos indígenas, apoyados por la iglesia católica, grupos afines encabezaron expresiones políticas que buscaban la alcaldía (Arias, 1992).

Buscando contrarrestar la acción campesina organizada, que en algunas regiones fue muy violenta, los gobiernos federales y estatales intentaron revitalizar sus alianzas con los indígenas alteños, renovando el discurso y las acciones indigenistas. Se crearon consejos supremos, erigidos como los representantes autorizados de la cultura de cada grupo lingüístico, y se llevaron a cabo programas de rescate de tradiciones culturales y costumbres, algunos de los cuales se enfocaban en las mujeres indígenas. El espacio para incorporarlas como actrices visibles en la política municipal empezaba a abrirse (Garza, 2006).

La creciente rivalidad entre partidos políticos y organizaciones sociales, sobre todo las campesinas, las cuales buscaban la ampliación de sus bases de apoyo provocó el surgimiento de programas dirigidos específicamente a las mujeres, sobretodo en el campo de la salud y las artesanías.

Pese a esto los gobiernos de la época ejecutaron pocas acciones para acercarse a las mujeres de Chenalhó, enfocando sus esfuerzos hacia la región cafecultora, entrando en relación principalmente con los hombres del municipio (Garza, 2006).

La esfera política de oposición con las indígenas lo ocuparon principalmente las organizaciones no gubernamentales, quienes produjeron varias cooperativas sociales enfocadas al trabajo artesanal y la medicina tradicional. Estas agrupaciones que surgieron en los primeros años de la década de los 90's y comenzaron a destacar en los ámbitos regionales, nacionales e internacionales después del levantamiento armado del EZLN, lograron contar de manera limitada influencia en Chenalhó (Garza, 2002, 2006).

De esta manera, grupos de artesanas como *Jpas Joloviletik* -estamos tejiendo- y *Jolom Mayaetik* -Tejedoras Mayas-, y el programa de parteras de la OMIECH (Organización de Médicos Indígenas del Estado de Chiapas) se volvieron las precursoras del movimiento de mujeres indígenas en Chenalhó las cuales se acomodaron a la dinámica y a las luchas de poder del municipio como parte de las distintas opciones de pugna y apoyaron las demandas generales de sus compañeros varones en la disputa de las alcaldías (Garza, 2006).

Las modificaciones que lograron sobre los conceptos de género con base en los cuales se construye la política municipal en la materia fueron muy modestas, pues la política seguía siendo primordialmente una actividad masculina y las mujeres daban un apoyo necesariamente

orientado al grupo en que participaban los varones de su núcleo familiar.

En años posteriores muchos de estos grupos de mujeres y/o el nacimiento de otros tantos, se fortalecieron en las dinámicas de sociabilidad del municipio, los aprendizajes de nuevos códigos culturales producto de la comunicación entre mujeres tsotsiles de Chenalhó con grupos externos como el EZLN, ONG'S, organismos internacionales y demás; generaron reconfiguraciones lentas pero significativas en las formas y fondos de entenderse mujer y comprender el mundo.

El periodo de comunicación más continuo e intenso entre las tsotsiles de Chenalhó con las Organizaciones no gubernamentales e instituciones privadas se generó en el sexenio 2006-2012, cuando el entonces Gobernador Juan Sabines Guerrero estableció una alianza de desarrollo para el estado de Chiapas, específicamente para aquellas zonas de alta vulnerabilidad como lo es los Altos, con la ONU, a través PNUD y la UNESCO.

El gobierno estatal apoyó mediante la dotación de recursos a los planes estratégicos que la ONU, PNUD y UNESCO ya había implantado de una forma incipiente en la región posterior al levantamiento armado, fortaleciéndolos y aumentando su alcance.

Con el nuevo milenio, vinieron los Objetivos de Desarrollo (Plan estratégico de desarrollo de las Naciones Unidas), dos de estos contemplan la erradicación de la pobreza extrema y el hambre, así como la promoción de la igualdad de los sexos y el empoderamiento

de la mujer, por ende la estrategia de talleres textiles y la creación de una industria creativa artesanal textil tuvo un importante crecimiento y fortalecimiento en la región, en específico en Chenalhó.

2.2.1 Las tradicionales mujeres de Chenalhó

Culturalmente se asignan a las mujeres roles al interior de la familia, comunidad y trabajo que las sitúan en un espacio de vulnerabilidad social, cultural, patrimonial y económica, generando un desequilibrio de poder entre los géneros (Baeza, Montiel y Ulloa, 2005).

En Chenalhó, como en todos los pueblos tradicionales tsotsiles, los hombres son la autoridad en los hogares indígenas; esto les da poder de decisión sobre la vida familiar, y comunal, llegando al grado de ejercer violencia psicológica, económica, patrimonial, sexual y física sobre las mujeres. (Martínez, 2002)

Cabe entender que estas violencias encuentran su fundamento en los pactos patriarcales que establecen los varones como colectivos y que se originan a través de la herencia cultural y sus disposiciones incorporadas. En este sentido, la violencia se encuentra legitimada cuando se da un proceso de cosificación de la mujer, que implica la negación de su voluntad y la naturalización de actos discordantes y violentos (Fonseca y Quintero, 2008).

Este ejercicio de poder inequitativo en el que pondera a los hombres en detrimento de las mujeres se haya razón en los discursos culturales de los usos y costumbres, sistema de gobierno mediante el cual “regulan la convivencia y de ejercer su gobierno propio,

buscando la cohesión comunal mediante principios generales, dichos principios son los que dan sentido a la comunidad, su participación y mecanismos” (Avila, 2003).

En este sentido, el mundo no indígena tsotsil, particularmente no originario y vivido en el pueblo de Chenalhó puede leer este discurso de gobierno, convivencia y cohesión como patriarcal, machista e inclusive violento para con las mujeres, sin embargo ellos simplemente lo conocen como un sistema regulativo de vida mediante el cual entienden el mundo.

Para Legarde (1992), el gobierno de usos y costumbres de los tsotsiles de los Altos de Chiapas está dotado de una gran carga del sistema “sexo-género” en el cual se definen atributos, formas de relación, especialización, normatividad, valores, jerarquías, privilegios, sanciones y espacios, en los que se organizan los individuos según su asignación de género.

Para ello hay que entender cómo se construye a la mujer indígena tsotsil socialmente en su comunidad. La imagen que la sociedad ha construido respecto a lo que debe ser uno de sus miembros, la cual debe ser apropiada por el individuo para así responder a las expectativas existentes.

En Chenalhó, la naturaleza humana se compone de un cuerpo, que el elemento mortal de la persona, y de dos almas: el *Ch’ulel*, elemento inmortal de la persona y el alma animal: *wayjel* (Guiteras, 1965). Lo que suceda a uno afecta a los otros (Pozas, 1977).

A través de la educación, la vida cotidiana, los rituales, se va conformando una visión de sí mismo, de vivirse, de enfermarse y morir, ya que el cuerpo está en estrecha vinculación con el alma. Page argumenta que “si bien el cuerpo constituye el espacio de concreción de la vida, el elemento más importante de la persona es el *ch’ulel*, el elemento inmortal, el soplo de Dios, que requiere de los cuidados especiales para su desarrollo. La vida depende de éste, su ausencia del cuerpo y de las otras entidades anímicas, primero debilita y finalmente mata (Garza, 2002).

Mediante el cuidado del *ch’ulel* las mujeres tsotsiles de Chenalhó enlazan su vida entre el espacio privado y público; el cumplimiento de los objetivos domésticos y su labor de ser “buena mujer” en la comunidad fortificaran su alma (Arias, 1990). De la misma manera que los niños, jóvenes, adultos y ancianos, realizan desempeños domésticos y comunitarios que se corresponden con las imágenes que la familia y pueblo tiene de ellos, de esta manera, estos grupos de edad y su género sostendrán relaciones específicas de inserción política que se corresponden linealmente con sus obligaciones parentales y fortificación del *ch’ulel*.

De esta manera, una mujer que a través de su cuerpo educa a su alma o *ch’ulel*, a ser “buena mujer” mediante actividades que fortifiquen esta condición como puede ser tejer, pastorear pequeño ganado, atender a los hijos u obedecer correctamente al hombre, esto ayudara a cumplir con las expectativas que se tiene de ella en la comunidad.

Sonia Toledo Tello, expone en su texto “El papel de la cultura en el proceso de subordinación de las mujeres indígenas de Chiapas”, qué en ellas recaen las formas de explotación y opresión más brutales, y no sólo por parte del sistema capitalista por ser pobre e indígena, sino

también por parte del sector masculino de su grupo. Por otro lado, ellas son paradójicamente –en su función tradicional de educadoras de los hijos-, las principales transmisoras y reproductoras de la cultura e ideología que en gran medida determina su propia situación de subordinación.

El sostenimiento del sentido comunitario en Chenalhó tiene por base a la familia, el cual funciona como elemento nuclear de reproducción y sostenimiento del entramado social que da identidad y fortalecimiento de la comuna.

El matrimonio es el mecanismo principal mediante el cual se reproduce la familia. En Chenalhó, el arreglo matrimonial corre a cargo del padre del muchacho, y a falta de él, se encarga la madre, el hermano mayor o en último caso, la hermana mayor, la cual debe estar casada. Los representantes del muchacho, deben visitar tres o si es posible más veces a los padres de la chica para así poder llegar a un acuerdo. Andres Fabregas lo describe de esta manera:

El arreglo y consentimiento de los matrimonios no sólo es asunto de los padres de las parejas interesadas, sino que también es de la competencia de las fratrias a las que pertenecen las familias involucradas. Los hombres en alianza con su familia buscan a la mujer “ideal”, que sea obediente, y no sea callejera. Alguien a quien poder dominar. Para pedir a una mujer, está debe ser considerada buena (2002).

Observemos como el papel de la mujer dentro de este convenio social es de intercambio, ya que el hombre es el tiene el poder de elegir a la mujer con la que desea casarse, y dependiendo de los intereses de

los familias y si las expectativas son cumplidas, el intercambio será exitoso.

Dentro de la cosmovisión de Chenalhó, el pago, es decir, el cumplimiento de las expectativas económicas o en especie que otorga el hombre para hacerse de la mujer, asegura el respeto a esta y entre las familias (Baez, Montiel y Ulloa, 2005).

Una costumbre que también es aceptada aunque no practicada mayoritariamente en la zona, es la poligamia, en la cual el varón no sólo cuenta con una esposa, sino con otro u otras más que pueden o no vivir juntas. Esta práctica es valorada sobre todo entre los hombres como un ejercicio de hombría y virilidad (Pozas, 1977).

En este sentido, desde niñas, a las mujeres de Chenalhó se les inculca modelos de vida para enseñarles a ser buenas esposas. Su ámbito de desarrollo se circunscribe a la familia y a su buen desempeño para incrementar el prestigio social de su esposo.

Para Sonia Toledo señala que en las comunidades indígenas de los Altos existe una obligatoriedad exacerbada del trabajo doméstico es asumida porque a fuerza de costumbre se considera que éste es el trabajo de las mujeres. Esto corresponde a la idolología machista que domina, incluso, de manera más acentuada que otros sectores sociales.

Las mujeres son las encargadas de la reproducción social de su grupo; a través de las actividades domésticas cumplen las siguientes funciones: reproducción física (procreación y cuidado de los hijos) e ideológica, y las labores diarias para el mantenimiento de las fuerzas

de trabajo (Berania; 1979). Cualquier actividad fuera de este espacio no sólo no se les reconoce sino también se les niega.

Desde la niñez, se inicia un proceso de aprendizaje el cual debe ajustarse a los requerimientos culturales y familiares tradicionales de la comunidad, adjuntándose a la obediencia, y sumisión tanto al trato como en la reflexión subjetiva y corporal.

De esta manera la mujer de Chenalhó, que quiera ser una “Buena” debe aprender a lavar, cocinar, obedecer primero a los padres, luego al marido para hacerlo feliz, tejer, así como a pastorear pequeño ganado y tener algunos conocimientos generales en medicina tradicional y siembra.

Este aprendizaje cultural de la mujer tradicional de Chenalhó la sitúa en un nivel de subordinación ante el hombre, en este sentido la palabra del esposo y la del resto de los varones seguirá siendo de mayor peso en la toma de decisiones de una comunidad. Sobre el rol masculino en una comunidad indígena, Toledo agrega:

La cultura patriarcal de los indígenas funciona como el principal obstáculo para que las mujeres luchen por sus derechos; lo que no sólo permite que los hombres indígenas mantengan su posición dominante en la comunidad, sino que posibilita de manera fundamental la reproducción del sistema en su conjunto. En última instancia, quien obtiene un mayor beneficio de esa cultura indígena es la clase en el poder, pues ni siquiera se ve en la necesidad de contener directamente la fuerza potencial de las mujeres campesinas; ésta se contiene sin violencia aparente mediante la reproducción ideológica.

Las mujeres de Chenalhó que no responden a este sistema de aprendizaje hacia la obediencia patriarcal son tildadas en un extremo de “*malas mujeres*”, este calificativo es usado en el caso de que la tsotsil

engañe a su esposo, o sea demasiado “coqueta” o “callejera” no importando si esta es soltera o con pareja, no obedezca los consejos, reglas y mandados de sus padres y/o pareja, sea descuidada o desinteresada en labores domésticas y cuidado de los niños.

Si la mujer es señalada con alguno o varios de estos delitos enfrenta un castigo el cual es muy superior al que pudieran enfrentar los hombres. Por ejemplo, si un hombre participa en una actividad de poligamia o adultera no consensuada con su esposa, este lleva una reprimenda por parte de las autoridades tradicionales de la comunidad, sin embargo si la mujer ejecuta el mismo acto, puede llevar una pena que va desde cárcel y multa, hasta la expulsión definitiva de la comunidad.

Igualmente, dentro de la cosmovisión tradicional de comunidad tsotsil de Chenalhó, las mujeres tienen vetado el ingreso a los espacios de alta dirigencia o cargos comunales tradicionales cívico-religiosas como son: mayordomos, alféreces, *nakanvanejetik* (“consejeros rituales”), principales o pasaros (por haber ocupado cargos en el pasado), momento a partir del cual podrían acceder a puestos políticos y judiciales, que los convertirían en las máximas autoridades civiles de su comunidad (mayores, síndicos, regidores, alcaldes y gobernadores). Las mujeres sólo pueden ser acompañantes de los hombres en su carrera de servicios y dirigencia, con una participación indirecta y menor en la toma de decisiones comunales.

Si bien los tiempos y mediaciones han reconfigurado y presentado avances en cuanto equidad de género y empoderamiento,

la situación de la mujer en las comunidades tsotsiles, específicamente en Chenalhó, al día de hoy, sigue siendo precaria ya que éstas aún afrontan la tradición patriarcal de subordinación al hombre.

Si bien el sentido discursivo de los conceptos como equidad de género y empoderamiento de la mujer, los cuales han mostrado avances en la región, obedecen a definiciones occidentalizadas de estos.

Convendría pues interpretar estos conceptos desde una cosmovisión maya-tsostil, entendiendo a esta como:

En las actividades cotidianas y diversificadas de todos los miembros de una colectividad que, en su manejo de la naturaleza y en su trato social, integran representaciones colectivas y crean pautas de conducta en los diferentes ámbitos de la acción. (López, 2001).

La cosmovisión tiene un fuerte arraigo de pertenencia a una gran formación sistemática, compuesta por múltiples sistemas heterogéneos y cambiantes de interrelación entre los distintos miembros de la comunidad, orden favorable a la integración de una estructura de representaciones colectivas y a un conjunto de reguladores del pensamiento.

Los elementos constitutivos de esta visión no sólo son ideas, sino también y sobre todo creencias, juicios de valor, actitudes vitales y sentimientos y como se sitúan en torno a ellos.

Es por ello que resulta importante redirigir los esfuerzos para reorientar los discursos sobre equidad de género y empoderamiento hacia una aproximación de la cosmovisión maya-tzotzil para así que estos sean más verdaderos y concordantes con su realidad.

2.2.2 En una región Zapatista

Corrían los primeros minutos del año 1994 en las ciudades de San Cristóbal de las Casas, Ocosingo, Altamirano, Las Margaritas, Oxchuc, Huixtan y Chanal se celebraba la venida del año nuevo, los habitantes de estos pueblos y ciudades pensaron que sería una típica y común celebración más, en los minutos y horas siguientes del 94 se darían cuenta que no sería así.

Mientras miles de habitantes en estas ciudades celebraban, un grupo de encapuchados medianamente uniformados, portando armas de diversos calibres, algunos con rifles de madera, se sumergieron en las calles, cuales sombras al amparo de la noche, la neblina y el frío se adentraron en las entrañas de los pueblos y ciudades, en el silencio ocuparon diversos centros de mando, cambiando para siempre la historia del estado más pobre del México. Con los primeros rayos de sol del 1 de enero de 1994, San Cristóbal, Chiapas, México, América y el Mundo conocerían al EZLN.

Ejercito Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) surge como un movimiento armado que busca la democratización del pueblo mexicano, reconocimiento de los derechos colectivos de los pueblos indios y la construcción de un nuevo mundo (Hernández, 2007)

Pese a que el levantamiento armado como tal sucedió en el año nuevo del 94, el surgimiento del EZLN según Abelardo Hernández (2007) tiene sus orígenes en los movimientos sociales-estudiantiles de los sesenta y setenta, que dieron origen a la organización político

militar Frente de Liberación Nacional (FLN), en el vecino país de Nicaragua.

En el año 1972 el FLN llega a Chiapas e inicia sus operaciones en la Zona Selva del estado sureño, ahí adquieren un rancho el cual les sirve como hogar y cuartel. Su primera célula dirigida por un indígena lacandón y otro tojolabal recibe el nombre de Núcleo Guerrillero Emiliano Zapata (Hernández, 2007)

En 1984, se une al movimiento revolucionario el hoy conocido Sub-comandante Marcos y se logra que el Movimiento Campesino e Indígena Chiapaneco se fusione con el EZLN.

La insurrección estuvo antecedida por una preparación previa de 10 años, periodo en el cual se delinearon, desarrollaron y consolidaron muchos aspectos que conforman hoy al Ejército Zapatista de Liberación Nacional.

El Zapatismo desde su insurrección violenta el 1 de enero del 94 marcó una coyuntura política, social y económica en el estado más pobre del país. También generó algo más, otro tipo de insurrección a la cual Chiapas jamás se había topado quizá desde su anexión a México, la mediática.

El movimiento indígena atrajo a románticos izquierdistas de todas partes del mundo, la última revolución del siglo XX impulsada por los *mass media* del planeta. La cobertura sobre, para, con y sin Chiapas fue total.

Los medios electrónicos generaron un Zapatismo en red global, donde una estructura social con politización y en simpatía zapatista se

empezó a componer a través redes activas gracias a las tecnologías digitales de la comunicación. Surgió así un Zapatismo con fondo local pero con formas globales.

Se generó una especie de Zapatismo transnacional, donde puede existir como tal en esa convergencia laxa de lo múltiple precisamente porque es una red. Las redes son relaciones entre actores sociales que se distinguen de otras formas de confluencia de individuos como serían las coaliciones, los movimientos o lo que ha venido a llamarse sociedad civil, puesto que son formas de organización que se caracterizan por patrones de comunicación e intercambio voluntario, reciproco y horizontal. (Keck y Sikkink, 1998)

Buscando en este Zapatismo transnacional la acción solidaria a través del intercambio de información y recursos. La mediatización de este movimiento armado, y la convergencia de sus redes atrajeron y sedujeron a miles de personas que podían o no compartir su ideología.

¿De qué está conformado el zapatismo que tanto atrae?, según Abelardo Hernandez (2007) el EZLN está integrado mayoritariamente por indígenas provenientes de pueblos descendientes de los mayas (tseltales y tsotsiles), en menor medida se encuentran grupos tojolabales, choles, zoques y mames. Estos grupos no sólo tenían en común su origen étnico sino también su pobreza.

En la primera declaración de la selva lacandona se definen como:

“Los Más pequeños, los más humillados, los más perseguidos, los más olvidados; y de los despojados de su tierra, de su dignidad y de su historia”.

Además el ejército zapatista según sus estatutos cuenta con una participación activa de la mujer dentro de sus filas en las áreas de combate, logística y apoyo. En su ideología como movimiento político revolucionario en su conjunto, primero, contiene su percepción de un estado de cosas adverso y, segundo, anima a un tipo de quehacer tendiente a cambiarlo. (Abbagnano, 1974).

A ojos de Octavio Paz la ideología zapatista no es más que un cumulo de ideologías ya planteadas como la teología de la liberación por Paulo Freire, ideas del maoísmo, Sendero Luminoso y de los movimientos revolucionarios centroamericanos. (Confederación Nacional de trabajadores CGT, Miradas, ecos y reflejos... del zapatismo a la utopía y viceversa, 2004)

Una base del zapatismo, recae en los pensamientos de Emiliano Zapata el cual plasma sus ideas a través del Plan Ayala donde plantea la “imperiosa necesidad de expropiación de tierras por causa de utilidad pública, confiscación de bienes a los enemigos del pueblo y restitución de terrenos a individuos y comunidades despojadas”.

Así mismo la fuerte cosmovisión maya impera en el movimiento zapatista, esta tiene como punto de inicio la actividad productiva cotidiana, siendo esta la agricultura, preferentemente el maíz (Hernandez, 2007) Por ello la imperiosa necesidad del reparto agrario.

Dentro de esta cosmovisión también se prevalece el modo de ser comunitario, mandar obedeciendo, la satisfacción del deber cumplido y sus referencias a la naturaleza como ente sagrado (Broda y Baéz, 2001).

Esta cosmovisión comunitaria no es compatible con la visión occidental del neoliberalismo en el cual impera el individualismo como lucha y progreso, ahí radica la incompatibilidad del mundo zapatista con occidente pese a tener ideas occidentales como el marxismo y socialismo.

Entonces podemos encontrar dos niveles de profundidad dentro del pensamiento zapatista según Hernández Millán (2007):

El más profundo:

Ideas del zapatismo histórico, nutriéndose a través de corrientes religiosas como es la teoría de liberación, y una fuerte referencia a la cosmovisión de los pueblos mayas.

El más banal y superficial:

El rechazo al orden neoliberal, capitalista y segregado.

Este último atributo por ser el más superficial resulta el más conocido y explotado comercialmente dentro de una industria cultural como tal puede ser el concepto de “*revolucionario*”.

La mayoría de las personas se quedan con en el análisis político tradicional donde según Hernández Millan clasifica al EZLN como una organización de oposición, de izquierda, y anticapitalista, en condición de rebeldía y resistencia (Hernández, 2007).

En diciembre de 1994 el Zapatismo pasó de insurrección a gobierno al crear treinta municipios autónomos rebeldes zapatistas denominados (MAREZ) iniciales de los municipios zapatistas emblemáticos que representaban, pequeños territorios bajo control de las bases de apoyo del EZLN.

Estos territorios bajo control o de influencia no significan que se trate de territorios independientes de México, si no en vos de ellos mismo es: “En tierras zapatistas no mandan las transnacionales, ni el Fondo Monetario Internacional, ni el Banco Mundial, ni el imperialismo, ni el imperio. Acá las decisiones fundamentales las toma el pueblo.”

Los municipios autónomos se agrupaban por zonas y cercanías. Bajo esta organización, los MAREZ cercanos a San Cristóbal de las Casas fundan el *Aguascalientes* de Oventic, que después pasaría a ser el caracol “Resistencia y Rebeldía por la Humanidad”.

Los caracoles espacios creados para el debate de asuntos y consensos entre individuos y comunidades indígenas que convergen bajo este sistema de agrupamiento. Es decir, un sistema comunitario de gobierno.

El EZLN no tenía bases importantes en Chenalhó previas a 1994. Sin embargo, el entusiasmo que provocó el levantamiento armado en la región ocasionó que muchos grupos sociales, políticos y algunos religiosos simpatizantes con la izquierda política o rivalizados con la dominación de líderes y grupos del PRI, se unieran en sólo frente de apoyo en torno al Ejército Zapatista (Garza, 2006).

El EZ tomó la Presidencia Municipal de Chenalhó con la intención de formar un gobierno autónomo, pero después de un intento de desalojo por parte de la policía de Seguridad Pública reconsideraron sus fuerzas y decidieron establecer su cabecera en Polhó (Garza, 2006).

De esta manera surge la cabecera del municipio autónomo de Polhó, la cual tiene una estructura paralela a la de la cabecera oficial, y declaraba gobernar sobre 33 localidades del municipio antes de que las hostilidades entre los grupos obligaran a la mayoría de las bases de apoyo a refugiarse ahí a mediados de 1997 (Garza, 2006).

Sin embargo, en Polhó, habitaban diversos grupos de tsotsiles pertenecientes a diferentes grupos políticos, sociales y religiosos, esto aunado a las tensiones que ya existían entre el municipio autónomo con el oficial priista de Chenalhó desató varios enfrentamientos de diferentes niveles de violencia.

Durante el periodo de 1996 a 1999 las relaciones sociales de Chenalhó, y muy especialmente de la región cafecultora, estuvieron dominadas por la dinámica impuesta por una violenta conflagración política, que incluyó asesinatos, venganzas, rumores, y una de cuyas consecuencias fue la huida de casi la tercera parte de la población hacia otras localidades del mismo municipio o hacia la ciudad de San Cristóbal. El resultado fue una ruptura extrema y a la población no le quedó más remedio que agruparse en torno a algunos de los tres grupos políticos principales previamente configurados: priistas, perredistas católicos (Las Abejas) y zapatistas (Garza, 2006).

En este sentido, las mujeres de Chenalhó y el zapatismo habían estado estrechamente vinculadas durante sus inicios en el municipio, alentadas por las ideas feministas de sus congéneres tsotsiles, despertó gran interés entre ellas debido a los nuevos imaginarios de entenderse mujer que el zapatismo traía consigo.

Sin embargo, cuando los conflictos entre fracciones estallaron producto de tensiones acumuladas, las posibilidades de acción orientada por el género se nulificaron. La urgencia ocasionada por las

fricciones entre organizaciones se impuso y las mujeres se incorporaron a las estrategias que su grupo de pertenencia diseñaba (Garza, 2006).

Después de 1997, varias agencias financiadoras de todos los signos otorgaron apoyos económicos para las indígenas de Chenalhó con la intención de favorecer sus procesos organizativos. La matanza de Acteal estimuló la afluencia de financiamiento solidario para zapatistas y católicas mientras que otros grupos y partidos también procuraron ampliar sus bases entre las mujeres y una de las maneras de conseguirlo ha sido otorgarles recursos. La mayor parte de los apoyos económicos se dirigieron a proyectos textiles, aunque Chenalhó nunca fue un municipio donde esta actividad fuera particularmente importante. Ahora “abejas”, zapatistas y priístas tienen sus propias cooperativas y muchas mujeres que no sabían tejer se vieron impulsadas a aprender (Toledo y Garza, 2006).

El sisma del zapatismo trastocó sensiblemente los ancestrales hilos de sociabilidad de los tsotsiles de Chenalhó, y provocó mediante la educación y los apoyos de recursos de origen principalmente no gubernamental cambios, sobre todo en las mujeres, en sus imaginarios y prácticas que en generaciones posteriores se comenzarían a vislumbrar.

Unos de estos sismas en el municipio se debió a la incursión de la educación zapatista, la cual llegó a través del MAR de Polhó, y sus enseñanzas se sembraron y crecieron en aquellos tsotsiles que crecieron en torno a ella en esa comunidad o aquellas con influencia rebelde.

La apuesta zapatista en educación estriba en reinventar una sociedad democrática en la cual la legitimación, la selección y la transmisión de los conocimientos populares y educativos deben derivar en un proceso de participación comunitaria, en vez de porvenir de una imposición de la burocracia educativa nacional por medio de planes y programas uniformes, por ende la educación zapatista se declara en rebeldía con la del estado (Baronnet, 2009).

La autonomía de la educación conlleva, en este sentido, la toma en cuenta de las especificidades identitarias y organizativas locales a la hora de definir el quehacer educativo.

Se observa en la educación zapatista una capacidad de maleabilidad y revalorización de los conocimientos generales, prácticos y éticos, que se estiman útiles, necesarios o prioritarios para fortalecer su identidad y dignidad al ser miembros de una comunidad y localidad originaria (Baronnet, 2011).

La mayoría de los investigadores de la pedagogía zapatista la vislumbra como un sistema educativo que busca descolonizar al sujeto, ya que otorga herramientas que favorecen a la resistencia cultural y política, evitando la unificación de contextos y dinámicas socioculturales que propone la educación del estado (Baronnet, 2011).

Les enseñamos a los niños que hay tantas palabras como colores, y que hay tantos pensamientos porque de por sí el mundo es para que en él nazcan palabras. Que hay pensamientos diferentes y que debemos respetarlos... y les enseñamos hablar con la verdad, con dignidad y desde su identidad, es decir con el corazón (SC. Marcos EZLN).

La lucha por la autonomía en la educación de los pueblos indígenas es primordial en las estrategias sociales de defensa del

territorio, la afirmación cultural y el fortalecimiento del poder de gestión de las familias implicadas (Baronnet, 2011).

Dentro de las acciones pedagógicas de la educación zapatista se encuentra la revalorización del concepto de ser mujer indígena la cual se encuentra enmarcada bajo contextos locales, comunitarios y afines la doctrina del zapatismo.

Esta visión de ser mujer encierra un marco complejo de relaciones tanto para las mujeres indígenas, como con los varones, ya que ambos cuentan con disposiciones incorporadas y naturalizadas culturalmente que guían y disponen sus relaciones, así como sus comportamientos.

Estas disposiciones se mueven alrededor de un sometimiento de la mujer hacia el hombre, considerando a este último, por su condición de género, cuenta con mayores capacidades, por ende la toma de decisiones más importantes en la diferentes esferas de la vida privada y pública pasa por el control de los varones ante el aceptación de las féminas.

Inclusive la tome de decisiones concerniente a la vida y al entendimiento de esta por parte de la mujer, se encuentra en un importante porcentaje dictaminada por el hombre.

La ley tradicional de las comunidades indígenas de los Altos de Chiapas, guiada a través de los usos y costumbres, las cuales se han construido y seguido en esta zona en décadas y siglos, han provocado la naturalización e incorporación de estas dinámicas de poder sumamente ventajosas para los varones, exacerbando el patriarcado, y sometiendo a las mujeres a la cuasi voluntad absoluta de los hombres.

Estas normas, disipaciones, costumbres, tradiciones, reglas, usos y demás se han naturalizado tanto en los imaginarios como en sus prácticas tanto como para los varones, como en las mujeres indígenas, provocando relaciones ventajosas y poco equitativas de género.

En este sentido el EZLN a través de sus estatutos y su educación trata de reivindicar la posición de la mujer indígena no sólo ante la comunidad sino también ante el mundo.

Desde su creación las filas del EZ estuvieron ocupadas en un 30% por mujeres indígenas rebeldes las cuales se encontraban distribuidas en diversos cargos, desde soldados rasos hasta puestos elevados de comandancia y dirigencia (Aubry, 2002).

Por ello, el EZ, creó un estatuto compuesto por 10 leyes a las cuales se les llamó "*Ley Revolucionaria de Mujeres*", las cuales reivindicaba el sitio de la mujer indígena en su comunidad y el mundo.

Estas leyes dictan lo siguiente:

Primera.- Las mujeres, sin importar su raza, credo o filiación política tienen derecho a participar en la lucha revolucionaria en el lugar y grado que su voluntad y capacidad determinen.

Segunda.- Las mujeres tienen derecho a trabajar y recibir un salario justo.

Tercera.- Las mujeres tienen derecho a decidir el número de hijos que pueden tener y cuidar.

Cuarta.- Las mujeres tienen derecho a participar en asuntos de la comunidad y tener cargo si son elegidas libre y democráticamente.

Quinta.- Las mujeres y sus hijos tienen derecho a atención primaria en su salud y alimentación.

Sexta.- Las mujeres tienen derecho a la educación.

Séptima.- Las mujeres tienen derecho a elegir su pareja y a no ser obligadas por la fuerza a contraer matrimonio.

Octava.- Ninguna mujer podrá ser golpeada o maltratada físicamente ni por familiares ni por extraños. Los delitos de intento de violación serán castigados severamente.

Novena.- Las mujeres podrán ocupar cargos de dirección en la organización y tener grados militares en las fuerzas armadas revolucionarias.

Décima.- Las mujeres tendrán todos los derechos y obligaciones que señalan las leyes y los reglamentos revolucionarios.

Estas leyes rebeldes vinieron a generar una nueva forma de sentirse y entenderse mujer para las indígenas, las cuales vieron otras posibilidades que hasta el momento desconocía ya que se encontraban absortas en el espacio de los usos y costumbres patriarcales comunitarias.

Promovieron el liderazgo de la mujer indígena, que encontró su espacio de acción al ocupar puestos de alto mando de comandancia guerrillera, difundieron el trabajo artesanal tradicional y creativo para capitalizar sus actividades económicas, percibiendo un salario y empoderando su libertad con respecto al sometimiento patriarcal habitual en la comunidades indígenas.

Los Discursos encontraban eco en las aulas de enseñanza zapatista en la que tanto a hombres como a mujeres se les inculca estos principios de entendimiento, que en un largo plazo pueden generar reconfiguraciones en las relaciones de poder entre los géneros en las comunidades indígenas de los Altos.

De esta manera el EZLN busca encontrar una condición de igualdad y justicia entre los géneros primero entre sus adeptos, para luego expandir esta doctrina entre las comunidades tanto autónomas como tradicionales.

Con base a esta doctrina zapatista se logró compromisos para Chiapas de parte del Gobierno del Estado y Federal para reconocer: “el derecho y los mecanismos para que la mujer indígena participe en condiciones de igualdad con el varón, en todo lo concerniente al gobierno y al desarrollo de los pueblos indígenas, teniendo intervención prioritaria en los proyectos económicos, educativos y de salud que le sean específicos” (Acciones y medidas para Chiapas. Compromisos y propuestas conjuntas de los Gobiernos del Estado y Federal y el EZLN).

Producto de este adoctrinamiento y la educación zapatista la situación de la mujer indígena muestra un claro contraste con la mujer zapatista que ostenta un reconocimiento social y unas garantías jurídicas excepcionales inexistentes en otros pueblos indígenas.

En este sentido Hernández Millán afirma:

Han llegado a destacar por su vocación igualitaria y su participación combativa; es decir, por el acento puesto en el reconocimiento de sus

derechos de género, así como por su lucha por superar esta situación y conseguir un nuevo estatuto". Y añade: "En una sociedad predominantemente machista y racista; esto constituye una referencia ejemplar y un acontecimiento histórico; y no solamente en el cosmos indígena, sino aun en el mundo mestizo.

De igual manera, el zapatismo feminista impulsó el trabajo de la mujer, buscando potenciar sus capacidades, estableció objetivos de seguimiento entorno a ellas, uno de estos es mediante el trabajo capacitado se subraya a través de la elaboración de artesanías, las cuales encontrarían su punto de venta a través de las múltiples tiendas prozapatistas que se encontraban ubicadas no sólo en sus MAREZ, sino también en San Cristóbal de las Casas y Ciudad de México, y posteriormente su venta en línea vía internet.

Así, tanto mujeres y hombres se les enseñó a tejer, bordar, confeccionar, aprovechando el impulso de talleres ofertados gratuitamente por extranjeros y nacionales que traían escuela orientada al diseño industrial o de moda.

La educación zapatista reforzó entre las mujeres y hombres adeptas al movimiento su cultura centenaria maya-tsotsil, tseltal, chol, lacandón o tojolabal, así como una nueva forma de ser mujer, diferente a la dictaminada por los usos y costumbres de la comunidad, y a los discursos patriarcales que configuraban sus imaginarios y prácticas, además de potenciar las capacidades del trabajo remunerado justo mediante la realización de actividades económicas como es la elaboración y comercialización de artesanías siendo estas tradicionales o no.

2.3 La industria creativa chiapaneca

En línea a la definición elaborada en el capítulo I sobre el concepto de industria creativa comprendiendo a este como: “las que producen y llevan al público y al mercado, bienes y servicios de contenido cultural y de carácter simbólico, cuyo origen es la creatividad humana” (Picconero, 2012).

Al saber que la importancia primordial de la industria creativa radica no sólo en la contribución de éstas al valor económico, sino también en los modos en los que estimula la aparición de nuevas ideas o tecnologías y los procesos de cambios transformativos.

Por tanto, la economía e industria creativa debería ser vista “como un complejo sistema que obtiene su valor económico a partir de la facilitación de la evolución económica; un sistema que produce atención, complejidad, identidad y adaptación a través del recurso primaria que es la creatividad”. (Cunningham, S. Banks, J. y Potts, J. 2008)

En Chiapas, si bien cuenta con un capital cultural inigualable como entidad, las industrias que se posicionan entorno a ella son de carácter tradicional, dejando poco espacio de interacción aquellas

actividades que impliquen creatividad cultural y/o innovación con respecto a sus contenidos culturales y carácter simbólico.

Sin embargo, y partir de los últimos 15 años las dinámicas económicas e industriales creativas en el estado se han desarrollado alrededor de dos ciudades, la primera y más importante resulta ser San Cristóbal de las Casas, un escalón más abajo situaríamos a la capital del estado, Tuxtla Gutiérrez.

En estas ciudades, las fases de desarrollo económico, industrial y creativo se pueden localizar en torno a la creación, producción, distribución, difusión y consumo de los productos culturales.

Esto hace la diferencia, ya que por ejemplo, una gran cantidad de pueblos, y comunidades de los Altos de Chiapas se encuentra involucrada en la etapa de creación y producción, pero son nulos en los otros escalones de la cadena, reduciendo su capacidad económica e industrial creativa.

Otras ciudades, principalmente algunas turísticas, como Chiapa de Corzo, Palenque, Comitán, etc., cuentan con un desarrollo considerable en las etapas o alguna etapa de distribución, difusión y consumo, pero carecen de la creación o producción creativa, orientando este escalón al factor tradicional.

En Chiapas el pilar de esta actividad económica encuentra su epicentro en la ciudad de San Cristóbal de Las Casas.

Las características recientes con las que cuenta la ciudad como es su multiculturalidad, debido a la nutrida presencia de extranjeros residentes, así como de mestizos e indígenas, además de su

privilegiada posición historia, política, geográfica, social y cultural con la que cuenta para el estado, al igual que su constante flujo de turismo, ha impulsado la generación de un capital creativo inigualable para la entidad.

Esta ciudad ha entendido que el uso del valor expresivo es esencial para el comportamiento de su industria creativa, bajo esta perspectiva la ciudad como su conjunto de pobladores, políticas, espacios y acciones orientan una importante cantidad de acciones encaminadas al fortalecimiento de las siguientes industrias creativas propuestas por la UNESCO: Patrimonio cultural, artesanías, diseño, música, artes escénicas y festivales.

Estas condición le ha generado un toque de valor a la identidad de la ciudad colonial de San Cristóbal de las Casas y ha fomentado el turismo, la consolidación de su diversidad cultural como facilitador de procesos multi e interculturales.

Por otro lado, la ciudad capital de Tuxtla Gutiérrez, la cual se identifica como un espacio urbano en el que se desarrollan todas las etapas del ciclo económico e industrial creativo pero que se encuentra un escalón debajo con respecto a San Cristóbal de las Casas debido a que principalmente esta no cuenta con su riqueza multicultural y dimisión turística.

Sin embargo, cuenta con las ventajas de ser la ciudad capital del estado, estando bien comunicada, contando con una solida económica, producto de su burocracia (principal actividad económica de la ciudad), y al ser el centro urbano con mayor nivel de estudio del

estado, aunado a su importancia política, histórica, económica y cultural.

Esto ha provocado que se desarrolle una pequeña industria creativa entorno al diseño, festivales y música principalmente.

Pero aún y con estos indicativos, la ciudad capital aún ve desde lejos a la colonial en cuanto el desarrollo de esta industria en la región.

2.3.1 Artesanas textiles creativas de Chenalhó

En Chenalhó existe una consolidada industria creativa textil artesanal soportada exclusivamente en los procesos de creación, producción y distribución, pero posee una cuasi nula actividad en cuanto la difusión y consumo de estos productos culturales.

Por ende, Chenalhó aún no cabría dentro del espacio de ciudad creativa o epicentrica de este tipo de industria en Chiapas, como lo son San Cristóbal de Las Casas y en mucho menor medida Tuxtla Gutiérrez, ya que le haría falta en su totalidad completar los procesos productivos que giran en torno a la difusión y consumo en la ciudad.

Alrededor de esta industria se agrupan varios grupos de mujeres que bajo diferentes banderas políticas, religiosas, económicas y étnicas se dedican a transforman sus textiles tradicionales a piezas creativas y aptas para un mercado global.

Para Cecilia Alhelí Vázquez Robles, coordinadora de la incubadora social del Tecnológico de Monterrey, y que cuenta con más de 3 años trabajando con diversos grupos de mujeres de Chenalhó,

enfatisa: “en este municipio se encuentran operando más de 50 agrupaciones de tejedoras involucradas en los procesos de la industrias creativa textil artesanal” (Vázquez, 28 de abril, 2014).

Los grupos presentan a un variopinto origen, ya que algunas se conformaron entorno a comunidades en resistencia y cuentan con apoyo económico y operativo del EZLN, de igual manera otras surgieron a través de los nexos que cuentan sus integrantes con el partido oficial y gobernante en el municipio el PRI, otras pertenecen a la izquierda, siendo organizadas por el PRD, algunas tantas encontraron su conformación y operación a través de la asesoría de organizaciones no gubernamentales, campesinas, sindicatos, asociaciones civiles, grupos religiosos, tanto católicos como adventistas y particulares. Las diferentes ideologías son uniformadas por una lógica capitalista, donde lo global encuentra reductos para imponer reportorios a lo local.

Aunque el origen de estos grupos es diverso, la mayoría de ellos nacen por la intervención de diferentes ONG'S quienes patrocinan diferentes cursos y talleres que tienen por temática la equidad de género, el empoderamiento de la mujer, autoestima, *managment* empresarial y desarrollo creativo artesanal.

Según Cecilia Alhelí cada grupo es muy variable en cuanto a sus integrantes, pero el promedio oscila entre 15 a 20 artesanas, esta varianza depende de la participación de las mujeres mayores de los 60 años las cuales algunas ya no tejen pero igual las inscriben y participan en los talleres de estas organizaciones (Vázquez, 31 de julio 2014)

Es decir de las 16,067 mujeres contabilizadas en el censo del 2010, realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), más de 1,000 mujeres se dedican activamente a las dinámicas de esta industria representando el 6.22 % de su población femenina del municipio. La edad de estas mujeres oscila entre los 12 a 70 años quienes de alguna forman participan en la creación, producción y distribución de los productos y sus actividades relacionados con estos.

Cabe señalar, que estos grupos operan en su mayoría bajo el mando de un fuerte liderazgo ejercido por una mujer, la cual sobresale sobre las demás integrantes y esta recibe la responsabilidad de ser la coordinadora operativa de las acciones productivas de la unión, así como el contacto con sus asesores externos como en algún caso podrían ser las ONG'S.

Cecilia Alhelí, como coordinadora de la incubadora social del Tecnológico Monterrey, participa junto con otras instituciones internacionales como León XIII y *Aids to Artisan* (ATA), trío conformada por la Fundación del Empresariado Mexicano (FUNDEMEX) en la operación de 7 grupos de mujeres artesanas textiles de Chenalhó: Las Vegas, Flor de Margarita, Girasoles, Mariposas, Grupo de Paz, Las Golondrinas y San Pedrito.

Estos grupos de mujeres artesanas textiles tienen el común de ser asesoradas por este trío de instituciones internacionales (Tec de Monterrey, Leon XIII y ATA) quienes las acompañan durante su proceso formativo y de consolidación, para ello emplean no sólo la supervisión, sino también la operación y ejecución de diversos talleres

con diversos tópicos que giran alrededor de las temáticas empresariales, equidad de género, empoderamiento de la mujer y creatividad artesanal.

El objetivo general que comparten estos grupos es el que les ha inculcado esta trilogía institucional, siendo este en palabras de la coordinadora Cecilia Alhelí “es que sean mujeres independientes, autosuficientes y que sus proyectos productivos sean sólidos a través de empresas sociales más convenientes” (Vázquez, 28 de abril, 2014).

Lejos de disminuir el interés de las mujeres artesanas de Chenalhó en participar en esta industria, este ha aumentado exponencialmente, específicamente este trío institucional trabaja con 40 grupos de mujeres artesanas textiles diversificadas en diferentes municipios de la zona Altos, pero ya cuentan con 22 más tocando la puerta que esperan su momento para poder entrar. De estos 22 grupos, 10 pertenecen a Chenalhó.

2.3.2 Grupo “Las Vegas”

La neblina es espesa por la vereda de piedras que sube hacia el cerro, desde ahí se deslucen algunas pequeñas casas de madera con techo de teja o lamina, por el camino vemos el andar de hombres de tez morena, gallinas y borregos que se pierden dentro del espesor nebuloso. Ahí vemos el caminar de mujeres que portan una enagua azul que se amarra a la cintura con una faja de hechura chamula sujetando al mismo tiempo su blusa de colores opacos, la cual se

ilumina al notar los brocados contruidos con hilos dorados, a esta prenda, ellas la conocen “*yok vet*”. Sobre ella se ponen el “*mochibal*”, el cual es una especie de reboso que usan para protegerse del frio de la sierra.

Este camino es el que nos comunica a la comunidad de Natividad, a 20 minutos andando desde la cabecera municipal de Chenalhó si se va por la ruta que atraviesa a la Escuela Primaria Rural Francisco Villa. Hasta la puerta de la escuela es posible llegar en auto, posteriormente los habitantes o visitantes que arriban a Natividad deben iniciar a subir un escarpado camino compuesto por piedras, tierras y el verde de los bosques templados de Chenalhó.

Natividad es una comunidad que según los estudios realizados por la Secretaria de Desarrollo Social durante en el año 2010, ubica a la localidad con un grado muy alto de marginalidad, ya que de sus 365 habitantes censados más de la mitad no ha concluido la primaria y el 15 % de las viviendas de la zona no cuenta con algún servicio básico.

Aún y con este rezago, la localidad de Natividad ha tenido una mejoría en sus indicadores de marginalidad, en el año 2005 los habitantes sin primaria concluida correspondía a más del 65% de la población, y los hogares que no contaban con al menos un servicio básico era de más del 60% del total de ellas.

La Secretaria de Desarrollo Social asocia esta mejoría a los planes de desarrollo rural ejecutados en el sexenio 2006-2012, así como el aumento de circulante producto del envío de remesas de los Estados Unidos, provenientes de los hombres inmigrantes de Natividad. Es

por ello que el número de hombres en la comunidad decreció, en el 2005 había 255 varones censados, para el 2010 la cifra marcó 167; mientras que el número de mujeres se mantuvo estable.

Aquí, en esta localidad marginal, con olor a leña quemada, con mujeres que caminan por la vereda descalzas, bajo el verde de los bosques húmedos nació Angelina Ortiz Gómez y el grupo de artesanas textiles “Las Vegas”. El nacimiento del grupo “Las Vegas” depende tanto de la existencia de Angelina, que sin el nacimiento de ella, este grupo tampoco hubiera vivido. A 3 años de su fundación Angelina no sólo es la creadora, y gestora de esta pequeña empresa, también es la lideresa.



Angelina en Natividad, Chenalhó

Pequeña, con ojos saltones, sonriente; cabello negro, espeso y oscuro la historia de Angelina se traduce en el origen de "Las Vegas". Ella nació un 21 de noviembre de 1987, siendo la cuarta de 10 hermanos y la segunda mujer del matrimonio de María Gómez Pérez y Antonio Ortiz Gómez.

Ella nació en las libertades del bosque húmedo de Chenalhó, bajo el cuidado de su familia y comunidad, en medio de la precariedad económica, desde pequeña sostuvo una relación más cercana con sus hermanos Antonio, y Alberto; el primero es inmigrante retornado, el segundo aún permanece en Las Vegas, Nevada, quizá por ello el nombre del grupo artesanal, quienes han estado más de 5 años como trabajadores ilegales en los Estados Unidos de América.

Como para muchos indígenas de la zona Altos, la niñez de Angelina fue difícil, a los 10 años de edad tuvo que abandonar sus estudios en la primaria Francisco Villa debido al alcoholismo de su padre: "Mi papá toma mucho, no tenía dinero, ni comida, nada, por eso me salí, para trabajar en temporada de café y me fui a cuidar a mi hermana también" cita de entrevista (Angelina, noviembre 2014).

Sin embargo, pese a las carencias y la necesidad de trabajar, Angelina y algunas de sus hermanas se las arreglaban para asistir eventualmente a la Escuelita Zapatista de Polhó, ahí, continuaron aprendiendo a escribir en español y tsotsil, los números con base vigesimal y decimal, la importancia de la mujer en la sociedad y a valorar más la comunidad que la nación.

Llegaron ahí a través de su tío Macario, un militante activo del Ejército Zapatista de Liberación Nacional, él, Macario, convenció a los padres de Angelina que dejará a ella y a sus hermanas asistir eventualmente a la escuelita con el objetivo de seguir aprendiendo español y a contar, ante estas razones, ellos accedieron.

Cuando las labores del hogar eran escasas, y no era temporada de trabajo cafetalero, habiendo preparado todo días previos, las hermanas Ortiz se levantaban aún en penumbras, con luz de vela, se arreglaban y preparan para iniciar una caminata de más una hora y media por las frías veredas de los cerros de Chenalhó para llegar a la Escuelita de Polhó.

Angelina confiesa tener simpatía por el movimiento zapatista, más nunca fue militante, a la edad de 13 años dejó de ir definitivamente a la escuelita, fue cuando ella y sus maestros “*sintieron desde su corazón*” que su enseñanza básica había concluido satisfactoriamente.

Cuando el *Chul’hel* de Angelina estaba preparado, su abuela principalmente y su madre la enseñaron a bordar a la edad de 12 años, le mostraron el camino de las estrellas que enmarca el rostro de la mujer originaria de Chenalhó y a utilizar el hilo con la misma devoción sagrada de sus ancestros milenarios.

Empecé a bordar a los 12 años, nada mas voy a bordar mi blusa, mi falda, y de todo, y buscar lo que usan otras mujeres que me gusta pa’ bordarlo también, luego a los 15 años empiezo a bordar como artesanía también, mi mamá antes que no estaba casada era artesana, mi abuelita también, y ellas saben hacer todo tipo de blusas y de todo y ellas me enseñaron (Angelina, noviembre 2014).

En su temprana juventud Angelina dividía su tiempo entre sus actividades dictaminadas por su condición de mujer, ella veía por el cuidado de sus hermanos más pequeños, ayudaba en las tareas domésticas de su hogar, el cuidado de animales de traspatio, así como en la recolección del café, el cual era el negocio familiar y comunal; sin embargo en los momentos libres, dejaba escapar sus manos y mente en la creación de algún tejido, era como ella afirma “su momento de libertad”.

Cundo tenía espacio y tiempo, Angelina vendía sus artesanías textiles tradicionales a comerciantes chamulas que tenían sus puestos de venta en la Plaza de Santo Domingo en San Cristóbal de Las Casas, de ahí obtenía algunas ganancias las cuales no eran suficientes para solventar los gastos básicos de su hogar: “Luego me cumplí los 18 años y me fui a trabajar en restaurante, en tortillería, en tienda, de comedor, me fui a trabajar en Chenalhó y San Cristóbal, le trabajó como 4 años, y había menos tiempo para artesanía” (Angelina, diciembre 2014).

En esta época Angelina no era feliz, pese a que ganaba más dinero para su casa le disgustaba sus nuevas ocupaciones, a parte que le resultaba inconveniente regresar noche a su comunidad, “estaba oscuro, no había luz, hacia frío, no había calle, y si salía muy noche me quedaba por ahí, así que empecé a pensar a como le iba a ser” cuenta Angelina. A los 22 años, Angelina se topa en el vereda de Natividad a su amiga de la infancia Cristina, a quien ya había llegado a sus oídos el talento artesanal que poseía Angelina.

Cristina era la lideresa de un grupo artesanal textil creativo llamado “*Las Mariposas*” quienes trabajan desde hace 2 años con diseñadoras independientes y organizaciones internacionales en la elaboración de textiles creativos para la venta orientada hacia consumidores globales.

Es aquí, en este espacio, cuando Angelina reconfigura no sólo su oficio de artesana sino también su persona, al aprender técnicas, diseños, procesos, conceptos, ideas, formas y fondos de vida nuevos para ella, esto provocará una reconfiguración no únicamente en su producción, sino también en sus imaginarios y prácticas al mantener contacto, enseñanza y aprendizaje de otras realidades.

Dinámica y luchadora, Angelina se apasionó rápidamente de este nuevo proceso creativo que estaba viviendo a través de su artesanía. Soltera, sin hijos, situación inusual para una chica indígena de 22 años en la región, así como ser una mujer independiente en cuanto a sus gastos, producto de sus ingresos que había acumulado por su trabajo, se dispuso asistir a cuanto taller, curso o clase era propuesta por las diferentes organizaciones internacionales.

Esta situación empezó a generar tensiones sociales en Cristina quien veía con recelo el protagonismo y reconocimiento que estaba alcanzando Angelina ante los no indígenas.

“Me corrieron porque me fui a taller, yo salí, a reuniones, me fui a D.F., varias veces, viajaba mucho, y la gente me quería, por eso me corrieron” (Angelina, diciembre 2014).

Con el grupo las Mariposas, Angelina sólo colaboró un año, tiempo suficiente para relacionarse con diferentes instituciones, asociaciones y organizaciones involucradas en el fomento de la industria creativa textil artesanal: “Cuando me corrieron, me echaron más ganas de buscar otras personas, otros talleres, otras capacitaciones, y crear mi propio grupo de mujeres chingonas pues” sostiene Angelina.

Liberada del grupo de las Mariposas, Angelina hace contacto con una organización mexicana llamada “Voces Mesoamericanas” esta institución trabaja con un enfoque transnacional que promueve la organización y articulación de las y los migrantes, sus familias y comunidades, como actores que contribuyen al “Buen Vivir” de los pueblos de Chiapas y en la región de Meso y Norteamérica

Me junte con el Voces Mesoamericanas y les dije, quiero trabajar con las mujeres, con sus maridos que no está aquí en Chiapas, para que no salguen más y estén con su familia, yo quiero trabajar con las mujeres artesanía, quiero capacitación, quiero taller (Angelina, diciembre 2014).

Fue así que la organización Voces Mesoamericanas gestionó para que Angelina contactará con María Eugenia Pineda Meléndez, directora en México de la ONG multinacional *Creative Learning* a través de su dependencia *Aids to Artisans* México.

Maru me recibió muy contenta, reconocí que tienes su ánimo de trabajar, de conocer más cosas, la Maru me fui visitar cada semana, cada semana, junto con Ceci del Tec y me dijeron que tenía que hacer un grupo (Angelina, diciembre 2014).

Así, a los 24 años de edad, Angelina funda el grupo “*Las Vegas*”, compuesto por 10 mujeres artesanas textiles originarias de la comunidad de Natividad.

El nombre de “*Las Vegas*” fue a sugerencia de su hermano Antonio, quien había vivido en dicha ciudad, Angelina sin conocer a ciencia cierta que significaba, le gustó y así bautizó a su grupo.

Tras su fundación, “*Las Vegas*” obtuvo inmediatamente su primer pedido a través del trío operativo conformado por *ATA, León XIII y Tec de Mty*; en este caso León XIII solicitó al grupo de Angelina realizar manteles para mesas cocteleras, al mes y medio el pedido fue entregado para beneplácito de todas la partes.

Desde su fundación hasta la fecha, el trío operativo ha solicitado más de 1500 pedidos de artesanía textil creativa de formas varias, dejando una ganancia neta para el grupo de más de 110 mil pesos mexicanos.

Ellos (trío operativo) les guste mucho, trabajaba yo bien y les gusto también que ahorre mucho, que compramos cosas, su estufa, su casa, algunas compre (compramos) un poco de terreno.



Las Vegas en reunión de proyecto

Angelina, en su condición de líder y gestora del grupo, es quien ha asistido a más cursos y talleres organizados por diferentes ONG'S, principalmente hechos por León XIII, ATA y Tec de Mty, ella por si sola contabiliza más de 50 asistencias donde los temas van desde género, empoderamiento de la mujer, derechos, *managment* empresarial, alta gestoría, hasta generación creativa, y nuevas técnicas de costura. Las demás integrantes sus asistencias oscilan entre 40 a 10, esto dependiendo del grado independencia que éstas posean respecto a sus obligaciones tradicionales de mujer.

En el sentido de los procesos industriales, este se encuentra sumamente vinculado entre el trabajo artesanal textil creativo que realiza "*Las Vegas*" y la supervisión de ATA y León XIII

principalmente, ya que son las entidades que mensualmente les encarga trabajos y pedidos funcionando como *brokers* dentro del proceso de producción, al finalizar la etapa creativa y de producción de la artesanía textil, Angelina lleva la o las piezas a las bases oficinas corporativas de estas ONG'S para que éstas envíen el pedido a los diferentes clientes localizados alrededor del mundo.

Posteriormente, Angelina recibe un pago producto de estos servicios, convoca a una reunión en Natividad, donde todas las integrantes de las "*Las Vegas*" se deben reunir, ahí Angelina presidente una serie de tomas de decisiones que se dictaminan bajo el consenso de todas, temas de repartió salarial el cual está en vinculación a la cantidad de trabajo que cada una invirtió en el pedido, insumos a pagar, manejo de deuda (si existe), ahorro, cuenta revolvente, entre otras gestiones gerenciales.

El grupo "*Las Vegas*" surgió con 10 integrantes, al día de hoy, se cuentan 11 mujeres artesanas textiles creativas, sin embargo, solamente 4 contando Angelina se sostienen desde su fundación, las restantes se han desincorporado o incorporado en el transcurso de su consolidación como grupo; desde mayo del 2014, ninguna artesana ha tenido intenciones de deslindarse del grupo, lo cual para Angelina es un claro indicio de que la consolidación como grupo ha llegado.

Las integrantes del grupo de "*Las Vegas*" no sólo cuentan con lazos comunales fuertes al ser oriundas de Natividad, sino también familiares, ya que 8 mujeres del grupo son familia de Angelina en

algún grado, este tipo de lazos otorga cohesión al grupo a la misma intensidad de lo que hace un clan.

Las integrantes del grupo “Las Vegas” con relación de parentesco con Angelina son:

- Catarina hermana mayor de y miembro fundadora

“Me gusta estar en “Las Vegas” hago cosas que me gustan, ir a taller, aprender cosas nuevas”

- Lucia hermana mayor y miembro fundadora

“En “Las Vegas” y con Angelina, estamos bien, trabajamos bien, y me gusta estar aquí haciendo cosas, aprendiendo cosas, así todo bonito pues”

- Ernestina, hermana menor

“Aquí, hacemos lo que gusta pues, con ellas, ir a taller, es bonito, no me quiero salir, quiero aprender más, ser más”

- Catarina, cuñada, mujer de Antonio, hermano mayor

“Angelina me llamó, platicó idea, al principio no sabía, pero ahora me gusta, siento bien, me gusta”

- Adela, esposa del primo, miembro fundadora

“Me gusta ir con Angelina a taller, trabajar con ellas, hacer artesanía, aprender, ganar paga, me gusta”

- Carmen, prima

“Estoy pequeña, pero aquí me siento útil con lo que me gusta, afuera soy útil pues pero no con lo que me gusta, aquí sí”

- Carmela, concubina del primo

“Es bueno trabajar con Angelina”

- Lucía, prima

“Me gustaría aprender, costurar en maquina, más modelos, nos enseñaron como ahorrar, sacar ganancia, defender nuestros derechos como mujer, eso me gusta”

- Juana, amiga de la infancia

“Angelina nos motivó, a defender nuestros derechos y no tener miedo, eso me gusto, y aquí estoy”

- Guadalupe, amiga de la juventud

“Me gusta, mi corazón se siente bien, libre pues, me gusta”

Todas estas mujeres trabajan en esta industria, no sólo bajo la causa del incentivo económico, el cual cuenta, pero no es determinante, la razón de mayor peso que las orilló a esta incorporación resulto ser la libertad que experimentan al incursionar en esta actividad; “mi corazón se siente libre, se siente útil, que hago algo que me llena, que es diferente y me agrada, por eso quiero estar acá”, bajo esta declaración de Adela, concordaron todas.

Una gran mayoría de los grupos artesanales textiles creativos cuentan con la característica de contar con la presencia de un fuerte liderazgo indígena, una relación que va ligado a su cosmovisión maya-tsotsil, donde el liderazgo del destacado es preservado, acatado y respetado por sus seguidores.

Si bien la construcción del liderazgo en el mundo maya-tsotsil parte desde una construcción y participación colectiva, la figura del

líder surge como una forma organizada y consensuada por la comunidad para enfrentar conflictos de afectación comunal (Iturralde, 1981).

Esto aún se puede ver en las comunidades que ostentan líderes por responsabilidades religiosas, o de creencias ancestrales, los cuales son elegidos por la comuna para su representación en otros espacios. Sin embargo la inmersión de discursos políticos y empresariales en las comunidades mayas-tsotsiles de los Altos que se dio posterior a la época de la revolución modificó el sentido del liderazgo orientado al “mandar obedeciendo” a un sentido más individual, aunque el respeto hacia esa figura haya prevalecido.

Así mismo “Las Vegas”, y en general los grupos, y específicamente las mujeres que deciden participar y prevalecen dentro de esta industria deben de contar con algunas características específicas que las distinguen del resto y que las capacita para sostenerse con firmeza en este ambiente.

A esto Cecilia Alhelí, coordinadora de la incubadora del Tec de Monterrey comenta: “cuando llegamos a una comunidad para invitar a las mujeres artesanas a formar parte de esto, nos llegan unas 300, pero al final del proceso, que termina con la creación de un grupo, sólo nos quedan 10” (Vázquez, 10 de noviembre 2014).

Hemos observado durante esta investigación características distintivas, de igual forma notamos que las mujeres deciden participar y se sostienen desde el inicio o cuentan con una considerable antigüedad en el grupo “Las Vegas” poseen al menos tres de ellas.

En este sentido, identificamos algunas características atípicas de las mujeres artesanas de los Altos de Chiapas:

- Son jóvenes

La edad promedio en el grupo “*Las Vegas*” es de 24 años, este número también es compartido en general por otro grupo de artesanas. La juventud de las chicas para mantener la energía y motivación para soportar las horas de trabajo manual, los traslados entre comunidades y ciudades, y cumplir con las obligaciones del grupo al mismo tiempo que algunas deben de participar en las labores del hogar.

- Han tenido experiencias de vida fuera de la comunidad

Por diferentes circunstancias, principalmente para buscar mejores oportunidades laborales, las mujeres artesanas se ven en la obligación de partir generalmente durante su adolescencia a otros sitios fuera de la comunidad, generalmente acuden a centros urbanos cercanos como es San Cristóbal de Las Casas o Tuxtla Gutiérrez, ahí se emplean como asistentes del hogar, niñeras, meseras, o eventuales en alguna tienda de servicio. Esta acción les proporciona experiencia vivencial directa con otras realidades de vida e inclusive estos contactos pueden llegar a reconfigurar sus conceptos tradicionales-comunales, provocando que sean más susceptibles y abiertas a un cambio que les signifique una ventaja en sus condiciones de vida.

- Son solteras, sin hijos.

En el caso de “*Las Vegas*”, cuatro integrantes, incluyendo Angelina, son solteras y sin hijos, esta condición las exime de

mantener responsabilidades que giran en torno al cuidado del su esposo e hijos, poseyendo así mayor tiempo libre el cual sería utilizado para cumplir con las obligaciones de producción creativa artesanal.

- Poseen buen nivel de manejo del idioma español

En este sentido, 8 personas del grupo “*Las Vegas*” poseen un dominio que va desde suficiente hasta sobresaliente del idioma español. Esta es una característica que beneficia en mucho la buena comunicación que se pueda tener entre el grupo artesanal para con los gestores venidos de diferentes Organizaciones No Gubernamentales, en el caso de “*Vegas*” sería con el trío operativo conformado por León XIII, ATA, y Tec de Monterrey.

De igual manera, una gran mayoría de cursos y talleres impartidos son en español, conocer este idioma beneficia en mucho para la buena comprensión de los temas.

- Poseen maridos que están fuera de la localidad y han estado ausentes por un prolongado tiempo (inmigrantes en E.U.A., trabajadores en el norte o Caribe mexicano).

En “*Vegas*” existen dos mujeres con esta condición, lo cual las libera de posibles conflictos con sus parejas producto de tener que pedir permiso a estos para salir de la comunidad y recibir talleres o cursos, o tener que ocupar energías y tiempo en atenciones y cuidados tradicionales con él.

Únicamente mantienen responsabilidades del cuidado de su casa, y labores de crianza con sus hijos. Aparte que son las que más manifiestan el gusto por aprender asuntos relacionados con

creatividad, empoderamiento, género, *managment* empresarial y gestión, así como el gusto por producir artesanías creativas, ya que el asunto económico para ellas lo tienen cubierto con el envío de las remesas.

- Esposos flexibles con la actividad empresarial de sus esposas

Esta característica pese a no ser muy común o identificable con las mujeres que poseen cónyuge, si es muy comentada por ellas, ya que en consenso relatan que sus parejas al ver que la mujer contribuye con el gasto de la casa este se siente aliviado, y permite en una forma gradual mayor concesiones a éstas con respecto a su participación en la industria.

Sin embargo, observamos que esta condición también resulta perjudicial para las mujeres de *“Las Vegas”*, ya que también manifiestan la intención por parte de sus cónyuges en controlar los ingresos que estas producen producto de su actividad artesanal creativa, así como el robo de sus ganancias para el consumo de alcohol por parte de ellos. Ante estos hechos, las mujeres han puesto en práctica las lecciones aprendidas en torno a los derechos de la mujer, equidad de género y respeto, manifestando *“que han puesto un alto”* ha esta situación, este acto en ambientes tradicionales es impensado, por ende trae conflictos relacionales-conyúgales.

- Poseen un núcleo familiar reducido

La mayoría de las mujeres en *“Las Vegas”* son solteras, sin hijos y velan por ellas mismas, pese a vivir en casa de sus padres, son independientes y su contribuyen con gastos y mantenimiento de la

casa, o están casados con maridos ausentes o presentes pero tienen pocos hijos, lo cual les permite mayores libertades con el ejercicio de crianza, por ende obtienen mayor tiempo para invertir en el ejercicio de sus prácticas laborales.

- No son católicas

Las artesanas del grupo “*Las Vegas*” se dicen ser evangélicas, pertenecientes a la Iglesia de Cristo en Restauración, ministerios *Elohim*; la cual sustenta sus creencias en los escritos del viejo testamento.

Al pertenecer a una religión que no sea la Católica las exonera de cualquier tipo de participación de fiestas patronales como es la celebración a San Sebastián, San José, San Antonio, San Pedro, Virgen de la Asunción y Santo Domingo, así las mujeres se liberan de responsabilidades entorno al cuidado de los santos, organización del o los eventos, preparación de la comida, etc; esta condición les permite tener mayor tiempo para inversión en sus actividades de creación y producción creativa artesanal.

- Han recibido una educación no tradicional, primordialmente Zapatista.

La educación es un elemento importante para el desarrollo de una mujer emprendedora, es en el espacio educativo donde las mujeres indígenas pueden practicar el aprendizaje del español y otros conocimientos fundamentales, principalmente matemáticos.

Sin embargo en el caso de Angelina y sus hermanas, las cuales también son miembros del grupo artesanal, han tenido una educación alternativa a la tradicional.

Creemos que el contacto con este tipo de sistema educativo en el que en anteriores páginas explicamos la importancia que tiene el sentimiento comunal, y la revalorización de la mujer, fueron elementos claves que mediaron en la formación de Angelina y sus hermanas como sujeto y que las motivo para la incursión en esta industria.

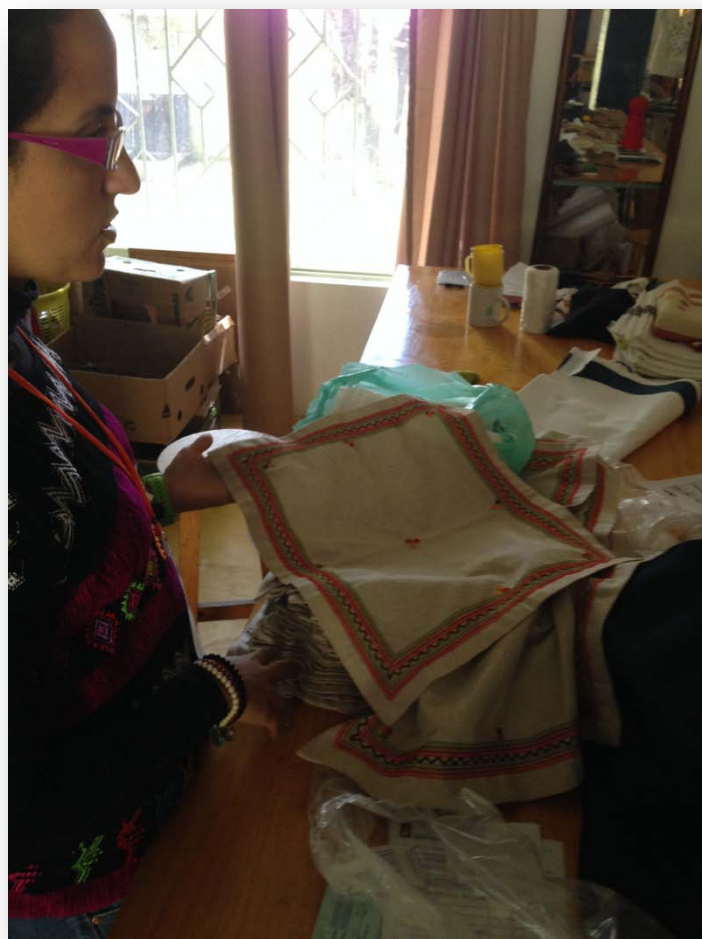
Sabemos que el grupo “*Las Vegas*” aun no es autogestionable, si bien es completamente autónoma e independiente, este se encuentra bajo la supervisión del trío organizativo compuesto por León XIII, Tec de Monterrey y *Aids to Artisans*, los cuales fungen como supervisores de las acciones productivas, organizacionales y humanas, pudiendo dictar recomendaciones si lo consideran necesario.

Ahora bien, ¿qué piensan los supervisores de las artesanas de Las Vegas?, Cecilia Alhelí Vázquez, Coordinadora de la Incubadora social del Tec de Monterrey:

Es un grupo que a mí me ha sorprendido mucho {...}, cada paso que ellas han dado ha sido para adelante, es uno de los grupos que cuando tu llegas a la casa, esta siempre se encuentra limpia, siempre te reciben con una sonrisa, son súper simpáticas y agradables, yo nunca he visto una discusión en su grupo, y siempre van hacia adelante, ellas están dispuestas hacer cambios para seguir trabajando (Vazquez, 10 de noviembre 2014).

Marua Pinto Hugues, Coordinadora de Zona de Fundación León XIII (Institución de Asistencia Privada):

Las conozco poco, si hemos hechos talleres con ellas, sobretodo talleres de autoestima, violencia y dignidad, cuando tienen mayor autoestima venden mejor, {...}, les hacía falta este tipo de talleres, aunque no sean o no sepa que hayan sido parte de violencia, aunque siempre no está de más aprender a querernos, apapacharnos, {...} las veo contentas, felices y quieren más {talleres} (Pinto, 28 de octubre 2014).



Marua muestra trabajos de artesanas creativas

María Eugenia Pineda Meléndez, Directora en México de *Aid to Artisans*:

Ellas, tienen mucho ánimo, son emprendedoras, lo que nosotros le llamamos, porque nosotros ubicamos 3 niveles de participación, porque no todos los grupos, ni todas las artesanas, bueno todos los grupos sí, pero no todas las artesanas de todos los grupos están con esa apertura,

entonces nosotros ubicamos 3 niveles, el artesanal (1 nivel), que son la mayoría, nosotros hacemos de lo que sabemos hacer, y si nos ponemos tarea de lo que sabemos hacer pues adelante, nivel medio que son las emprendedoras, que ellas están dispuestas a 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, entonces les falta mucho pero ahí la llevan (Pineda, 28 de octubre 2014).

En este sentido, observamos una radiografía general de nuestro objeto de estudio, el grupo de artesanas textiles creativas tsotsiles “*Las Vegas*”, en el siguiente apartado sintetizaremos como la intervención de estas organizaciones no indígenas han mediado en la reconfiguración de sus imaginarios y prácticas socio-culturales, específicamente a las que se encuentran orientadas hacia temas de género observables en los espacios familiares, comunales y laborales.

CAPÍTULO III.- CONSTRUCCIÓN METODOLÓGICA

El capítulo que se presenta a continuación refleja las intenciones de la investigación y las herramientas que se utilizaran para alcanzar los objetivos.

Realizaremos un recorrido por la etnografía y como esta será aplicada en campo, de igual manera describiremos las herramientas de las cuales haremos uso para poder aproximarnos a nuestros sujetos de estudio y poder acceder a su realidad circundante.

Al final presentaremos un diagrama de flujo, el cual nos indicará de una forma más gráfica como entendemos la investigación, y la estrategia que se seguirá con la finalidad de poder acceder a la realidad social de las artesanas textiles creativas.

3.1.- La etnografía como método de campo

Como en anteriores páginas hemos dejado entrever, la metodología investigativa de este trabajo se posicionará en torno al método etnográfico cuyo objetivo es la comprensión de la realidad.

Dentro de la metodología etnográfica el papel del investigador se centra en la observación e interpretación de la realidad, que parte de sus mismas nociones, y se basa en la información que la propia realidad investigada le proporciona, no olvidando que esta interpretación encuentra sus fundamentos en la interrelación de los diversos elementos que el investigador se encuentra observando, y en que cierto fenómeno social se desarrolle de la manera en que lo está haciendo.

Mediante la observación y descripción de lo que la gente hace, cómo se comportan y cómo interactúan entre sí, para describir creencias, valores, motivaciones, perspectivas, prácticas, representaciones y cómo estos pueden variar en diferentes momentos y circunstancias. Observando así bajo el análisis de aspectos cualitativos del comportamiento de los individuos, de sus relaciones sociales y de las interacciones con el contexto en que se desarrollan.

El trabajo etnográfico, implica gran rigor teórico, técnico y metodológico aunado a una apertura y flexibilidad para ver, registrar y posteriormente analizar las situaciones que se presentan y que no se puedan explicar con elementos teóricos previos o iniciales, así mismo se requiere un alto nivel de implicación del investigador llegando a la auto-instrumentación para la obtención de información

En este método la producción del conocimiento de la realidad se gesta a partir de las observaciones, descripciones, interacciones e interconexiones que el investigador realice y que le permita entender el fenómeno estudiado.

Cabe señalar que la etnografía requiere la inmersión completa del investigador en la cultura y la vida cotidiana de las personas asunto de su estudio, sin olvidar delimitar en la medida de lo posible el distanciamiento conveniente que le permita observar y analizar lo más objetivamente posible.

Así, el investigador posa su atención en la asociación de observables y depende de esté la cualidad y cuantía de asociaciones que realice, con base a ello expresará sus resultados, develando con ello las relaciones que subyacen a la realidad social observable (Valle, 1999).

Las elecciones iniciales de informantes te guían a otros informantes similares o diferentes, el observar un tipo de sucesos invita a la comparación con otro tipo; y el entendimiento de una relación clave en un contexto revela aspectos a estudiar en otros (Miles y Huberman, 1994).

Para Valle (1999) el método etnográfico posee ciertas características con las cuales se debe contar:

- 1.- Tiene un carácter fenomenológico o émico: con este tipo de investigación el investigador puede obtener un conocimiento interno de la vida social dado que supone describir e interpretar los fenómenos sociales desde la perspectiva de los participantes del contexto social.

2.- Permanencia relativamente persistente por parte del etnógrafo en el grupo o escenario objeto de estudio por dos razones: para ganarse la aceptación y confianza de sus miembros y para aprender la cultura del grupo.

3.- Es holística y naturalista. Un estudio etnográfico recoge una visión global del ámbito social estudiado desde distintos puntos de vista: un punto de vista interno (el de los miembros del grupo del grupo) y una perspectiva externa (la interpretación del propio investigador).

- 4.- Tiene carácter inductivo. Se basa en la experiencia y la exploración de la primera mano sobre un escenario social, a través de la observación participante como principal estrategia para obtener información. A partir de aquí se van generando categorías conceptuales y descubren regularidades y asociaciones entre los fenómenos observados que permiten establecer modelos, hipótesis y posibles teorías explicativas de la realidad objeto de estudio.

Para Miles y Huberman (1994) en la metodología etnográfica no se trata solo de observar, hay que interpretar, para ello hay una serie de fases o características, pero no tienen que ser tratadas de modo lineal.

Fases:

1. Selección del diseño
2. La determinación de las técnicas
3. El acceso al ámbito de investigación
4. Selección de informantes

5. Recogida de datos y la determinación de la duración de la estancia en el escenario
6. El procesamiento de la información recogida
7. Elaboración del informe

Cabe señalar que encontré en el modelo propuesto por los autores Miles y Huberman la plataforma idónea para desarrollar mi trabajo etnográfico, ya que la metodología por ellos planteada se me ideó como muy clara y precisa, por ende tome las fases anteriormente planteadas como guía de acción etnografía.

1.- Selección del diseño

Para trascender en esta fase solo basta con partir de la realización de una buena pregunta, determinar los objetivos de investigación y elegir bien el ámbito de la misma.

Para cumplir con esta fase del proceso me apoye en la pregunta de investigación planteada en el proyecto de investigación. Dicha interrogante me brindo sólidos cimientos desde el cual puede iniciar a construir la exploración.

2.- La determinación de las técnicas

Las técnicas más empleadas en las investigaciones etnográficas son las observaciones y las entrevistas en sus diferentes modalidades.

Tanto para las entrevistas como para la observación, el investigador debe tener en cuenta:

- El contexto
- Los efectos que cause el propio investigador en el grupo
- La necesidad de crear una relación de comunicación
- Crear relaciones con los miembros del grupo

Así mismo deberá incorporar otras técnicas que contempla la etnografía como la incorporación de documentos que hablen sobre el tema, cómo del análisis de contenido, es decir, tendrá que examinar con detalle determinados productos culturales o documentos representativos de las situaciones estudiadas debido a su carga de significados, con el fin de obtener una descripción global del contexto en el que investiga.

La selección de las estrategias en sus distintas modalidades a lo largo del estudio etnográfico dependerá de la propia dinámica de la investigación y de las posibilidades del etnógrafo.

En este sentido comencé a documentarme sobre los contextos que rodean al grupo de *“Las Vegas”*, seguí recomendaciones de otros etnógrafos para involucrarme con mis sujetos de estudios con la intención de causar el menor ruido posible, e intentando incrementar visita con visita la confianza con la finalidad de fortalecer lazos y simplificar el proceso investigativo.

Siendo un trabajo de “pico y piedra” el cual al inicio fue muy costoso y difuso pero con tenacidad logre sortear los silencios del grupo y poder comunicarme exitosamente con ellas.

3.- El acceso al ámbito de investigación

El escenario es la situación social que integra personas, sus interacciones y los objetos allí presentes. El etnógrafo debe acceder al escenario en el que se encuentran los miembros y en el que se provocan las situaciones culturales que quiere investigar.

La selección del escenario se realiza de forma intencionada y ha de estar de acuerdo con la pregunta y objetivo de la investigación.

Mi acceso inició a través de un contacto con la Directora de la Incubadora de Empresas del Tec de Monterrey, Cecilia Alhelí, quién me presento a la líder del grupo “Las Vegas” Angelina. Ella me condujo con su grupo de bordadores quienes al final de una sesión y tras hablarle de mis intenciones investigaciones, deliberaron y acordaron aceptarme como observador de sus procesos; permitiéndome así en primera instancia poder acudir a sus centros de trabajo y después en confianza a sus hogares.

4.- La selección de informantes.

Tras la elección del o los escenario(s), este determinará los primeros contactos con los sujetos que participan en la situación social que se quiere investigar.

Tras esto, el investigador quiere conseguir establecer relaciones abiertas con los miembros del grupo que se encargarán de ser los informantes. Para ello, el etnógrafo tiene que conseguir el "*rapport*" (crear una relación de confianza y de afinidad).

Durante el proceso etnográfico se irán seleccionando a los miembros que se van a interrogar y las situaciones que se examinarán con más detalle, dicha selección se orientará bajo preceptos de pertinencia sobre la información que nos puede otorgar y la calidad de esta.

También es importante contar con un informante clave, el cual nos conduzca, guíe y proteja durante el transcurso de la investigación.

Siguiendo esto, seleccione y trabaje para que mi informante clave sea la lideresa del grupo, Angelina, que por su condición de líder y fundadora me permitiría alcanzar de mejor manera mis objetivos de investigación

Después labore para establecer una relación de confianza con las personas más cercanas para Angelina, quienes me permitirían tener una visión global del entorno de "*Las Vegas*" y su contexto.

5.-Recogida de datos y la determinación de la duración de la estancia en el escenario

El proceso de levantamiento y análisis de datos comienza en el mismo momento con la identificación de categorías que emergen o identifica el investigador dentro de la observación.

Al mismo tiempo que observamos dentro de nuestras categorías de análisis, vamos recogiendo la información a través del análisis, reflexión, estudio y revisión de los datos, su posible significado y finalmente completar el proceso de búsqueda interpretativa.

Las formas de registro básicas a largo del proceso etnográfico suelen ser descriptivos-narrativos que, a menudo, se complementan con el uso de medios auxiliares como son grabaciones en video, audios y fotografías.

Al final, debemos contar con un banco de datos potente el cual se encuentre compuesto por notas de campo, entrevistas, cuestionarios, periódicos, diarios, cartas, cuentos, pruebas, etc.

Lo más importante de la estancia del etnógrafo en el escenario es la validez de sus observaciones, lo cual se consigue permaneciendo durante el tiempo que permita ver lo que sucede en repetidas ocasiones, y así validar su análisis.

La retirada debe darse cuando el objeto de estudio observado no nos aporte nada nuevo.

6.- El proceso de información recogida

En el método etnográfico, el proceso de análisis de datos se va realizando a lo largo del estudio, resultado así un aspecto interactivo e interdependiente de la investigación y del avance de esta.

A medida que se van obteniendo los datos, se genera hipótesis, realiza múltiples análisis, reinterpreta y formula nuevas posibilidades sobre determinadas relaciones entre los conceptos generales y los fenómenos observados. Es aquí que en este doble proceso de observación e interpretación cuando se abre la posibilidad de construir y enriquecer la teoría.

Glaser y Strauss (1967) señalan que el reto del investigador cualitativo es el desarrollo de una comprensión sistemática del contexto estudiado a partir de los términos y palabras de sus propios miembros. Pero el etnógrafo más allá de esto: usa citas directas de los informantes que resumen o ilustran el concepto o tema que es descrito y los asume como inferencias a partir de las cuales puede identificar los patrones culturales o patrones conductuales de comportamiento del grupo estudiado.

Para cumplir con esta etapa, me propuse cubrir todos los espacios de acción de mis sujetos de investigación, asistía de una forma periódica a sus reuniones de trabajo, a sus sitios e laburo, cocina de su hogar, trayectos en taxi entre Chenalhó y San Cristóbal, cualquier sitio era provechoso para mí en cuanto a la extracción de información. Observaba y preguntaba por igual, infería y relacionaba cientos de veces; sabía que solo así podría obtener información relevante para mi investigación.

7.- Elaboración del informe.

Del Rincón (1997) advierte que el informe etnográfico debe incluir suficientes detalles descriptivos para que el lector conozca lo que pasó, y como pasó, y se sienta trasladado a la situación social observada.

El informe etnográfico debe integrar con claridad cuál es la fundamentación teórica y empírica que apoya el trabajo, que significó esa experiencia para los actores involucrados y que representa los resultados obtenidos para la teoría ya establecida.

Siguiendo a Sprandley (1980), Hammersley y Atkinson (1994) y Taylor y Bogdan (1992), se presenta en lista ciertas recomendaciones a seguir para presentar un informe etnográfico correcto.

1.- El planteamiento de los antecedentes teóricos y prácticos de la investigación y la evolución global del enfoque teórico, desde el marco conceptual previo hasta la formulación final de modelos, hipótesis y teorías elaboradas como resultado del estudio.

2.- Descripción detallada de los métodos y procedimientos empleados para obtener la información, sin perder de vista la perspectiva de proceso que caracteriza la construcción metodológica de orden cualitativo.

3. Los resultados en las conclusiones finales. Presentar la conceptualización, los hallazgos específicos y demás conclusiones finales en un solo cuerpo, evitando presentarlo en capítulos diversos.

4. Anexos. Resulta ilustrativo proporcionar las guías e instrumentos de trabajo utilizados en el proceso de generación de recolección de información.

Así mismo, los grupos en los estudios cualitativos no están generalmente pre especificadas, sino que pueden evolucionar una vez comenzado el trabajo de campo. Miles y Huberman lo entienden así:

El grupo en un estudio cualitativo debe ser secuencial y conceptualmente-conducido (...) tal grupo debe ser teóricamente conducido, independientemente de que la teoría esté pre-especificada o vaya emergiendo. Las selecciones de informantes, episodios e interacciones van siendo conducidas por un planteamiento conceptual, no por una preocupación por la "representatividad". Para llegar al constructo, necesitamos ver sus diferentes aspectos, en diferentes momentos, en diferentes lugares, con diferente gente. La mayor preocupación es por las condiciones bajo las cuales el constructo o la teoría opera, no por la generalización de los resultados a otros contextos (Miles y Huberman, 1994: 27, 29).

En este sentido mis sujetos de investigación estarán constituido por el grupo de artesanas creativas "*Las Vegas*"; un grupo formado por más de 10 mujeres tsotsiles, todas originarias de la comunidad Natividad, municipio de Chenalhó, Chiapas.

Estas mujeres indígenas, pese a tener limitantes de segregación, ya que la mayoría no habla español, algunas no saben leer ni escribir, y estar supeditadas a las ordenes de un patriarcado tradicional producto de su cultura indígena tsotsil han logrado mediante la aplicación de sus conocimientos en la elaboración de prendas artesanales, creatividad y diversas fuentes de financiamiento crear una solida actividad empresarial la cual ha provocado el empoderamiento de ellas y modificar sus rutinas de mujer indígena tsotsil.

Buscando resolver la pregunta ¿de qué manera se registran las apropiaciones y resistencias en el grupo de artesanas creativas textil "*Las Vegas*" entre elementos culturales locales propios y los externos,

y cuáles son las reconfiguraciones sociales que surgen a partir de estas dinámicas?

Observar las relaciones, sus simbolismos, significaciones e interacciones entre las integrantes del grupo "Las vegas" y sus contextos sociales como son: Familiar, Comunal, Trabajo Y Grupos externos a su cultura local (ONG'S, gobierno, sociedad civil en general).

Intentando resolver las interconexiones e interacciones que se generan no sólo entre estas mujeres, sino entre estas mujeres y su entorno. De igual manera, señalo que mi el proceso etnográfico, no será de carácter tradicional, es decir, no nos mudaremos a la región, sino más bien pasaré prolongadas estancias en la zona de observación ya que existen varias cuestiones culturales y operativas que me lo impiden.

Siguiendo a Joyceen Boyle (1994), dado a que mi deseo es estudiar una unidad social de un conjunto societal, en este caso a las mujeres artesanas creativas tsotsiles de "Las Vegas", desarrollaré un tipo de etnografía de carácter particularista.

Para Janice Morse y Boyle (1994) los investigadores que se sitúen en la etnografía particularista, no necesitan pasar prolongadas estancias de investigación en el contexto de la observación, bastara con pasar periodos diversas jornadas o visitas periódicas y regulares que cumplan con los objetivos su investigación

Llevando a cabo extensas jornadas (más de 12 horas) de observación de mis sujetos de estudio en los diversos espacios de

acción en los cuales me interesa indagar y son parte de mis categorías de investigación, como son: la familia, comuna y trabajo.

3.2.- Nuestra caja de herramientas

Debido a los posicionamientos investigativos, reflexionamos sobre la mejor manera de obtener información de la investigación mediante la aplicación empírica de la teoría propuesta, la interacción pertinente con los datos del campo y el conocimiento y transformación de la realidad.

De esta manera podremos comprender que el instrumento de una investigación constituye el medio o los medios a través de los cuales se hace posible la obtención y archivo de la información requerida para la investigación.

Además de que vayan en sintonía con los elementos de la metodología seleccionada.

De esta manera utilizaremos técnicas que estén orientadas a comprender, interpretar la realidad en donde la relación sujeto-objeto está interrelacionado y en donde se reconoce que el investigador no está libre de valores sino por el contrario los valores influyen tanto en la selección del problema como en la teoría y en los métodos de análisis (Sandín, 2003).

La entrevista casual y de profundidad.- es una herramienta interdisciplinaria de gran uso dentro de las metodologías hermenéutico/interpretativo. Permitiendo al observador mantener un contacto verbal, visual, auditivo y sensorial con lo observado.

Para Ortí (2010) la entrevista pertenece a un enfoque cualitativo y es inherente a la investigación motivacional profunda, exige precisamente la libre manifestación por los sujetos entrevistados de sus intereses informativos (recuerdos espontáneos), creencias (expectativas y orientaciones de valor sobre la información recibida) y deseos (motivaciones internas, consientes o inconscientes).

La entrevista es un proceso recíproco, implica un diálogo personal, es proyectivo, nos permite un conocimiento del contexto concreto, se profundiza en las motivaciones personales de un caso individual frente a un fenómeno determinado, revela el sistema ideológico subyacente en el hablante y requiere una técnica para su aplicación (Ortí, 2010)

Las entrevistas en este caso podrán ser abiertas o casuales y en profundidad con aplicación individual o hacia múltiples entrevistadas.

Dependiendo de los casos se realizarán entrevistas en profundidad con las siguientes finalidades acorde a Sierra (1998):

Recuperar el pasado de todas aquellas situaciones no observadas directamente

Identificar el sistema de normas y valores y de representaciones colectivas

Explorar, describir y analizar el contexto de los entrevistados

Revalorar y resignificar el espacio de la vida cotidiana

Esclarecer las experiencias desde el punto de vista de los propios sujetos que son parte del problema

Identificar que el mundo social es dinámico, está en movimiento, a partir de las narraciones de los entrevistados.

Reconocer los discursos verosímiles

La investigación participante.- donde el investigador se traslada al lugar de la investigación y observa, cuestiona y participa de la realidad de los sujetos investigados, es con base en ello que describen los fenómenos sociales.

En este sentido, Sanmartín (1989: 139) afirma que el investigador de campo nunca es solamente un observador participante. Es a la vez un activo entrevistador y un analista de archivos, que contrasta, sobre unos mismos temas, los datos producidos a partir de encuestas, entrevistas, documentos, observación y experiencia participativa.

Denzin (1970) condensa muy bien los apartados de la investigación participante:

Hay una curiosa mezcla de técnicas metodológicas en la observación participante; se entrevistará gente, se analizarán documentos del pasado, se recopilarán datos censales, se emplearán informantes y se realizará observación directa. Para los propósitos presentes la observación participante será definida como una estrategia de campo que combina simultáneamente el análisis de documentos, la entrevista a sujetos e informantes, la participación y observación directa, y la introspección.

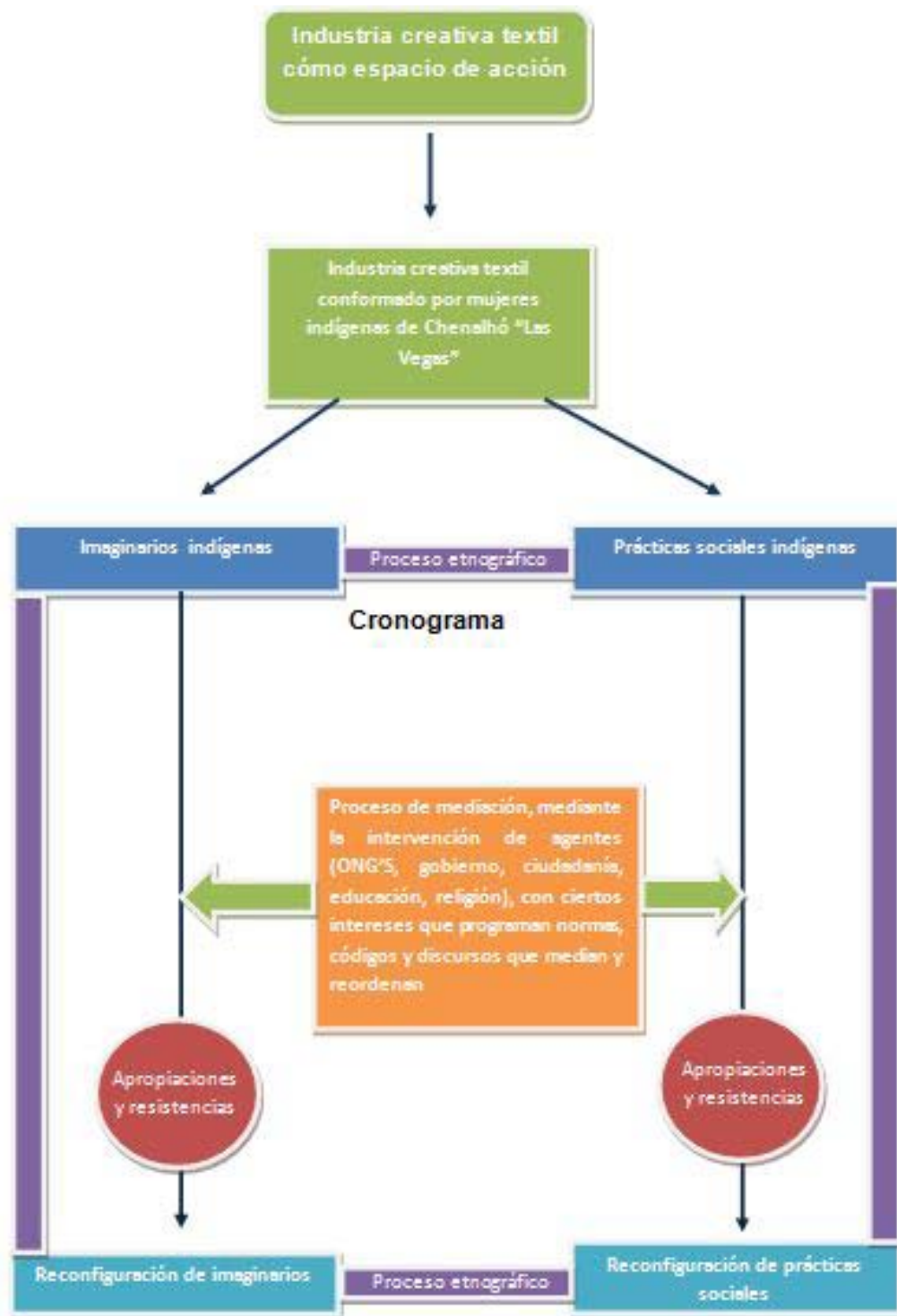
Así, la observación o investigación participativa es naturalista en esencia, ocurre en el contexto natural de ocurrencia, entre los actores que estuviesen participando naturalmente en la interacción, y sigue el curso natural de la vida cotidiana. Donde puede ser testigo de las

conexiones, correlaciones y causas tal y como se desenvuelven (Adler y Adler, 1994).

Sprandlye (1980) nos dice que el observador participante tiene varios roles y propósitos entre los que destaca:

- Propósito doble: implicarse en actividades concernientes a la situación social a estudio y observar a fondo dicha situación
- Atención incrementada: estado de mayor alerta
- Observación de ángulo abierto: ampliada por el propósito añadido de estudiar los aspectos culturales tácitos de una situación social
- Experiencia desde adentro y afuera de escena: desde la doble condición de miembro y extraño.
- Introspección aplicada: explotación de la introspección natural como instrumento de investigación social
- Registro sistemático: actividades, observación e introspección de estudio y análisis

3.2.1 Esquema de la metodología de trabajo



CAPÍTULO IV: TEJEDORAS DE “LAS VEGAS”: CONOCIENDO LOS DISCURSOS, APROPIACIONES Y RESISTENCIAS.

La finalidad de este capítulo es realizar el análisis de todo lo observado con base a la estrategia de investigación, bajo la utilización de las diferentes herramientas propuestas y con la guía de nuestro marco teórico-referencial anteriormente citado, sabiendo de antemano la historicidad de nuestros sujetos de investigación y de sus espacios de acción social.

Aquí buscaremos identificar y explicar cuáles son las reconfiguraciones sociales que han surgido a partir de las apropiaciones y resistencias que se han registrado mediante la incursión de la industria y como han operado en el reacomodo de poder no solo entre tensiones locales-globales sino también sexo-genéricas.

3.1 Un acercamiento a los Mediadores

En páginas anteriores, explicó a la mediación como un proceso en el cual aparecen unos “agentes” o “mediadores” con “intereses” que “programan” la mediación y que parecen estar situados fuera de esta, pensándola como un proceso estructurante que resulta de la interrelación de los actores, agentes, procesos y prácticas comunicativas con distintas instancias (estructuras) y procesos sociales. Como proceso estructurante, dicho encuentro pone en juego constricciones y habilitaciones que condicionan, configuran y otorgan sentido a la comunicación.

En el apartado de agentes o mediadores figuran, en nuestro caso, tres organizaciones no gubernamentales, las cuales son: Leon XIII, Aids to Artist (ATA), y la incubadora de empresas sociales del Tec de Monterrey. Estos agentes se interrelacionan con nuestros actores, grupo de artesanas textiles creativas “Las Vegas” y mediarán sus procesos y prácticas comunicativas con sus estructuras concebidas como son la familia, comunidad y trabajo.

En este sentido, hablaremos de quiénes son y cómo llegaron a las montañas del sureste mexicano.

Las labores de dichas organizaciones cobraron mayor visibilidad a partir del 2006, año que inicia el gobierno sexenal en el estado de Juan Sabines Guerrero, político que logró una estrecha alianza con la ONU al firmar en el año 2008 la Agenda Chiapas-ONU.

La Agenda Chiapas-ONU, contemplaba el desarrollo y ejecución de diferentes planes estratégicos para cumplir con los Objetivos de Desarrollo del Milenio específicamente en los 28 municipios con mayor marginación en la entidad, la gran mayoría ubicada en la Zona de los Altos.

En virtud de esta alianza, a finales de la década pasada la OIT y la UNESCO realizan un diagnóstico en la zona llamado Innovación para el Desarrollo Equitativo (IDEQ) el cual adopta un enfoque de desarrollo empresarial autosostenible que se orienta a contribuir el combate de la pobreza.

El diagnóstico comprueba la viabilidad de construir un complejo productivo comunitario en los Altos, preferentemente con mujeres artesanas, las cuales poseen una cualificada mano de obra pero carecen de elementos básicos de gestión empresarial, así como de una plataforma social ideal para su desarrollo.

Sin embargo, por cuestiones operativas y de recursos la OIT y UNESCO, ceden el proyecto a la Fundación del Empresariado en México A.C., la cual cuenta con el respaldo de diferentes organizaciones empresariales del país, quienes se encuentran aglomeradas en el Consejo Coordinador Empresarial.

FUNDEMEX A.C., cuenta con la misión de establecer una activa participación empresarial, para que en alianza con organizaciones de la sociedad civil, existan en México las condiciones para que personas en situación de desventaja económica desarrollen aptitudes, conocimientos y capacidades innovadoras para competir con éxito en un mundo globalizado, combatiendo de esta manera la pobreza y la desigualdad social.

La fundación cuenta como una de sus líneas de acción un programa llamado "*Cadenas de Valor Inclusivas*" el cual busca promover el desarrollo técnico, humano, empresarial y tecnológico para crear y fortalecer empresas en las comunidades que permitan la vinculación con el mercado, la generación de riqueza y su redistribución equitativa.

En esta vía FUNDEMEX, crea el proyecto "*Promoción humana y empresarial de mujeres tejedoras de los Altos de Chiapas*", con el objetivo de mejorar los ingresos y calidad de vida de las mujeres indígenas, a través de la fabricación de productos artesanales que respondan a las necesidades de un mercado global y pueden generar riqueza que contribuya a mejorar su calidad de vida.

En este proyecto, FUNDEMEX crea la Alianza para el Desarrollo Inclusivo, donde su labor radicaría en la gestión de recursos a través de sus financiadores que originalmente estaban compuestos por las fundaciones de las empresas Kellogg, Nacional Monte de Piedad y

ADO; y aliados en la parte de operación que son: Tec de Monterrey a través de su Incubadora de Empresa Social radicada en San Cristóbal de las Casas y la cual se encarga de enseñar a las mujeres tsotsiles todo lo relacionado al rubro empresarial.

El objetivo central de dichas alianzas en voz de sus directoras es buscar que sean mujeres independientes, autosuficientes y que sus proyectos productivos sean sólidos a través de empresas sociales más convenientes las cuales se generen a partir de su conocimiento tradicional que les permita mejorar su calidad de vida a través del aumento de sus ingresos económicos.

Dentro de esta alianza también existe el objetivo específico de ATA, consiste en estructurar la Unión de Artesanas de los Altos, una asociación independiente, y autogestionada por las artesanas textiles creativas de los altos, específicamente integrada por los más de 40 grupos de tejedoras que existen en la zona en el cual se buscaría la realización de todas las labores que hoy en día ejecutan pero sin ningún tipo de intervención de grupos o personas externo a ellas.

Mediante esta directriz y prácticas de la Alianza se afirma la idea de que esta industria creativa busca un desarrollo social del sector, sin embargo cuenta con algunas acciones que se encaminarían a la búsqueda de un perfeccionamiento económico de la empresa.

Este perfeccionamiento económico se vislumbraría a través del producto artesanal creativo y de acciones encaminadas al mejoramiento de gestión de la industria. Se dice del producto artesanal creativo ya que este responde a su mejoramiento comercial y a la demanda del mercado, por ende las prácticas en torno a este se suscriben a la calidad, tiempos de entrega, destreza y desarrollo del concepto acorde a las tendencias de consumo global.

De esta manera las artesanas textiles creativas deben de participar en la compra de hilo OMEGA, única marca reconocida por la alianza y el comprador para fabricación, así queda en exclusión cualquier proceso orientado a la producción de su propio textil, hecho que anterior a la industria creativa no se suscitaba.

Los tiempos de entrega es un aspecto muy enfatizado por la Alianza ya que el comprador, en su caso sea mayorista o minorista, cuenta con procesos mercadológicos propios esto limita los periodos de espera y eficientiza los intercambios financieros entre unos y otros.

Por lo tanto muchos de los talleres de empoderamiento de la mujer giran en torno a la toma de decisiones, en los contextos tradicionales de las comunidades de los Altos, caso Chenalhó y específicamente Natividad, los decretos son avalados, supervisados y consensuados por los hombres, con estos obrajes se busca eliminar ese eslabón del proceso y aminorar los tiempos de espera que sucede al

triangular la comunicación entre Alianza-mujer-hombre, para que así solo quede representada en un diálogo más directo comprendido en institución-artesana.

El ámbito de la destreza artesanal creativa es muy importante ya que los grupos deben de producir con eficacia y eficiencia, por lo tanto deben ser uniones que ya tienen un conocimiento avanzado en el brocado y/o tejido en cualquiera de sus diferentes técnicas para así garantizar que la demanda sea cubierta; aquellos conjuntos o mujeres que no manifiesten la suficiente operatividad serán relegadas de los beneficios sociales y económicos que aporta la participación en esta industria.

Los productos desarrollados dentro de la industria deben de responder a una demanda y consumo global, de esta manera deben de ceñirse a ciertas especificidades dictaminadas por el mercado y la creatividad global. Aquellos productos artesanales tradicionales, los cuales aprendieron a crear desde muy temprana edad, no tienen cabida en este proceso industrial. Para reconfigurar esta enseñanza la Alianza imparte diversos talleres de creación, fabricación, desarrollo de diferentes técnicas de tejido y bordado que coadyuven a las mujeres en elaboración de estos, convirtiéndose en artisanas textiles creativas.

En cuanto a las acciones encaminadas al mejoramiento de gestión de la industria van en la dirección del desarrollo humano. Marua Pinto directora general de León XIII nos explica:

Hicimos los talleres de autoestima, dignidad y violencia, nos dimos cuenta que 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. (Pinto, 22 de septiembre, 2014).

La capacitación, la creación de oportunidades de desarrollarse a largo plazo, como el fomento al empoderamiento, es decir, que las empresas apoyen y fomenten nuevas ideas; recompensas por productividad y liderazgo, así como reconocimientos no monetarios mantendrá la actitud positiva hacia el trabajo (Nelson, 2012).

Otro sentido de acción encaminado por la Alianza al desarrollo humano es la prevalencia del discurso en torno al mejoramiento del poder adquisitivo como oportunidad de crecimiento personal y de éxito.

Para Florescano (1999) el concepto de éxito en el mundo indígena mesoamericano no parte en concordancia con la bonanza financiera, sino más bien de la armonía que puede existir entre el ser, comunidad, naturaleza y deidades, en cuanto el sujeto se sienta pleno y parte de de éste conjunto encontrará la realización.

La necesidad de desarrollarse a través del éxito económico provoca que las artesanas textiles creativas tengan que producir más y en concordancia con las exigencias del mercado para poder así obtener el reconocimiento tanto financiero como empresarial.

Las capacitaciones dejan entrever que el éxito financiero para ellas llegará en la medida que se independicen de sus cónyuges, padres, hermanos mayores, de la figura del hombre en general; quién tradicionalmente cuenta con el derecho de administrar los ingresos familiares sea producido por este o no. Para lograr esto la Alianza también proporciona cursos de género y empoderamiento los cuales ayudarán a las artesanas a visualizar este panorama.

Los talleres enfocados al aspecto del desarrollo humano si bien cuenta con la directriz del objetivo general de la Alianza el cual va encaminado a que sean mujeres independientes, autosuficientes, y empoderadas, esto también lleva una lógica de mercado orientado a la mejora de la producción al poseer productoras acordes a los sentidos y valores de realización occidentales.

Para el filósofo cubano Francisco Romero (1949), el hombre occidental exalta el principio personal, la aspiración máxima debe buscarse en la plenitud de la personalidad y en la preponderancia del “yo”, situación que disloca con los valores comunales de las culturas originarias de los Altos de Chiapas.

En este sentido los talleres impartidos por la alianza intentan reorientar y situar en las mismas coordenadas a las artesanas textiles creativas para seguir la misma línea de producción de capital económico.

Aún y con estas reconfiguraciones socioculturales cada día más y más mujeres llegan a las puertas de la Alianza pidiendo un espacio de participación dentro de la industria, desafortunadamente se encuentran con una respuesta negativa ya que existen suficientes artesanas textiles creativas que cubren las demandas del mercado global, en otro sentido estas damas están, en mayor o menor medida, en sintonía con la línea de producción de capital, incluir por el momento a nuevas chicas requeriría de un doble esfuerzo de las instituciones para incorporarlas al mercado. Con referencia a ello María Eugenia directora de ATA México comenta:

Ahora que ya sonamos pues hay muchos grupos que se nos acercan y no podemos incluirlos, en términos de presupuestos no es viable, supongamos que tenemos el presupuesto, tenemos que trabajar con diferentes niveles de artesanas, más de las que ya tenemos, es empezar de menos cero, con muchos grupos que no tenemos el mercado para dar este paso, y pues esto va muy ligado al mercado. (Pineda, 28 de octubre, 2014).

Este panorama nos plantea *grosso modo* como se articulan las mediaciones sociales que ejecuta la Alianza con las artesanas textiles de los Altos de Chiapas y sus formas de entender y comunicar.

Sabemos que estas se accionan a través de cursos, talleres, capacitaciones, etc; que ejecutan diversas actividades pedagógicas a favor de recalcar objetivos que vayan en concordancia con los planteados por la alianza.

Estas capacitaciones giran en torno de dos grandes ejes, el humano, y empresarial; el primero corre bajo la responsabilidad de ejecución de León XIII y el segundo al Tec de Monterrey quienes coordinaran las actividades alrededor de estos.



Taller artesanal creativo ATA



Conferencia de empoderamiento femenino del Tecnológico de Monterrey



Taller de máquina de coser industrial de León XIII

3.1.1 Mediación a través del eje humano

Por la carretera que se va a Chamula, justo a las afueras de San Cristobal de Las Casas, se encuentra el edificio de la institución de asistencia privada León XVIII. El sitio es amplio al contar con una gran extensión de terreno, en la parte trasera de este se encontraba un vivero el cual era operado para la obtención y manejo de plantas medicinales y semillas endémicas, hoy inutilizado se encuentra en ruinas.



Instalaciones del León XIII

El edificio cuenta con dos plantas, en la baja se encuentra la clínica especializada en medicina tradicional, un comedor con mesas

largas y el taller de tejido, ahí podemos localizar el banco de hilos OMEGA, donde decenas de mujeres artesanas textil provenientes de diferentes comunidades de los Altos y Selva se dan cita para surtirse. En la planta alta, están los cuartos con literas para aquellas mujeres que asisten a cursos y talleres de más de dos días puedan quedarse a pasar la noche, a un costado de los cuartos se encuentra un salón acondicionado con mesas, sillas, rotafolio, pizarrones y cañón proyector. Es en este espacio físico donde se dan las principales mediaciones.

A mediados del año 2014 León XIII subcontrató a la socióloga chileno-española Paz Vergara para impartir diferentes estrategias pedagógicas que giran alrededor del eje humano el cual se enfocó en temáticas orientadas a género, prevención de la violencia intrafamiliar, empoderamiento y autoestima.

Una gélida mañana de diciembre, más de 50 mujeres artesanas de textiles creativas se disponen a entrar a su taller de perspectiva de género y derechos de la mujer; en la espaciada aula retumba el tsotsil y se uniforma con los colores de las blusas tradicionales de Chenalhó, algunas, muy pocas, llevan puesto jeans y blusas ladinas.

Para abordar estos temas Vergara parte de la teoría feminista y de relaciones de género, con un desarrollo desde distintos enfoques de aprendizaje, integrados en una visión transformadora.

Las diferentes herramientas de enseñanza que emplea Paz están conducidas a través del trabajo en equipo y la colaboración, empleando la creatividad como instrumento transformador donde el trabajo corporal y de contacto para consigo mismas y entre ellas fortalece el aprendizaje.

Instaladas en el taller, las mujeres dialogan, crean y reconstruyen, tiran sobre el piso colores, crayones y plumones, sobre cartulinas y laminas de papel bond, dibujan o desdibujan su entorno, se recrean, ríen entre ellas y contrastan lo que viven con lo que pueden vivir, entonces reflexionan.

Para Vergara los primeros cambios se dieron en torno a la participación, “ al principio como sucede siempre, eran las lideres quienes todo el tiempo participaban, todas las demás calladas, pero hemos logrado, que muchas más mujeres se involucren, pierdan el miedo, hablen, se atrevan y es parte también de la metodología, buscando que tengan mayor seguridad en sí mismas” (Vergara, 21 de enero 2015).

La mayoría de ellas son jóvenes, muy pocas llegan con hijos, los cuales se entretienen a un costado; cuando la tallerista española habla, ellas atentas escuchan, con ayuda de una intérprete su explicación llega a todas, algunas pocas apuntan, ninguna interviene, y al final todas

asienten con la cabeza en un gesto de afirmación ante la idea de la instructora y su explicación de lo que es mejor para ellas. Pareciera que 500 años después los mismos personajes, en tiempos, espacios y narrativas diferentes se encuentran ante el mismo objetivo: reconfigurar el modo de vida de uno hacia el bien entender del otro.

A raíz de estas intervenciones las mujeres han adquiridos mayores conocimientos de sus derechos, de crianza afectiva, temas en torno de las emociones para la producción; sin embargo la interventora señala que aunque este aprendizaje ha sido efectivo en el aula y en los espacios de vida cercanos a las mujeres artesanas aun no existen indicadores claros para saber que tanto estos nuevos aprendizajes han impacto.

Para Paz Vergara aún falta mayor conocimiento por parte de los interventores para abordar dichos temas desde la cosmovisión de los pueblos originarios. Este entendimiento coadyuvaría a tener mediaciones más orgánicas para con las mujeres artesanas creativas textil.

Pese a esto la tallerista aplica una metodología basada en la educación popular, el cual parte desde un diagnostico de la realidad de las mujeres artesanas para que desde ese conocimiento sea posible analizar la problemática, generalizarla y transformarla.

Para Marlen Eizagirre (2006) la educación popular parte de la reflexión y comprensión de los sujetos respecto a los factores y estructuras que determinan sus vidas, pretende ayudarles a desarrollar estrategias, habilidades y técnicas necesarias para que puedan llevar a cabo una participación orientada a la transformación de la realidad.

Paulo Freire, uno de los teóricos que contribuyó en un importante porcentaje a la consolidación de la educación popular afirmaba que el objetivo primordial es la construcción de una democracia sustantiva y real, en la que todas las personas y pueblos tengan capacidad y posibilidad efectivas de participar en condiciones de igualdad, impulsando cambios sociales liberadores a favor del desarrollo.

Sobre esto Paz Vergara cita:

Desde la metodología hay un enfoque que parte desde su realidad, no venimos con un power point a hablar de la liberación de la mujer, partimos de sus reflexión acerca de sus condiciones de dominación y desigualdad, para ir conociendo más en profundidad y buscar soluciones colectivamente desde su realidad, pero para ello nos hace falta a nosotros (talleristas) mayor conocimiento para poder profundizar, e ir acompañando a estas mujeres (Vergara, 21 de enero 2015).

Para Vergara esto es un proceso conflictivo para ellas, pero necesario ya que las condiciones desiguales en las que se encuentran en términos de género dificultan su progreso dentro de la industria y debilita sus posibilidades de éxito en el ascenso social.

Juanita, de Chenalhó, una mujer bordadora, manifestó su gusto por venir a los talleres y participar activamente:

Me gusta porque quito mi dolor, mi tristeza, me da mucho valor, me libero, aprendo a valorarme como mujer, estimarme a mí misma, para estimar a otras, y esto se los enseño a mis hijos cuando puedo, ahora aprendí a manejar computadora, maquina de bordar, y así puedo también ganar más dinero y ser mejor pues, evitar la violencia del marido, vivir en paz, (...) y les enseño a mis hijos que quieran a la mujer, que la valoren que no sean como el papá, (...) este taller me ayudo a ser una nueva mujer pues, más valiente, participativa, y lograr salir (Juanita, 21 de enero del 2015).

Otra preocupación que manifiesta Paz Vergara en los procesos de mediación que articula que la orientación exclusiva hacia la mujer, considera indispensable la inclusión de los hombres para equilibrar de una forma efectiva las relaciones de género, ya que su exclusión provoca incertidumbre de saber hasta qué punto estas transformaciones genera conflicto con sus parejas, hijos, padres, vecinos.

Al final del día, las artesanas textiles creativas, salen meditabundas del aula, algunas entre susurros dialogan entre ellas en tsotsil, se dirigen al comedor donde les espera un caldo de gallina de rancho, ya instaladas poco a poco salen del ostracismo, ríen y hablan en voz alta, todas sentadas en la misma mesa larga comparten las tortillas, están contentas.



Taller de autoestima y empoderamiento femenino impartido por Paz Vergara

3.1.2 Mediación a través del eje empresarial

Es una mañana fría de invierno en San Cristóbal de las Casas, en las instalaciones de la Universidad de los Altos de Chiapas se llevó a cabo el taller empresarial para las mujeres artesanas creativas textil. Diversas mujeres provenientes de diferentes comunidades de los Altos se dan cita con la intención de aprender más sobre el mundo de la empresa. En el sitio las artesanas creativas se encuentran con mundos dispares, lejanos y distantes que se representan a través de la empresa.

Ya en el encuentro, ellas se sientan en grupos, difícil que se mezclen con otras comunidades, chamulas con chamulas, zinacantecas con zinacantecas. Los colores de sus blusas distintivas de cada comunidad hace que se forme en el salón, un mosaico multicolor que inaugura el espectáculo. El salón se oscurece, y sólo se ilumina por la

luz del proyector, los hilos dorados de las blusas tradicionales de las mujeres de Chenalhó chispean al reflejar la luminosidad del cañón.

Dentro del programa el Tec de Monterrey organizó varios talleres, ese mismo día se abordaron temas relacionados con las negociaciones de las mujeres en el ámbito público y privado, herramientas para el empoderamiento, plan de empresa y ahorro.

Para dictar estos temas frente a las artesanas textiles creativas desfilaron una decena de expertos que intentan explicar a detalle el tema que les tocó según la agenda del taller. En el tópic de herramientas de empoderamiento las mujeres escuchan hablar sobre la gestión con calidad el cual es un proceso que elimina la burocracia, aumenta la flexibilidad competitiva mediante la diversificación operativa generando mayor productividad y competitividad.

Palabras como gestión, competitividad, operación, empoderamiento, son términos desconocidos para ellas, un mundo ajeno y distante, en el aula algunas se muestran concentradas para así poder entender las nuevas ideas que ahora las abordan, otras murmuran entre ellas y apuntan, las más pocas se han rendido, y se distraen bordando alguna pieza.

En taller de plan de empresa y desarrollo las cosas no cambian, términos operativos empresariales como: cuenta revolvente, caja de

ahorro, ganancias individuales, 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.

La motivación que encuentran para sostenerse en el aprendizaje de este nuevo mundo financiero, y que las incentiva a seguir llegando taller tras taller es la capacidad que están desarrollando para poder controlar su propio dinero, sin la intervención de ningún hombre, hecho inusitado para ellas.

Juana, una de las artesanas creativas textil del grupo “*Las Vegas*” comenta al respecto: “a mi es difícil saber todo esto pue, pero viniendo y poniendo buena atención si se puede saber, es difícil, pero si se puede, (...) y me gusta venir porque así puedo saber cuánta paguita tengo, cuánto vale lo que hago, ahorro con mis compañeras y así está bien”. (Juanita, 21 de enero del 2015)

Ernestina de “*Las Vegas*” dice: “Porque nos han ensañado muchas cosas, queremos aprender más, motivar, al principio no sabemos cómo vender, pero nos enseñó la licenciada y los maestros que somos iguales, la igualdad, defender nuestros derechos, no tener miedo hacer

nuestra cuenta, si se vende o no se vende y así hacer nuestra paguita que mucho ayuda” (Ernestina, enero 2014)

Adela “Nos enseñan cómo ahorrar, sacar ganancia, no perder, porque el dinero no es felicidad pero como ayuda” (Adela, diciembre 2014).

Las mujeres artesanas creativas textil muestran mayor libertad operativa para el establecimiento de cajas de ahorro grupales, en las cuales las diferentes integrantes del conjunto artesanal cuentan con la obligación de depositar una cierta cantidad mensual la cual garantiza la continuidad operativa de cada sector. Dicha herramienta es gestionada y cuidada por la lideresa del grupo la cual tiene el compromiso de transparentar la operación.

En los otros rubros empresariales, como marketing, plan y modelo de negocio, aún deben apoyarse mucho en la Alianza para poder llevar a buen término sus proyectos.

Basados en los principios de la economía empresarial donde el objetivo primordial es la administración de los recursos con el fin de alcanzar las metas de la empresa las cuales se externalizan a partir de procesos grupales que culminan en una gestión individual y deriva en beneficios particulares para sus participantes.

A diferencia del modelo económico empresarial, el comunitario se basa en estrategias integrales para la satisfacción de necesidades comunitarias, partir de principios de reciprocidad, intercambio y redistribución (Mutubierra y Chiroque, 2011).

En la economía comunitaria cuenta como elemento integrador al territorio, al espacio comunal, donde el trabajo de la propiedad comunitaria es la clave para comprender como se articulan los beneficios no solo para un individuo, sino para todos. La empresarial no posee con un territorio definido y busca alcances globales de participación para así optimizar sus beneficios que serán exclusivos para la empresa y quienes la representen.

Para Jürgen Golte (1986) la cadena económica comunitaria es la base del sistema financiero de las comunidades mesoamericanas donde sus prácticas se basan en técnicas orgánicas que están condicionadas e íntimamente relacionadas con a la naturaleza, con la propiedad colectiva de la tierra. Las relaciones de producción se basan en el trabajo colectivo y organizado por los integrantes de la comunidad, que genera productos y bienes de uso colectivo y satisfactorias de necesidades individuales, cuyos excedentes son distribuidos de manera comunitaria.

En el sistema empresarial la naturaleza no es un factor de prioridad en la toma de decisiones, y las relaciones de producción

están ligadas a la generación de capital hecho que determina la jerarquización de sus integrantes. Bajo este entendimiento las mujeres reconfiguran sus parámetros de propiedad comunal, a propiedad privada, donde los beneficios se tornan más individuales que comunitarios, y las acciones obedecen a dinámicas más globales que locales.

Luego de tres extenuantes horas de taller, llega el receso, en el patio central de la Universidad de los Altos de Chiapas se ponen diferentes aperitivos, el café es lo más demandado tanto que en unos minutos se ha agotado, y a los lados del patio se ven dos grupos, en un extremo se encuentran las mujeres indígenas artesanas creativas textil, tomando café y comiendo galletas, al otro, los no indígenas o ladinos, en medio un gran espacio que separa a unos de otros, parecieran casi dos mundos, el comunal-tradicional y el empresarial.



Mujeres de Chamula en los talleres empresariales

3.2 Reconfiguraciones sociales del grupo

En el siguiente apartado se analiza los impactos de los diferentes procesos de globalización sobre la manera en que se desarrollan las relaciones público-privadas de las bordadoras creativas del grupo “*Las Vegas*”. Específicamente el escrito de cuenta de las reconfiguraciones de escenarios familiares, comunales y de laburo, sitios en los cuales se ha privilegiado la apertura a nuevas mediaciones que se desprenden del ejercicio de una lógica mercantil capitalista.

Dentro de las mediaciones, no obstante, estos procesos se manifiestan de una manera poco equilibrada y contradictoria, sin evitar que sus diferentes intervenciones atraviesen los diversos espacios de acción social de las artesanas. Lugar en que el mismo tema encuentra múltiples singularidades dependiendo de su escenario de acción.

Articulando de diferentes formas de producción de lo glocal y sus correspondientes conflictos que se originan al entrar en contacto con los viejos repertorios sociales-comunales.

Sintentizando que los procesos/proyectos globalizadores, entendidos como alteraciones/mediaciones de lo local-comunal por lo supra-nacional (transnacional o global), rompen con algunos conceptos tradicionales de la vida en comunidad de las mujeres tsotsiles de Natividad, Chenalhó. Abriendo así una nueva disputa por la construcción discursiva del ser mujer.

Relatando como nuestros sujetos de estudio están cada vez más afectados (directa o indirectamente) por procesos transnacionales (en

lo económico, político, social y cultural), y esta acción reorienta la acción de concebir su mundo.

Se configuran así, esferas públicas/privadas no necesariamente des-territorializadas o globales, sino que lo local se constituye a partir de múltiples referentes temporales y espaciales, más allá de lo local nacional. (Blanco-Suárez, 2013)

Reflejando como las diferentes mediaciones complejizan las articulaciones sociales de los diferentes actores que participan dentro de la industria creativa textil y propone nuevos escenarios de acción que para algunas bordadoras resultaban desconocidos.

El texto se propone como un natural mirada hacia la vida cotidiana de las bordadoras creativas de “Las Vegas”, y como se amalgaman de una forma casi imperceptible las diferentes mediaciones con su día a día.

3.2.1 Apropiaciones y resistencias de “Las Vegas” en el espacio familiar

Angelina, como la mayoría de las mujeres de la comunidad, se despierta todos los días a las 5 de la mañana, sin embargo con respecto a otras indígenas su rutina es muy diferente. Al despertarse se arregla el cabello, frota los ojos, y sacude su falda negra tejida, duerme vestida, una práctica común para las habitantes de la comunidad, sin embargo utiliza otros accesorios que la protegen del frío de mejor manera, como

calcetines térmicos largos y un grueso cobertor que le fue donado por la Alianza.

Se dirige a la cocina, un espacio rustico donde se encuentra un fogón de leña al cual se le coloca un gigantesco comal donde se hacen las tortillas y se calienta el frijol con tomate, desayuna junto a sus hermanas y madre, quienes son las responsables de tener listo el alimento para los hombres antes de que estos se levanten. Angelina hace tiempo dejó de ocuparse de esa tarea, más igual colabora en esta y otras labores domesticas las cuales deben de concluir para ella a las 8 de la mañana, después de esa hora inician sus preparativos para partir a San Cristobal de Las Casas, sitio al que suele ir con suma frecuencia ya sea por trabajo u ocio.

A diferencia de Angelina, su cuñada Catalina y esposa de su hermano Antonio posee una jornada laboral domestica no de tan sólo 3 horas, para ella es un trabajo extenuante de más de 18.

“Antes no estaba mi hermano, y yo invitaba a mi cuñada a los talleres de arte, a ir a San Cristóbal o los cursos, pero ahora como ya está mi hermano ya no quieren ir, porque mi hermano quiere su comida, y todo” enfatiza Angelina.

Dentro de las labores que Catalina realiza está contemplada no sólo atender a su esposo, sino también recae en un amplio porcentaje las labores de crianza de sus 2 hijos, al mismo tiempo que hace esto, ella debe encargarse de las labores domesticas como son: barrer, trapear, hacer camas, lavar la ropa en el tanque común el cual está un

kilometro y medio de la comunidad, y llevar cubetas de agua y leña al hogar para así poder enjuagar los platos y combustible para cocinar o calentarse, dentro de todas estas actividades, Catalina debe encontrar un tiempo para bordar o tejer.

Siguiendo a Rincón García (2007) nos dice que los niños aprenden pautas culturales a través de la imitación, incorporan conocimientos y experiencias de generaciones anteriores, esto permite a la comunidad dividir los trabajos en relación con el sexo y genera diversos espacios de acción.

En este sentido la cultura es la mediadora en el proceso de aprendizaje, al proporcionar herramientas para representar lo que es apropiado hacer, aprender y entender dentro de una escala de valores (Cortés, 1997).

Angelina no recuerda la última vez que pidió permiso a sus padres para salir de la comunidad, hoy en día es una actividad ya interiorizada tanto para ella como para los integrantes de su familia.

Cuando se les pregunta a las bordadoras creativas de “Las Vegas” de lo que ellas consideran es ser libre, o sentirse libre, responden de una forma uniformada, como si hubieran entablado previamente un conceso de que “la libertad es hacer lo que se les viene en gana”.

Sin embargo las estructuras sociales tradicionales, patriarcales y comunales de la vida tsotsil de Chenalhó no les ha permitido que sus “ganas” sean suficientes para alcanzar anhelada libertad, sumergiéndolas durante décadas en una silenciosa impotencia.

Para despertar de este silencio, las artesanas textiles creativas a través de diferentes planes y estrategias otorgadas por la Alianza se han empoderado en pro de alcanzar el control de su propia vida y condiciones. Para la académica feminista, Patricia Chandomi, el empoderamiento de la mujer consiste en tomar conciencia de su condición subordinación patriarcal para que con el empleo de diferentes herramientas personales y sociales transformen los viejos patrones relacionales en nuevas formas de abordar la vida cotidiana respetando los derechos del género femenino.

Los padres de Angelina saben que cuando ella, sale con el cabello mojado, y baja el camino de piedras de Natividad rumbo al centro de Chenalhó muy probablemente no la verán hasta ya bien entrada la noche. En años anteriores esta situación era por demás incomoda para ellos ya que las habladurías de la comunidad en torno a la reputación de su hija por sus viajes les molestaba grandemente, prueba de ello fueron los constantes enfrentamientos que tuvieron con ella por esta situación. Con el pasar del tiempo, los padres se dieron cuenta lo que su hija estaba construyendo y la respetaron por ello.

Aunque la tenacidad y suerte de Angelina no todas las comparten en “Vegas” tal es el caso de Catarina, hermana mayor y miembro fundador, la cual si tiene que pedir permiso a su marido para poder asistir a las reuniones, talleres o cursos del grupo artesanal textil, e inclusive al inicio este acompañaba a Catarina a cobrar su dinero, suceso que con la insistencia de la Alianza y las algunas de sus compañeras termino.

“Pero esto está cambiando, porque ellos se dan cuenta, les da un poquito de gusto que tenemos pedido, tenemos trabajo, ganamos dinero, no sólo para pasear sino también para ayudar en la casa” afirma Catarina.

Este es un proceso de mediación donde participan varios elementos culturales tanto globales como locales que inciden directamente en la comunidad, dejando entrever que están dispuestos a aceptar y generar cambios en las costumbres y tradiciones, no obstante hay códigos que se mantienen y permiten dar cierta continuidad a los valores comunitarios (Rincón, 2007).

La mayoría de las mujeres de “Las Vegas” cuentan con pareja, salvo aquellas que poseen a su par en situación de migración o están solteras, el resto se ha dispuesto a mediar, según lo aprendido en los talleres de género, con sus esposos en una repartición más justa de las tareas domésticas y en la toma de decisiones del hogar.

Adela, una de los miembros fundacionales del grupo manifiesta que las negociaciones con su pareja y primo de Angelina en un principio fueron difíciles pero con el pasar del tiempo ha manifestado mayor apertura ante los nuevos cambios que se suscita en su hogar.

Al principio él no quería pues, que iban a decir de él, no le gustaba la idea, que se iban a enterar los vecinos y así, pero con el tiempo él vio que es importante ayudar, que no se le van a caer las manos por lavar un traste ni nada o recoger el tiradero de los chamacos (Adela, diciembre 2014).

Pese a esto Adela aún se despierta de madrugada para preparar las tortillas y frijol con tomate y chile que se llevará su esposo a los

cafetales de los Chorros, procura no salir mucho de la comunidad más que solo lo necesario y sabe que en la semana debe bajar al arroyo para lavar la ropa de toda su familia.

Cuando el día ha sido extenuante, y su esposo regresa temprano de los cafetales este le ayuda a limpiar los trastes de la comida, barre la ceniza de leña de la cocina, recoge el comal y lava el anafre, después se dirige a darles maíz molido a las gallinas, a veces voltea y concentra su mirada en Adela, callado la contempla en como borda.

Adela y su esposo van moldeando día a día sus nuevas formas de entenderse con base a las apropiaciones cognitivas que adquiere tras las intervenciones en diversos talleres y cursos de la Alianza, poco a poco la repartición de labores domesticas exclusivas de las mujeres en la comunidad van encontrado a los hombres.

Siguiendo a Martín Barbero, la relación de las matrices culturales con la competencia de recepción y las lógicas de producción es mediada por la sociabilidad, es decir, las relaciones cotidianas de los individuos, lo cual genera matrices de organización del sentido, en donde las matrices culturales moldean los habitus (Martín-Barbero, citado en Rincón, 2007).

El imaginario colectivo que estructura a la mujer tradicional de Chenalhó en torno al concepto de *"Buena mujer"* el cual manifiesta que esta debe encontrarse en una posición de respeto, obediencia y sumisión ante el hombre, así como del cuidado absoluto de sus hijos y vivienda, va reconfigurándose para las artesanas textiles creativas de *"Las Vegas"* que se encuentran en vida de pareja al ahora intentar

negociar no solo las labores domésticas exclusivas de su género sino también la toma de decisiones en el hogar.

Esta reconfiguración en el imaginario y sus prácticas socioculturales ha generado tensiones en los hogares de las artesanas de “Las Vegas” que con el apoyo entre ellas y de la Alianza han salido bien logradas. Adela sintetiza en esta declaración las tensiones por que han sufrido en consecución de que sus parejas entiendan sus cambios y nuevas libertades:

El hombre no es el que mandaba todo, y yo le digo a mi esposo tu no vas a decidir qué es lo que voy hacer, a mi me gusta el bordado y lo voy seguir quieras o no quieras, y si no quieres me voy de la casa o tú te vas porque yo tengo hijos contigo, si estaba muy enojado en ese momento (esposo), pero al final me dijo que respetaba mis decisiones (Adela, diciembre 2014).

Subiendo por el vericuetto que conduce a la comunidad de Natividad, casi en la parte más alta del cerro se encuentra el hogar de Angelina, el cual comparte con sus padres y dos hermanas menores. Los progenitores de Angelina refugiados en la timidez rara vez los pude ver, el padre se iba a la milpa a desgranar maíz y la madre se enclaustraba bajo las 4 paredes de madera que construía la casa.



Angelina a las afueras de su casa

Con las hermanas menores sucedía todo lo contrario, gustaban de mi presencia, salíamos al jardín desde donde se podía visualizar el escarpado paisaje serrano de Chenalhó, montañas verdes van en subidas y bajadas que se pierden en el horizonte como olas en el mar.

Ahí, acomodábamos 4 pequeñas sillas en círculos y nos disponíamos a conversar, ellas comen cacahuete, rompen la cascara para así acceder a la semilla e ingerirla tirando el resto a los prados verdes del jardín. Pese a que mi entrevista está dirigida Angelina, Ernestina la hermana más pequeña de tan sólo 17 años se muestra muy participativa con el dialogo aunque no maneje muy bien el castellano.

Ernestina admira Angelina, manifiesta que le gustaría ser como su hermana, salir de la casa sin pedir permiso a nadie, elegir a su pareja, e inclusive poder tomar la decisión de no casarse o juntarse con alguien sin temor a ser señalada por su familia y comunidad.

Me gusta lo de Angelina, sale no le dice nadie, va D.F., y es libre pues, y no está casada con un borracho, que se porta mal, eso yo no quiero para

mi {...}, estar con alguien que quiera y sea buen hombre siempre, sino pues mejor no me caso nunca, pa' que (Ernestina, enero 2015).

Ernestina manifiesta que por eso le gusta participar dentro de la industria creativa textil y ser parte de “Las Vegas” ya que a través de la alianza ella aprende mucho sobre sus derechos como mujer y a sentirse más libre.

Para Washington Uranga “ el punto de partida es el diálogo, la puesta en común, y eso se logra tomando como eje la cotidianidad de los implicados, sus percepciones acerca de la realidad que viven, sus necesidades objetivas y subjetivas, sus deseos y sueños, sus capacidades y el potencial de desarrollo que detentan” (Uranga y Guerini, 2003).

Partiendo de lo que enfatiza Uranga y Guerini, cada día las más jóvenes participantes de una forma directa o indirecta en esta industria manifiestan su intereses por mantener con dialogo abierto con los discursos de empoderamiento y equidad de género que comunican las diferentes organizaciones no gubernamentales que posibilitan alcanzar la libertad que ellas declaran querer alcanzar.

Sin embargo, esto no esta tarea sencilla dentro del ambiente tradicional familiar de las mujeres ya que el matrimonio es visto como un sistema de alianza que reafirma lazos y fortalece el sentido comunitario por ende las chicas son sometidas al consentimiento de los padres para la elección de su pareja.

Con las diferentes mediaciones este suceso ha ido cambiando dentro de las comunidades indígenas de los Altos de Chiapas desde

noviazgos con o sin consentimiento de los padres que terminan en uniones consensuadas o fugas de la pareja hacia otros parajes para así evitar la no anuencia a su amor.

En la vida tradicional de las comunidades tsotsiles-mayas el noviazgo como concepto es algo inexistente, ya que las uniones maritales son consensuadas entre los padres partiendo de la elección del hombre el cual manifiesta interés por alguna joven de la comunidad, si a los progenitores del varón les parece adecuada la mujer para su hijo establecerán un dialogo con los patriarcas de la chica para establecer un precio económico o en especie y consentir así la unión.

Para las mujeres solteras de las Vegas, esto es algo simplemente inamisible; en los cursos y talleres que la alianza les ha proporcionado han aprendido a valorar y elegir su pareja, esta elección está por encima de los intereses comunitarios a los cuales ellas se han arropado desde su infancia.

Es por ello que hoy en día en “*Las Vegas*” encontramos a solteras que se toman su tiempo para la elección de su pareja lo cual ha precipitado en mujeres que pese a las presiones familiares y comunitarias elijen no casarse inmediatamente sosteniendo noviazgos largos o permaneciendo en soltería.

“Tengo novio, llevo años de noviazgo, ya tengo 4 años, me da pena decirlo, pero no me caso porque quiero trabajar, es muy celoso, por eso no quiero casar con él, ya no me deja salir, por eso todavía no, pero lo vamos a cambiar poco a poco, ya ha cambiado bastante y él

tiene que saber que soy luchona pues” enfatiza Angelina sobre su relación.

Esto llega a las más jóvenes de “Las Vegas” quienes al matrimonio no es algo que les aflige, llegando al punto de no considerarlo como parte de su plan de vida, algo que para sus madres era un suceso impensado.

En concordancia a esto Ernestina manifiesta que para sus padres estos cambios de actitud no han sido fáciles e inclusive los han rechazado, pero el trabajo de concientización que previamente ha realizado Angelina así como el apoyo que ha tenido de la alianza para con estas decisiones ha sido un valioso soporte para continuar con este pensamiento.

Sin embargo, la idea del matrimonio pese que no es algo que les desuela y si las ilusiona, prefieren unirse con alguien quien sea oriundo de su comunidad y así continuar con el fortalecimiento de la misma pero bajo condiciones diferentes de elección a la pareja.

Dentro de las actividades de operación y producción de la industria creativa textil artesanal se encuentra la entrega en tiempo y forma de pedidos, esto ha llevado a las mujeres a acelerar sus procesos de creación textil por ende la utilización de tecnología resulta vital para la consecución de objetivos.

“Tenemos 10 maquinas de coser industrial, no está en mi casa, sino en la casa de la mujer de primo (Adela), todavía estamos aprendiendo, pero ya empezamos a trabajar con eso, [...] tenemos estas maquinas porque gestionamos un proyecto con el gobierno del estado,

y no dio maquina, tela e hilo para trabajar con calidad y su tiempo bien” enfatiza Angelina.

En la vida familiar de las mujeres tsotsiles el aprendizaje del bordado es una labor altamente valorada. Por medio de hilos y agujas la madre le transmite a la hija no sólo el conocimiento de hilvanar figuras, símbolos y ramificaciones, sino también significaciones, historias, costumbres y tradiciones de sus pueblos.

Angelina comenta como su abuela y su madre se sentaban con ella cuando era pequeña bajo un fogón de leña y le explicaban las figuras del maíz y la importancia que tenía tanto para la tierra como para ellos. Le relacionaban las estrellas con su “*Vok vet*” (blusa) y las labores que tenía que hacer para convertirse en una buena y respetable mujer de la familia y la comunidad.

Recuerda que las enseñanzas era por las noches ya que tanto su madre y su abuela todo el día estaban ocupadas en labores del hogar, cuidando los animales de traspatio, haciendo la comida para que esta se encontrará lista ante la llegada de su padre proveniente de los altos cafetales de Los Chorros, así como en la crianza de sus otros nueve hermanos.

En penumbras, e iluminadas por un fogón aprovechando que el padre de Angelina dormía y la mayoría de sus hermanos también, su madre se acercaba a ella con la cara cansada y las manos lastimadas a enseñarle el milenario arte del bordado maya-tsotsil.

“No recuerdo muy bien pues, pero algo que me acuerdo, que me contaba que nosotros veníamos de un frijolito rojo que se tiño de

sangre de un Dios de antes, y ese frijolito nacimos nosotros pues, algo así era, pero la cosa que nosotros nos gusta el frijol rojo bastante porque sabemos que tiene sangre de ese antiguo Dios” nos comenta Angelina.

La de enseñanza y aprendizaje del bordado era una labor familiar, donde la intervención casi en exclusiva era de la madre a la hija, con excepciones donde el sitio de la madre era suplantado por la abuela o la hermana mayor. En cualquier situación la didáctica de este arte era ejercida con paciencia, ya que se sabía que esto es una habilidad que toma tiempo adquirirla y dominarla.

Pero el surgimiento de las maquinas de coser industriales ha reconfigurado la forma de proceder de las artesanas textiles creativas, Ernestina la más pequeña de las integrantes de “*Las Vegas*” comenta que si bien empezó en el bordado por su madre, esta ya estaba muy envejecida y no tenía la suficiente paciencia para enseñarle, su educación en el bordado fue terminada por Angelina la cual la volvió operativa para las exigencias de la industria y no para la de la comunidad.

Las madres de “*Las Vegas*” piensan enseñarles a sus hijas cuando su *Chul’el* haya llegado a coser, tejer y bordar bajo los procesos que la maquinaria exige ya que para ellas esto les permitirá mayores posibilidades de desarrollo dentro de la industria.

La casa de Adela no se encuentra tan distante del parque central de Chenalhó, cuenta con corredor amplio y puertas en forma de arco, la sala es espaciosa pero ahora se ve diminuta ya que se encuentra

ocupada por 10 maquinas industriales de coser, así mismo es de las pocas viviendas en la comunidad de Natividad que cuenta con piso firme e instalación de luz eléctrica condición necesaria para que el Gobierno del Estado de Chiapas pudiera realizar el establecimiento.

En este espacio las madres de “Las Vegas” que tienen hijas en inicio de pubertad, así como otras mujeres pertenecientes a distintos grupos acuden periódicamente con sus niñas para enseñarles la utilización de la maquina, bajo la encomienda de en cuanto más rápido aprendan es mejor ya que así podrán ayudarlas con los pedidos.

En algunas ocasiones la presencia de la madre, abuela o hermana mayor ni siquiera es necesaria dejando esta enseñanza en manos en manos de algún integrante del grupo artesanal creativo o de un capacitador ajeno a la comunidad.

Para Cecilia Alhelí directora de la Incubadora Social del Tecnológico de Monterrey, considera que estas incursiones de occidente a la cultura indígena tsotsil se trasluce en un cambio de relación madre e hija y a una pérdida de sentido en torno a ciertas prácticas artesanales de aprendizaje y su simbología.

Retomando a Nestor García Canclini (1991) la interacción entre una cultura popular tradicional, con la cultura electrónica no implica la desaparición de la primera, aunque si la transforme. Este es un proceso donde se dispone a aceptar y generar cambios en la tradición, no obstante hay códigos que se mantienen y permiten dar cierta continuidad a los valores comunitarios (Rincón, 2007).

Códigos como pese a que algunas reconfiguraciones sociales han llegado ya las familias y artesanas creativas textiles de “*Las Vegas*”, existen algunos fuertemente arraigados como es el caso del bordado como tarea exclusiva de las mujeres, no permitiendo la apertura de este espacio a los hombres los cuales con entusiasmo o sin ellos ven a la distancia y sin mucho entendimiento las labores artesanales que ellas realizan.

“Cuando un hijo nace le dan un azadón, y a una mujer un telar de cintura, la mayoría de las mujeres empiezan a bordar a los 12, cuando inicia la pubertad en las chicas, y esto es porque bordar o tejer es parte de ser mujer” comenta Cecilia Alhelí Vázquez.

Esto respondería a la acción de las mujeres de “*Las Vegas*” para negar el espacio del bordado a los hombres. Angelina, la líder y quien ha asistido a más talleres, manifiesta que si bien los varones pueden ser de cierta ayuda por la fuerza, además de que su presencia facilitaría negociaciones con los líderes de la comunidad; cree que no son capaces de realizar el delicado trabajo del bordado y tejido; donde la mayor aportación que podrían hacer es al comprender, garantizar y proteger “de su injerencia machista” puntualiza Angelina.

Sentadas bajo un frondoso pino, especie endémica de los bosques húmedos de Chenalhó y de los Altos de Chiapas, Ernestina y Angelina, concluyen que para ellas es imposible tener la cantidad de hijos que sus padres o abuelos han tenido. La mayor de las hermanas suspira y recuerda lo difícil que era para su madre criar a 10 hijos, tanto así que Angelina o Catalina fungieron muchas veces como madres postizas de

sus hermanos más pequeños; “de chiquita no me daba cuenta que era mamá de ellos, yo sólo hacia lo creía que debía hacer que así era pues, pero he aprendido que eso no está bien, hay que darle calidad de vida a los hijos”, sentencia Angelina.

Según la Secretaria de Desarrollo Social, a través del Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social en su informe anual sobre pobreza y rezago social (2010) concluye que el tamaño promedio de las familias en Chenalhó es del 5.2 integrantes. El Instituto Nacional de Estadística y Geografía calcula que en 1990 la mayoría de los habitantes vivían en hogares complementados por 9 o más integrantes.

En los talleres de equidad, género, empoderamiento y autoestima las mujeres de “Las Vegas” han aprendido que ellas tienen la capacidad de decir cuántos hijos quieres tener, en qué condiciones y cuando tenerlos, acentuando el lema de familia pequeña vive mejor.

Angelina y Ernestina creen que sus antepasados decían tener muchos hijos ya que era una forma de obtener ayuda para las extenuantes labores agrícolas y domesticas del hogar.

“Entre más hijos tengas, pues más te pueden ayudar, y no se pensaba mucho en que les voy a dar sino en que van ayudar, otros también pensaban en que cuando estén viejos los hijos los van a cuidar, también la religión les decía y también sigue diciendo que tengamos los hijos que Dios nos mande, pero yo no creo que deba ser así” enfatiza Angelina mientras que Ernestina con un gesto con la cabeza aprueba lo dicho por su hermana mayor.

Así mismo ambas creen que tiempos pasados era más fácil criar y sustentar a una familia numerosa pero hoy en día creen que la generación de una economía autosustentable y/o capitalista producto de las actividades agrícolas o artesanales ya no es tan abundante como antes.

Para investigadores como Gunther Dietz en su artículo *Del asistencialismo a la autonomía regional: Los movimientos indios en México ante el desafío del Zapatista* (1996) manifiesta que el asistencialismo de Estado pos-revolucionario y potenciado a finales de la década de 1980 ha provocado que las comunidades indígenas vean a la reproducción familiar como una actividad productiva en la cual el gobierno reditúa económicamente al jefe de familia, que en su amplia mayoría son varones, por cada hijo que demostrará tener.

Surgiendo a finales de la década 1980 y principios de 1990 programas de carácter asistencialista como: PRONASOL (Programa Nacional de Solidaridad), PROCAMPO (Programa de Apoyos al Campo), así como Progresá, Oportunidades, hoy llamado Prospera. La importancia estratégica reside en la distribución de dinero en efectivo, despensas o algún otro tipo de asistencia social o agroindustrial a grupos locales creados al efecto por miembros del partido de Estado que canalizan dichas ayudas asistencialistas para controlar a la población rural marginada (Dietz, 1996).

Para Cecilia Vázquez directora de la incubadora de empresa del Tec de Monterrey cree que el asistencialismo del Estado ha hecho mucho mal a las comunidades indígenas de los Altos de Chiapas ya

que ha propiciado que cientos de miles de sus habitantes se sitúen en una zona de confort con respecto a sus actividades productivas desfavoreciendo el desarrollo económico y social de la región.

Pese a que las mujeres de “*Las Vegas*” crecieron bajo el cobijo de este asistencialismo y bien podrían ver a la reproducción familiar como una actividad productiva, ellas en los talleres han aprendido a cuestionar dicha política y han decidió en elegir el tamaño de su familia pese a los deseos del varón.

Para las casadas que cuentan con el marido en casa la situación no ha sido sencilla, ya que si bien la mayoría ya es madre de al menos un hijo o hija, éstas aún posee un núcleo familiar reducido en razón de que ninguna cuenta con más de dos niños. Sin embargo para sus esposos esto ha sido una situación difícil de entender ya que ellos creen que “deberían tener los hijos que Dios les mande” han logrado comprender a sus esposas en esta nueva reconfiguración familiar.

En razón a esto las mujeres casadas de “*Las Vegas*” han tenido que mediar con sus maridos para poder decidir sobre los tiempos de concebir, algo que ha llevado a discusiones acaloradas y a conflictos intrafamiliares que han sido resueltos entre ellos mismos gracias al apoyo de las otras integrantes del grupo y por miembros de la alianza los cuales han acompañado a estas artesanas textiles creativas en todo momento.

Pese a estas reconfiguraciones socioculturales mediada a través de su participación en una industria creativa, la familia continúa siendo la

unidad nuclear de socialización y manutención de los aspectos comunales que les ingiere.

Para todas las mujeres de “Las Vegas” la familia es elemento más importante en su vida, y confiesan que difícilmente se ven viviendo prolongados periodos de tiempo alejadas de esta ya su constitución asimismo las constituye a ellas mismas, perder a la familia sería al equivalente de perderse a ellas mismas.

3.2.2 Apropiaciones y resistencias de “Las Vegas” en el espacio comunal

La vida comunitaria es uno de los principales aspectos de cohesión de la nación tsotisl de los Altos de Chiapas, a través de esta articulación societal muchas de las características orientas a los procesos de gobierno, económica, cultura, familia, ect; son heredados a las futuras generaciones.

Cualquier mediación que transgreda los rumbos tradicionales de configuración social-comunal tendrá repercusiones no sólo en la generación que las sufre sino también y muy probablemente en mayor intensidad en las siguientes.

La importancia radica en que la comunidad es para los tsotsiles “la familia grande” ahí la vida cotidiana se despliega con todo su potencial de agente normalizador de los diferentes imaginarios y prácticas sociales que los termina por configurar.

Angelina pese a que no siente, comparte y tiene obligaciones para el cuidado del hogar, cuenta con la costumbre de siempre levantarse temprano como el resto de la comunidad se encuentra habituada, “levantarse más de las 6:00 am ya es haraganería” enfatiza.

Por los caseríos de Natividad desde las 5 de la mañana e inclusive desde las 4 de la madrugada se empiezan a ver los primeras luces provocadas por los focos o quinqués encendidos, se desprende un calor tuene de cada hogar producto de los fogones que comienzan a funcionar, algunos se activan con leña otros pocos con carbón.

En lo alto del cerro, en el hogar de Angelina esta nos comenta que suele dormir vestida con su ropa típica, solo acostumbra aflojarse o quitarse la faja que une y sostiene su *vok vet* (blusa) con su faldón oscuro de lana. Las noches cuando el frio cala hasta los huesos Angelina suele cubrirse con su *mochibal* (reboso) y unas medias térmicas que la alianza les otorgo a cada una de las artesanas textiles creativas que participan con ellos en la industria creativa.

Por las mañanas o madrugadas Angelina se reacomoda su atuendo tradicional, no es común cambiarse de ropa hasta después de un par de semanas, por lo que el *mochibal* y el *vok vet* se reutiliza por varios días, así ya con su blusa con colores oscuros y destellos dorados fardada bajo el faldón de lana oscura y sujeta por la faja de hechura chamula.

Ya vestida, Angelina suele despertar a sus hermanas, en conjunto colaboran levemente con algunas tareas del hogar y la cocina, dependiendo si tienen taller o alguna actividad relacionada con la

industria creativa textil artesanal estas se disponen a salir de preferencia antes de las 9 de la mañana de su hogar rumbo a San Cristóbal o casa de algunas de las integrantes del grupo.

Angelina, y la mayoría de las mujeres del grupo “*Las Vegas*” visten regularmente su ropa tradicional de su región, en la comodidad de su hogar, en las labores pedagógicas de los cursos y talleres, o caminando por las calles de San Cristóbal de las Casas, ellas siempre portan su *vok vet* oscuro con bordados en destellos dorados, su faldón de lana negro, y su faja oscura.

Pese a que ellas construyen con sus manos blusas con simbología tsotsil-maya, propia de Chenalhó y Natividad, que presentan curvas que reafirman la cintura de la mujer, o poseen un escote, y/o mangas cortas y entalladas, respondiendo así a demandas de un mercado global del vestir femenino, estas no terminan por ser del gusto, afición o utilidad para ellas, optando por utilizar su indumentaria típica tradicional.

Si a veces salen cosas bonitas pues, pero no, no las usos, no me siento bien, cómoda, prefiero mi blusa tradicional, con esa si me siento bien” puntualiza Adela una de las mujeres de “*Vegas*”.

Adela creció mirando a su madre bórdale su vestimenta típica, le explicó por las noches que los suyos antes y después de ella las usaban, recordándole siempre de donde venían, y aunque parta hacia otras tierras, mientras porte estas prendas sabrán el sitio al cual pertenecen.

Para el antropólogo Andres Fabregas Puig, “los textiles de los pueblos autóctonos de Chiapas constituyen una guía para la

comprensión de la cosmovisión y los mecanismos de la cultura para preservarse, transformándose en sus propios términos y mantener identidad” (2014).

Es decir a través de sus vestidos las mujeres indígenas no sólo encuentran identidad sino también pertenecía y protección de la comuna, se saben no solas y si acompañadas por la comunidad y esto es algo que las reconforta.

El sentimiento de comunidad es algo tan interiorizado dentro de las mujeres artesanales creativas que aún pese a recibir mensajes, y discursos en concordación con una cultura global que podría mediar en sus imaginarios y practicas comunales hacia tendencias más individualistas, estas aún prevalecen.

Sin embargo, la más joven de “*Las Vegas*”, Ernestina, manifiesta cierto gusto por la ropa no tradicional; en ocasiones que tiene que salir de su comunidad suele usar de manera no muy frecuente jeans, tenis y una blusa con estampados, vestimenta que va más acorde a un ladino que se sitúa en concordancia a tendencias de mercado y consumo de una cultura global.

Ernestina comenta sentirse rara en ciertas ocasiones que utiliza las prendas ladinas, que sólo cuando se encuentra en San Cristóbal o Tuxtla se siente más cómoda con su vestimenta, e inclusive logra enraizar cierto grado de pertenencia con el nuevo paisaje urbano ladino que representa la ciudad.

San Cristóbal, y más en Tuxtla, las poquitas veces que voy me siento mejor cuando uso pantalón y mi blusa no tradicional, siento que así no

se me quedan viendo y me siento cómoda y mejor, y disfruto más pues (Ernestina, enero 2015).

Sin embargo en general para las mujeres de “*Las Vegas*” utilizar un atuendo que no sea el tradicional en su comunidad resulta algo inimaginable por el momento, como para las más grandes resulta ser impensado utilizar alguna vestimenta que no sea propia de su etnia, situación que en las más jóvenes se ha reconfigurado.

Para Cecilia Alhelí, directora de la incubadora social del Tec de Monterrey, estas reconfiguraciones en las más jóvenes obedece al permanente dialogo con el mercado global que ellas sostienen.

Para ellas como mujeres que no usan sostén por ejemplo, que no les interesa que se les vea sus curvas, porque diseñarían una blusa con curvas, sus blusas son cuadradas y cortas y súper gruesas por el frío, y entonces son cortas porque la enagua va mucho más arriba que debajo del ombligo como se usa en el ambiente occidental, pero al estar en dialogo con el mercado y ven como nos vestimos pues les gusta, no se quieren sentir fuera de, y viven como en esta doble pertenencia comunal/occidental.

Sigo a Cecilia Vázquez, observamos como la más joven de “*Las Vegas*” denota simpatía por el vestir ajeno a su cultura local, pero más allá del gusto disgregado, existe el sentimiento de articulación a una cultura global y evitar el señalamiento que produce la diferencia al manifestarse visualmente en primera instancia a través de su vestimenta.

Se podría decir que con frecuencia Ernestina utiliza una vestimenta acorde a las prácticas socioculturales comunales de su cultura local tsotsil, pero cuando ella no solamente sale del espacio y territorio comunal de Natividad o de Chenalhó, sino también logra

desprenderse en cierta medida de toda su carga simbólica que significa el atuendo tradicional, logra armonía con su nueva “piel” la cual se manifiesta mediante el uso de jeans, tenis y blusas estampadas.

Logra sentirse acorde a las otras chicas ladinas de su edad que caminan por las empedradas calles de San Cristóbal, solo ella sabe que cuando acompaña Angelina, la cual siempre viste su atuendo tradicional, sienta cierta dislocación al estar en mundo pero pertenecer a otro.

En las comunidades tsotsiles de los Altos de Chiapas el recurso oral continúa siendo el principal medio de comunicación entre sus pobladores. Encuentra su réplica en los espacios de conversación de la vida diaria y suelen ser ejercicios transgeneracionales, participativos y democráticos (Rincón, 2007).

En este sentido las mujeres de “Las Vegas” no sólo poseen la cohesión de un grupo de trabajo, sino como en su mayoría de los integrantes estos son familiares provoca la existencia de una historicidad entre sus participantes lo cual refuerza su identidad como grupo facilitando la comunicación oral entre ellas que se manifiesta mediante el aprendizaje, incorporación y reforzamiento de valores, sentidos, rituales y símbolos propios de su comunidad y grupo.

Las artesanas de “Las Vegas” procuran reunirse al menos una vez al mes en casa de Adela o Catarina para tratar asuntos referentes al grupo, en los momentos que hay pedidos las reuniones suelen ser más seguidas y la mayoría de las veces suelen ser de asistencia obligatoria para las integrantes.

En las reuniones la oralidad como medio de comunicación está presente permanentemente utilizando como código compartido el tsotsil. En las comunicaciones que establecen no sólo hablan de temas concernientes a la vida diaria de las mujeres –historias, sentimientos, esperanzas, emociones- sino cada vez en mayor medida se conversa sobre el desarrollo empresarial del grupo, los cuales tienen que ver con tópicos relacionados a la caja de ahorro principalmente, sino también con la administración de pagos y deudas, operaciones, recursos, mercado y ventas, finanzas y riesgos.

Las reuniones hace tiempo dejaron de ser para “Las Vegas” un elemento en el cual se gatillaba una tertulia entre mujeres donde se compartían anécdotas de la vida diaria, ahora se asemeja más a mujeres empresarias hablando de negocios, sin que esta condición haga que la carga afectiva entre ellas desaparezca, sino todo lo contrario, la aumenta y cohesiona.

Para Rincón (2007) esta práctica provoca la unión basados en la persecución de un bien común, fortaleciendo el grupo, en virtud necesaria para afrontar problemas cotidianos y generando identidad a través de las nuevas incorporaciones socioculturales.

Sin embargo, Angelina nos cuenta que en las primeras reuniones de “Las Vegas”, esto hace 2 años previos a su etapa de consolidación, las reuniones eran totalmente orales, la información y comunicación saltaba de un lado al otro y los compromisos que ahí se pactaban se sustentaban sólo con la palabra.

Hoy en día y en procedencia de que la alianza ha enfatizado de que sólo con la palabra no basta para testificar un hecho, como comunalmente se habitúa entre las mujeres, hay que escribir los compromisos pactados en cada reunión y esta debe estar ordenada por una orientación cronológica de acuerdo a su realización.

La comunicación oral propia de la comunidad ha cedido espacio en el grupo ante el recurso escrito como vía de testificación de acuerdos alcanzados, también es una forma en la cual la gente de la alianza pueda enterarse de una forma más “segura” de las acciones y acuerdos que las mujeres han concretado.

Las artesanas textiles creativas buscan ya en el recurso escrito una forma de trascendencia social y comercial, mediante la elaboración de tarjetas de presentación personalizados que les permita dar identidad y pertenencia.

En la casa de Adela, Cecilia Alhelí llega cargada de hojas de papel bond, plumones de diferentes colores y cinta adhesiva, las lleva como herramientas de trabajo ya que llegó hasta la localidad de Natividad para impartir un taller de identidad corporativa.

Entre los diferentes temas, señala la importancia de poseer tarjetas de presentación, lo cual le dará una ventaja competitiva sobre otros grupos al ser un elemento que brinda información que permitirá que sean localizables para su potencial consumidor.

El taller se imparte en castellano, pero Cecilia cuenta con la ayuda de dos jóvenes tsotsiles quienes realizan la traducción al instante para aquellas mujeres que no comprenden el español.

En la sala del hogar, las artesanas textiles creativas portando sus atuendos tradicionales ponen atención a las palabras y dinámicas que Cecilia ejecuta, no hay varones en el recinto a excepción de mí y los jóvenes traductores, tampoco niños pequeños, y algunas mujeres suelen distraerse de la clase bordando alguna pieza.

Las preguntas que se le realiza a la capacitadora son en tsotsil, aun las que dominan el español las hacen en su lengua nativa para que así todas escuchen lo que ella quieren cuestionar, después los traductores hacen los suyo y en castellano lo hacen entendible para nosotros.

Al final, todas en comunidad eligen una tarjeta de presentación que las representará a todas ante su potencial consumidor. En voz de Angelina, la cual habla por todas ellas, manifiesta la elección y los elementos que en ella habrá, Cecilia toma nota de esta decisión y responde que ella elaborara el diseño de la tarjeta con base a las características señaladas y en próximas reuniones se las entregará.

Ante esta decisión las mujeres de "Las Vegas" deliberan, sucintan, escriben y firma lo ahí pactado. El término de la capacitación es como cerrar un libro para ellas, abandonan todo recurso escrito y se entregan a sus tertulias orales de la vida cotidiana.

Es en estas tertulias donde uno puede observar como la comunicación oral entre las mujeres de esta comunidad es un recurso tan importante, acostumbradas a sentarse en círculos, acomodadas en unas pequeñas sillas de madera, algunas bordan, otras comen cacahuete, pero todas participan en la conversación en tsotsil donde agrandes rasgos charlan sobre la vida misma.

Para Rincón García son estas tertulias el medio en que:

Las más jóvenes van aprendiendo qué las conductas y actitudes son considerables deseables y cuales sancionadas para su grupo, pues las experiencias pasadas y los conocimientos que ahí se comentan llevan inscritos códigos culturales que delinear, entre otras cosas, reglas de convivencia, pactos sociales y expectativas de comportamiento (Rincón, 2007).

De esta manera las más jóvenes como el caso de Ernestina aprenden a entender que *“es mejor sola que mal acompañada”* por un hombre violento y alcohólico, que es preferible casarse con un hombre bueno de la comunidad que con un ladino desconocido, y que si decide casarse no tenga hijos rápido y que estos sean pocos, y sobre todo a defender su libertad con, sin, y pese al hombre.

Las casadas comparten su experiencia de vida, y se comunican consejos de cómo hacer entender al varón sobre su nueva condición de *“mujer liberada”*, eficientar las labores domesticas, lecciones sobre crianza de los hijos y de bordado.

También está al orden del día comentar dichos, rumores y chismes en torno a diferentes personajes de la comunidad, quien se fue con quien, problemas familiares y demás copuchas comunales.

Esta fuerte carga oral corresponde a necesidad de pertenencia, permanencia y transmisión en los pueblos indígenas de sus creencias, cosmovisión, lengua, tradiciones, costumbres, modalidades de relación y de vida cotidiana.

No haciendo referencia a una pertenencia y permanencia estática de la cultura, sino a híbridos culturales en los que se puede rastrear la

cultura prehispánica junto con las transformaciones derivadas de los procesos de reconfiguración sociocultural impuestos o dialogadas con occidente (Canclini, 2000 y Argumedo, 2001).

La comunicación oral en las mujeres artesanas creativas de “Las Vegas” es aún de primer orden, sin embargo las temáticas han cambiado, antes giraban en torno a cuestiones de consejos para ser una “Buena mujer” acorde a los principios tradicionalistas, ahora se comenta sobre la “libertad de la mujer” en su decisión pese a los deseos del hombre, e inclusive de la comunidad misma, prevaleciendo casi intacto los habitus entorno al chisme y el rumor.

El chisme o el rumor como actividad comunicativa es altamente practicado no sólo por “Las Vegas” si no también por otros grupos de mujeres artesanas creativas quienes usan esta herramientas comunicacional como vía para desprestigiar a sus contrincantes de mercado a través de la generación de tensiones comunales o para justificar demandas, peticiones o suposiciones alrededor de intereses individuales o colectivos.

Para uno de los padres de la mercadotecnia Philip Kotler (1991), el rumor es una herramienta comunicativa que se activa a manera de proposición para ser creída, gestándose a través de un efecto viral, sin medios de prueba seguros para demostrarla, cargados de fuertes dosis de ambigüedad cumpliendo una doble función de explicar y descargar tensiones preconcebidos.

Los chismes y rumores son unas de las principales causas de disertación de miembros de los grupos de mujeres artesanas creativas

indígenas ya que estos generan tensiones no sólo en ellas, sino en su familia y comunidad produciendo consecuencias diversas entre las cuales está la violencia física y psicológica.

Cuenta Cecilia Alheli:

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 Chenalhó, 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 golpeo, porque en la comunidad corrió el rumor de que ella se estaba prostituyendo o teniendo actividades indebidas para una mujer embarazada de comunidad, cuando en realidad ellas cuando vienen a un taller prácticamente se las pasan encerradas en la sede del taller mientras terminan, son pocas situaciones cuando ellas pueden salir.

Angelina acepta que debido a estos rumores y chismes el grupo “Las Vegas” tardo en consolidarse ya que debido a esta problemática exista poca permanencia de mujeres en el grupo, quienes ante los primeros dichos en su familia o comunidad en torno a su persona prefería alejarse.

Para enfrentar esta problemática Angelina y la Alianza decidieron utilizar la estrategia de unión y acompañamiento. Ante los rumores que existían en torno alguna o algunas las que estaban exentas de esto decidían acompañar a las que eran víctimas para darles fuerzas con la finalidad de poder enfrentar y desmentir las acusaciones.

Esta estrategia no sólo cohesiono al grupo, sino también a las mujeres de la comunidad las cuales respaldaron a “Las Vegas” y reconfiguro su posicionamiento ante sus esposos, familia y comunidad.

“Hay temas que permean demasiado en la comunidad, pero es un tema que constantemente nos replanteamos en el marco de este proyecto para hacer que la comunidad siga evolucionando junto con ellas, y como su ecosistema social, su comunidad, también empiece a dar estos cambios y oportunidades de aceptación de lo que están haciendo ellas” enfatiza María Eugenia, directora de ATA México.

El reposicionamiento de las artesanas creativas textil en la comunidad de Natividad ha sido reconfigurado gracias al fortalecimiento y respaldo que la Alianza brindó a sus grupos de productoras las cuales respondieron mediante la unión ante la crisis, logrando así su consolidación a partir de la identidad.

Enlazando esto con lo que enfatiza Martín-Barbero en *De los medios a las mediaciones* (citado en Rincón, 2007), “donde entra en juego la memoria cultural que conforma a los sujetos de la comunidad, la cual se articula sobre una matriz de experiencias y acontecimientos del pasado y del presente, dando continuidad al proceso de construcción permanente de la identidad colectiva”.

En el centro del pueblo de Chenalhó podemos encontrar la iglesia católica del pueblo la cual se encuentra envejecida, dando la impresión que un día sin fiesta mostrará un templo en el más profundo abandono; aun costado se ubica el centro cultural de Chenalhó, su biblioteca con libros viejos y mohecidos adornan los estantes del pequeño recinto; atravesando el kiosco y la cancha de básquetbol que funge como zócalo de la ciudad encontramos el cabildo del pueblo.

En el edificio que alberga el cabildo municipal observamos cuartos vacíos, abandonados y en completo despojo, alguna vez estos espacios operaban como oficinas hoy algunos sirven como bodega donde se almacena a destajo y desorganizadamente sillas, cajas y mesas de diferentes formas y dimensiones.

En el fondo del recinto se encuentran operando tres oficinas, empequeñecidas por el vacío de las otras, ahí vemos entrar y salir a solo hombres los cuales en su mayoría visten ropa ladina, otros, los más pocos, usan la vestimenta tradicional del varón de Chenalhó.

Es sabido que el espacio político de esta comunidad de los Altos es reservado en exclusividad para el hombre, en este mundo la mujer no cuenta con voz y mucho menos con voto.

El papel de la mujer o al menos de la *"Buena mujer"* en la política de Chenalhó es la de acompañar al hombre en su carrera hacia puestos de representación popular la cual está en concordancia con las responsabilidades socio-religiosas que estos convengan y adquieran.

Es decir un hombre que decida ocupar altos cargos políticos necesariamente tendrá que ir escalando posiciones de importancia religiosos-comunales como son la mayordomía o alfarez o *moletik* en algún momento de la comunidad.

El papel de la mujer, la cual debe estar casada con un hombre que persigue dicha caución política, es de un nivel secundario ya que en valor de sus virtudes de *"Buena mujer"*, el varón obtiene una mejor valorización de la comunidad.

Una mujer que realiza una adecuada labor de crianza, mantiene en orden su hogar y obedece cabalmente a su cónyuge, para la comunidad no es virtud de ella, sino más bien del hombre que ha sabido controlar y causar a su esposa hacia esa dirección.

Esto en el aspecto más tradicional de la mayoría de las comunidades tsotsiles de los Altos de Chiapas, el cual incluye a Chenalhó, sin embargo para las mujeres de “Las Vegas” esto no debería ser así y en voz de Angelina manifiestan deseos e intenciones de querer participar en la política de su municipio, una idea que hasta hace unos años resultaba impensable para los habitantes de este sitio cafetalero.

Si me gustaría meterme a la política de Chenalhó, me fui al taller de un político, de contraloría, para ver cuánto dinero entra en su mano del presidente, porque hay apoyo de cada comunidad, me fui a ver al presidente y nunca nos toma en cuenta porque somos mujeres y somos indígenas, y no tengo capacidad y no tengo estudio, así como contesto el presidente y yo no pienso eso, me dio coraje, y por eso no más me gustaría estar en la política, para callar bocas (Angelina, diciembre, 2014).

Para las mujeres casadas de “Las Vegas” esta motivación no es tan evidente, ya que si bien manifiestan apoyo para que sus compañeras solteras incursionen en la política del pueblo. Ellas no se visualizan en ese mundo, ya que a sus maridos no les interesan por el momento incursionar para puesto políticos, manifestando sentirse cómodas con esta decisión y con las actividades que las rodean.

“Es importante que haya más mujeres en la presidencia pues, para que nos entiendan como dicen en el taller, pero pues yo apoyo, pero yo no quiero, estoy bien aquí bordando” manifiesta Adela.

Vemos como las artesanas creativas textil de “Las Vegas” siguen imaginando un lugar mejor de acción de acuerdo a sus nuevas dinámicas, para ello algunas mujeres se adentran en los escabrosos caminos burocráticos de organizaciones, e instituciones públicas y privadas buscando apoyos y reconocimiento.

Alzar la voz en busca de su visibilización ante espacios donde antes no se les reconocía producto de su condición de género como es el espacio político tradicional de Chenalnó es producto de este nuevo empoderamiento que han adquirido a través del aprendizaje de nuevos discursos en los talleres impartidos por la Alianza principalmente.

Saben que aún hay camino que correr, pero aquellas que se encuentran con mayores posibilidades que son las jóvenes, solteras, sin hijos y hablantes de español, impulsan no sólo a ellas sino también a las otras que no se encuentran en las mismas condiciones a seguir sus pasos en pro de la conquista de nuevos marcos de acción.

3.2.3 Apropiaciones y resistencias de “Las Vegas” en el espacio laboral

Otro sitio de interacción de las artesanas de “Las Vegas” es en el espacio laboral, en esta esfera las mujeres suelen llevar reuniones periódicas de carácter participativo donde se medita la opinión de cualquiera de las integrantes, pese a que siempre tendrá más valor lo

que comenten las líderes, rol que recae fuertemente sobre todo en Angelina y en segundo nivel en Adela, quienes mostraron desde los inicios del grupo mayor iniciativa para la integración y consolidación de éste.

Los diálogos son en tsotsil, salvo cuando acude un capacitador de la Alianza la cual es la única circunstancia en la que el español ocupa un puesto no mayor pero si igualitario a la lengua originaria de Natividad.

En ninguna reunión en la que estuve presente identifique a alguien externo al grupo, sin embargo Angelina me comenta que venir en algunas ocasiones con familiares mujeres como (hermanas, primas o abuelas) es permitido, lo que si esta determinadamente prohibido es acudir con alguna otra artesana creativa textil que no pertenezca a “Las Vegas”, estrategia que emplean para evitar la fuga de información.

Para ser integrante del grupo tienes que tener una buena relación y referencia de varias de las integrantes del grupo, si eres miembro de la familia de Angelina obtendrás mayores posibilidades de acceso ya que de antemano formas parte de un núcleo cohesionado para ellas y esto sería un elemento que ayudaría a la mayor integración y cohesión no sólo de la nueva artesana sino del grupo.

En este sentido la cohesión familiar resulta muy importante para “Las Vegas” ya que este lazo afectivo dinamiza sus actividades y arroja su toma de decisiones. En ambas situaciones buscan la cohesión a través de la identidad para alcanzar objetivos que les facilite el

quehacer diario, así como acceder a programas y proyectos que les reditué en mejoras económicas.

La visita de hombres que son familia de las artesanas no se encuentra impedida, sin embargo es extremadamente raro que esto ocurra ya que es un espacio que se creó para la convergencia y crecimiento de las mujeres, idea que nació de la Alianza y se transmitió al grupo por ende las artesanas en la medida de lo posible evitan la injerencia de sus esposos, hermanos, padres, y demás familiares varones. El otro aspecto tiene que ver en relación con la cosmovisión del pueblo tsotsil, en el cual el bordado y/o el tejido junto a todas sus actividades que ello conlleva está directamente relacionado con la mujer, y la presencia del hombre en estos espacios no es algo bien visto por la comunidad.

Angelina no comenta que la mayoría de las mujeres antes de la incursión de la industria creativa textil en los Altos de Chiapas, se dedicaban al cultivo y comercialización del café en una labor de apoyo para los hombres, los cuales mantienen el control de los procesos en torno a este grano.

En este sentido Angelina comenta:

Ahorita ya no sembramos café, tiene como 4 o 5 años que ya no porque lo más importante que me voy a bordar porque más sale el dinero, porque el café es por temporada, diciembre, enero y febrero, nada más 3 meses, y luego baja más precio del café y no sale.

Las mujeres de “*Las Vegas*” dejaron de ser elemento de apoyo en la siembra del café por temporadas a dedicarse al bordado artesanal en

primera instancia para después reconfigurar el producto y dejar paso al elemento creativo al cual se ocupan durante todo el año.

En el mundo artesanal textil de los Altos de Chiapas al pueblo de Chenalhó se le ha ubicado tradicionalmente como una zona de bordado más que de tejido, como sí se les puede reconocer a otras comunidades tal es el caso de Zinacantan, Larrainza o el mismo Chamula.

Tal es el reconocimiento del bordado de Chenalhó que se dice que fue la misma Virgen María quien enseñó este arte en primera instancia a las mujeres pedranas, para luego extenderse a los otros caseríos de las tierras frías y calientes del poblado.

La diferencia estriba en que el bordado es una labor de ornamentación realizada sobre un tejido u otra materia, aplicando a modo de relieve mediante la acción de la aguja y el empleo de diversas clases de hilos, lo que constituye la bordadura (Sanchez, 2014) y el tejer es una técnica mediante la cual busca entrelazar hilos para así confeccionar un textil de cualquier índole. Dando por resultado que en el bordado la prenda es decorada mientras que en el tejido está es fabricada.

Si bien en el bordado aún utilizan técnicas y herramientas de origen prehispánico como es el comén, artefacto de madera que lo utilizan para medir el hilo. Ahora utilizan también otras herramientas para acelerar el proceso de bordado, como es la compra de hilo OMEGA, en vez de fabricar su propio hilo y colorearlo con sustancias

emanadas de los arboles, como si llegaron hacerlo sus madres y abuelas.

Si bien Chenalhó con sus tierras frías y calientes son mayormente reconocidas por su bordado más que por su tejido, las artesanas creativas textil, especialmente “Las Vegas” han tenido que apropiarse técnicas ajenas a ellas en cuanto al tejer.

Primero aprendieron algunas en casa y desde pequeñas, otras en los talleres y grandes, técnicas de tejido como el telar de cintura, la cual es una práctica de origen prehispánico, pasando por el telar de pedal, técnica de origen europeo apropiado por los indígenas desde la época de la colonia, hasta finalmente llegar a los conocimientos más modernos de corte y confección mediante la utilización de la máquina de coser industrial.

Manifiestan apertura a estos cambios por el “gusto de aprender más, conocer más ciudades, aprender más español, conocer más computadora, quiero aprender todas las cosas, tengo ganas aprender y hacer todo para apoyar mi familia y para apoyar su familia de las mujeres” manifiesta Angelina.

Igualmente manifiestan fines de carácter económico, ya que ante mayores posibilidades de diversificación de productos con buena calidad de acuerdo a estándares de la Alianza, resultado de su mayor conocimiento e implementación de diversas técnicas de tejido y bordado obtendrán una mayor ganancia económica.

“Necesitamos más mercado, porque en las comunidades necesitamos más recurso, porque hay algunas mujeres que tienen hijos,

quiere estudiar su hijo también, y cuesta dinero, las libretas, los zapatos y los uniformes” sentencia Adela.

“Hay veces que se vendió un blusa, y de repente necesita para su hijo, y sin dinero quedo para comprar material, nosotros tenemos experiencia de calidad para nuestros productos, así que por eso nosotros queremos más mercado” añade Angelina.

Pese a esto Angelina enfatiza que no quiere dejar de un lado el bordado “me gusta el bordado porque es mi culturalidad, y no quiero perder mis culturalidad, lo que es mío no quiero perder”.

Estos fines economicistas de vida se contraponen al *lekil kuxlejal* o la doctrina del “Buen vivir” dentro de la cosmovisión maya-tsotsil propia de los caseríos de los Altos de Chiapas. Esto implica vivir en concordia consigo mismo a través de mantener una armonía con la comunidad, la madre tierra y la naturaleza.

El *lekil kuxlejal* se fundamenta en las prácticas de vida colectiva y comunitaria, enfatizando en el “bien común” para la continuidad biológica del ser humano y la madre tierra junto con sus hijos (bosque, suelo, animales, hombre) y no el bien individual, el “buen vivir” se relaciona estrechamente con los sistemas de conocimientos tradicionales de las comunidades originarias y con los elementos identitarios propios que permite la adquisición del *ch’ulel* o conciencia (Huanacuni, 2010).

Con la llegada de la modernidad y la posmodernidad a las comunidades originarias de los Altos de Chiapas, el “Buen vivir” ha sido reconfigurado y cada día más se asemeja a primicias mayormente

establecidas desde occidente donde el factor material y económico cada día cobra más valor.

“Para ellas (Las Vegas) anteriormente era suficiente para estar bien, contar con una relación armoniosa con su vecino, con su familia, con los animales, pero ahora ya quieren una estufa, lavadora, casas más grandes y tener más dinero” sentencia Cecilia Alhelí.

Con las ganancias de “Las Vegas” en estos cuasi 4 años de operación Angelina la líder del grupo ha podido comprar un terreno, el cual le fue difícil adquirir por su condición de mujer, pero la intervención de instituciones gubernamentales propiciaron que finalmente la compra se efectuara. Otras mujeres han adquirido aparatos de línea blanca para el hogar, televisores, zapatos, maquillaje, productos de limpieza femenina, así como el costeo en alimentos para el hogar, y la reinversión en su negocio a través de costearse sus propios viajes a San Cristóbal y la compra de diversas herramientas y materiales para su trabajo. También Angelina manifiesta que en este momento “Las Vegas” se encuentra ahorrando porque quieren adquirir un automóvil que les ayude moverse entre Natividad y San Cristóbal, aunque ninguna de las mujeres sepa conducir, “eso es algo que solucionaremos cuando ya tengamos el carro” concluye la líder del grupo.

Pese a esto el pensamiento comunitario no se aleja de Angelina quien cree “no debo salir adelante solo yo, que van hacer mis compañeras, por eso debemos aprender todas, para salir adelante, no solo una y hacer las cosas con amor”.

Las utilidades de “Las Vegas” depende en una amplia mayoría de los convenios laborales que logre efectuar este grupo con la Alianza, en específico con León XIII y ATA, ya que ellos funcionan como *brokes* o agentes, quienes se encargan de obtener clientes con requerimientos de productos específicos, el “pedido” se canaliza a través de estas ONG’s con destino hacia las artesanas creativas textil, las cuales en tiempo y forma deberán entregar y evitar así ser penalizadas.

“Ahora estamos con fundación de León XIII trabajamos, pero está muy barato, tarda mucho en pagar y lleva mucha hora, por eso no va salir y ATA paga mejor y no tarda tanto, antes trabajábamos más ATA en años pasados” afirma Angelina.

Sin embargo la Alianza debe diversificar su oferta de pedidos dentro de sus diversos grupos de artesanas creativas textiles que se encuentran distribuidos en los diferentes municipios en los que opera, por ende “Las Vegas” puede pasar largos periodos de tiempo sin actividad ya que no hay suficiente “mercado” para todos los conjuntos.

“Necesitamos más trabajo, más mercado, hacemos otros modelos para tener más mercado, no sólo hacemos cojines, también hacemos blusas chalinas y las faldas que es lo que más deja, porta-lapicero, porta-celulares, pero necesitamos más para que estén contento con su dignidad y con sus familias” enfatiza Adela.

Sin embargo la situación se puede agravar si por diferentes motivos el grupo se atrasa en los pedidos o no trabajan con la calidad requerida para la Alianza, si esto llega a suceder sufren penalizaciones donde las artesanas son relegadas de de la cola de pedidos.

Ante estos escenarios “Las Vegas” debe buscarse la vida y para ello busca a mayoristas o minoristas que les compren su producto. Generalmente los compradores son los comerciantes de Chamula que cuentan con uno o varios puestos de ventas de artesanías tradicionales o creativas en la Plaza de Santo Domingo.

Frecuentemente los productos que “Las Vegas” termina por vender con los comerciantes de San Juan Chamula no son a un precio justo, ya que ellas sufren una serie de regateos con el negociante que termina abaratando su mercancía, desfavoreciendo su utilidad y trabajo.

“En Santo Domingo vendo de rellenado y tela sencilla, es algo fácil de hacer, pero aún si lo quieren muy barato y ellos lo venden bien caro, pero pues hay que hacer mercado” concluye Angelina.

El paso esperado por la Alianza es que todos estos grupos artesanales puedan operar por si solos, y que converjan en la Unión de Artesanas de los Altos.

Pese a que hay grupos muy avanzados en cuanto la autogestión esta aún depende en alguna medida de la intervención “ladina” para obtener grandes utilidades, ya sea que esta intervención se manifieste mediante la participación de ONG’s, diseñadores o comerciantes independientes.

Inclusive los grupos de artesanas textiles que se encuentran en simpatía al Ejercito Zapatista se encuentran vinculadas en algún nivel con “ladinos” para fabrica, distribuir, comercializar y vender sus productos.

Esta necesidad de codependencia de las artesanas con el mundo “ladino” para ser conducidas y estas puedan finalizar sus procesos comerciales redituándoles utilidad económica se puede deber al exacerbado asistencialismo que vivieron desde la época postrevolucionaria, pasando por el boom del turismo a mediados del siglo XIX, hasta concluir con el asistencialismo exagerado de la década de los 80’s y 90’s.

Sin la misma intensidad con la cual se hizo presente a finales del siglo, pasado la asistencia que realiza las instituciones gubernamentales para con estos grupos sigue siendo importante.

En el caso de “Vegas” el gobierno a través de la dependencia “Casa Chiapas” les otorga una importante cantidad de hilo OMEGA sin ningún costo, así como la colocación de 10 maquinas de coser industriales.

En este sentido María Eugenia directora de ATA México comenta:

El problema de la asistencia del gobierno es el abandono, es decir no hay acompañamiento de las instituciones en los procesos que han generado en las mujeres, toda una cultura de todos en general en la que se piensa que por tener los equipos ya la vas hacer, y nosotros creemos que eso es una etapa más avanzada, ya cuando tienes un mercado consolidado, técnicas y diseños, cuando ya hay todo un cumulo antes, para poder decir ok, ahora si escalo ya tengo un equipo y puedo hacer un taller, no se trata de tener una maquina sino de saber que quiere, para que la quiere y como 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 qué es lo que hace gobierno. No se trata de darles un equipo de 300 mil pesos y darles tres días de taller, ósea es más que eso.

Este tipo de asistencia puede provocar en ciertos grupos una pasividad para la búsqueda de mercado y la independencia de la guía “ladina”, ya que en el fondo esperan ser rescatadas de su situación de vulnerabilidad a través de algún apoyo o recibiendo créditos a fondo perdido.

Esta situación no es ajena al grupo “Las Vegas”, si bien el asistencialismo no determina su proyección y crecimiento como grupo si lo condiciona. Al no contar con “pedidos” con de la Alianza, las artesanas se buscan la vida en lo cercano y conocido para la comercialización de productos de la zona Altos lo cual las conduce hacia los cacicazgos chamulas.

Fuera de ese universo conocido que representa para ellas el confort de la Alianza o los cacicazgos, se ve lejana la posibilidad de que estas artesanas como grupo se animen a tratar con otras organizaciones o diseñadoras independientes, a menos que el puente que conecte al grupo con alguna otra fuente de trabajo no sea construido por un tercero quien las asista en esta conexión.

Pese que Angelina, es la integrante más preocupada por la poca intención del grupo en tocar otras puertas, aún no se vislumbran señales claras ni de ella o las otras para cambiar esta situación.

Aún más lejos se ve que “Las Vegas” pueda realizar la actividad de agente o *broker* que realiza la Alianza, esta labor de construcción de redes operativas de comercialización que conecta a grandes mayoristas o minoristas y que requiere de una gran capacidad logística, tecnológica y resolutiva.

Es decir que en ellas funja toda la capacidad operativa industrial de creación, producción, distribución, difusión y consumo, convirtiéndose en auto-agentes de su mismo trabajo. Es una visión que a mediano plazo no se vislumbra posible.

Evidentemente el cambio más significativo es a lo que ellas misma llaman zona de trabajo, el cual ya se encuentra delimitado especialmente por una sitio o territorio que lo reconocen como “la oficina”, para “Las Vegas” este lugar es la espaciada sala de Adela, lugar donde se encuentran las maquinas de industriales de cocer y realizan la mayoría de sus reuniones como grupo.

Para la mujer tradicional de Chenalhó se podría decir que su espacio de trabajo concierne a su casa, ahí es donde se aglutinan todas sus labores de “buena mujer” las cuales están vinculadas a la atención y limpieza del hogar, cocina, crianza de los hijos.

Las mujeres de “Las Vegas” ven al hogar como un espacio de responsabilidad para ellas, la cual deben de compartir con el esposo o familia; pero ya no como su área laboral, sino más bien como el sitio en el que viven, respetan y comparten con sus seres queridos.

Otro cambio significativo es el que se sucinta con el producto que se genera a través del bordado y el tejido que realiza este grupo de artesanas creativas textil.

Para las artesanas tradicionales, el bordado de su vestimenta típica para usos diarios o de días de fiesta es la única producción posible. Sin embargo para las artesanas creativas que están inmersas en esta

industria, como es el caso de “Las Vegas”, la diversidad de productos posibles se multiplica.

A esto Cecilia Alhelí comenta:

“Al igual que la transformación de la industria que ya existía pero para autoconsumo y ahora es una actividad productiva como tal {...} la diversificación de productos si tiene que ver con el acercamiento de organizaciones desde el arribo de Marta Turok, junto con Chip Morris, y los diversos acercamientos del FONART (Fondo Nacional para el fomento de Artesanías), y con todas injerencias externas”

Alhelí como experta en el tema, gestora de la Alianza y de la industria creativa textil artesanal, enfatiza sobre estas dos importantes reconfiguraciones que se llevaron a cabo en los altos a raíz de la incursión de agentes externos dentro del mundo artesanal textil tsotsil de los Altos de Chiapas.

Esto nos lleva a medir sobre el tiempo... Angelina nos relató como en sus inicios de pubertad y cuando su *Chul'el* de mejor había comenzado a llegar, la paciencia de su madre y abuela se hicieron arribar también para enseñarla a bordar.

Las artesanas de otros tiempos no se fijaban plazos de entrega ni tiempos de elaboración, tampoco buscaban eficientar su labor productiva. Uno podría imaginar que una mujer de Chenalhó bordaba al pie de las montañas de las tierras frías con la intención de proteger su cuerpo y el de sus cercanos del frío, al mismo tiempo que buscaba albergarlos bajo el confortante calor de la identidad de un pueblo que protege a los suyos bajo principios comunitarios.

El hilo y los colores se obtenían de la naturaleza, con sus dedos y herramientas prehispánicas se sentaban alrededor de un fogón bajo la paciencia de que el textil se concluirá cuando se concluya, mientras se contaban historias de los antepasados.

Para cientos de artesanas de los Altos el tiempo se ha reconfigurado, viven bajo el ritmo del tiempo de entrega, y los principios de calidad necesaria para un consumidor global y ya no local, recorrer presurosas los parajes de las montañas para comprar hilos, suben las cuestas rápidamente para tejer y/o bordar, el sonido de las maquinas industriales de coser suplanta al del tsotsil de conversa, los planes de fijan en lo inmediato, mediano y largo plazo bajo un ritmo que va en constante aceleración.

El tiempo aletargado de las comunidades rurales de los Altos de Chiapas que aún en Chenalhó se puede asomar en los hombres sentados en las bancas de la plaza, choca de golpe con el trafico que producen los taxis que van San Cristóbal, el silencio de los cerros de San Pedro se rompe al sonar de las bocinas de los *Tsurus*.

El silencio del camino de piedras que conduce al caserío de Natividad se rompe al sonar de los pasos de Angelina la cual marcha presurosa al encuentro de su grupo, muchas cosas en agenda: ahorro, pedidos, entregas, gastos, talleres, los asuntos son muchos y el tiempo es cada vez más poco, los pasos deben ser a cada instante más rápidos. La vida misma de "*Las Vegas*" se extiende y contrae bajo la tertulia de sus artesanas que saben que algo dentro de ellas ha cambiado, y que su

transformación se acelera bajo la primicia de que ya nada nunca será igual.

CONCLUSIONES

Bajo las verdes montañas de Chenalhó, subiendo el camino de piedras que conecta la cabecera municipal con la comunidad de Natividad, conduciéndonos entre fogones de anafre, madera recién cortada, tierra húmeda y la belleza de su singularidad de los pobladores encontramos a “Las Vegas” de Chenalhó, sólo su nombre sintetiza toda la complejidad que encierra el trastrocamiento de su lo localidad con lo global.

En las tierras altas de Chenalhó y siendo casi el medio día, el aroma del café recién tostado al sol se mezcla con los sonidos de la maquinas de cocer industriales, aún se sabe que los hombres jóvenes y adultos están en el campo, y que sus mujeres están en el hogar, pero este panorama a últimos años ha cambiado especialmente para ellas.

En algunas de casas de Natividad, las mujeres no están, se han marchado ya, dejaron la cocina, los animales de traspatio y sus deberes

tradicionales para más al rato, para algunas este “al rato” resulta indefinido; ahora están dispersas, dinámicas y activas.

Curioso porque Natividad no es una comunidad de contrastes, a diferencias de otros caseríos tsotsiles donde a la entrada de sus pueblos vemos anuncios espectaculares de Coca cola, antenas de televisión digital, y casas con vidrios polarizados. En esta aparente homogeneidad de sus estructura, el pueblo más allá de su cascaron ofrece grandes contrastes de vida.

Un mediodía en Natividad es como encontrarse en un sitio donde el tiempo se detuvo, y no se halla en sí mismo, todo gira a una velocidad pausada y donde hasta el mismo viento sopla a una cadencia de caracol, a esa hora las mujeres bordan, algunas de forma tradicional, otras a través de la industrialización que se representa a través de la máquina de coser, que al sonido de su “tic-tac” avisa que la modernidad ya lleo para los sujetos más marginales del sur de México, las mujeres indígenas.

Maquinas, mujeres artesanas, directoras de organizaciones trasnacionales, localidad, globalidad, comunidad, individualidad, entre otros diferentes ingredientes terminan por concebir un mundo que no es visto desde el lugar de la contradicción sino el de la comprensión de su estructura actual y su dinámica posible ante la apertura de posibilidades históricas diferentes, permitiendo reconfigurar las disposiciones adquiridas y producir practicas transformadoras, y que estas no se sinteticen depredación cultural sino en una plataforma para evitar la exclusión de la localidad.

En el transcurso de estas páginas hemos procurado realizar una aproximación a espacios de vida que transcurren con nuestras artesanas de “Las Vegas”, analizando los procesos transculturales que se narran principalmente en la comunidad de Natividad y que dicha narrativa se articula en torno a los imaginarios, y sus propuestas reflejadas en prácticas socioculturales, así como las luchas intrínsecas de distribución del poder y sus mediaciones.

Adentrándonos en una historia de sucesos y diálogos que delinean la compleja trama que representa la industria creativa donde sus sujetos activos se comunican, activando así una serie de tensiones y mediaciones simbólicas que termina por reconfigurar en mucho mayor medida al sujeto subalterno.

Hemos podido testificar el cumplimiento de los objetivos de investigación partiendo con el de la identificación y explicación cuáles son las reconfiguraciones sociales que surgen a partir de las apropiaciones y resistencias que se registran a través de las diferentes mediaciones que parten a raíz de una participación activa dentro de un espacio social tensionado como es el de la industria creativa textil de los Altos de Chiapas.

Ahora andaremos por la acera referencial y propositiva de esta investigación, en el sentido social práctico de este trabajo. Buscando sintetizar nuestras observaciones que son producto de la estrecha interacción que tuve con “Las Vegas” de Chenalhó, y activar una propuesta que promueva el desarrollo sustentable de su cultura a

través de una vía válida provista por una cultura global que dinamice y globalice la localidad de las artesanas creativas.

Muchas de las respuestas vinieron de la mano de la convivencia diaria, en los viajes en taxi con destino a San Cristóbal o Chenalhó, durante las pláticas informales que se realizaron a la orilla de los cerros de los Altos de Chiapas, cuando comíamos cacahuates, o tomábamos un café con leche y pan en una cafetería francesa del Valle de Jovel; sólo así pude bordar una pieza artesanal hecha no con hilo sino con letras de la vida misma de estas mujeres.

Claro que estas conclusiones y propuesta brotan desde un lugar académico que experimentó en su práctica una sistematización participativa alrededor de las mujeres, por ende no es completa, las sugerencias que a continuación se plantearán provienen de interpretaciones y e inferencias más que de enunciados concretos y finalmente mi cosmovisión se encuentra orientada más hacia al aspecto ladino que maya-tsotsil, por lo tanto algunos conceptos y deducciones tienen una carga ladina de la cual no pude liberarme por completo, aunque mi conocimiento hacia la cultura local que se representa a través de estas mujeres aumento exponencialmente a partir de esta experiencia.

La industria creativa textil a la cual forma parte tanto la Alianza como el grupo de artesanas “Las Vegas” y que se encuentra territorializada en la zona de los Altos de Chiapas ha sido creada bajo objetivos de desarrollo humano y social buscando la revalorización de la cultura local utilizando a la misma industria como plataforma de

visibilización para una sociedad global que ha ido en su búsqueda. Averiguando potenciar bajo diferentes tácticas y estrategias que se preocupan en elevar la calidad de vida de sus artesanas creativas textil, dando valor a su cultura.

Sin embargo la industria creativa como tal se encuentra sumergida dentro del mundo de la economía la cual está regida por principios de dominación y hegemonización de una cultura global, busca adecuar estructuras acorde a sus demandas las cuales facilite la inclusión de sus procesos de desarrollo económico que sustenten sus fondos y formas de entender el mundo y que reconfiguran los panoramas locales a los cuales aún no ha llegado.

A partir del trabajo de campo realizado y su articulación al marco referencial propuesto podemos presentar a modo de conclusiones que la industria creativa de los Altos de Chiapas, específicamente en las cuales participa la Alianza y "Las Vegas" se encuentra mediada en mayor medida por políticas y discursos orientados hacia la consecución de un desarrollo social de sus mujeres artesanas, no sin antes obviar la salpicadura o tensión que genera el desarrollo económico-comercial de la empresa que también presiona a la localidad para la consecución de sus objetivos.

Estas tensiones dialogaran en primer instante, para después constituirse en discurso de evasión de la exclusión manteniendo la sustentabilidad básica de la cultura local y comunitaria y que propicie un desarrollo social para las artesanas y los suyos pero a saber que están incorporadas a una estructura mercantil comercial que exige

reconfiguraciones estructurales en pro de objetivos empresariales e industriales en concordancia a una cultura global a la cual pertenecen y se identifican.

Este discurso retomado y apropiado por la Alianza la cual funge como el elemento que constituye, cohesiona, porta, y emite, formándose como hegemónico de la industria creativa que en este contexto se desarrolla y transmite discurso al segmento receptor, por lo tanto subalterno que se representa a través de las artesanas creativas textiles, particularmente las que pertenecen a “*Las Vegas*”.

Este discurso será transmitido bajo las variancias que representa las diferentes dinámicas pedagógicas y didácticas que la Alianza desarrolla para el aprendizaje de las artesanas creativas textil para que así pueden interiorizar el discurso a través de la apropiación, no sin antes mediarse con las resistencias que emanan de su propia cultura local.

Ratificando mi postura en torno a la industria creativa textil de los Altos de Chiapas, la cual funge como un espacio dialógico, así como de lucha de poderes y tensiones entre dos interlocutores quienes son la cultura global y local, visualizados en esta investigación a través de la Alianza y “*Las Vegas*”. Las diferentes mediaciones que se articulan en este espacio se resinifican en un intercambio simbólico desigual, donde la voz del que cuenta con más recursos dentro de este sitio de dialogo sonara más fuerte, no sin antes escuchar o hacerse escuchar al subalterno.

En este sentido, la Alianza es el elemento que cuenta con mayores posibilidades dentro de éste espacio dialógico ya forma parte de una cultura global más adaptada a los regímenes económicos que fundamenta la industria creativa y es el elemento donador de la misma por lo tanto quien aún hoy en día procura modular mediaciones que constituye la misma en la industria creativa en la región.

Por otro lado aparece como elemento subalterno “*Las Vegas*” quienes son receptoras y se constituyen alrededor de la articulación que realiza la Alianza de lo que es la industria creativa, sin embargo la presencia de su fuerte cultura local también media con los discursos hegemónicos que emanan del “otro”, evitando hasta el momento su colonización de ciertos espacios.

Observo más que una relación de dominación-colonización, una de hegemonía-satelización entre el elemento hegemónico y el subalterno, los cuales entran en correlación simbólica-comunicativa a través de la industria creativa.

La cultura local en este caso la indígena tsotsil no permanece estática ante la venida de la cultura global, sin embargo tampoco es devorada por los principios posmodernistas que esta representa, sino que, como explica Martín-Barbero, se “configura un mapa nuevo, en el que las culturas indígenas se integran a la estructura productiva del capitalismo, pero mantienen costumbres y cosmovisiones particulares que incorporan tecnologías para apropiarse y controlar símbolos de su identidad”.

Identidad incorporada que une a las artesanas creativas textiles con su pasado, que les permite mantener cohesión entre ellas, ya que les da certidumbre de su propia existencia al sentirse parte de la comunidad y de encontrarse entre lo conocido antes de sumergirse en lo desconocido que se sugiere a través del contacto con lo global.

El desarrollo económico que propicia la participación directa dentro de la industria creativa a provocado en las artesanas de “Las Vegas” una reconfiguración financiera más orientada hacia los principios básicos de una cultura global los cuales estarían en concordancia hacia la estandarización de los bienes, del consumo nivelado y de la necesidad saturada; donde las necesidades de consumo se orientan a productos no tan indispensables, predominantemente materiales, y la realización individual alimenta la tendencia de objetivos.

Esto se enfatiza por las singularidades que han construido a las artesanas creativas de “Las Vegas” las cuales manifiestan con una actitud frontal ante los retos cotidianos basados en su memoria colectiva y su amplia capacidad para tener experiencias transculturales. Esto las lleva a una disposición que les permite explorar rutas que les otorguen mayores posibilidades para mejorar su nivel de vida en la comunidad, sabiendo que para ello deben fortalecer su educación y aprendizaje tanto de ellas como de sus hijos, mantener y fortalecer la apertura comercial e incorporar el uso de tecnologías como mecanismo que les permite eficientar sus procesos comerciales.

Para las mujeres de “Las Vegas” el concepto de calidad de vida, poco a poco se va imponiendo a la noción más comunitaria del “Buen vivir”, donde para ellas la mejora económica representaría mayores posibilidades de vivir mejor, lo cual se reflejaría en la incorporación de diferentes materiales y servicios que ayudarían a la consecución de estándar de vida elevado según los parámetros globales.

Pese a esta absorción de disposiciones orientadas por el desarrollo económico, estas mujeres no descuidan sus principios identitarios de su cultura local, los cuales se agrupan con base en torno a la familia, la comunidad.

En lo social las artesanas de “Vegas” encuentran mayores posibilidades de tener una vida sin violencia. Esto parte desde los conocimientos de empoderamiento para la mujer y de género lo cual les permite dilucidar que las relaciones entre hombres y mujeres es desigual y difícil. Al saber esto las solteras optan pese a los deseos de su comunidad en no ser elegidas y/o comprometerse a una edad muy joven, prefieren ser pacientes sabiendo que esto les dará mayores posibilidades de elegir a un buen hombre que preferentemente sea de la comunidad.

Las casadas o comprometidas saben ya de sus protecciones y bajo el cobijo de la cohesión grupal que significa pertenecer a “Las Vegas” y la Alianza, se han empoderado para mediar con sus parejas condiciones más justas de repartición de trabajo en el hogar, y de respeto a su integridad como mujer.

Sin embargo, aun quedan grandes remanentes en ellas de esta cultura local patriarcal que dispone en estas mujeres ciertas actitudes de sumisión ante la imagen del hombre del cual no han podido o están dispuestas a desprenderse generando tensiones en ellas y en los suyos.

También se generan tensiones en los hogares producto de la no inserción orgánica de estos discursos de género en las comunidades, al decir esto nos referimos a que si bien existen varios sujetos diferenciados y que cumplen una función determinada en la comunidad, estos se encuentran estrechamente relacionados, por ende los discursos de empoderamiento y de género deberán alcanzar a todos y no sólo a las artesanas creativas textiles.

Esta invisibilización por parte de la Alianza hacia los otros sujetos de la comunidad conformada principalmente por hombres, niños, adultos mayores y otras mujeres, a los cuales no alcanza a llegar estos discursos, dificulta aún más el desarrollo social que se propone y genera tensiones e inclusive y, paradójicamente, más violencia dentro de las familias y comunidades ya que algunos elementos que constituyen a lo local, particularmente lo patriarcal, se ven amenazados por estos nuevos discursos y estructuras.

Para evitar estas tensiones y violencias que reducen posibilidades de desarrollo social y económico para las comunidades convendría una articulación de enseñanza-aprendizaje más orgánica.

Sabiendo que esta reorientación y expansión convendría un mayor gasto de energía para la Alianza el cual se debe de efectuar si la

consecución de los objetivos sociales es prioridad con respecto a los económicos.

Otra propuesta circunda alrededor de algunas prácticas de lo global que se “estacionan” y propician cierta depredación de los repertorios locales, en términos de análisis llanos los cuales no obvian las mediaciones socio-culturales que se suscita en medio de este periplo comunicacional. Para evitar dicha violencia producto de un acto de depredación, la Alianza, como elemento estructurador deberá constituir discursos más apegados a la cosmovisión maya-tsotsil para así fortalecer desde el origen la localidad de sus artesanas creativas.

Entendiendo a la cosmovisión como el conjunto de actividades cotidianas y diversificadas donde los miembros de una colectividad en su manejo de la naturaleza y en su trato social, integran representaciones colectivas y crean pautas de conductas en diferentes ámbitos de la acción. A sabiendas de esto, la pauta patriarcal es algo inherente a la cosmovisión de los pueblos originarios de los Altos de Chiapas, sin embargo dicha condición ha generado un pobre desarrollo social no sólo para las mujeres sino para cada uno de los integrantes de la comunidad.

Por ende la injerencia de la Alianza en este hilo conductor al buscar estacionar en el repertorio local un concepto global como empoderamiento femenino daría más posibilidades de un desarrollo social para las artesanas creativas y sus comunidades. Sin embargo y aunque las configuraciones de una cultura local se concatenen y vivan

en vinculación valdría la pena respetar más los otros espacios donde la localidad se manifiesta.

Es decir, un espacio tan vital para la localidad como el que representa la cosmovisión orientada a la económica comunitaria y al concepto del *"Buen vivir"* debería no sólo ser respetado por la Alianza, sino a su vez promovido en pro de un fortalecimiento de la cultura local ahí existente.

Como observamos a través de la lectura de esta investigación la Alianza manifiesta una clara preferencia por enseñar conceptos, términos, ecuaciones, dinámicas y procesos mayormente orientados a una económica global y donde las configuraciones propias de su cultura se sienten más cómodas para desarrollarse.

Si bien existen resistencias de lo local ante el aparente amago de domesticación del elemento hegemónico, estas se pueden ir mermando en el transcurso del tiempo si desde la estructura se comanda y opera discursos orientadas a una económica global cuando el elemento subalterno aún no se encuentra preparado para recibirla.

Para evitar una depredación por parte de los repertorios globales hacia los locales, convendría pues hacer un giro de sentido en cuento a la operación de la economía de la cultura.

No se trata de invisibilizar a la globalización porque resultaría un acto estéril e insulso, porque esta hace tiempo que llego a las montañas del sureste mexicano, sino más bien redirigir la mirada para que la presencia de esta no baste sino es acompañada de sus beneficios que promuevan el desarrollo sustentable de la cultura local.

Este redirección en la mirada generará mayores espacios de diálogo que favorecerán el diagnóstico, planificación y gestión pertinentes para alcanzar escenarios deseados para la cultura local, donde podrá optimizar el impulso que le proporciona las redes sociales, programas y diferentes agrupaciones que gatillen su localidad hacia escenarios más globales evitando la exclusión o gueto de su cultura.

Estos espacios dialógicos pueden situarse como lugares de reflexión colectiva, donde los saberes y experiencias producto de las interacciones entre lo global y local se ordenan en pro de un beneficio común.

Una agenda pendiente con las artesanas creativas está orientada al tema de los derechos de autor, en este sentido, si bien la Alianza no ve a las artesanas en específico a las mujeres de “Las Vegas” como meras obreras-reproductoras de saberes y productos, y si les concede el título al menos en el discurso de artesanas (artistas)-creadoras, la repartición del beneficio económico aún no termina de ser justa para las mujeres indígenas que participan activamente en esta industria.

Como leímos en párrafos páginas anteriores, la práctica de agentes o *brokers* que gestionan con el mercado global las cotizaciones de los productos culturales emanados de esta industria creativa textil está aún muy acentuada en los Altos de Chiapas, donde la propiedad creativa e intelectual muchas veces es asignada a una marca o empresa que poco o nada tuvo que ver en la elaboración del producto, sin embargo esta sintetiza todo su valor comercial a través de una etiqueta

la cual genera plusvalía para el producto ya situado en un mercado global.

Para evitar esta y otras prácticas la Alianza como gestora de esta industria y que tiene la firme convicción de impulsar un desarrollo social en la región debe de impulsar la independencia de las artesanas creativas indígenas.

Idea como la construcción de la “Unión de Artesanas de los Altos” por parte de la Alianza, específicamente de *Aids to Artist* resulta por demás interesante para las artesanas creativas indígenas y su independencia laboral y creativa, libres de cualquier intromisión ladina o ajena a su cultura local, donde la gestión de la industria y sus beneficios sea 100% administrada por las mujeres indígenas de la zona, lo sería un hecho sin precedentes en la historia contemporánea de los pueblos originarios de Chiapas.

Sin embargo esta visión aun se encuentra distante, ya los diferentes asistencialismos gubernamentales han mediado en la conducta de estas artesanas al buscar permanentemente el apoyo de personas, organizaciones e instituciones ajenas a su cultura dificultando su independencia. Por otro lado, resulta difícil obviar las ganancias que obtienen los *brokers* en su labor de conector producto-mercado.

La suma de estos elementos dificulta la pronta viabilidad de la “Unión de Artesanas de los Altos” por ende la Alianza hoy como una de las más importantes gestora operativa de la industria creativa en los

Altos, debe de promover practicas más encaminadas al debilitamiento del asistencialismo y a la repartición justa de beneficios.

Evidentemente estos largos años de operación de la industria creativa textil en la zona a coadyuvado a que las artesanas comprendan y fortalezcan el dialogo, consenso, la participación comprometida, la conciencia y el entendimiento de los objetivos de la empresa, imaginarios y prácticas que les brindarán mayores posibilidades de éxito si se llegase a dar la independencia de éstas.

Pudiendo elaborar una nueva configuración de un imaginario donde agrupa todas las aspiraciones en un solo escenario, al que se le dará forma, sustentabilidad y viabilidad con la participación de conocimientos diversos e interdisciplinarios que resultarían del permanente dialogo donde se obtuvieron apropiaciones que enriquecerán la labor artesanal y maximizarán los beneficios para ellas.

Estas propuestas en pro de un desarrollo local y social en un mediano plazo deberán estar conducidas por las indígenas artesanas creativas las cuales deberán trabajar en sociedad para la consecución de objetivos comunitarios y locales.

La cultura, la comunicación y la mediación que se produce de la combinación de ambas se manifiesta como una trinchera donde la industria creativa se vislumbra como un espacio clave para la producción de sentidos predominantes del orden social, ahí se negociarían y mediaran sentidos, aunque estas articulaciones se realicen en términos desiguales; algunos lo harán desde el poder, otros

desde posiciones subalternas, pero ambos se escucharan o se harán escuchar.

Es ahí donde se dibujara la línea de tensiones donde se despliegan las seducciones de lo global que con diferentes mecanismos atrae a las mujeres donde bajo la plataforma de sus trincheras identitarias locales logran evitar la exclusión y encuentran una vía válida para manifestar su cultura en diferentes espacios globales, apertura que en algunos casos se traduce en mejoras de su calidad de vida, sin embargo, en estos diálogos lo global también impone ciertos reportorios que reconfiguran su forma de ver sus mundos.

“Las Vegas” y sus mujeres indígenas de Chenalhó, caminan la vereda de piedras que las conduce a su hogar el cual es un pequeño caserío bañado por los verdes montañas, el olor a café y la neblina de las montañas llamado Natividad, más seguras de sí mismas, con la frente en alto, consientes de la riqueza de su origen y de los abusos de que la contemporaneidad ha traído consigo para ellas. Han decidido tomar su destino con sus manos del color de la tierra, y caminar hacia un mejor futuro para ellas y sus hijos.

BIBLIOGRAFÍA:

- ABBAGNANO, N. (1974) Diccionario de Filosofía. Fondo de Cultura Económica. México, 2da. Edición.
- ABRIC, J-C. (2004) La zone muette des représentations sociales.
- ADDA-BEDIA, R. ARIAS, M. (1999). Dynamic instability of brittle fracture. *Phys. Rev. Lett.* **82** (1999) 2314-2317.
- ADLER, P. y ADLER, P., (1994). Membership roles in field research. Columbia. Sage
- ANAWALT, Patricia. Indian clothing before Cortés: Mesoamerican Costumes from the Códices, en *The Civilization of the American Indians Series*, núm 156. Norman: University of Oklahoma press, 1981
- APPLE, M. (1997). Teoría Crítica y Educación. Argentina: Miño y Dávila Editores.
- ARGUNEDO, A. (2001). Los Silencios y las Voces en América Latina. Ediciones del Pensamiento Nacional, Buenos Aires.
- ARIAS, J. El mundo luminoso de los Mayas. Chiapas: Gobierno del Estado de Chiapas y Consejo Estatal de Fomento a la Investigación y Difusión de la Cultura. 1991
- (1994) "Movimientos indígenas contemporáneos del estado de Chiapas", en Jacinto Arias (ed.), *El arreglo de los pueblos indios: la incansable tarea de reconstitución*, Secretaría de Educación Pública-Instituto Chiapaneco de Cultura, Gobierno del Estado de Chiapas, México D. F
- ÁVILA, A. (2003). Sistemas sociales indígenas contemporáneos, en *Prevención de la violencia, atención a grupos vulnerables y los derechos humanos. Los derechos de los pueblos indígenas*, Fascículo 1. México, CNDH.

BACZKO, B., (1991) (ed. Original, París, 1984). Los imaginarios sociales. Memorias y esperanzas colectivas. Buenos Aires, Nueva Visión.

BAEZA, G; MONTIEL, O; ULLOA, T. Visibilización de la violencia contra las mujeres en los usos y costumbres de las comunidades indígenas. Trabajo etnográfico en los Altos de Chiapas. Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres

BAILON, C.(1980). Artesanías y Capital Comercial en los Valles Centrales de Oaxaca. In: Sociedad y Política en Oaxaca.

-ZENTENO, ed. Oaxaca: Instituto de Investigaciones Sociológicas de Oaxaca.CDI. 2004. México Indígena, México

BARONNET, B.(2009). Autonomía y Educación indígena: las Escuelas Zapatistas de Las Cañadas de la Selva Lacandona de Chiapas, México. Tesis Doctoral. UNAM

--[Autonomía educativa zapatista: hacia una pedagogía de la liberación india en Chiapas](#), Revista Em Aberto "Educação do Campo: Avanços e Desafios na Construção de Paradigma", Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais - Ministério de Educação (INEP-MEC), Brasília, Vol. 24, No. 85, 2011

BAUMAN, Z. (2007). Vida de Consumo.Cambridge. Polity press

BERGER, P., y LUCKMANN, B., (1991) La construcción social de la realidad. Amarratou.

BLUMER, H., (1969). Symbolic Interactionism: Perspective and Method. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.

BONFIL, P. (2008), Los espacios conquistados: Participación Política y Liderazgo de las Mujeres Indígenas de México, México, PNUD.

- BOURDIEU, P. (1971). Champ du pouvoir, champ intellectuel et habitus de classe, en *Scolies, Cahiers de recherches de l'École normale Supérieure*, I. Buenos Aires. Eudeba.
- (1979). *Distinction*. Buenos Aires. Gedisa
- (1980). Le Capital social, en *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*.
- (1984). Espacios social y génesis de las "clases", en *Espacios*, N° 2, Buenos Aires.
- BUSTAMANTE, E. (2003). *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*. Barcelona. Gedisa
- BREY, A. (2011). *La Sociedad de la ignorancia, La sociedad de la ignorancia, una reflexión sobre la relación del individuo con el conocimiento en el mundo hiperconectado*. Barcelona. Península.
- BRODA, J., BAÉZ, J. (2001) .*Cosmovisión, ritual e identidad de los pueblos indígenas de México*, Comité Nacional para la Cultura y las Artes, México, 2001.
- CANCLINI, N. (1993). *Transforming Modernity: Popular Culture in Mexico*. Austin: University of Texas Press.
- (1999b). *La globalización imaginada*, Paidós, Barcelona, 1999b
- (1999^a). *Políticas culturales de las identidades nacionales al espacio latinoamericano*. México. Grijalbo. 1999^a
- (2008). *Las industrias culturales y el desarrollo en México*. México. Siglo XXI. FLACSO. 2008

- CLANCY, M. J. (1999). Tourism and Development: Evidence from Mexico. *Annals of Tourism Research*
- CARR, W y KEMMIS S. (1988). Teoría crítica de la enseñanza. España: Martínez Roca
- CASTELLS, M. (2003). Comunicación y Poder. Barcelona. Alianza Editorial.
- CDI. (2004). México Indígena, México Pluricultural / Coor. Arnulfo Embríz Osorio. México: Secretaría de Gobernación, Talleres Gráficos de México, Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas
- CHARON, J. (1985): symbolic interaction: An introduction, an interpretation, an integration. 2^oed. Englewood Cliffs, N,
- CHIROQUE, H., MUTUBERRIA, V. (2011). La Economía Social y comunitaria en Latinoamérica. Revista IDELCOOP. N° 200. Buenos Aires
- CHOMBAT, P.(1975). La Culture et le pouvoir. Paris
- CLANCY, M. J. (1999). Tourism and Development: Evidence from Mexico. *Annals of Tourism Research*
- CÓDICE MENDOCINO, comentarios de Kurt Ross, Barcelona: Ediciones del Serbal, 1985.
- CORTÉS, C. (1997) La Comunicación al ritmo del péndulo, Medio siglo de desarrollo. Mimeo, Bogotá y Quito.
- COHEN, J. H. (1998). Craft Production and the Challenge of the Global Market: An Artisan's Cooperative in Oaxaca, Mexico. *Human Organization*. 1999. Cooperation and Community: Economy and Society in Oaxaca. Austin: University of Texas Press.

--2001. Textile, tourism and community development. *Annals of Tourism Research*, Vol. 28, No. 2.

CORY, D., DOROTHY M. *Historia verdadera de la conquista de la Nueva España*, vol. 1 y 2. Editorial del Valle.

CUNNINGHAM, S. (2008) 'Cultural Economy: The Shape of the Field.' In Helmut K. Anheier & Yudhishtir Raj Isar (eds.) *The Cultural Economy (Cultures and Globalization Series)*. Newbury Park: Sage Publications

DELORS, J. (1996). *La educación encierra un tesoro*. Madrid. Santillana.

DENZIN, N. K. (1970): *Sociological Methods: a Source Book*. Aldine Publishing Company. Chicago

EBER, C. (1995). *Women and Alcohol in a Highland Maya Town*, University of Texas Press, Austin.

EIZAGUIRRE, M. (2008). *Ciudadanía y educación: de la teoría a la práctica*. País Vasco.

EL REBOZO, N. 109, Colección de revistas: *Artes de México*. La enciclopedia de las Culturas de México.

ESPONDA, H. (1986). *El presbiterianismo en Chiapas: origen y desarrollo*, Publicaciones El Faro, México

FABREGAS, A. (1992) *Pueblos y cultura de Chiapas*. Chiapas: Gobierno del Estado de Chiapas.

FONART, Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías. *Manual de Diseño y Desarrollo de Productos Artesanales*. Foro Nacional Artesanal Grupo Impulsor Diseño Artesanal. México.

FOUCAULT, M., (1966). *Les mots et les choses - une archéologie des sciences humaines*. Paris. Gallimard,

--(1969). *L'archéologie du savoir*. Paris: Gallimard.

--(1971). *L'ordre du discours* . Paris: Gallimard.

-- (1973), Ceci n'est pas une pipe / Esto no es una pipa, Anagrama, 2004

--(1975).Surveiller et punir .Paris: Gallimard.

--(1980). Interview with Michel Foucault originally published in Italian, then in French in 1994

FREIRE, P. (2001). Importância do ato de ler: em três artigos que se completam. São Paulo: Cortez

GARCÍA, M. (2010). La encuesta. En M. García Ferrando, J. Ibañez y F. Alvira, El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación.

Garza, A. (1989-1990). Las mujeres indígenas y su historial, Anuario CEI III Centro de Estudios Indígenas, Universidad Autónoma de Chiapas.

--(2002) Género, interlegalidad y conflicto en San Pedro Chenalhó, Programa de Investigaciones Interdisciplinarias sobre Mesoamérica y el Sureste, Universidad Nacional Autónoma de México-Instituto de Estudios Indígenas, Universidad Autónoma de Chiapas, México

GETINO, O. (1996). La tercera mirada. Paidós. Buenos Aires

GIMEO, mencionado en VILA, M. (2005), Ética, Interculturalidad y Educación democrática, Huelva, Hergué.

GOLTEN, J., CADENA, M. (1986). La Codeterminación de la Organización social Andina. Documento de trabajo N° 13, Instituto de Estudios Peruanos, Serie Antropología N°5

GOFFMAN, Erving (1959): *Presentación de la persona en la vida cotidiana*. Garden City, N. Y.: Anchor. [Edición en castellano: *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu, 1971.]

GONZÁLEZ, F., (2005). Análisis teórico, conceptual, y psicolingüístico del término. *Investigación y posgrado*, 20 (1).

GRANOVETTER, M. (1995). The Economic Sociology of Firms and Entrepreneurs. In *The Economic Sociology of Migration*:

GUIERAS, C. (1965) *Los peligros del alma. Visión del mundo de un tzotzil*, Fondo de Cultura Económica, México D. F.

GUTIÉRREZ, A. (2012). *Las prácticas sociales. Una introducción a Pierre Bourdieu*. Eduvim. Argentina

LAMAS, M. (2002), *Cuerpo diferencia sexual y género*. México, Taurus.

LECHUGA, R. (1982) *El traje indígena de México: su evolución desde la época prehispánica hasta la actualidad*. México: Panorama editorial.

LAGARDE, M. (1992). *Identidad de género*, Cenzontle, Managua

LINCON, S., GUBA, E., (1985). *Naturalistic Inquiry*. London. Sage

--(1991). *Investigación naturalista y racionalista*. En T Husen y T. N. Postlethwaite (Dir) (

LÓPEZ, A. (2008). *Dioses del Norte, dioses del Sur. Religiones y cosmovisión en Mesoamérica y los Andes*

- LYOTAR, A. (1979). La condición postmoderna: Informe sobre el saber (La Condition postmoderne: Rapport sur le savoir).
- HABERMAS J. (1999). Teoría de la Acción Comunicativa. Madrid. Taurus.
- (2001). Historia y Critica de la Opinión Pública. La transformación cultural de la vida pública. Barcelona. Gili.
- HERNANDEZ, A. (2007). EZLN Revolución para la Revolución (1994-2005), Madrid, Editorial Popular.
- HERNÁNDEZ, R., FERNANDEZ, C., BAPTISTA, P., (2006). Metodología de la investigación. México. McGraw-Hill.
- HORKHEIMER, M. y ADORNO, T. (1947). Dialéctica del iluminismo, Sudamericana, Buenos Aires, 1988.
- HEWITT J.P.(1984). Self and society, Allyn and Bacon, Boston
- HUANACUNI, F. (2010). Buen vivir/ Vivir Bien. Filosofía, políticas, estrategias y experiencias regionales. Coordinadora Andina de Organizaciones Indígenas. Lima
- INEGI. (2000). XII Censo General de Población y Vivienda 2000.
- INEGI. (2010). XII Censo General de Población y Vivienda 2010
- INEGI. (2012) La industria textil y del vestido en México 2012
- UNESCO Y PNUD (2013). Informe sobre economía creativa, edición especial 2013. Ampliar los cauces del desarrollo local. New York.
- JOAS, H; Knöbel, W. (2004). Sozialtheorie. Zwanzig einführende Vorlesungen. Frankfurt am Main.

JODELET, D. (2008). Social representations: The beautiful intention. *Journal for the Theory of Social Behavior*, 38 (4).

JODELET, D. (1989). "Representations social: un domaine en exoansion", en D. Jodelet (ed.), *Les representations sociales*,

-- La representación social: fenómenos, concepto y teoría. En: Moscovici, Serge (comp.). *Psicología Social*

KECK, M.; SIKKINK, K., (1998). *Activists beyond borders: Advocacy networks in international politics*. Ithaca: Cornell

KOROSEC, B; (1986). *Partizanska kartografija*. Eslovenia.

KOTLERr, P. (1991). *Marketing social: estrategias para cambiar la conducta pública*. trad. Ignacio M^a Martínez de Oñate. Madrid: Ediciones Díaz de Santos, S.A

MANIS, J. Y MELTZER, B. (1978). *Symbolic Interaction: A reader in Social Psychology*. Boston, Ally and Bacon.

MARTIN-BARBERO, J., (1989). *Comunicación y cultura, unas relaciones complejas*. Telos n° 19. Septiembre-noviembre. Madrid

--(2010). *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía*. Anthropos editorial. México. Universidad Autónoma Metropolitana-Azcapotzalco. 1998, segunda edición 2010.

- MARTÍNEZ, G. (2002). Desarrollo regional, socio demografía y condiciones de vida de la población Chamula, Chiapas. Papeles de Población. México, Redalyc
- MATTELART (1991). La publicidad, Paidós (Paidós comunicación 45), Barcelona, (Traducción de [Antonio López Ruiz](#)). Nueva ed. rev. y amp., Paidós, Barcelona 2000.
- MAYOS, G. (2005). La Sociedad de la Ignorancia, La "sociedad de la Incultura", ¿cara oculta de la "sociedad del conocimiento"?. Barcelona. Peninsula
- MEAD, G. (1972): Mind, Self and Society: From the Standpoint of. SO (Behaviorist. Chicago: University of Chicago Press. [Edición en castellano: Espíritu. persona y sociedad. Buenos Aires: Paidós,
- MELTZER, B. (1978): «Mead's Social Psychology». En J. Manis y B. Meltzer(eds.): Symbolic interaction: A Reader in Social Psychology. 3 ed. Boston: Allyn and Bacon.
- MILES, M. B. y HUBERMAN, A.M. (1994) Qualitative data analysis: An expanded sourcebook
(2a ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- MOMPADRE, E., GUTIÉRREZ, T. (1976) Historia General del Arte Mexicano. Editorial Hermes S.A. México.
- MORRIS, W. (1985) Flowers, Saints and Toads: Ancient and Modern Maya Textile Design Symbolism. En National Geographic Research. Washington, D.C. National Geographic Society.

--y MEZA, P. (1980) Luchetic: La palabra tejida de los Altos de Chiapas. San Cristóbal de las Casas: Sna Jolobil y editorial Fray Bartolomé de las Casas.1980

- -(1987) Presencia maya. Chiapas: Gobierno del Estado de Chiapas. 1987

--(1991) Mil años de Tejido en Chiapas. Tuxtla Sna Jolobil y Casa de Artesanías Chiapanecas. 1991.

MOSCOVICI. (1961/1976). La psychanalyse, son image, son public, University Presses of France.

--(1981) Reconversion industrielle et changements sociaux. Un exemple: la chapellerie dans l'Aude, Armand Colin.

--(2000). Social representations. explorations in social psychology. cambridge: polity press

NOVELO, V. (1976). Artesanías y Capitalismo en México. México: SEP-INAH.

OGLESBY, C. (1940). Weaving for Use and for Sale. Mexican Life (February).

ORTÍ, A. (2010). La apertura y el enfoque cualitativo o estructural: la entrevista abierta semidirectiva y la discusión de grupo. En M. García Ferrando, J. Ibañez y F. Alvira, El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación. Madrid. Alianza editorial

ORTÍZ, A. (2000). Política Económica de México 1982-2000, México, Nuestro Tiempo.

Ortiz, R., (1994). *Mundializacáo e cultura*. Editorial Brasilense. Sao Paulo.

PERINBANAYAGAM, S. (1985): *Signifying Acts: Structure and Meaning in Everyday Life*. Carbondale: Southern Illinois .University Press.

PICONERO, G. (2013). *Industrias Culturales: generadoras de empleo y su impacto social*. Buenos Aires.

PINEDA, L. (1995). "Maestros bilingües, burocracia y poder político en Los Altos de Chiapas", en Juan Pedro Viqueira y Mario Ruz (eds.), *Chiapas. Los rumbos de otra historia*, Instituto de Investigaciones Filológicas, Universidad Nacional Autónoma de México. Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social-Centro de Estudios Mexicanos y Centroamericanos Universidad de Guatemala. México D. F.

PIZZORNO, A. (1983). *Identità e interesse*. en L. Sciolla. *Identità*. Turin

POZAS, R. (1987) *Chamula: un pueblo indio en los Altos de Chiapas*. 2t. México.

PROSHANSKY, H. (1976). *Environmental psychology and the real world*. Amer.

REGUILLO, R. (1996). *La construcción simbólica de la ciudad. Sociedad, desastre y comunicación*. Jalisco. ITESO

--(1998), "Culturas juveniles. Producir la identidad: un mapa de interacciones ",*JOVENes*, revista de estudios sobre juventud, México, Causa Joven, año 2, cuarta época, núm. 5, julio-diciembre.

- RINCÓN, L. (2007). Comunicación y Cultura en Zinacantán, un acercamiento a los procesos comunicacionales. Centro Estatal de Lenguas, Arte y Literatura Indígenas. Gobierno del Estado de Chiapas.
- ROBISON, K. (2011). Out of our minds: learning to be creative. Inglaterra.
- RODRÍGUEZ, G. (1995). Origen del textil en Mesoamérica. Instituto Politécnico Nacional. México.
- ROMO, H., (1998). Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación. México.
- ROSENBERG, M. (1979): *Conceiving the See//.*" Nueva York: Basic Books.
- ROSE, A. (1962). A systematic Summary of Symbolic Interaction Theory. En *Human Behavior and Social Processes*. Rose, A.
- RUS, J. (1995) "La comunidad revolucionaria institucional", en Juan Pedro Viqueira y Mario Ruz (eds.), *Chiapas. Los rumbos de otra historia*, Universidad Nacional Autónoma de México-Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social-Centro de Estudios Mexicanos y Centroamericanos, México D. F.
- SANDÍN, E., (2004). Investigación cualitativa en educación. Fundamentos y tradiciones. Madrid. Mc Graw Hill
- SANMARTIN, E. (1989). Enseñar a investigar. México. CESU-Plaza y Váldes
- SANSOT, P., (1973). *Poétique de la ville*. Klincksieck. Reeditado en la colección *Petite Bibliothèque Payot*, 2004

- SCHLUTER, R. (1994). Tourism development: A Latin American perspective. In *Global Tourism: The Next Decade*. W. F. Theobald, (Eds.). Oxford: Butter-worth-Heinemann
- SCOTT, S. (2006). *The Order of Genocide: Race, Power, and War in Rwanda*. Cornell University Press.
- SELLTIZ, C. (1981). *Métodos de investigación en las relaciones sociales*. Madrid. Rialp
- SFEZ, L., (1998). *Critique de la communication*. Paris. Seuil.
- .
- SIERRA, F., (1998). Función y sentido de la entrevista cualitativa en investigación social. En Galindo Cáceres, J. (coord.), *Técnica de investigación en sociedad, cultura y comunicación*. México. Pearson
- SPRADLEY, P., (1980). *Participant observation*. EUA. Holt.
- SZURMUCK M., IRWIN R., McKEE. (2009). "Esfera Pública", en *Diccionario de Estudios Culturales Latinoamericanos*. México. Siglo XXI- Instituto Mora.
- TEXTILES DEL MÉXICO DE AYER Y HOY, N19, Colección de revistas: *Arqueología Mexicana*.
- TEXTILES INDÍGENAS, Patrimonio Cultural de México. Fundación Cultural Serfin, México, 1996.
- TEXTILES DE CHIAPAS, N. 19, colección de revistas: *Artes de México*. La enciclopedia de las Culturas de México. 2014
- TOLEDO, S. (1999). *Fincas Poder y Cultura en Simojovel, Chipas*, Tesis de Maestría, Facultad de Ciencias Sociales-UNACH, San Cristóbal de Las Casas, Chiapas, México

Turok, M. (1984). La producción textil en Chamula. Chiapas: el caso de los textiles de lana. Indigenismo. Evaluación de una práctica. México. 1984.

UMBERTO, E. (1998). Oportunidades de empleo en la Sociedad de la información. Comisión europea. Informe al Consejo Europeo. Bruselas.

URANGA, W., GUERRINI, L. (2003) La comunicación como estrategia para el desarrollo, en Desarrollo Local. Jefatura de Gabinete de Ministros, Argentina

VENTOS, R., (1980). Crítica a la modernidad. Barcelona. Península

VARGAS- LLOSA M. (2012). La Civilización del Espectáculo. Madrid. Aleaguara.

WOOD, W. (2000). Flexible production, households, and fieldwork: multisited Zapotec weavers in the era of late capitalism. Ethnology

ZALLO, R.; (1992) El mercado de la cultura. Donosita: Gakoa.

Referencias Bibliográficas multimedia:

- <http://alfpa.upeu.edu.pe/creatividad/creatividad.htm>
- <https://estudioscultura.wordpress.com/2011/10/02/dislocacion-y-diferencia-en-la-economia-cultural-global-de-arjun-appadurai/>
- http://www.arts-history.mx/sitios/index.php?id_sitio=7041&id_seccion=2722

- http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/integracion/sociodemografico/Textil/2013/702825056056.pdf
- http://www.inegi.gob.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/censos/poblacion/poblacion_indigena/PerLi_Chis.pdf
- <http://www.microrregiones.gob.mx/catloc/contenido.aspx?refnac=070260033>
- <http://www.revistasociologica.com.mx/pdf/6305.pdf>
- <http://otrosmundoschiapas.org/analisis/CHENALH.pdf>
- <http://www.conavim.gob.mx/work/models/CONAVIM/Resource/309/1/images/AltosChiapas19sep2011%281%29.pdf>
- <http://www.cdi.gob.mx/dmdocuments/tzotziles.pdf>
- http://www.sedesol.gob.mx/work/models/SEDESOL/Informes_pobreza/2015/Municipios/Chiapas/Chiapas_026.pdf
- <http://www.unesco.org/new/es>
- http://portal.unesco.org/culture/es/files/30850/11467401723cultural_stat_es.pdf/cultural_stat_es.pdf
- <http://Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo>
- <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/creativity/creative-industries/>

Entrevistas a Profundidad:

Angelina Ortiz Gómez en Chenalhó, noviembre del 2014

Angelina Ortiz Gómez en Chenalhó, diciembre del 2014

Angelina Ortiz Gómez, en San Cristóbal de las Casas, enero 2015

Adela Pérez, en Chenalhó, diciembre 2014

Ernestina Ortiz Gómez, en Chenalhó, diciembre 2014

Ernestina Ortiz Gómez, en Chenalhó, enero 2015

Catarina Ortiz Pérez, en Chenalhó, diciembre del 2014

Cecilia Alhelí Vázquez Robles en San Cristóbal de las Casas, 28 de abril del 2014

Cecilia Alhelí Vázquez Robles en San Cristóbal de las Casas, 31 de julio del 2014

Cecilia Alhelí Vázquez Robles en San Cristóbal de las Casas, 10 de noviembre del 2014

Cecilia Alhelí Vázquez Robles en Tuxtla Gutiérrez, 17 de enero del 2015

Helena Margarita Jiménez Martínez en San Cristóbal de las Casas, 17 de diciembre del 2014

Juanita Mercedes Pérez en San Cristóbal de las Casas, 21 de enero del 2015

María Eugenia Pineda, en San Cristóbal de las Casas, 18 de septiembre del 2014

María Eugenia Pineda, en San Cristóbal de las Casas, 28 de octubre del 2014

María Eugenia Pineda, en San Cristóbal de las Casas, 15 de enero del 2015

Marua Pinto, en San Cristóbal de las Casas, 22 de septiembre del 2014

Marua Pinto, en San Cristóbal de las Casas, 28 de octubre del 2014

Paz Vergara, en San Cristóbal de las Casas, 21 de enero del 2105

