



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS
DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO



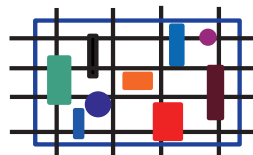
LA REGIÓN ALFARERA DE
AMATENANGO DEL VALLE
Y SUS RELACIONES DE CAPITAL SOCIAL.
UN MODELO DE ETNODESARROLLO

TESIS QUE PARA OBTENER EL GRADO DE
DOCTORA EN ESTUDIOS REGIONALES

PRESENTA:
ALMA ALEJANDRA SOBERANO SERRANO

DIRECTOR DE TESIS
DRA. VERÓNICA CASTELLANOS LEÓN

TUXTLA GUTIÉRREZ, CHIAPAS
Julio de 2015



Doctorado en
Estudios
Regionales

La realización de esta investigación fue posible gracias al apoyo recibido como becaria del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), con número de registro 266 620, inscrita en el Doctorado en Estudios Regionales, programa educativo reconocido en el Programa Nacional de Posgrados de Calidad (PNPC), en México.



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



F-FHCIP-TD-016

AUTORIZACIÓN/IMPRESIÓN DE TESIS

Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, a 19 de Junio de 2015.

Oficio No. CIP/170/2015.

C. ALMA ALEJANDRA SOBERANO SERRANO

Promoción: CUARTA
Matrícula: 12162018
Sede: TUXTLA GUTIERREZ, CHIAPAS
Presente.

"LA REGION ALFARERA DE AMATENANGO DEL VALLE Y SUS RELACIONES DE CAPITAL SOCIAL. UN MODELO DE ETNODESARROLLO".

Se le autoriza la impresión de siete ejemplares impresos y cuatro 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.
- Seis tesis y un CD: Área de Titulación de la Coordinación de Investigación y Posgrado de la Facultad de Humanidades C-VI, para ser entregados a los Sinodales y a la Coordinación del Doctorado en Estudios Regionales.

Se anexa oficio con los requisitos de entrega de tesis, emitido por la Dirección de Desarrollo Bibliotecario.

Sin otro particular, reciba un cordial saludo.

Atentamente

"Por la Conciencia de la Necesidad de Servir"

Mtro. Gonzalo Esteban Giron Aguiar

Director

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS
FACULTAD DE HUMANIDADES
CAMPUS VI
DIRECCIÓN
Tuxtla Gutiérrez, Chiapas

Vo. Bo.

Dra. Nancy Leticia Hernández
Coordinadora del Doctorado en
Estudios Regionales.



C.c.p.- Expediente/Minutario.

GEGANLHR/mcmd*

Agradecimientos

A las mujeres de Amatenango, Albertina, Simona, Carmen, Esperanza, Romelia y todas las demás que me acogieron e hicieron vivir esta investigación como una más de ellas, compartiendo un poco de su tesón, entrega y trabajo diario

GRACIAS: Dr. Juan Carlos Cabrera Fuentes y Dra. Leticia Pons Bonals por su humildad de compartir el conocimiento.

A los Doctores Verónica, Elisa, Irene, María del Pilar, Jorge, Sophie quienes con su mirada crítica y certera en el acompañamiento durante la elaboración del trabajo fue esencial.

A los DOCENTES Y COMPAÑEROS del Doctorado en Estudios Regionales reconozco que cada día se aprende algo nuevo y nunca se deja de aprender.

Con mucho cariño a mis padres, quienes de manera constante e incondicional han apoyado e impulsado los retos, pasos, locuras y riesgos, obligando a dar lo mejor de mi cada día.

A Andrés, esfuerzo, emoción, entrega y enseñanza diaria de vida, qué sería de mi sin tu impulso diario.

Índice

Agradecimientos	5
Introducción	15
Capítulo I. Consideraciones teóricas.....	19
1.1. Componentes para la construcción de la región alfarera de Amatenango del Valle.....	19
1.2 El etnodesarrollo o desarrollo con identidad	24
1.3 Por qué hablar de un modelo de etnodesarrollo	29
1.4 La alfarería como producto de identidad cultural	33
1.5 La cultura, una forma de ver y entender el mundo.....	35
1.6 La identidad en el desarrollo.....	36
1.7 El Capital Social.....	38
1.8 El papel del Estado dentro de la Región de estudio	42
1.9 Políticas Públicas en México.....	45
Capítulo 2. La región “Alfarera de Amatenango del Valle” y su atención por el Estado de los programas de política pública de Desarrollo Social	55
2.1. La región Alfarera de Amatenango del Valle	55
2.2 Programas de Desarrollo Social que han incidido en la región de estudio	59
Capítulo 3. Materiales y Métodos.....	67
3.1. Enfoque cualitativo	67
3.2 Paradigma cuantitativo	69
3.3. Dimensiones de capital social	73
3.4 Selección de la muestra	73

Capítulo 4. Análisis de datos y resultados.....	75
4.1 Características de las alfareras	75
4.2. El capital social como modelo de etnodesarrollo en la Región.....	76
4. 3. Análisis general de Variables y Dimensiones	86
4.4. Análisis de Indicadores Económicos.....	95
4.5 Análisis de los programas sociales que han incidido en la región	98
Capítulo 5. Conclusiones y recomendaciones	101
Conclusiones	101
Recomendaciones	107
Referencias bibliográficas.....	109
Anexos	117
Anexo 1 Guía de entrevista a profundidad	
Anexo 2	
Anexo 2.1. Entrevista a Simona	
Anexo 2.2 Entrevista a Esperanza	
Anexo 2.3. Entrevista a Carmen	
Anexo 3 Encuesta	
Anexo 4 Glosario	
Anexo 5 Siglas utilizadas	

Ilustraciones y tablas

Capítulo I. Consideraciones teóricas

Imagen 1. Elementos de la región.	20
Tabla 1. Evolución histórica del etnodesarrollo.	25
Imagen 2. La producción alfarera en Amatenango del Valle.....	32
Imagen 3. Modelo de etnodesarrollo con ejercicio de la autonomía.....	33
Imagen. 4 Capital social y la autonomía	42
Imagen 5. Esquema de la política pública de Desarrollo Social analizada.	49
Tabla 2. La política de Desarrollo Social en México	51

Capítulo 2. La región “Alfarera de Amatenango del Valle” y su atención por el Estado de los programas de política pública de Desarrollo Social

Imagen 6. Mapa de la regionalización socioeconómico administrativa del Estado de Chiapas.....	56
Imagen 7. Local comercial en Amatenango del Valle	66

Capítulo 3. Materiales y Métodos

Tabla 3. Entrevistas a profundidad realizadas.	68
Tabla 4. Definiciones de dimensiones de Capital social.....	69
Tabla 5. Indicadores de Capital Social.....	70
Tabla 6. Preguntas que establecen nodos y razones.....	71
Tabla 7. Niveles o grados de representación de la Alfarera.....	72
Tabla 8. Indicadores económicos.	72
Tabla 9. Dimensiones de Capital Social en la región	73
Tabla 10. Tamaños de muestras variando el nivel de confianza y el error muestral ..74	

Capítulo 4. Análisis de datos y resultados

Tabla 11. Barrios alfareros en Amatenango del Valle	75
Gráfico 1. Nodos detectados	77
Tabla 12. Alfareras/instituciones más mencionados para comercialización de productos	78
Tabla 13. Alfareras que cuentan con mayor número de relaciones de amistad en la región:.....	80
Tabla 14. Apoyos institucionales reconocidos en la región:	81

Tabla 15. Ayuda en la producción de piezas ocurrida en región:.....	81
Tabla 16. Pertenencia de las alfareras a grupos en la región:.....	83
Tabla 17. Cuidado de los hijos en la región:.....	83
Gráfico 8. Grados o niveles de representación de las alfareras.....	85
Tabla 18. Forma en la que aprendió la alfarería.....	86
Gráfico 9. Percepción de confianza en las demás personas.....	88
Gráfico 10. Percepción de desconfianza en las demás personas.....	88
Tabla 19. Sanciones para quienes no participan en actividades comunitarias.....	89
Tabla 20. Frecuencia de visitas entre alfareras.....	89
Tabla 21. Frecuencia en la que utilizan medios de información.....	90
Tabla 22. Tiempo en que demora a llegar a un teléfono que funcione.....	90
Tabla 23. Fuente de información de acciones de Gobierno más importante.....	91
Tabla 24. Percepción de la mejora al acceso de información.....	91
Tabla 25. Percepción de convivencia en comunidad.....	92
Tabla 26. Percepción de la división por diferencias en la sociedad.....	92
Tabla 27. Principal diferencia que causa problemas.....	93
Tabla 28. Razón por la que no puede participar.....	93
Tabla 29. Actividad Principal en la que no puede participar.....	93
Tabla 30. Percepción de honestidad en servidores y funcionarios.....	94
Gráfico 11. Uso de Horno en Amatenango del Valle.....	95
Tabla 31. Promedio de piezas elaboradas a la semana.....	95
Gráfico 12. Trabaja sus piezas por encargo.....	96
Tabla 32. Costo de producción.....	97
Gráfico 13. Destino principal de sus recursos.....	97

“Sólo podemos, pues, salir al paso de la injusticia o vaciedad de nuestras aserciones exponiendo el modelo como lo que es, como objeto de comparación -como, por así decirlo, una regla de medir; y no como prejuicio al que la realidad tiene que corresponder. (El dogmatismo en el que tan fácilmente caemos al filosofar.)”

(Wittgenstein, 2009).

Introducción

Los estudios regionales generan un conocimiento más verdadero, útil y práctico a través de vías más complejas de abordar la realidad (Bondarenko, 2009), ya que sus objetos de estudio son abordados desde posicionamientos interdisciplinarios. Para el caso de esta investigación, es preponderante comprender la forma cómo los actores sociales resuelven su desarrollo a través de una actividad económica cultural y territorialmente arraigada y que es posible a través de las redes sociales que constituyen.

Por ello, se parte del análisis del capital social existente entre las alfareras de Amatenango del Valle como el elemento preponderante del etnodesarrollo como aglutinante de la actividad económico cultural de la región y su necesario reconocimiento e inclusión dentro de las políticas públicas de Desarrollo Social, es importante subrayar que el concepto desarrollo ha sufrido varias modificaciones desde su surgimiento, ha sido visto como una obligación exclusiva del Estado y, más recientemente como el resultado de las decisiones locales, en donde ubicamos justamente al etnodesarrollo.

Este trabajo analiza la alfarería de Amatenango del Valle como un modelo de etnodesarrollo que ha significado una alternativa económica y de continuidad cultural, con el objetivo de conocer la forma cómo las alfareras han ido generando este modelo de desarrollo y cómo el Capital Social es un recurso indispensable desde una perspectiva económica y cultural.

Ahora bien, el estado de Chiapas ha figurado por años en los últimos lugares de desarrollo social, con retraso económico, educativo, en infraestructura, de género y un bajo nivel de desarrollo humano, lo que ha significado pobreza, marginación, escaso crecimiento económico, dependencia presupuestal y problemas sociales graves; lo que se acrecienta en las comunidades indígenas. Las políticas públicas implementadas han intentado reducir este problema; sin embargo, la desigualdad sigue presente y sin tener resultados contundentes que tiendan a la mejoría de la población objetivo.

En este contexto Amatenango del Valle, es un municipio de la región Altos del estado de Chiapas en la que sobresale la alfarería como actividad femenina al interior de las unidades domésticas, aun cuando no se encuentra catalogada como actividad económica sobresaliente en las estadísticas oficiales siendo sólo el Comité Estatal de Información Estadística y Geográfica de Chiapas (CEIEG) quien la clasifica dentro de las actividades turísticas.

A decir de Ramos (2000) la alfarería de Amatenango se ve asignada a actividades acordes al género y a la disponibilidad de tiempo de los miembros del grupo familiar: los hombres son los encargados de la extracción de la leña y las mujeres elaboran el barro, realizan las piezas artesanales e incluso acompañadas de los varones la decoran y comercializan.

En el municipio el reconocimiento a la participación de las mujeres como pieza fundamental en el desarrollo a través de la alfarería se ha otorgado exclusivamente a las lideresas a decir de Ramos, quien establece “estas lideresas tienen relevancia al ser actrices que interesan y alían a otros y otras en empresas de movilización colectiva y que buscan el desarrollo de las comunidades indígenas y rurales de México” (Ramos Muñoz, Tuñón Pablos, Parra Vázquez, & Zapata Martelo, 2004: 485).

Es por ello que la participación de las mujeres en el desarrollo de su municipio es evidente, y esta se realiza a través de la conformación de redes generadas desde relaciones de confianza, reciprocidad y cohesión social, que han trascendido por generaciones por los beneficios que generan, configurándose entonces el capital social.

Identificar estas relaciones permitiría potencializarlas y difundirlas con la finalidad de detectar un modelo de desarrollo regional diferenciado que permita obtener el reconocimiento de la alfarería como actividad económica en las políticas públicas y su vinculación cultural, eficientando la atención otorgada a través de los programas públicos.

Se plantearon diversas preguntas de investigación que nos guiaron en la búsqueda de los datos durante el proceso:

- ¿Cómo la región alfarera de Amatenango del Valle puede ser vista como un modelo de etnodesarrollo considerando las relaciones de Capital Social en ella existente?
- ¿De qué manera las alfareras de Amatenango del Valle han generado las redes necesarias para el desarrollo de su actividad?

- En cuanto a la toma de decisiones en los ámbitos tanto públicos como privados, ¿Qué ha implicado para las mujeres alfareras el desarrollo de esta actividad?
- Las redes creadas por las mujeres alfareras ¿se rigen por lazos familiares o trascienden y generan confianza, corresponsabilidad y liderazgos compartidos fuera del núcleo familiar?
- Las políticas públicas que han atendido a estas mujeres ¿contemplan aspectos diferenciados de desarrollo que preponderen las características culturales del etnodesarrollo?
- Preguntas que se responderán a lo largo de este trabajo, y centralmente en los capítulos 1 y 4. La Investigación parte con el objetivo general de "Analizar la forma como el Capital Social de la región alfarera de Amatenango del Valle ha incidido en la región como modelo de etnodesarrollo, generado las redes sociales necesarias para su funcionamiento".
- De igual forma, se plantearon como objetivos específicos:
- Identificar cómo se genera un modelo de etnodesarrollo regional considerando las relaciones de capital social, sus dimensiones e implicaciones en las actividades cotidianas y de género en la localidad y con el estado.
- Distinguir los niveles de representación de las alfareras de Amatenango del Valle que les han permitido modificar su actividad artesanal.
- Identificar si esta actividad artesanal ha significado una mayor igualdad, participación o inclusión en relación a su entorno.
- Reconocer qué programas de política pública han incidido en beneficio de la alfarería en la región de estudio que atienden a la alfarería.

El trabajo de investigación se presenta en cinco capítulos que atraviesan desde las consideraciones teóricas que le dan origen hasta el análisis del modelo que representa las relaciones existentes al interior de la localidad y su importancia para el establecimiento de la vida cotidiana en la región, así como una recomendación para que sea atendido como un recurso indispensable para considerarse dentro del desarrollo regional.

El primer capítulo plantea el sustento teórico de la región reconociendo que la alfarería es una actividad en la que convergen acciones territo-

riales y culturales propias del etnodesarrollo; de igual forma, se establece la importancia del Capital Social como un recurso indispensable para el desarrollo de la vida cotidiana y, por ende, para las actividades económicas que se generan en Amatenango del Valle. De igual forma, se delimitan las consideraciones que crean la región de estudio y se conceptualiza la política pública de Desarrollo Social que se analizará en el capítulo siguiente.

En el segundo capítulo se discuten los programas de política pública de Desarrollo Social que han incidido en ella tanto en el orden federal como en el local y finalmente se delimitan y analizan los programas que han operado para la atención en esta región.

El tercer capítulo corresponde al apartado metodológico de la investigación, por lo tanto se detalla los paradigmas utilizados, así como las fuentes y herramientas para el análisis de la propuesta en la región; se describen las dimensiones de Capital Social y los indicadores creados para la consecución de los resultados, así como la adecuación de las herramientas metodológicas en la región; se establecen las variables y categorías consideradas para la generación del modelo y la selección de la muestra.

En el cuarto capítulo se demuestran los resultados obtenidos, iniciando con la representación del capital social en la alfarería, y la visualización del modelo de etnodesarrollo existente, se explican las dimensiones consideradas, se caracterizan los niveles de representación y nodos regionales, se analiza el posicionamiento de las alfareras con relación a la igualdad o inclusión y se revisa la incidencia del desarrollo social como política pública en la región.

Finalmente, en el quinto capítulo se plasman las conclusiones obtenidas tras el análisis e interpretación de los datos encontrados y se establecen las recomendaciones que se espera sean consideradas para el beneficio de la región de estudio.

Capítulo I

Consideraciones teóricas

En este capítulo se revisan las diferentes teorías que integran el marco conceptual de la investigación. Se establece al etnodesarrollo como el modelo regional que puede orientar el uso de los recursos y elementos culturales de regiones como la alfarera de Amatenango del Valle, en donde la alfarería es una actividad económica que vincula al territorio con la identidad cultural y que ha trascendido conforme a las exigencias del mercado. Así mismo, se argumenta cómo el Capital Social nuclea las relaciones económicas y socio-culturales más representativas en la región.

1.1. Componentes para la construcción de la región alfarera de Amatenango del Valle.

Al dirigirse a Amatenango del Valle, en el trayecto que comunica San Cristóbal de Las Casas con Comitán de Domínguez, sobre la carretera Panamericana, se descubre un corredor comercial que llama la atención por su colorido, resultado de la exhibición de cientos o quizás miles de piezas de cerámica que se fabrican en diferentes lugares del país.

El corredor de 1.5 km de largo, cuenta con 18 locales comerciales (de los cuales solo funcionan diez), en los que la venta de los productos es atendida principalmente por mujeres. Allí también realizan el decorado de las piezas, al mismo tiempo que conviven y comparten sus acontecimientos cotidianos: decidir y acordar entre sí asuntos como el precio del producto, el préstamo o elaboración de material (sobre todo pinturas o pinceles) en caso de que se les termine; el cuidado común de los hijos a la salida de la escuela por las tardes; consejos sobre la actividad comercial e incluso sobre la vida diaria. Si se es curioso y observamos estas prácticas se verá que nos acercan al cómo viven y construyen la confianza, solidaridad y cooperación que al interior de la comunidad, las agrupa para afrontar lo exterior y las organiza institucionalmente para acceder a programas gubernamentales.

Esta investigación parte de la conceptualización de la región entendida desde cuatro elementos principales:

- 1) La identidad regional;
- 2) La actividad económico-cultural existente;
- 3) La realización de actividades de manera continua en un espacio y tiempo determinado y
- 4) La existencia de la regionalización estatal, es decir, la regionalización socioeconómica administrativa.

Para efectos de comprender cómo se construyó la región, se crean dos apartados; delimitación socioeconómica administrativa y delimitación histórico-cultural (Ver imagen 1).

Imagen 1. Elementos de la región.

La asociación realizada con la región y el territorio: “la Identidad Territorial trata entonces de identificar la autoadhesión profunda de los ciudadanos con su país, su región o su ciudad; con sus organizaciones y con los productos y servicios de las mismas” (Coturrelo Menta, Pág. 19)

Giddens (1995) explica que la regionalización “no se debe entender sólo como la localización en el espacio, sino como referida a la zonificación de un espacio-tiempo en relación con las prácticas sociales rutinizadas.

La existencia de la alfarería como actividad cultural propia de la región: Gimenez (2007) expone que a partir de la territorialización se comprende igualmente la etnicidad y las relaciones propias de los símbolos culturales compartidos

La existencia de la regionalización socioeconómica administrativa: “formadas históricamente sobre la base de sus caracteres naturales, demográficos y económicos, pero enmarcadas dentro de los límites político administrativos y con fines concretos de planificación u ordenación del territorio (Bassols a, 1997)

Fuente: Elaboración propia.

La región tiene como centro la cabecera municipal de Amatenango del Valle, en razón de la coincidencia de elementos geográficos, históricos, económicos y culturales que la definen y que a continuación se detallan. Vale destacar que esta localidad posee un Índice de Desarrollo Humano (IDH) superior a los que se pueden encontrar en las demás localidades que integran la región administrativa a la que pertenece. Se trata de una localidad que, a diferencia de su entorno, tiene en la alfarería su principal vertiente económica, actividad realizada predominantemente por mujeres, quienes han

realizado adecuaciones a sus productos conforme los influjos del mercado, cuestión que se hace evidente desde la construcción y uso de los locales comerciales con los que cuentan para la exhibición y venta de sus productos.

1.1.1 Delimitación socioeconómica administrativa.

Cuando se habla de región el primer elemento que viene a la mente es el geográfico. Según Angel Bassols (1997) la razón de ser de las regiones socioeconómicas, las cuales han sido “formadas históricamente sobre la base de sus caracteres naturales, demográficos y económicos, pero enmarcadas dentro de los límites político-administrativos y con fines concretos de planificación u ordenación del territorio” (67).

Desde ese punto de referencia, el estado de Chiapas posee una composición geográfica, delimitada por ministerio de ley, contenido en la Constitución Política del Estado de Chiapas, por el que se divide en 15 regiones socioeconómicas.¹

Nuestro estudio se ubica en la región V Altos, -también conocida solo por “los Altos de Chiapas”- misma que se integra por 17 municipios, a saber: San Cristóbal de Las Casas como cabecera regional; Aldama; Amatenango del Valle; Chalchihuitán; Chamula; Chanal; Chenalhó; Huixtán; Mitontic; Larráinzar; Oxchuc; Pantelhó; San Juan Cancuc; Santiago el Pinar; Tenejapa; Teopisca y Zinacantán.

Para Mariaca, *et al* (2007),

La denominación Altos de Chiapas tiene dos connotaciones: la primera es la región fisiográfica que abarca un macizo montañoso (Macizo Central) y la segunda se refiere a una porción de la superficie que es la región Económica de los Altos (176).

En esta región socioeconómica administrativa, se concentran siete de los 15 municipios que presentan el mayor porcentaje de población en situación de pobres de todo el país.² Esta situación, se relaciona estrechamente con la condición étnica, ya que históricamente han existido exclusiones sociales y políticas públicas indigenistas de asistencia social y centralizadas que han originado dependencias, subordinaciones, inequidad, así como desigualdad política y económica.

¹ Promulgadas el 5 de enero del 2011, según última reforma en el Periódico Oficial No. 299, Tomo III, de fecha 11 de mayo de 2011.

² Los otros 8 municipios se encuentran: dos en Chiapas -San Andrés Duraznal y Sitalá- y el resto en los vecinos estados de Oaxaca y Veracruz. (CONEVAL, 2011: 12)

1.1.2. Delimitación histórico-cultural

Al considerar la región como modelo de etnodesarrollo se debe entender la trascendental importancia que tiene el binomio cultura-territorio, que de acuerdo con Gallardo (2013), “se apoya en la idea de que cada comunidad local se ha ido formando en función de las relaciones y vínculos de intereses de sus grupos sociales, de la construcción de una identidad y de una cultura que la diferencia de otras comunidades” (147), por lo que es importante considerar factores propios como: actores, territorio, identidad, cultura, que propician su desarrollo particular.

El nombre de Amatenango proviene del náhuatl “lugar de los amates”. Es un pueblo formado por tzeltales desde la época precolombina y que se reconocían así mismos como pertenecientes a *Tzo'ontahal* cuyo significado es “recolectores de ocote” (Renard, 2005: 20), lo que incorpora a su denominación la práctica económica que se ha tenido históricamente y le da su identidad, ya que se refiere a la leña con la que se quema la cerámica.

En el año 1486 el poblado fue invadido por los aztecas y después de la conquista de Chiapas, en 1528, se cita como perteneciente a Teopisca. A fines del Siglo XVI se convirtió en cabecera y los misioneros le antepusieron el nombre de San Francisco, que persistió hasta los años 30 del Siglo XX cuando por decreto oficial se eliminaron los nombres de los santos a las denominaciones oficiales.

Al revisar los textos escritos con relación a su descripción como comunidad, se puede constatar que se ha catalogado como una “comunidad cerrada, corporada y endógama” (Renard, 2005: 18); sin embargo, la cercanía con la carretera panamericana y las adecuaciones en la infraestructura municipal, realizadas a partir del año 2000 en el que se previó la creación de un corredor turístico para la exhibición y venta de su artesanía, promovieron su apertura hacia el exterior, la aceptación y el cambio de tradiciones, de convivencia con actores externos y de migración a la comunidad.

Históricamente la alfarería en Amatenango del Valle se ha observado como actividad identitaria de las mujeres, sin embargo, este trabajo es realizado con ayuda de los varones, quienes en compañía de las mujeres recolectan la materia prima (la arcilla, arena y el *bash*) y la trasladan a la comunidad, ocurriendo la mayoría de las veces durante los meses de enero a marzo. Actualmente se ha incorporado el trabajo de los varones a la decoración de la cerámica, aunque estos no sean considerados, ni se consideren alfareros.

Vale decir que esta actividad se ha reconocido a lo largo de la historia

dentro de la región, de la entidad federativa e incluso más allá de las fronteras como propia de Amatenango del Valle, por ello, Fábregas Puig y Santos Marín (2000) puntualizan:

En Chiapas, los grupos amplios de parientes, los linajes, las familias extensas, tan características, se asociaron con una comunidad en particular, reforzando ese sentido de pertenencia que con tanta intensidad se muestra actualmente en las artesanías. Este modelo reticular para organizar el espacio comunitario coincide con el que los castellanos impusieron en otras partes de Latinoamérica... es a partir de estas comunidades que se consolidó la pluralidad cultural de los chiapanecos,... deviniendo en representaciones de una identidad colectiva que involucra a las comunidades específicas en donde se producen (301).

En este proceso, los objetos que hemos llamado artesanales, ocuparon su lugar como instrumentos culturales, como parte de la definición de identidades nuevas o renacidas. De esta manera, las artesanías de Chiapas son una parte de la diversidad cultural que sustancia la identidad vista como proceso, en movimiento, siempre en construcción e históricamente vinculado.

De la misma manera deben ser considerados los factores identitarios, los roles sociales, la percepción de la vida cotidiana y las comprensiones de la identificación que hacen los artesanos, lo que esperan, las razones por las que acuden a la política pública, las ventajas o beneficios que le encuentran, los costos sociales y en la forma de vida que les representa.

La realidad está constituida por elementos físicos y tangibles e intangibles e inherentes a las relaciones sociales que suceden en su entorno, constituido también por las acciones y percepciones de las mujeres y hombres que les dotan, en un espacio y tiempo concretos, de particularidades identitarias, conformando lo que Bataillon (1993) ha considerado el espacio vivido, es decir, ese lugar en el que se desarrolla el día a día de los actores sociales, o a decir de Bourdieu, (citado por Gimenez, 2007) es voluntad y representación, como la interpretación de la cultura y sus significados por cada uno.

El mismo autor manifiesta claramente que la territorialización comprende tanto la etnicidad y las relaciones propias de los símbolos culturales compartidos. Esta integración es evidente cuando desde la perspectiva jurídica se establece *la costumbre* como fuente de derecho que consiste en la observación constante y continuada de alguna práctica social aceptada por la generalidad, de tal manera que se legitima por tratarse de un uso propio y distintivo de los sujetos que la practican.

Así pues, la región también integra una visión que implica, a decir de

Giménez (2007) “que las relaciones sociales en esta escala ya no pueden ser cartografiadas sólo en términos de lugares, distancias y fronteras territoriales” (487), considerando la complejidad que significa el estudio regional.

Giddens (1995) explica que la regionalización “no se debe entender sólo como localización en el espacio, sino como referida a la zonificación de un espacio-tiempo en relación con prácticas sociales rutinizadas” (151). Además y atendiendo a que para poder hablar de desarrollo es necesario contar con crecimiento, Boisier (1997) manifiesta que en la relación crecimiento económico – territorio en este mundo globalizado, el crecimiento se determina de manera exógena, dada la intromisión de recursos externos a la localidad para potencializar lo interno; sin embargo, también es preciso que al interior de la localidad existan experiencias productivas proclives al mantenimiento y crecimiento económico, así como la participación de los actores colectivos, con sus interrelaciones específicas e historias de vida particulares.

Dentro de la construcción de esta región se considera a la cultura como respuesta, como la reacción que tienen los grupos sociales para resolver las situaciones que cotidianamente se les presentan, incluyendo por supuesto las modificaciones que el mercado promueve.

1.2 El etnodesarrollo o desarrollo con identidad

El *desarrollo* considerado como sinónimo de *progreso* es, en el mejor de los casos, una concepción inequitativa. Frente a ello se han originado diversas teorías que buscan explicar con mayor certeza las distintas realidades existentes en la actualidad.

La posibilidad de que el individuo realice actividades productivas y las oriente hacia su beneficio propio, ha generado las teorías de desarrollo endógeno, que son aquellas que explican cómo la generación de beneficios sucede desde y para lo local, considerando las condiciones que dan origen a los procesos productivos, históricos, culturales y sociales que se viven en el territorio o la región de estudio. Ahora bien como explica Bustamante (2003):

La endogeneidad del desarrollo radica a nivel general en que los recursos (humanos, materiales, capital social, capital simbólico) centrales disponibles para el proceso son los existentes en el territorio, en los actores en cuestión; que los beneficios del proceso deben quedar fundamentalmente en el territorio; que es un proceso generado desde abajo hacia arriba; donde las decisiones son generadas desde dentro del territorio por parte de los mismos actores locales; y donde resulta clave el capital social disponible para la autogestión (7).

Tal como manifiesta Boisier (1997), cuando el actuar de la sociedad local implica igualmente la toma de decisiones por los actores que trascienden incluso del territorio, se requiere de un nivel de cooperación más común, convergente y de la búsqueda de medios y condiciones para alcanzar sus objetivos.

Para considerar las formulaciones del desarrollo culturalmente sustentable, o desarrollo con identidad, etnodesarrollo o desarrollo desde la identidad del mundo indígena, es necesario aceptar la premisa de que existen sistemas sociales culturalmente diferenciados, que esas diferencias culturales conllevan desarrollos diferenciados y que además esas diferencias culturales son un valor positivo para la humanidad (Bustamante, 2003).

Para Bonfil (1995) “etnodesarrollo significa la capacidad de una sociedad culturalmente diferenciada para dirigir su propio desarrollo” (6), lo que incluye igualmente territorio y recursos en él inmersos. Por lo tanto, el etnodesarrollo implica la obtención de metas que refieren y refuerzan la cultura e identidad propia (Tabla 1)

Tabla 1. Evolución histórica del etnodesarrollo.

Escala mundial	América Latina	México	Chiapas
1948 Declaración universal de los Derechos Humanos; Carta de las Naciones Unidas			
1957-1962 Pacto de Derechos Civiles y políticos; Pacto de Derechos Económicos, sociales y culturales	Convenio sobre pueblos indígenas y tribales (107 OIT)	1936-1994. Indigenismo mexicano	
1990. Declaración del milenio, ODM	Convenio 169 OIT, Declaración de las Naciones Unidas sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas.	1994. Ingreso a OCDE Reformas a artículos 2 y 27 Constitucionales.	1994. Levantamiento de EZLN. Acuerdos de San Andrés 2007 Declaración universal de los Pueblos Indígenas
			2010. “Única constitución del mundo con ODM por mandato de Ley”

Fuente: Elaboración propia.

En nuestro país convergen ordenamientos locales supremos, tratados internacionales derivados de políticas públicas internacionales, derechos culturales aún no considerados como fundamentales, y derecho nacional generadores de políticas públicas, territorialización y centralismo, por mencionar algunas de las fuentes jurídicas necesarias para el desarrollo.

Así, conviene entender como *desarrollo* no sólo a los medios que permite alcanzar el mejoramiento de las condiciones de vida, sino además, como la posibilidad para lograr el fortalecimiento de las culturas propias, el valor de la identidad como pueblo, la centralidad de la titularidad y posesión de la tierra y el territorio y la autogestión de un desarrollo propio (CEPAL, 1995).

Hablamos de *región diferenciada* en el sentido de contar con elementos que le permiten dirigir su propio desarrollo, que Bustamante (2003) define como:

El proceso de realización de un propósito social definido y formulado por el pueblo indígena o una parte de él conforme a sus propios valores y aspiraciones, donde el propósito social y los recursos puestos en función de la consecución de dicho propósito guardan coherencia con la totalidad cultural y forman o tienden a formar parte de la cultura propia” (5).

Así mismo, se considera la estrecha relación entre las características socioculturales y la cosmovisión de cada pueblo con sus modos de producción y con diversos aspectos de la vida material y simbólica (Aravena y Zúñiga, 1993; Stavenhagen, 1997; Durston, 2002; Velasco, 2001; Barrigón, 1999), aquella que conforme los propósitos y valoraciones del pueblo indígena se define, formula y realiza en el etnoterritorio como:

una categoría que da cuenta de los espacios habitados por pueblos indígenas o una parte de éstos, que poseen por característica encontrarse delimitados por hitos geográficos reconocidos socialmente por una o más agrupaciones de una misma etnia o de otra distinta [donde] estos territorios son valorizados por los indígenas al asignarle un contenido político, económico, social, cultural y religioso (Molina, 1995: 113).

El Convenio sobre Pueblos Indígenas y Tribales (Convenio 107) de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) es un primer intento supranacional para codificar las obligaciones de los Estados para con los Pueblos Indígenas. En este documento se aspiraba a grandes temas de desarrollo, tal como se concebía en 1957. Este documento fue ratificado dentro del Estado mexicano y entró en vigor en el territorio nacional el primero de junio de 1960.

En el texto de este convenio se nota la tendencia de los Estados a integrar a las “poblaciones menos avanzadas... que estén regidas total o parcialmente por sus tradiciones o costumbres” (PGJDF, 1960: 2) a las que literalmente el Estado está obligado a generar programas con miras de protección, tal como se manifiesta en el artículo dos, inciso c) que “creen posibilidades de integración nacional”.

De igual forma, el artículo cuatro del mismo convenio establece la necesidad de tratar de allanar las dificultades de adaptación de dichas poblaciones a nuevas condiciones de vida y trabajo. Se comprende entonces que la orientación inicial de los Estados hacia lo indígena estaba encauzada a una nueva forma de colonización, en la que se tratara, de una manera *contemporánea* de integrar y, en la medida de lo socialmente pacífico, hacer respetar los usos y costumbres de los indígenas, considerando la necesidad de modernizarlos o impulsarlos al desarrollo que significa a lo no indígena.

Mención especial merece para el tema de este apartado la interpretación que se da a la posesión de la tierra de los pueblos indígenas y semitribales, en los que mientras no se tenga en entredicho la seguridad nacional, el desarrollo económico o la salud de las poblaciones, no debe desplazarse a las poblaciones de su territorio.

Asimismo, en lo relativo a la artesanía, el artículo 18 manifiesta la necesidad de fomentar esta actividad como factor de desarrollo económico, de modo que permitan la adaptación de métodos modernos de producción y comercio.

Es difícil de comprender lo atávico e irreal el alcance del convenio 107, sobre todo con las experiencias existentes durante los años 70 y 80 en Sudamérica, en específico en Ecuador, Brasil y Bolivia, en donde el crecimiento sostenido y su migración al libre comercio significaron luchas políticas muy adversas que terminaron en movimientos sociales rotundos y evidentes ante el proceso de globalización.

En el Convenio N° 169 de la Organización Internacional para el Trabajo, ratificado por el Congreso de la Unión el 11 de julio de 1990 (CDI, 2003), la definición de territorio excede la noción de tierra, siendo “el espacio adecuado para que un pueblo originario cubra sus necesidades actuales, no sólo económicas, sino sociales, culturales y espirituales” (Caputo, Falachi y Monte, 1995: 35). Además corresponde al espacio-hábitat necesario para alcanzar sus perspectivas de futuro, en el que se consideran aparejados ya aspectos relevantes que identifican el ser y entender de los pueblos originarios.

En México, la concepción de la dimensión cultural del desarrollo se

encuentra en los artículos 10 y 15 de la Declaración de México sobre Políticas Culturales, la cual dice:

La cultura constituye una dimensión fundamental del proceso de desarrollo y contribuye a fortalecer la independencia, la soberanía y la identidad de las naciones. El crecimiento ha sido concebido frecuentemente en términos cuantitativos, sin tomar en cuenta su necesaria dimensión cualitativa, es decir, la satisfacción de las aspiraciones espirituales y culturales del hombre. El desarrollo auténtico persigue el bienestar y la satisfacción constante de cada uno y de todos... Toda política cultural debe rescatar el sentido profundo humano del desarrollo. Se requieren nuevos modelos y es en el ámbito de la cultura y la educación donde han de encontrarse (UNESCO, 1982).

Igualmente, y de acuerdo con Stevnhagen (2001), la diversidad cultural es real en el mundo globalizado y puede considerarse una estrategia para establecer mercados que incorporan elementos de numerosas tradiciones culturales y étnicas con destinatarios heterogéneos y diversificados.

El reconocimiento del contenido cultural de los pueblos originarios ha sido para el estado mexicano un objetivo de la política cultural que fortalece tanto la identidad nacional como el discurso de una nación mestiza, basada en el sincretismo cultural y la ideología antropológica dominante, a la par de tratarse igualmente de la toma de decisiones del destino que se plantean y conducen para su comunidad (Stevnhagen, 2001), así como a través de la realización de las actividades económico culturales: “que estamos viéndolos como agentes activos de su propio cambio social. (...) ellos realizan acciones concernientes a su subsistencia, asentamientos y estructura social.” (Velázquez, 2010: 26).

El reconocimiento hacia “lo indígena” en la política pública es, sin embargo, una situación dada “por ministerio de ley o por mandato original”, es decir, no existen ni siquiera mecanismos de participación ni representantes indígenas en el Congreso de la Unión a quienes consultar el hacia dónde o cómo elaborar políticas públicas que los consideren (Gallardo, 2013), por lo que es urgente y necesario no sólo reconocer sino también evidenciar la realidad de experiencias propias de etnodesarrollo como la alfarería en esta investigación.

Aunado a lo anterior, para entender al etnodesarrollo como un ejercicio social para la construcción del futuro (Bonfil, 1995) deben ser considerados los elementos históricos, recursos reales y potenciales de la cultura, y debe comprenderse también la presencia del *control cultural*, es decir, la decisión de los componentes que en la región se asumen y modifican con-

forme a sus necesidades y satisfacciones para resolver o cumplir las aspiraciones sociales.

Esta decisión ocurre de manera dinámica y espontánea, tomando en cuenta los recursos materiales, de organización (incluyendo el capital social), intelectuales y simbólicos existentes, lo que para conseguir un reconocimiento real “social y político diferenciado, como colectividad y no únicamente al acceso individual de sus miembros a los derechos ciudadanos” (Guerrero, 1994: 198) debe contemplarse dentro del Estado mexicano.

En la actualidad el concepto de etnodesarrollo vuelve a cobrar fuerza por la consideración que hace del territorio, la identidad y el control cultural, tal como sucede con los mapuches de Chile o los pueblos amazónicos de Ecuador, en los que se comprende “a partir de las relaciones entre los grupos sociales las acciones capaces de reforzar la cultura propia y fundamentar el etnodesarrollo” (Bonfil, 1995: 472).

1.3 Por qué hablar de un modelo de etnodesarrollo

Uno de los grandes problemas que enfrenta nuestro país es la desigualdad. Al Estado mexicano, por ser una República Federal, con un gobierno centralizado y sujeto a un régimen administrativo fundado en la Administración Pública sectorizada, le compete orientar y decidir el desarrollo nacional, por ello ha puesto en marcha políticas públicas y programas específicos que buscan erradicar esta desigualdad, obteniendo mínimos resultados. Esta condición se ha repetido a lo largo de la historia nacional a pesar de la convergencia en el poder político de partidos e ideologías distintas.

Conforme a la legislación nacional, las políticas, planes y programas existentes en nuestro país deben sujetarse a lo previsto en los artículos 25 y 26 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, los cuales ordenan una planeación nacional que debe ser coherente y congruente en el territorio.

Los gobiernos de las entidades federativas están facultadas para expedir planes y programas locales considerando las características propias de su entorno, las actividades económicas preponderantes, la población objetivo a la que van dirigidas, a través de recursos que generalmente se obtienen a través de participaciones federales o en mezcla de recursos con la federación, lo que implica igualmente la necesidad de continuar con la planeación nacional existente.

Derivado de la poca eficiencia obtenida a través de la política pública centralizada, hay autores que afirman la urgente necesidad de considerar la

región como el punto desde el cual deben partir las propuestas de desarrollo. En nuestro país han existido experiencias de regionalización cuyo éxito se comprende porque logran dotarse de continuidad o se adaptan al espacio geográfico y tiempo establecido, y son congruentes con las expectativas y desarrollos locales para la superación de la pobreza, además de que han considerado que la cohesión existente al interior de las regiones es fundamental para la reducción de la desigualdad para la población ahí existente.

Estas experiencias que datan desde 1940, son atravesadas por la política económica imperante en turno y han originado programas “adecuados” a las características particulares de cada región atendida; así podemos ver regionalizaciones por la industrialización (1940-1970), por descentralización administrativa (1970-1985) y hasta por internacionalización (TLC, 1994, el fallido Plan Puebla-Panamá) en las que la falta de continuidad y congruencia entre ellas ha llevado programas distorsionados y deficientes, además de costosos y con problemas desde la planeación.

En lo que se refiere al indigenismo mexicano (Rentería, 2009) se considera que desde la década de 1930, el Estado mantiene una relación de supra subordinación, paternalista – asistencialista en sus inicios, cuando imperaba el Partido Revolucionario Institucional y su concepción nacionalista, para después intentar construir una nueva relación con las comunidades, derivadas en mucho del Ejército Zapatista de Liberación Nacional y, sobre todo, de los Acuerdos de San Andrés, lo que concluyó en la Consulta Nacional sobre Derechos y Participación Indígena de 1996, como el primer ejercicio existente desde los poderes ejecutivo y legislativo federal para conocer las demandas de los pueblos indígenas.

Interesa a esta investigación la concepción de la regionalización como un factor determinante en la planeación del desarrollo nacional; y como se ha manifestado desde el principio de este documento, al pensar en regiones es necesario hacerlo en uso de varias disciplinas, ya que su complejidad no puede ni debe acotarse a la interpretación por un solo eje de atención; así mismo y por tratarse de una actividad propia y preponderante de la región creada, es fundamental conocer cómo se desarrolla la actividad desde los actores y respetar las sinergias internas fundamentales que configuran el capital social regional.

De manera puntual, al versar sobre una región como modelo de etno-desarrollo (lo que implica la correlación entre el territorio y la sociedad en éste inmersa y, sobre todo, la posibilidad de la toma de decisiones de los actores para su desarrollo), para esta investigación es evidente que se requiere de la participación simultánea y permanente de disciplinas como la economía, la sociología, la política, lo que implica además que:

A ninguna disciplina no obstante le pertenece de manera privada, ninguna disciplina del conocimiento puede reclamarlo como “objeto” propio y exclusivo sin poder con ello evitar caer en esquematismos o visiones parciales con ansias de integralidad. Antes bien, existe un entrecruzamiento, una imbricación de áreas disciplinares de conocimiento que interpretan el espacio habitado humanamente y construido a través de distintos flujos históricos” (Ther Ríos, 2006: 109).

Al referirnos a modelos de desarrollo debe considerarse, de acuerdo con Bassols, que las regiones socioeconómicas, han sido “formadas históricamente sobre la base de sus caracteres naturales, demográficos y económicos, pero enmarcadas dentro de los límites político-administrativos y con fines concretos de planificación u ordenación del territorio” (Bassols, 1995: 68). Así mismo, el desarrollo endógeno o económico local surge de la “conjunción” de dos ideas centrales, una que se refiere a la necesidad de encontrar el desarrollo por medio de la acción pública ante el retraso y la interpretación de los desarrollos industriales en localidades del sur de Europa (Ryszard, 2011).

De igual forma y como lo establece Bonfil (1995), el etnodesarrollo implica fortalecer y ampliar las capacidades de decisión, autogestión y autonomía, lo que significa el fortalecimiento de las formas de organización y de sus relaciones intrínsecas, de capital social inclusive, que permiten el ejercicio del control cultural, lo que propicia y refuerza el etnodesarrollo.

Lo anterior con la salvedad de repetir los resultados de otorgar el estatus de ciudadano como sinónimo de democrático; de terminar con las divisiones territoriales que fragmentan la identidad de los pueblos indígenas y con el pleno reconocimiento de la autogestión por parte del Estado a las formas propias de organización y de desarrollo.

En la formación de modelos son fundamentales los datos obtenidos de la experiencia que la realidad ofrece, la construcción de variables que permitan dilucidar la correspondencia, repetición o dependencia incluso entre unas y otras; la posibilidad de descubrir, describir, contabilizar y esquematizar hechos constatables y repetibles dentro del actuar social. Sobre todo constatables, cuando se refiere a una actividad productiva realizada acorde a procesos y división de trabajo que implique la participación de los actores sociales.

Ferrater Mora define en el diccionario de Filosofía al modelo como:

alguna forma de representación de alguna realidad o serie de realidades, de algún proceso o serie de procesos, etc.... (Ferrater Mora, 1994: 216).

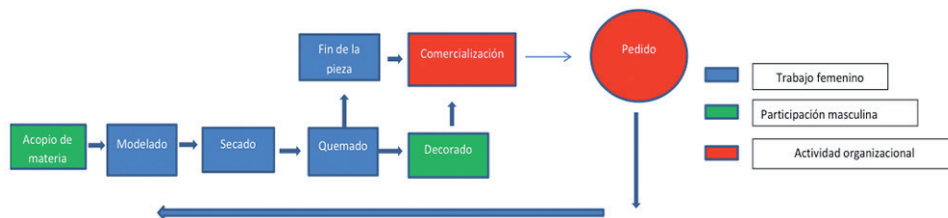
En la región construida para este estudio, Amatenango del Valle, podemos observar evidencias de un desarrollo diferenciado, con identidad territorial o etnodesarrollo, en el que se vinculan los saberes tradicionales, propios de la región, con contenidos culturalmente diferenciados que orientan su trabajo y comercialización a la salvaguarda y respeto de estas diferencias, lo que coincide con la idea de modelo en tanto *representación* de la realidad, conformado por un conjunto de hechos (*premisas o variables*) que pueden, o no, ser interpretadas como correlaciones.

De acuerdo a Calvo Vélez (2006):

El modelo es una síntesis explicativa, un *explanans* más o menos acertado, cuya validez o utilidad se mide por su habilidad para calcular una serie de enunciados que se consideran verdaderos, un modelo teórico es una síntesis de un fenómeno, entendida como una reconstrucción racional de la información disponible, como un principio explicativo de la realidad observable, ... cuya utilidad radica en la predicción de nuevos aspectos y medidas de la realidad (12).

Esta investigación se refiere a la alfarería de Amatenango como un *modelo* de etnodesarrollo, por el que los actores sociales, las alfareras, han decidido la forma de producción, diseño, comercialización y transformación de sus productos, acorde a las necesidades, rasgos y ritmos que impone el mercado, y que han generado distintas redes sociales en las que se manifiestan las relaciones de capital social en la región cuando éstas se presentan, así como la posibilidad de detectar los aspectos identitarios que conforman el trabajo artesanal. Esquemáticamente, Amatenango del Valle cuenta un modelo de producción propia y diferenciada que puede representarse de la siguiente manera (Imagen 2):

Imagen 2. La producción alfarera en Amatenango del Valle

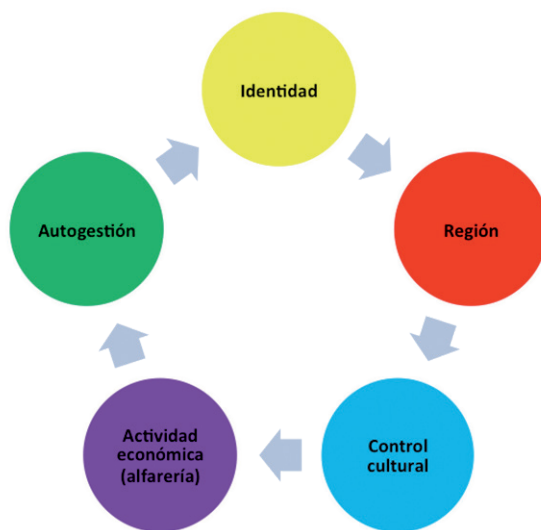


Fuente: Elaboración propia.

Esta investigación considera la existencia de un modelo de etnodesarrollo regional en ejercicio de la autonomía cuando al interior de la región

convergen la identidad, el control cultural, la alfarería como actividad económica propia y diferenciada y la autogestión de los actores sociales, lo que sucede a partir de las relaciones de coordinación, reciprocidad y confianza, del capital social (Imagen 3).

Imagen 3. Modelo de etnodesarrollo con ejercicio de la autonomía



Fuente: Elaboración propia

1.4 La alfarería como producto de identidad cultural

La actividad artesanal ha sido realizada en Chiapas desde la época colonial y su incidencia es tal que existen localidades que se identifican por sus productos y por las técnicas con que los producen, lo que incluso fue replicado durante la conformación social de las villas y cacicazgos españoles.

Para comprender la importancia de la alfarería, es necesario ubicarla dentro de las actividades artesanales que se elaboran de forma manual y comunitaria en las localidades, lo que a decir de Fábregas y Santos es común y característico en el estado.

Así Turok, Arroyo y Gómez definen la artesanía como:

Objeto o producto de identidad cultural comunitaria, hechos por los procesos manuales continuos, auxiliados por implementos rudimentarios y algunos de función mecánica que aligeran ciertas tareas. La materia prima básica trans-

formada generalmente es obtenida en la región donde habita el artesano. El dominio de técnicas tradicionales de patrimonio comunitario permite al artesano crear diferentes objetos de variada calidad y maestría, imprimiéndoles además, valores simbólicos e ideológicos de la cultura local” (FONART.-SEDESOL, 2009: 14).

En esta definición han sido considerados factores tales como los procesos técnicos, sociales y culturales que junto con las materias primas y la mano de obra involucrada, lo que ha permitido la toma de decisiones, al menos para los programas de política pública revisados.

Sin embargo, y a decir de Ramos, Muñon y Carderón (2000) la apropiación de actividades productivas “locales” no siempre involucró a todas las personas de la localidad; pero a partir de esto se construyeron tradiciones culturales y surgieron como un producto simbólico, lo que hoy llamamos artesanía (Turok 1996, García Canclini 1990, Novelo 1993). Esa artesanía asignada tradicionalmente en un espacio geográfico y producido en un determinado contexto social se reconoce como artesanía “localizada”.

En este proceso, los objetos que hemos llamado artesanales, ocuparon su lugar como instrumentos culturales, son parte de la definición de identidades nuevas o renacidas, en otras palabras, las artesanías de Chiapas son una parte de la diversidad cultural que sustancia la identidad vista como proceso en movimiento, siempre en construcción e históricamente vinculado, como explica Ramos:

Mientras en algunos pueblos las actividades artesanales se han perdido para dar paso a procesos de manufactura y maquila industrial, en otros, la artesanía pasa a ser, a la par de la migración, parte esencial de la organización del trabajo familiar. En muchos poblados una de las ocupaciones de los que se quedan es la actividad artesanal (Ramos Maza, 2004: 51).

La palabra alfarería y cerámica se consideran sinónimos; su diferenciación es etimológica, ya que alfarería proviene del árabe *alfa hár*, alfar o lugar donde se trabaja la arcilla, mientras que cerámica proviene del griego *kéramos*, barro o arcilla (FONART.-SEDESOL, 2009), igualmente se vincula el uso de técnicas manuales antiguas aún vigentes en comunidades indígenas a la alfarería y en la región de estudio de esta investigación los artesanos se autodenominan alfareros vinculando a este término un sentir social que conserva y expresa las formas culturales que le vinculan con sus antepasados.

Históricamente la alfarería, como el proceso de modelar una arcilla

plástica, secarla y luego cocerla para transformarla en una vasija, es una actividad milenaria; a decir de Pincemin (1993) la cerámica es uno de los elementos que sobreviven al paso del tiempo, existiendo evidencia prehispánica de la elaboración artesanal de Amatenango del Valle, la cual ha empezado a tener modificaciones tanto tecnológicas (hornos) como de acabados (decorado post cocción).

La alfarería es una actividad económico-cultural transmitida de generación en generación, que consiste en la elaboración de piezas de cerámica a través de un proceso de transformación de la materia prima (barro, agua, *bash*), modelada a mano y con cocción a cielo abierto o en horno, para la obtención de recipientes de barro que pueden o no estar decorados y que en los últimos años se refiere casi exclusivamente a objetos de ornato.

1.5 La cultura, una forma de ver y entender el mundo

Para comprender una actividad tan arraigada en la forma de vida de las localidades de Chiapas debe concebirse no sólo el aspecto económico o social, es decir, no sólo tiene implicaciones de obtención de recursos, jerarquización social o ubicación geográfica, la cultura es preponderante.

El concepto de “cultura” se ha ido modificando a lo largo de la historia. Para Tylor, por ejemplo, implica “un complejo total que incluye conocimiento, creencia, arte, moral, ley, costumbre y otras aptitudes y hábitos adquiridos por el hombre” (Malgesini y Giménez, 2000: 2), a lo que Kroeber añadió:

la mayor parte de las reacciones motoras, los hábitos, las técnicas, ideas y valores aprendidos y transmitidos y la conducta que provocan (...). La cultura es el producto especial y exclusivo del hombre, y es la cualidad que lo distingue en el cosmos. La cultura (...) es a la vez la totalidad de los productos del hombre social y una fuerza enorme que afecta a todos los seres humanos, social e individualmente (*idem*, 2000: 3).

Octavio Paz define la cultura como “el conjunto de actitudes, creencias, valores, expresiones, gestos, hábitos, destrezas, bienes materiales, servicios y modos de producción que caracterizan en conjunto a una sociedad, es todo aquello en que se cree (Prieto, 1984: 47).

Para Rocker (1962) los valores culturales no surgen por imposiciones superiores ni asambleas legislativas, sino que son resultado del consenso generalizado y socialmente aceptado, a lo que Habdige (1979) agrega que

se relacionan distintos tipos de fuerzas sociales como el género, raíces e ideologías.

Así entendemos la cultura como el resultado de la transmisión de conocimientos, que se obtiene conforme a lo que el entorno, la forma de ver y entender el mundo, ofrece a los seres humanos, ya sea individual o socialmente concebida. De igual forma, se adapta a la realidad, es flexible, congruente con los cambios que suceden en el contexto en el que se desenvuelve.

Para el caso específico de nuestro estudio, es compleja y diversa cuando se enfrenta a realidades distintas, atravesadas por desigualdades históricas y económicas, como acontece con las comunidades indígenas y que también están en un continuo proceso de cambio, de retroalimentación con “el exterior” al que también pertenecen y modifican conforme se van realizando las correlaciones sociales, rápidamente impactadas por el mercado y sus demandas específicas.

La cultura es, entonces, la forma de conocer, apropiarse y representar al mundo que formamos, también es el resultado de la forma cómo resolvemos, ya sea como individuos o como comunidad las distintas situaciones experimentadas.

1.6 La identidad en el desarrollo.

Como resultado de la globalización y el continuo “enfrentamiento” existente entre las diferencias culturales ubicadas en espacios territoriales comunes, cada vez es más común escuchar el fortalecimiento de la identidad, tanto la individual, en la que la persona se reconoce como parte de un componente mayor (yo soy alfarera), como por la colectividad que le atribuye ese significado (el/nosotros somos alfareros),

La *identidad* aparejada al concepto *etnodesarrollo* consiste en considerar el continuo intercambio entre culturas que opera en la región de análisis, que obliga a redefinir “las continuidades y discontinuidades” (Renard, 2005) a las que se enfrentan en el diario convivir las culturas y tradiciones que coexisten en el espacio geográfico, lo que según esta autora genera

las constantes destrucciones y reinenciones de sus culturas y tradiciones, las adaptaciones y resistencias de las comunidades y pueblos frente a los procesos sociales y, de manera destaca, frente a las políticas estatales que determinan sus vidas y delimitan sus acciones (Renard H, 2005: 23).

Por ello:

La selección de los distintos mecanismos en el proceso de manufactura, se encuentra culturalmente determinada, pero también puede ofrecer pistas sobre la selección geográfica, debido a los distintos sitios donde se obtenía la materia prima. En pocas palabras, los aspectos tecnológicos se encuentran temporal, espacial y culturalmente determinados y delimitados, o al menos condicionados. En este sentido, la práctica alfarera o la tradición cerámica se relaciona con la identidad del grupo social, debido a que representa una selección deliberada de materias primas tradicionales (Velázquez, 2010: 3).

Así mismo, hay quienes refieren que las técnicas y utensilios creados implican no solamente una decisión cultural territorial con relación a los elementos utilizados para la ejecución de un oficio, como es el caso de la alfarería, sino que también, las modificaciones ocurridas a los objetos realizados, obedecen a funciones y significados de identidad e implican transformaciones sociales aparejadas a las técnicas, procesos de enseñanza y aprendizaje y participación comunitaria; sin embargo, Velázquez (2010) dice:

que las decisiones que los artesanos toman provienen esencialmente de los contextos sociales en los cuales aprenden y practican su arte u oficio. (...) los estilos formales y ornamentales pueden servir para diferentes propósitos sociales y pueden ser fácilmente manipulables, imitados, o renegados, estudiando el estilo tecnológico se ofrece una oportunidad para explorar las más profundas y permanentes facetas de la identidad social (5).

Los elementos que utilizan en Amatenango para producir objetos de barro son arena, barro, leña, pintura, *bash* y agua, y son elementos locales que generan un costo sólo por su transportación. Es importante señalar que la colecta y acarreo del barro y la leña son actividades que realizan los varones, ya sean familiares o contratados por las alfareras por contar con los medios de transporte necesarios para su traslado y de manera reciente se han involucrado en el decorado de las piezas, último paso previo a la comercialización.

En Amatenango del Valle la identidad está focalizada ya que al interior de la región existen diferentes barrios con ocupaciones propias; en la zona centro de la localidad (la cabecera o Amatenango como dicen los habitantes) se concentran las alfareras detectadas como líderes, mientras que en Pie del Cerro y el Madronal están las productoras y en Tulancá se concentran las bordadoras,

Es interesante descubrir que el sentirse alfarero es aún una exclusividad de las mujeres; a pesar de que cada vez es más común la participación de los varones en el decorado final de las piezas, sobre todo de los jóvenes

que “ayudan” a sus madres, tías o hermanas, el sentir de las alfareras es que son ellas quienes hacen la artesanía, y al preguntarles a los varones si ellos son alfareros responden que no, que ellos “sólo ayudan pintando” (Francisco, yerno de la Señora Carmen), ya que la alfarera es quien hace la pieza, lo que también indica cómo conciben el proceso de producción.

1.7 El Capital Social

Un supuesto central en este estudio es que la alfarería en la región de Amatenango del Valle es la actividad económica y cultural que ha incidido en la mejora de los niveles de desarrollo humano locales y que es posible, dadas las relaciones de confianza, participación y cooperación existente en las redes de las alfareras, que el factor que hace la diferencia, teóricamente, es el *capital social*.

Ahora bien, de este concepto encontramos diversos puntos de vista, que a continuación se revisan.

Bustamante (2003) indica que las dimensiones de las identidades culturales y locales, el capital social y el territorio son factores centrales en el éxito del desarrollo de y por parte de los pueblos indígenas, por lo que:

El marco conceptual del Capital Social aporta la comprensión de cómo las características socioculturales de los actores facilitan acciones de tipo colaborativas, de emprendimiento y asociatividad local, factores claves en las perspectivas de desarrollo local y de superación de la pobreza (8).

Arraigada, Miranda y Pavez (2006) delimitan con gran precisión la existencia de diversos activos dentro de los diferentes capitales con los que cuenta el ser humano; englobando dentro del capital humano los “activos que se tienen derivados de las relaciones de una persona con otros y por su participación en organizaciones. Tales relaciones facilitan el acceso a otros recursos” (8).

Durston (1999) define al Capital Social como el contenido de ciertas relaciones sociales mejor expresadas en actos de confianza, reciprocidad y cooperación, que proveen mayores beneficios a aquellos que cuentan con capital social que a los que no cuentan con él. También nota que el capital social se activa solamente en tiempos de necesidad, riesgo u oportunidad. Finalmente, reconoce la naturaleza dinámica de este tipo de capital cuando se relaciona con proyectos particulares que requieren de la movilización de diferentes aliados.

Para Bourdieu (1986) el capital social consiste en el conjunto de re-

cursos reales y potenciales vinculados a la posesión de una red durable de relaciones más o menos institucionales que procura beneficios de reconocimiento mutuo. Implica estabilidad social y puede derivar en bienes del grupo.

Por su parte, Coleman (1990) define el capital social por su función. Según este punto de vista, el capital social no contiene una sola entidad, sino una variedad de entidades pero con la característica común de constituir algún aspecto de la estructura social y de facilitar acciones, intereses y recursos en capital humano para los individuos dentro de la estructura; en este sentido el capital social es una estructura relacional y funcional (Adler y Kwon, 2002).

Putnam (1993: 167) define como Capital Social aquellos “rasgos de la organización social como confianza, normas y redes que pueden mejorar la eficiencia de la sociedad facilitando acciones coordinadas” que resalta la existencia de una comunidad cívica, la cual resulta de un “proceso histórico, cuyas tradiciones asociativas son preservadas mediante el Capital Social” y que como forma de organización “permite evitar los dilemas de la acción colectiva mediante lazos de confianza social”. Las relaciones de confianza personal llegan a generar una confianza social o confianza generalizada cuando prevalecen normas de reciprocidad y redes de compromiso cívico (Lechner, 2000).

Estas relaciones de confianza ocurren en aspectos tales como las relaciones sociales primarias familiares, el proceso de enseñanza aprendizaje de los actores sociales, la elección y formación de organizaciones sociales formales que implican el reconocimiento a la capacidad de dividir las funciones conforme a las aptitudes descubiertas en cada individuo que tienden a la colaboración y a la disminución de adversidades y diferencias encontradas de manera individual por los actores.

El capital social se refiere a colectivos, comunidades y ciudadanía en general, pero como agregación de bienes individuales (Flores y Rello 2002); su visión no se basa en el conflicto de intereses sino por el contrario en el consenso y los acuerdos basados en la confianza (Chiasi 2004, Winter 2001).

Así entonces se parte del supuesto de que en la región de estudio las redes sociales se basan en este capital social que les ha permitido, no sólo la creación de niveles de producción y comercialización, sino incluso evolucionar a la par de las exigencias del mercado, fomentando innovaciones a lo tradicionalmente considerado como actividad alfarera y tiende a reforzar y especializar más las organizaciones existentes, en tanto el acceso al mercado y a las exigencias que este le impone, da funciones y operaciones

diferenciadas a los miembros de las región, orientándolas a generar canales en los que son indispensables la cohesión y el beneficio colectivo.

Dentro de la concepción de etnodesarrollo como culturalmente diferenciado trascienden los conceptos *territorio* y capital social. En Amatenango del Valle se constata la posibilidad de utilizar los recursos naturales que el territorio les ofrece y les insta a desarrollar capacidades sociales y estrategias asociativas o de cohesión que les permite gestionar su propio desarrollo, es decir, esta investigación constata la forma como los actores sociales crean y fomentan las relaciones de colaboración, confianza y reciprocidad que les funcionan en la búsqueda del beneficio común.

Además, sobresale como uno de los componentes de la *cooperación* regional su relación con la *identidad*, ya que “la cooperación efectiva y la interacción entre actores estará sujeta a que se identifiquen con una problemática común y estén dispuestos a acordar soluciones y tomar decisiones colectivas” (Barreiro, 2000: 7) ya que como se ha explicado en el apartado correspondiente, el ser alfarera reviste el reconocimiento tanto individual como comunitario de pertenencia, por ende cuando se analiza el capital social dentro del territorio, las relaciones sociales e individuales son relevantes, por lo que es pertinente incluirlo como variable explicativa de los procesos socioeconómicos y culturales.

Zarazúa, Almaguer y Rendón (2012) realizan toda una disertación conceptual acerca de la posibilidad de considerar la confianza, las normas y redes sociales como elementos de mejora para el desarrollo de la sociedad, afirmando incluso que se facilitan las relaciones e intercambios con un costo de transacción menor, por permitirse “cálculos sobre el comportamiento de los otros” (109).

Los mismos autores refieren a Putman al manifestar que el capital social es incluso más relevante para la prosperidad que el capital económico, considerándose la existencia de vínculos más estrechos dentro del territorio donde el parentesco y la familia otorgan mayor cohesión que en aquellas en las que se vinculan por adopción de innovaciones o por transferencia tecnológica.

En términos operativos:

El Capital Social es visible a través de las redes o vínculos que los sujetos establecen con otros individuos, grupos o instituciones, que pueden ser de tres tipos: de afecto y cercanía al interior de un grupo (*bonding*), redes comunitarias y vecinales entre grupos semejantes (*bridging*), o redes con grupos o asociaciones externas y con distintas clases de recursos (*linking*)” (Serrano, Alarcón y Tassara, 2006: 27).

Por todo ello y para efectos de esta investigación definiremos al capital social como las relaciones sociales de participación, cooperación y asociación que con base en la confianza y la reciprocidad, permiten a las personas obtener beneficios y recursos a través de su participación, cuya representación se observa en las redes familiares, vecinales o las de conveniencia, es decir, aquellas que orientan la actividad productiva para la generación de beneficios económicos a la localidad.

Estas relaciones de confianza ocurren en espacios tales como las relaciones sociales primarias familiares y en el caso específico de la alfarería, aquellas relaciones que forman parte del proceso de enseñanza aprendizaje de los actores sociales, la elección y formación de organizaciones sociales formales o no, que implican el reconocimiento a la capacidad de dividir las funciones conforme a las aptitudes descubiertas en cada individuo, y que tienden a la colaboración y a la disminución de adversidades y diferencias encontradas de manera individual.

Así mismo, el capital social se concibe como un recurso que los actores sociales pueden movilizar a través de sus amigos, allegados o relaciones más lejanas, que incluyen no solamente bienes materiales o económicos, sino también información, contactos, relaciones, etc. Tiene que ver con aspectos culturalmente reconocidos como los dichos populares –“Dime con quién andas y te diré quién eres”. Además, existen diferentes niveles de capital social, según la categorización de alfarera que se construya.

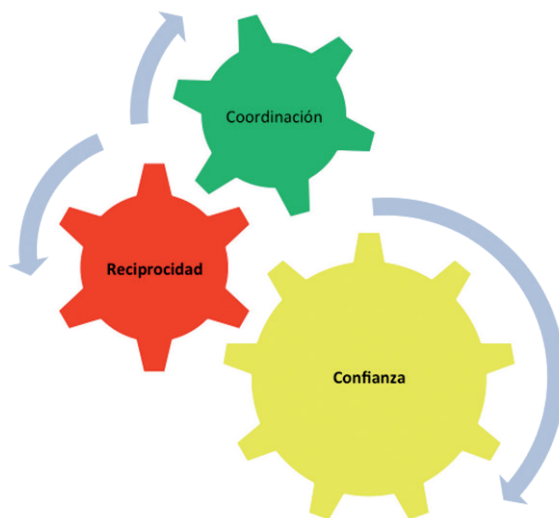
Entonces, a mayor capital social mayor densidad en la existencia de redes sociales duraderas, lo que implica la conformación de una estructura social reconocida en el lugar donde se lleva a cabo, que cuenta con estabilidad, permanencia, y que se institucionaliza (Vargas, 2002: 102). Así en la región de estudio, los aspectos identitarios que se transmiten de generación en generación, están intrínsecamente relacionados al etnodesarrollo; es decir, en el intercambio existente entre los integrantes de la red se otorgan legitimaciones, reconocimientos a decir de Bordieu (2000) que fijan incluso los límites del grupo o red, por lo que:

la red es el resultado de la relación de los grupos humanos que sostienen dos o más personas con el propósito de ayudarse, realizar negocios o llevar a cabo cualquier actividad articulada con sus intereses. Los rasgos familiares, de negocios o de producción son los más comunes encontrar en las redes sociales que se efectúan entre los integrantes de la sociedad. La manera en que se van estableciendo las redes, es a partir de la actividad y del proceso de desarrollo del individuo en su grupo social, en el cartabón de los comportamientos y leyes socialmente legitimados” (Lugo-Morin, 2009: 23).

Ahora bien, cuando las relaciones de capital social se analizan a partir de su dimensión política, se materializan como capacidad de decisión, que a través de sus dinámicas cotidianas admiten contenidos diversos. Aquí la noción de control cultural ayuda a visibilizar los recursos que permiten la autonomía de la región (materiales, de organización, intelectuales y simbólicos) y que se deciden desde los actores sociales; en este sentido, “el etno-desarrollo consistirá en una ampliación y consolidación de los ámbitos de la cultura propia, es decir, en el incremento de la capacidad de decisión del grupo social” (Bonfil, 1995: 470).

Aunado a lo anterior, las decisiones que las mujeres de Amatenango toman acerca de la alfarería, se realizan de acuerdo a sus especificidades culturales, fomentándose a través de relaciones de capital social que inciden en la producción, el comercio, la organización social, y el liderazgo regional, lo que se constata en el análisis de dicho recurso orientado hacia la autonomía (Imagen 4).

Imagen. 4 Capital social y la autonomía



Fuente: Elaboración propia

1.8 El papel del Estado dentro de la Región de estudio

Garzón Valdés manifiesta, “lo que necesito no depende del funcionamiento de mi cerebro, sino de cómo es el mundo” (Garzón Valdés, 2004:

53), es decir, al establecerse políticas públicas, debe entenderse que se trata de la manera como el Estado concibe la relación que tendrá con sus gobernados, es preciso situarse en la realidad a la que atiende, y, en la particular naturaleza del Estado mexicano, “este concepto se encuentra estrechamente relacionado con acciones a combatir la pobreza” (Morales y Venegas, 2013: 124).

De igual forma, dentro de la idea del Estado Democrático, se concibe una sociedad en la que todos somos iguales, es decir, aquella en la que “todos sus miembros gozan de los derechos directamente vinculados con la satisfacción de sus necesidades básicas” (Garzón Valdés, 2004: 51), igualdad que requiere, a decir del autor, de un actuar que debe verse en dos sentidos: el estatal, que se refiere al actuar de las autoridades nacionales para proveer la satisfacción de las necesidades básicas de los ciudadanos; y por el lado de los actores sociales, en el ceder parte de sus reglas o principios para alcanzar este beneficio común, más cuando se trata de comunidades indígenas.

Por ello, es indispensable que las instituciones como entes del Estado realicen las políticas públicas tendientes a disminuir e incluso eliminar las grandes desigualdades sociales del país, “considerando al individuo como agente moral con la posibilidad de un desarrollo humano decente y su posibilidad de actuar de la manera en que con él se asegure una mayor libertad individual” (Garzón Valdés, 2004: 54).

Esta manera colegiada de actuar en beneficio social, otorga por un lado la obligación de sujetarse a normas jurídicas concretas preexistentes, un sistema normativo que comprende leyes, instituciones, procedimientos y políticas públicas en concreto; y por otro una sociedad que promueva las opciones de desarrollo conforme a sus intereses, necesidades y alternativas dentro del Estado al que pertenecen, lo que para la integración del desarrollo indígena en las políticas públicas nacionales es eminentemente discursivo, ya que la dominación ha sido un elemento constante.

Desde la perspectiva teórica, el concepto “Estado” surgió como una institución normativa, imperativa y regente, en sus orígenes el actuar del gobierno (la política) era entendido como una función de los ciudadanos, quienes discernían y decidían el actuar interior; con el transcurso del tiempo, el Estado se vuelve totalitario, llegando incluso el siglo XV con expresiones como la de Luis XIV: “el Estado soy yo”, o en las sociedades comunistas en las que la participación de la sociedad es casi nula.

Para el caso de los pueblos indios el Estado ha declarado “el reconocimiento a la pluriculturalidad de la nación mexicana y una nueva relación

entre los pueblos indígenas, la sociedad mexicana y el Estado” (Cruz, 2001: 70) lo que fuera del discurso ha sido en realidad para la política pública indigenista prevaleciente en México orientada más hacia la asimilación que al reconocimiento de lo culturalmente diferenciado.

Azíz y Alonso (2005) conciben al Estado como una serie de instituciones sociales que controlan un territorio y sus habitantes: “El Estado tiene cuatro dimensiones esenciales: configura un conjunto de entes burocráticos, establece un entramado de reglas legales, constituye un foco de identidad colectiva y la credibilidad de ser el realizador de un bien común” (65).

Por su parte, Marcos (1997) define al Estado como

una expresión que hace referencia a un tipo de organización política determinado por los medios de producción que resulta, en un tiempo y lugar específico, del ejercicio del poder entre la minoría que tiene la posibilidad de gobernar y la mayoría que es gobernada (186).

Así el Estado mexicano atiende las demandas sociales como rector de la sociedad, tal como establece el artículo 25 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, el cual será diseñado para planear, conducir, coordinar y orientar la actividad económica, además de como lo expresa de forma textual: “facilitar la organización y expansión económica del sector social”.

La experiencia de México ha sido la implementación de políticas públicas gubernamentales hacia las regiones, traducidas en programas o planes de desarrollo, que desde la década de los 40 con el surgimiento del Instituto Nacional Indigenista (INI), han sido políticas indigenistas cuya la intención de Estado ha sido la de integrar a los territorios étnicos, a las costumbres de “lo nacional”, “lo vanguardista” y “lo moderno” y que han tendido a generar su dependencia socioeconómica.

Según la teoría del Estado el surgimiento de los Estados Nacionales se justifica como la organización de una sociedad que convive dentro de un mismo territorio y que, a través de la delegación realizada por medio de la soberanía, otorga a este ente jurídico superior la facultad de gobernarlo. Así, el Estado es quien organiza el poder público y a través de las atribuciones otorgadas a cada órgano que lo conforma establece las políticas que privarán para su desenvolvimiento. Es a través del poder ejecutivo como titular de la administración pública a quien compete la organización administrativa del Estado (Serra, 1990).

Aunado a ello, el desarrollo regional tiene como objeto de investigación las desigualdades sociales y económicas existentes y que no permiten

el crecimiento a pesar de las decisiones estratégicas tomadas en la definición de las políticas públicas. Con lo que se pretende combinar las potencialidades del desarrollo endógeno y los recursos y políticas exógenos, considerándose procesos, duración y participación de la sociedad local.

1.9 Políticas Públicas en México

En nuestro país, conforme a lo establece la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, compete al Estado la dirección de las políticas públicas por lo que todos los programas y presupuesto de atención deben sujetarse y ser acordes al Sistema Nacional de Planeación, quien dicta los lineamientos y requisitos para la conducción de la política pública nacional.

Conforme a las necesidades y la atención que otorga el Estado al desarrollo de sectores vulnerables y locales, la política pública de desarrollo social es la encargada de velar y promover una mejora en la vida de los ciudadanos, y para el caso de nuestro planteamiento, aquella que tiende a fomentar el desarrollo de las mujeres artesanas, en específico alfareras, en la región de estudio, política que genera programas, presupuestos y resultados orientados hacia la mejora en el desarrollo de las condiciones de vida de su población objetivo.

Este trabajo parte del supuesto de que la alfarería es un modelo de etnodesarrollo que posee elementos culturales y económicos que constituyen para las mujeres indígenas de la región en ocasiones, la única vía de ingresos económicos a obtener por sus propios medios, lo que genera impactos en la economía doméstica y otorga en cierta medida la posibilidad de mejoras en la vida familiar, el cual debe ser reconocido ya que es un modelo de desarrollo endógeno que ha permitido a la comunidad decidir su destino y mantener la identidad y cultura que los define y defienden.

Igualmente, en función a esta actividad artesanal, Ramos Tuñón (2004: 55) refiere “la estrecha relación entre las características socioculturales y la cosmovisión de cada pueblo con sus modos de producción y con diversos aspectos de la vida material y simbólica” que se desarrolla durante el proceso de producción y comercialización, lo que otorga también la posibilidad de continuar con identidades y tradiciones que representan el ser y vivir de las mujeres de Amatenango del Valle.

A decir de Ramos (2000) la alfarería de Amatenango asigna actividades acordes al género y a la disponibilidad de tiempo de los miembros del grupo familiar: los hombres son los encargados de la extracción de la leña y las mujeres obtienen el barro, realizan las piezas artesanales y la comer-

cializan; la elaboración y quema de las artesanías sucede de manera individual, mientras que la comercialización implica para las mujeres la necesidad de reunirse para encontrar vías de comercialización más generales, que incluso ha llevado a algunas a generar sociedades formales legalmente constituidas para la obtención de recursos a través de los programas sociales, aunque a decir de Zapata y Suárez (2003) la atención de las políticas públicas hacia la alfarería ha sido mínima y no ha servido para superar las condiciones de pobreza de las localidades, además de que la orientación de esos apoyos va hacia la producción y comercialización de los productos sin considerar innovaciones tecnológicas.

El Estado facilita que la ley contemple la posibilidad de que los ciudadanos se organicen de forma pacífica y ordenada para la toma de decisiones; (Artículo 9º de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos) por lo que la generación de redes sociales que buscan atender las problemáticas locales es legal pero hasta este punto aún no es legítima.

La legitimidad se manifiesta como la posibilidad de ejercer un poder fáctico sin la necesidad de utilizar coacción de por medio, en otras palabras, que la apropiación del problema y la solución del mismo pertenezca e identifique a la red social y por consecuencia la involucre.

La gran ventaja de la participación ciudadana organizada en redes supone eso, la legitimidad a la toma de decisiones políticas, a su formulación, implementación, evaluación y retroalimentación necesarias. Ser parte del problema y de la solución orientada a resultados plausibles y mediatos involucra cada vez más a la ciudadanía en su participación activa en la forma de vida política que desean tener.

1.9.1 La política pública

No hay que olvidar que a decir de Aristóteles, el hombre es un animal político, un *Zoon Politikon* con capacidad de organizar una vida sociopolítica, en comunidades que le significan la conformación de comportamientos y condiciones tales que ejercita diariamente sus facultades políticas dentro de la ciudad.

Desde que en Roma el poder político estaba representado por el emperador, hasta la célebre frase de Luis XIV “El Estado soy yo” o las grandes revoluciones sociales y la actual toma de decisiones centradas en la voluntad popular (democracia), la sociedad ha buscado posicionar sus demandas, ejecutarlas y de acuerdo a la nueva gerencia pública, analizarlas, evaluarlas y modificarlas conforme se desarrollan.

Para entender qué son las políticas públicas, Aguilar (1993) afirma que es necesario diferenciar dos conceptos, que en nuestro idioma no tienen traducción: *Politics* (política), *policies* (políticas). El primero es entendido como las relaciones de poder, los procesos electorales, las confrontaciones entre organizaciones sociales con el gobierno. El segundo tiene que ver más con las acciones, decisiones y omisiones por parte de los distintos actores involucrados en los asuntos públicos.

Según William Ascher, (citado por Aguilar, 2000), la ciencia política debe tener un enfoque multidisciplinario, dinámico y con decisión, no sólo como “acontecimiento de un solo momento”, ya que está puesta su atención en la conducta humana. La ciencia política tiene su predecesor en el conductismo multidisciplinario, ya que la conducta humana es el punto de partida, la acción individual y su interés en la reforma política, la democracia, el bienestar económico y social.

Igualmente Aguilar (2000) refiere a Laswell quien establece cinco tareas: 1) clarificación de metas, 2) tendencias, 3) condiciones, 4) proyecciones y 5) alternativas; los principios en los que se basa son: el compromiso con la dignidad humana y los derechos humanos y la ayuda que otorga a la sociedad para alcanzar la comprensión en sí misma.

Para Jiménez (1998), en Latinoamérica, tanto la crisis económica que afectó de 1978 a 1982 y la consecuente reestructura de los estados, inició con una tendencia de rechazo absoluto a la intervención estatal, en un momento histórico que se traduce en una ruptura entre dos épocas, generando polarizaciones (desempleo y pobreza/ apertura económica e internacionalización) que se vislumbran como crisis sin referencias ni mediaciones que ofrezcan alternativas de solución desde los partidos, los Estados o los sectores sociales (Miklos, 2000).

Este rompimiento ha generado un espacio hacia las propuestas sociales en lo que lo cercano a la acción lo hace cotidiano; sin embargo, esta posibilidad de acercamiento a la ciudadanía a lo político basada en la necesidad de interactuar y realizar acciones civiles generan la ciudadanización y el surgimiento o desarrollo de organizaciones sociales prospectivas.

El neoliberalismo se entiende entonces como una forma del Estado que plantea la apropiación de lo privado sobre lo público, es decir, los ciudadanos tienen que construir el espacio social, político y económico que origine instituciones renovadas y depuradas de los vicios anteriores, una nueva relación entre éstas y la sociedad civil más compleja y con mayor protagonismo de los ciudadanos, quienes corren el riesgo de tornarse apáticos, confusos o desorientados.

Así las políticas son el diseño de una acción colectiva en ámbitos intencionales, incluso el curso que toma la acción como resultado de las decisiones e interacciones que comporta, son los hechos reales que la acción produce. Una forma de abordar la acción del Estado mexicano en los sectores sociales radica en analizar teóricamente a esta figura como la generadora y aplicadora de la política social; el acercamiento al concepto Estado está vinculado al liberalismo, y que ha ido consolidándose conforme el devenir histórico, modificando su contenido y sus alcances, la participación de sus actores y la forma de intervención de cada uno de ellos en el actuar diario.

Al hablar de política pública se alude a los procesos, decisiones, resultados, incluso conflictos entre intereses presentes en cada momento, tensiones entre diferentes definiciones del problema a resolver, entre organizaciones, acciones y perspectivas evaluadoras: significa la existencia de pugnas de poderes en conflicto, enfrentándose y colaborando ante opiniones y cursos de acción específicos, considerando a todos los agentes involucrados en ellas. Como lo explica Medellín (2004):

Lo específico y peculiar de la política pública consiste en ser un conjunto de acciones intencionales y causales, orientadas a la realización de un objetivo de interés / beneficio público, cuyos lineamientos de acción, agentes, instrumentos, procedimientos y recursos se reproducen en el tiempo de manera constante y coherente (con las correcciones marginales necesarias), en correspondencia con el cumplimiento de funciones públicas que son de naturaleza permanente o con la atención de problemas públicos cuya solución implica una acción sostenida. La estructura estable de sus acciones, que se reproduce durante un cierto tiempo, es lo esencial y específico de ese conjunto de acciones de gobierno que llamamos política pública (10).

Estas acciones deben tomar en cuenta a los individuos, a las agencias y a las sinergias y discusiones originadas en su seno para lograr la imposición de una dirección, que circunscribe a la sociedad y que justifica el existir del Estado.

1.9.2 La política pública de desarrollo social

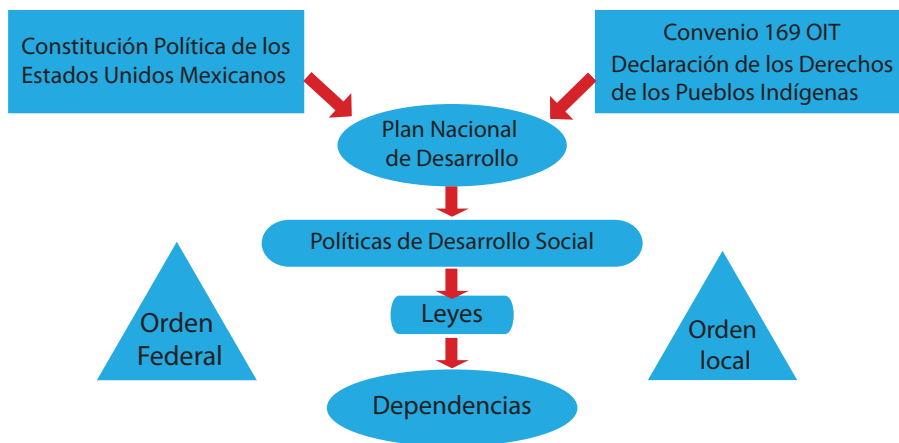
La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM), documento rector en la legislación nacional, establece en el artículo 26 que la rectoría estatal derivará en un Sistema Nacional de Planeación, el que normará e instrumentará los planes y programas de desarrollo a implementarse, lo que se traduce en leyes y en atribuciones a los entes públicos, así como presupuestos y acciones a ejecutar.

Al respecto, Guerrero (2000) ha puntualizado que la administración pública:

no es un hecho aislado, sino una serie compleja y concatenada de actos. Son actos porque administrar es esencialmente hacer.... Los actos administrativos deben incidir en la cosa pública porque están relacionados con la sociedad toda, con independencia del carácter que tengan; por consiguiente, la administración pública puede definirse, en sentido objetivo, como una serie de acciones ejecutadas por la autoridad pública de acuerdo a la forma de la Constitución, sobre materias interesantes a la cosa pública (100).

En materia administrativa, ninguna institución, dependencia o entidad puede funcionar fuera del marco de la ley, es decir, debe circunscribirse a lo establecido dentro de la normativa, considerando las razones para la cual fue creada, considerando su actuar, presupuesto, planeación y programación, existiendo para tales efectos elementos de política que podrían esquematizarse de la siguiente manera (Imagen 5):

Imagen 5. Esquema de la política pública de Desarrollo Social analizada.



Fuente: Elaboración Propia acorde a la legislación de la materia

Así, Castro (2009) define la política de desarrollo social como:

un conjunto de herramientas que emplea el Estado para impulsar el desarrollo de la sociedad elevando los niveles de vida de la población en sus diferentes aspectos económicos, sociales, políticos y culturales que le permitan a los habitantes de la sociedad vivir una vida digna, con calidad en sus múltiples dimensiones (41).

Estas políticas tienen la finalidad de dar cumplimiento a los menesteres y requerimientos de la sociedad, bajo la concepción del bien común, uno de los principios rectores del derecho administrativo y del actuar institucional del Estado. Ander-Egg (1995) por su parte, define la política social como:

un conjunto de acciones que como parte de las políticas públicas, tiene el propósito de mejorar la calidad de la vida mediante la prestación de una serie de servicios sociales que procuren atender las necesidades básicas de todos los ciudadanos, asegurando unos niveles mínimos de vida, alimentación salud, educación y vivienda. Asimismo, tiene como propósito disminuir las desigualdades sociales (286).

En México, retomando a Castro (2009), la política de desarrollo social puede dividirse en cuatro etapas diferentes: 1) Estado de bienestar, 2) Modelo de Desarrollo Estabilizador; 3) Modelo de Desarrollo compartido y 4) Estado neoliberal, los que se categorizan (Tabla 2):

De lo anterior se puede interpretar que el Estado nacional está obligado a crear los programas e instituciones acordes a las necesidades de la sociedad, y es evidente que la posibilidad del crecimiento económico es una de ellas; sin embargo, ha dado paso a la inclusión de actores que de manera activa participan en la creación de alternativas económicas para permitir la supervivencia de los ciudadanos.

En contraparte, el etnodesarrollo, como alternativa de desarrollo surge en el Convenio 107 de la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

Ahora bien, la actividad artesanal de las mujeres apoyadas por políticas públicas diseñadas para impulsar la competitividad de sus productos, ha dado resultados adversos a los planeados por la falta de coherencia entre los objetivos y la realidad social. Con ello se contraviene la razón de ser de dichas políticas públicas, e incluso aparecen como contrarias a los propósitos y aspiraciones de las mujeres, quienes además poseen elementos culturales específicos que requieren ser considerados para la implementación de aquellas.

En este sentido se constata que el etnodesarrollo, en tanto integración de la toma de decisiones locales para la conducción de la vida propia de la comunidad, no se considera dentro de las políticas públicas estatales, teniéndose sólo elementos que intentan integrar el actuar de la región a un esquema de competitividad sin identidad.

Tabla 2. La política de Desarrollo Social en México

Etapa	Demandas	Contexto
<p>Estado de bienestar (1934-1940). Programa inspirado en ideales constituyentes, plan sexenal con orientación ideológica socialista, acciones de apoyo estatal a partir de la movilización de la población.</p>	<p>Reforma agraria, distribución masiva de tierras, créditos y apoyos para industrializar al país</p> <p>Desarrollo y consolidación capitalista en México, promoción y estabilización del crecimiento económico y de infraestructura tendiente a la industrialización, modelos de sustitución de importaciones y desarrollo estabilizador. Milagro mexicano.</p>	<p>Apoyo Gubernamental</p> <p>Estado es responsable directo de la prestación de servicios sociales, crecimiento de las “grandes urbes” (beneficios y desventajas), segregación, deuda externa, desempleo, desigualdad social.</p>
<p>Modelo de Desarrollo Estabilizador (1940-1970)</p> <p>Cárdenas, Ávila Camacho, Alemán, Ruiz Cortines, López Mateos y Díaz Ordaz</p> <p>Modelo de Desarrollo compartido (1970-1976)</p> <p>Luis Echeverría Álvarez</p> <p>Alianza para la producción</p> <p>José López Portillo</p>	<p>Fase crítica, aparecen los altos costos sociales observables en niveles de desempleo y malos salarios; primeras protestas públicas de los sectores de menores ingresos, aumento considerable en presupuesto para el bienestar social, déficit de financiamiento del sector público, contracción de producción y proceso inflacionario incontrolable.</p>	<p>Leve recuperación económica fundada en el auge petrolero, espejismo temporal; acuerdo con alto perfil populista, creación y apoyo de instituciones y programas sociales.</p>
<p>Estado Neoliberal (1982 a la fecha)</p>	<p>Adelgazamiento del Estado a partir de la privatización de las empresas e instituciones públicas y liberalización comercial</p>	<p>Pugna por distribución equitativa de resultados de desarrollo, combate a la inflación, protección al empleo y ampliación de participación de la sociedad en procesos políticos y económicos.</p> <p>Atención a demandas prioritarias de bienestar social: seguridad pública, educación, alimentación, salud y asistencia social, alimentación, vivienda, servicios básicos, acceso y promoción de la cultura, deporte y esparcimiento.</p>

Fuente: Elaboración propia con información de Martín Castro Guzmán

1.9.3. El marco jurídico del Desarrollo Social en México

Como se ha referido, el Estado mexicano, conforme al artículo 25 constitucional, es el encargado de planear, conducir, coordinar y orientar la actividad económica, además de “facilitar la organización y expansión económica del sector social”. De igual forma, se genera un Sistema Nacional de Planeación que establece entre sus políticas públicas la de Desarrollo Social como la encargada de atender a la población vulnerable del país.

En este orden de ideas, la política de Desarrollo social se contempla dentro de la Ley General de Desarrollo Social del año 2004, la que tiene como objeto garantizar los derechos sociales consagrados en la Constitución, asegurando a toda la población el acceso a los mismos; de igual forma, establece el Sistema Nacional de Desarrollo Social en el que participan las entidades federativas y los gobiernos municipales, determinando sus competencias, las bases para la concertación de acciones incluidas las del sector privado incluso y el fomento al sector social de la economía.

Se observa claramente la incorporación del desarrollo humano a la política de desarrollo social, definiéndose la libertad como la capacidad de las personas para elegir los medios para su desarrollo personal y su participación en el desarrollo social, otorgando de igual forma el respeto a la diversidad y reconociendo la libre determinación y autonomía de los pueblos indígenas y sus comunidades.

Asimismo, indica que se consideran derechos para el desarrollo social la educación, la salud, la vivienda, el disfrute de un medio ambiente sano, el trabajo y la seguridad social de la que son sujetos toda persona o grupo vulnerable para disminuir la desventaja y la desigualdad.

Entre los objetivos de esta ley están el promover un desarrollo económico con sentido social, que propicie y conserve el empleo, eleve el nivel de ingreso y mejore su distribución, fortalecer el desarrollo regional equilibrado, y garantizar formas de participación social en la formulación, ejecución, instrumentación, evaluación y control de los programas de desarrollo social.

La política nacional de Desarrollo Social debe incluir, cuando menos, las siguientes vertientes: 1) superación de la pobreza a través de la educación, la salud, la alimentación; 2) la generación de empleo e ingreso, autoempleo y capacitación; 3) seguridad social y programas asistenciales; 4) desarrollo Regional; 5) infraestructura social básica, y 6) fomento del sector social de la economía.

La ejecución de los programas generados por esta política pública

compete principalmente a los municipios, de acuerdo a las reglas de operación que emite el Ejecutivo Federal, excepto en los casos expresamente asignados, legal o administrativamente, a una dependencia, entidad u organismo federal, estatal o del Distrito Federal.

Se entiende que son prioritarios y de interés público aquellos programas dirigidos a las personas en condiciones de pobreza, marginación o en situación de vulnerabilidad; a zonas de atención prioritaria a los programas y fondos públicos destinados a la generación y conservación del empleo, así como a las actividades productivas sociales y a las empresas del sector social de la economía.

De igual forma se consideran zonas de atención prioritaria las áreas o regiones, sean rurales o urbanas, cuya población registra índices de pobreza, marginación indicativos de la existencia de marcadas insuficiencias y rezagos en el ejercicio de los derechos para el desarrollo social establecidos en esa Ley. Para determinar los beneficiarios, el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL) emite una serie de criterios, que generalmente están supeditados al monto destinado en la partida presupuestal del caso. En el aspecto financiero, se consideran los recursos correspondientes al Ramo Administrativo 20 “Desarrollo Social”.

Considerando lo anterior, la política pública a la que concierne y debe contener lo relativo al etnodesarrollo en nuestro país de la cual la región alfarera de Amatenango del Valle es un ejemplo, es a la de Desarrollo Social, ya que cumple con los requisitos necesarios para ser contemplada dentro de sus planes, programas, metas y objetivos.

Capítulo 2.

La región “Alfarera de Amatenango del Valle” y su atención por el Estado de los programas de política pública de Desarrollo Social

El objetivo de este capítulo es realizar una revisión de las políticas públicas de Desarrollo Social que han incidido en la Región Alfarera de Amatenango del Valle, además de una reflexión crítica.

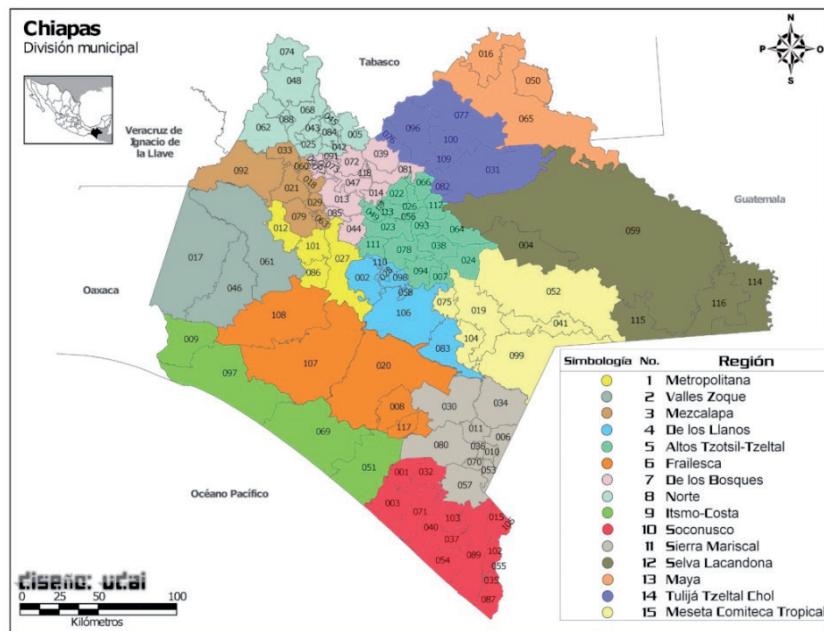
2.1. La región Alfarera de Amatenango del Valle

Según datos del Censo mexicano de Población y Vivienda de 2010, el 6.8% de los hombres y el 6.6% de las mujeres mayores de 5 años habla alguna lengua indígena, lo que equivale a más de 6.6 millones de personas en el país. El 33.7% de las mujeres indígenas mayores de 15 años son analfabetas, un porcentaje que se reduce al 19.1% en el caso de los hombres. Las tasas de ausentismo escolar también son notablemente altas: el 42% de las mujeres que tienen entre 6 y 23 años.

El municipio de Amatenango del Valle se encuentra ubicado en la parte central del estado de Chiapas (Ver imagen 63), situado a los 16° 31'43" de latitud norte y a los 92° 25'56" de longitud oeste; cuenta con una extensión de 236 km² y una población de 8,728 habitantes, la población total del municipio representa 1.36% de la regional y 0.17% del Estado; el 48.64% son hombres y 51.36% mujeres. Su estructura es predominantemente joven, 56% de sus habitantes son menores de 30 años y la edad mediana es de 18 años. (INEGI, Censo de población y vivienda, 2010).

Limita al norte con el municipio de Huixtán, al sur con el de las Rosas y Venustiano Carranza, al este con Comitán y Chanal y al oeste con Teopisca (Chiapas, 2013). Es una región montañosa con terrenos accidentados, con tres arroyos principales: Amatenango, San Nicolás y Pie de Cerro. Su clima es templado con una temperatura media de 16° C y sus principales celebraciones ocurren el día de la Santa Cruz (3 de Mayo) y el día de San Francisco (4 de Octubre).

Imagen 6. Mapa de la regionalización socioeconómico administrativa del Estado de Chiapas



Fuente: Tomada de www.chiapas.gob.mx

Es un pueblo alfarero de tradición antigua, destacándose su actividad, moldeada cien por ciento a mano, no obstante lo anterior, dentro de los registros oficiales correspondientes al medio económico, la alfarería se encuentra referida dentro de los atractivos turísticos (Chiapas, perfiles municipales, 2013).

Cuenta con 1,827 hogares, y de acuerdo a los resultados que presentó el II Censo de Población y Vivienda, habitan un total de 4,568 personas, que hablan alguna lengua indígena. Conforme al Consejo Nacional de Población (CONAPO), este municipio está catalogado como de muy alta marginación, presentando un porcentaje de 47.45% de analfabetismo.

La alfarería es una de las principales actividades industriales de la región. Es una forma de producción utilizada dentro de la unidad doméstica, que tiene implicaciones tanto económicas como culturales y que se manifiesta como alternativa de desarrollo endógeno que esta región presenta a las mujeres.

Este municipio está dentro de los 125 municipios con menor Índice de Desarrollo Humano (IDH), teniendo para el 2010 un IDH de 0.5633. Es importante precisar que, a pesar de ser un municipio de composición eminentemente indígena, se encuentra en el lugar 18 del índice de Desarrollo Humano para los Pueblos Indígenas (IDHPI), es decir tiene un desarrollo mayor que los restantes.

El municipio de Amatenango del Valle está compuesto por 40 localidades: El Rosario, Estación Guadalupe, Guadalupe Porvenir, La Cañada, La Gloria, La Granada, La Merced, La Tejonera, Los Cipreses, Manzanillo, María Cristina, Rancho Nuevo, Rancho Viejo, Rosario Tzontehuitz, San Agustín, San Antonio Buenavista, San Caralampio, San Caralampio Chavín, San Caralampio Dos, San Carlos, San Gregorio, San Isidro, San José Cruz Quemada, San José la Florecilla, San José la Reforma, San José Yojulún, San Juan del Río, San Miguel el Alto, San Nicolás, San Ramón Buenavista, San Salvador Buenavista, San Sebastián, San Vicente la Piedra, Santa Anita, Santa Rosa Tzajala, Santiago Buenavista, Tepeyac, Unión Buenavista y Yalchitán; mientras que la cabecera municipal está compuesta, además de calles por los barrios El Madronal, Pie del Cerro, Santa Cruz, El Cipresal, Cascajal y Tulancá.

Este trabajo se realizó en la cabecera municipal, por ser el lugar que se identifica con la actividad alfarera por tradición en la región, además de que es sabido en la localidad que la distribución de las viviendas en la cabecera municipal está fuertemente influenciada por la actividad que realizan los habitantes, en la que se constata la preponderancia de la alfarería única en la región, en la que viven las alfareras que han realizado las mayores innovaciones a los procesos y los productos, así como también aquí se concentran las organizaciones por ellas creadas, de igual forma, la existencia del corredor comercial y la cercanía del sitio en el que obtienen la materia prima.

En esta zona centro o primer cuadro cuenta además de las dependencias gubernamentales (Palacio Municipal, Clínica del Sector Salud y a una cuadra el Juzgado de Paz Mixto) y la Iglesia de San Francisco de Asís, además las alfareras más reconocidas de la localidad viven en esta zona central de la cabecera municipal.

En Amatenango se realizan otras actividades, como el bordado de textiles, principalmente blusas, que se encuentran en un segundo término y se realiza sobre todo en Tulancá,

Destaca también que las alfareras que viven dentro de esta área son aquellas que cuentan con características no sólo de productoras, sino de intermediarias o incluso de lideresas, mientras que en el Madronal y en el Cascajal habita la gran mayoría de las productoras menos especializadas.

La infraestructura básica de Amatenango del Valle, dentro de la Región Altos del estado de Chiapas, es superior a la media: el acceso a la cabecera municipal se realiza a través de la Carretera Internacional; las calles del primer cuadro se encuentran pavimentadas; las casas cuentan con energía eléctrica, agua entubada, drenaje; existe una antena y distribución de telefonía local; la gran mayoría de los hogares tienen teléfonos celulares y piso de cemento.

Las casas son de losa en la zona central y los barrios aledaños y de adobe casi exclusivamente en el Madronal y El Cascajal, sitios en donde, junto con Pie del Cerro, tienen calles sin pavimentar.

La localidad cuenta con un preescolar del Consejo Nacional del Fomento Educativo (CONAFE), primaria, telesecundaria y un colegio de bachilleres, bajo la modalidad Educación Media Superior a Distancia (EMSAD); tiene seguridad pública municipal y una clínica del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS).

La distribución interior de las casas tiene un estilo muy similar, se trata de un patio grande, que puede ser central o trasero, con árboles, plantas o incluso un horno para la alfarería; las casas suelen ser de concreto, sin embargo, el fogón o cocina tiene un espacio aparte y especial en los hogares de Amatenango, ya que es el lugar en el que se reúnen comúnmente las mujeres de la casa a cocinar y platicar en el transcurso del día, este cuenta en la mayoría de los casos con un comal empotrado en vez de estufa, aunque es de gas, y al aire libre con un tapanco y adobe semiabierto.

En la localidad conviven tanto la iglesia católica como un templo pentecostés, un presbiterano, y un templo de Jesucristo de los últimos días (mormones); cuenta con tiendas de abarrotes, papelería, servicio de internet y fotocopidora; además, por tener sistemas de educación media satelital, tiene un buen nivel señal celular y televisiva; existe una cooperativa que tiene traslados hacia Teopisca y Comitán, ya sea en *urvans*, en taxis o en la carretera, los autobuses o colectivos que van de paso, ofrecen el servicio de traslado de manera continua.

Dentro de las festividades principales de la cabecera municipal se encuentran las patronales: San Francisco de Asís, Santa Lucía y Santiago Apóstol. Además de contar con tradiciones en los días de El Carnaval, en la que se constata el sistema de autoridades tradicionales o “de cargos” que ha pasado de veinte a ocho (dos grupos con un Juez mayor y uno segundo) y ocho regidores, aunque con participación activa de seis, quienes participan de forma alternada y por rotación semanal y con una duración de un año. Este sistema ha funcionado, tal como lo manifiesta Renard (2005) como

una forma de control a la influencia de lo ajeno y de protección al interior, que en sus orígenes era resultado de un régimen democrático popular, en el que los varones, mediante asamblea elegían a quiénes ocuparían los puestos y su remoción en caso de incumplimiento.

El gobierno municipal tiene funciones administrativas, mientras que el tradicional tiene una orientación más política, sin embargo, a quien desee postularse como candidato se le pide la vecindad de la cabecera municipal y la participación en una planilla que debe tener el visto bueno de las autoridades tradicionales y legales. Los regidores ocupan los cargos de jueces tradicionales y su participación activa en las festividades se constata tanto en los días de los patronos religiosos del pueblo como en el día de la Santa Cruz o en el Carnaval. Los cargos los ocupa el mismo partido político del candidato que gana la presidencia municipal.

2.2 Programas de Desarrollo Social que han incidido en la región de estudio

Las políticas públicas creadas para la atención de los pueblos indígenas han sido, desde sus orígenes instrumentos de dominación o, en el mejor de los casos, de asimilación, reflejo de un Estado Nacional Clasista (Gallardo, 2013) en el que se evidencian los intereses que buscan la maximización de las ganancias *versus* las dinámicas tradicionales o locales que resultan poco atractivos como ciclos de producción capitalista, desde una perspectiva de obligada subordinación y en la que se conciben como “el obstáculo” que no permite el progreso y correcto desarrollo nacional.

A la par, nos enfrentamos a concepciones arraigadas hacia los pueblos indígenas que oscilan de ignorantes o atrasados y que en pro de la civilización han sido despojados de su cultura, tradiciones e incluso territorios, por lo que los programas de la política pública deben contemplar temas más complejos, tal como la diversidad cultural, la toma de decisiones desde sus construcciones locales (en las que el capital social juega un papel preponderante) y sin la intención de homologar.

Así entonces, encontramos que al hablar de “lo indígena” esto se conceptualiza como:

una categoría económica-cultural históricamente condicionada... un estrato económico, el más bajo de nuestra sociedad...; por otra parte, a esa situación económica corresponde un mundo cultural singular conformado por una tradición histórica varias veces secular” (Morales y Venegas, 2013: 131)

En México, la inclusión estatal ha sido generada en la elaboración de políticas públicas indígenas en las que, en el afán de homologarlas, han creado acciones generadas a “la mejora en la calidad de vida” (Morales y Vengas, 2013) lo que ha sido insuficiente, ya que en este proceso se pretende considerar la igualdad por ministerio de ley y no se consideran características propias regionales ni a individuos ni a localidades, tal como sucede de facto con las comunidades indígenas, mucho menos sus necesidades o las realidades de vida que enfrentan en el día a día o la importancia que reviste la toma de sus decisiones.

Dentro de este marco de acción, y considerando la región de estudio, se revisaron los programas de política de desarrollo social que han atendido a la alfarería como actividad económica regional; sin embargo, es preciso aclarar que la forma en que se visualiza esta actividad es *sui generis*, por decirlo de algún modo, ya que pesar de ser una actividad preponderante en Amatenango del Valle, ésta no está reconocida dentro de la información gubernamental, por lo que se precisa la realización de un diagnóstico en la región.

Es importante también precisar que dentro de las diversas teorías de desarrollo existentes, en Amatenango del Valle se ubican elementos clave para posicionarlo en el etnodesarrollo o desarrollo con identidad, por lo que también se pretende señalar los elementos de este modelo de desarrollo cultural.

Por lo anterior, los criterios de selección para los programas que se revisaron versaron en:

- 1) Programas de política de desarrollo social que atienden al sector artesanal.
- 2) Programas de política de desarrollo social que atienden a las mujeres artesanas.
- 3) Programas de política de desarrollo social utilizados en la región tanto por el gobierno federal como por el estatal en el período de 2002-2012.
- 4) Programas de desarrollo social vigentes con información de impacto rendida en medios electrónicos.
- 5) Después de realizar estos criterios de selección, los programas resultantes son:
- 6) Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART) de la Secretaría de Desarrollo Social

- 7) Programa de Organización Productiva para Mujeres Indígenas (POPMI) de la Comisión Nacional para el Desarrollo de Pueblos Indios
- 8) Fondo Nacional de Apoyo a Empresas Sociales (FONAES)
- 9) Comité nacional de productividad e innovación tecnológica (COMPITE)
- 10) Marca Chiapas de la Secretaría de Economía del gobierno del estado de Chiapas.

2.2.1 Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART)

El Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART) es un fideicomiso público del Gobierno Federal sectorizado en la Secretaría de Desarrollo Social que surge con el objetivo de promover la actividad artesanal del país y contribuir así a la generación de un mayor ingreso familiar de los artesanos; mediante su desarrollo humano, social y económico.

En su información institucional, considera que la “artesanía es una de las manifestaciones más visibles de la diversidad cultural de una sociedad: en ella se reflejan tradición, identidad, creatividad y cultura. México tiene una riqueza artesanal que la sitúa como una de las ofertas más diversificadas, de mayor calidad y con una valiosa aportación al patrimonio cultural intangible mundial” (FONART, Informe de rendición de cuentas , 2012).

El Programa del Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías está alineado al Eje 3 del Plan Nacional de Desarrollo 2006-2012 “Igualdad de Oportunidades”, dentro del Objetivo 2 “Apoyar a la población más pobre a elevar sus ingresos y a mejorar su calidad de vida, impulsando y apoyando la generación de proyectos productivos”.

Asimismo, se alinea con el Objetivo 1 del Programa Sectorial de Desarrollo Social, “*Desarrollar las capacidades básicas de las personas en condición de pobreza*”.

En la estrategia *Vivir Mejor*, se encuentra enmarcado en el Objetivo 3 “*Elevar la productividad de las personas para que cuenten con mejores opciones de empleo e ingreso que permitan reducir la pobreza*”.

Sus líneas de acción se circunscriben en:

Apoyo a la producción

Esta vertiente apoya a los artesanos de manera individual con recursos económicos para la adquisición de activo fijo y capital de trabajo destinado a la producción artesanal. No se financia mano de obra o pago de salarios.

Adquisición de Artesanías y Apoyo a la Comercialización

Beneficio a los artesanos en forma individual a través de la compra de su producción artesanal con recursos económicos destinados a gastos de viaje para asistir a espacios y eventos artesanales, así como insumos para comercializar sus artesanías, renta, adquisición, construcción o acondicionamiento de espacios para comercializar sus artesanías.

Concursos de Arte Popular

Con las acciones de esta vertiente se premia a los artesanos de las diferentes regiones y centros productores del país que se distinguen por la preservación, rescate o innovación de las artesanías, así como aquellos que mejoran las técnicas de trabajo y recuperan el uso y aprovechamiento sostenible de los materiales de su entorno natural. Dentro de la política pública nacional, se trata del único programa orientado hacia el fomento del sector artesanal como generador de recursos y su subsecuente mejora en la calidad de vida de los beneficiados.

Vale la pena precisar que durante el ejercicio fiscal 2008 en asociación con la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS) de la Secretaría de Salud Federal, se instauró el Programa Nacional para la adopción del esmalte libre de plomo, programa que no ha tenido eco en la región de estudio de este trabajo.

2.2.2 Programa Organización Productiva para Mujeres Indígenas (POPMI)

Igualmente existen dentro de la política de desarrollo social, programas de subsidio del Ramo Administrativo 6, ejecutados por la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas, cuyo destino es el desarrollo de los pueblos indígenas, a través de acciones que promueven el desarrollo integral de las personas, comunidades y familias, la generación de ingresos y de empleos, y el desarrollo local y regional de dichos pueblos.

En este sentido el gobierno federal, a través de la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI), instrumenta el Programa Organización Productiva para Mujeres Indígenas (POPMI), a partir del “reconocimiento de la problemática específica de la mujer indígena, que presenta características de mayor desventaja con respecto al resto de las mujeres del país y menores posibilidades de desarrollo humano” conforme al acuerdo de creación.

Este Programa contribuye a mejorar las condiciones de vida y posición social de las mujeres indígenas que habitan en localidades de alta y muy

alta marginación, impulsando y fortaleciendo su organización así como su participación en la toma de decisiones, a través del desarrollo de un proyecto productivo.

La Comisión impulsa la “Estrategia de Planeación y Gestión del Territorio para el Desarrollo con Identidad”, que tiene como objetivo orientar la acción pública para que la población indígena asuma

el proceso de planeación de su desarrollo de manera activa y consciente, congruente con su propia identidad, en un horizonte de largo plazo, en el que se defina su visión de futuro y las acciones estratégicas en orden de prioridad, y que asuma la actitud para gestionar, participar en la ejecución y dar seguimiento a dichas acciones (CDI, 2012).

Sin embargo, y tras consultar los informes “*Acciones de gobierno para el desarrollo integral de los pueblos indígenas*” de los ejercicios 2007, 2008, 2009, 2010 y 2011, las acciones realizadas en el municipio de Amatenango del Valle se refieren a la realización de actividades culturales para los jóvenes en el 2008 y la instalación de hoyas de captación de agua pluvial en el 2009 y 2010 (CDI, Acciones de gobierno para el desarrollo integral de los pueblos indígenas 2007-2011, 2013).

Dentro de las acciones implementadas para el sector alfarero en el país, la Comisión de Desarrollo para los pueblos Indígenas (CDI) manifiesta dos acciones durante el ejercicio fiscal 2010:

- Elaboración de cuatro cápsulas informativas acerca de la Alfarería de la Sierra Norte de Puebla
- En coadyuvancia con la Casa de la Cultura de Tabasco y con mezcla de recursos del Programa de Apoyo a las Culturas Municipales Comunitarias (PACMYC), el apoyo a siete grupos alfareros de Monte Grande en Jonuta por 300 mil pesos.

Para el ejercicio fiscal 2011, la CDI reporta la instalación de hornos de gas en beneficio de 50 familias alfareras en San Ildefonso Tultepec, Querétaro.

2.2.3 Fondo Nacional de Apoyo a Empresas Sociales (FONAES)

El Fondo Nacional de Apoyo para las Empresas Sociales (FONAES)¹, es

¹ Este programa surgió como un fideicomiso durante el sexenio de Carlos Salinas de Gortari, al interior de la Secretaría de Desarrollo Social, denominándose Fideicomiso del Fondo Nacional de Desarrollo para las Empresas de Solidaridad, según Diario Oficial del 4 de Diciembre de 1991; sin embargo, durante el sexenio de Vicente Fox Quezada (Fonaes, Reglas de Operación 2000), fue trasladado a la Secretaría de Economía y modificada su denominación y alcances, objetivos y población a Fondo Nacional de Apoyo a

un órgano desconcentrado de la Secretaría de Economía, cuyo propósito es apoyar los esfuerzos organizados de productores indígenas, campesinos y grupos populares-urbanos, para impulsar proyectos productivos y empresas sociales que generen empleos e ingresos para la población, lo cual permite mejorar sus condiciones de vida y propicia el arraigo en sus comunidades de origen, a través de los apoyos que otorga dicha institución (FONAES-SE, 17).

Los objetivos específicos que persigue son:

- La formación de capital productivo a través del apoyo para proyectos viables y sustentables.
- El facultamiento empresarial.
- El asociacionismo productivo, gremial y financiero.
- La formación de grupos y empresas de mujeres con proyectos productivos.
- El apoyo a grupos y empresas con sentido de equidad

2.2.4 Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica (COMPITE)

Surge como asociación civil sin fines de lucro perteneciente a la Secretaría de Economía federal, conforme a su decreto de creación publicado en el Diario Oficial de la Federación del 30 de diciembre de 2007, en el que se manifiestan los indicadores y criterios para la asignación de subsidios hacia las micro, pequeñas y medianas empresas para acceder a los servicios de consultoría y capacitación especializada.

Sus objetivos se orientan a incrementar la competitividad, productividad, responsabilidad y calidad de las micro, pequeñas y medianas empresas (MYPIMES) circunscribiendo en este sentido el número de participantes por cada organización conforme a lo establecido en la ley de la materia, estableciendo apoyos que oscilan entre los 70 y 120 mil pesos, según el tamaño de la empresa y la consultoría requerida. Este apoyo no consideró a los alfareros dentro de sus beneficiados en el período considerado para la investigación.

El estado de Chiapas es contradictorio. A pesar de los recursos naturales que posee, presenta condiciones de marginación tales que han hecho catalogar a 47 de sus municipios como de muy alta marginalidad (CONA-

Empresas Sociales, teniendo entonces cambios sustanciales por migrar del Desarrollo Social a una visión empresarial.

PO, 2005). La marginación se concibe como la condición diferenciada que imposibilita acceder y disfrutar, en igualdad de condiciones, los beneficios o logros alcanzados por el país o la entidad, lo que genera formas de exclusión asociadas a la clase, territorio y condición étnica.

En el caso de México, el espacio ha sido concebido por el Estado como un elemento de conformación establecido dentro de la denominación “territorio”, tal como se constata en el artículo 42 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en el que se señalan las partes integrantes del mismo. Visto desde esta perspectiva, conforma un elemento político administrativo en el cual se ejerce el gobierno sobre su población, ubicándose además bajo el esquema del centralismo como quien toma las decisiones que habrán de incidir en el desarrollo de la economía nacional, justificada a través de la creación de un Plan Nacional de Desarrollo, en el que se circunscriben las políticas públicas y los programas que habrán de atender y ordenar a la administración pública, las instituciones, recursos y servicios.

Partiendo de este supuesto y acorde a lo manifestado en el discurso gubernamental, el ejecutivo del estado de Chiapas implementó durante el sexenio 2007-2012 una serie de políticas públicas dirigidas a la obtención de beneficios que incrementaran la calidad de vida de las poblaciones de muy alta marginación, considerándose para este trabajo a “Marca Chiapas” que surge y se presenta como una política pública con la que se busca “desarrollar una identidad del estado como distintivo de productos y servicios turísticos de alta calidad, que permita posicionar a Chiapas en los mercados nacionales e internacionales” (Empresarial, 2010), enmarcado en el Plan Estatal de Desarrollo Chiapas Solidario 2007-2012.

2.2.5 Marca Chiapas

Como consecuencia de lo anterior, el 27 de marzo de 2009 se conformó el Consejo Regulador de la Marca Chiapas A.C, organización de toma de decisiones para la implementación del proyecto “Marca Chiapas”, considerando a ésta como una propuesta aspiracional que busca hacer que los productores chiapanecos cumplan con las más altas normas y estándares internacionales que les permitan colocar sus productos en el mercado.

Marca Chiapas, aparece como una respuesta institucional ante la falta de canales de comercialización para productos chiapanecos; con el objeto de otorgarles un valor agregado, identidad corporativa y promoción y difusión en ferias y eventos nacionales e internacionales a los productos certificados.

El proceso para otorgar el distintivo “Marca Chiapas”, conforme a sus

reglas de operación y estatutos, surge de la decisión tomada por los comités especializados del Consejo Regulador, quienes sesionan y deciden la aceptación o no de los productos sometidos a su consideración. Se trata de un proyecto previsto a largo alcance, que tiende a generar impactos económicos y sociales para el bienestar de los productores, garantizando a través de su reconocimiento un estándar de calidad que ofrecer al consumidor final.

Imagen 7. Local comercial en Amatenango del Valle



Fuente: Propia

En este sentido es evidente que los programas seleccionados han sido insuficientes u omisos, como sucede en la fragmentación ocasionada por los objetivos o requisitos propios de los programas sociales, los cuales al ser definidos desde una perspectiva distinta a la realidad existente en las comunidades, y en este caso específico a la región alfarera de Amatenango del Valle, tienden a alejarse del etnodesarrollo, al hacer a un lado la convergencia entre territorio e identidad cultural e implementar de manera negativa y con exclusión la participación de los pueblos indígenas, abonar a la concepción de la contraposición de los derechos colectivos versus los individuales y el nulo reconocimiento a sus decisiones y a su libre determinación.

Capítulo 3. Materiales y Métodos

En este apartado se exponen los materiales y métodos utilizados durante la investigación y toda vez que está orientada al conocimiento, comprensión y reflexión de un problema regional, se plantea como un estudio con perspectiva transdisciplinaria, ya que está organizado de tal forma que los conocimientos trascienden las disciplinas puras de las ciencias sociales, el derecho y las humanidades. Así este conocimiento va más allá de la explicación disciplinar, buscando un diálogo entre estas disciplinas, y que las interpretaciones fluyan y se nutran en los conocimientos más completos posibles, pero capaz de dialogar con la diversidad de los seres humanos.

En este sentido, y a efecto de conocer la forma cómo se genera el capital social en la Región Alfarera de Amatenango del Valle, y cómo se representa el modelo existente al interior de la misma, se considera un enfoque mixto, con un diseño no experimental, ya que observamos los fenómenos tal y como se dan en su dinamismo social, observando la acción de los actores y tomando en cuenta sus puntos de vista, para después analizarlos. Como explica Sampieri (2013), planteamos el estudio transeccional ya que se recolectan datos en un momento en un tiempo único, su propósito es describir variables y analizar su incidencia en un momento dado. Finalmente, se considera el estudio descriptivo, toda vez que se tienen como objetivo indagar la incidencia y los valores en que se manifiestan una o más variables (*dentro del enfoque cuantitativo*) y ubicar, categorizar y proporcionar una visión de una comunidad, un evento, un contexto, un fenómeno o una situación (*describirla, como su nombre lo indica dentro del enfoque cualitativo*).

3.1. Enfoque cualitativo

Para obtener la información primaria se estableció una metodología basada en el enfoque cualitativo que explica Álvarez-Gayou Jurgenson (2003), inicialmente se aplicó una entrevista a profundidad al Profesor Mar-

celino Gómez Navarro, síndico municipal de Amatenango del Valle en representación de las autoridades municipales, para conocer el impacto de la actividad alfarera en la región, así como ubicar las agrupaciones creadas y los liderazgos inmersos en éstas para la producción de la artesanía.

En un segundo momento, se realizaron las entrevistas a profundidad con las líderes seleccionadas con base en la entrevista hecha al profesor Marcelino, durante las entrevistas a las líderes, hacen referencia del resto de las alfareras que se entrevistaron (Tabla 3). Cabe mencionar que estas entrevistas se ajustaron a una guía que se presenta en el anexo 1 de este documento.

Tabla 3. Entrevistas a profundidad realizadas.

Líder Alfarera	Barrio	Número de alfareras que representa
Carmen	Pie de Cerro	120
Simona	Zona Centro	55
Esperanza	Zona Centro	250
Albertina	Zona Centro	50

Fuente: Elaboración propia.

A estas alfareras se les reconoce por sus diseños, capacidad de comercialización, organización, por representar a un número importante de alfareras, así como por su participación en exposiciones nacionales e internacionales. A estas líderes se les entrevistó con base en la forma de trabajo según a lo establece en la Guía Metodológica de Mujer Rural (Arraigada, 2006), dividida en cinco temas para conocer las características de la actividad principal de la región: 1) la alfarería como actividad; 2) el género en la alfarería; 3) la organización para la alfarería; 4) liderazgo en alfarería y 5) la alfarería como actividad que genera desarrollo.

En las entrevistas se tuvo en todo momento la guía de las preguntas para no despegarse de lo propuesto desde el inicio, aunque conscientes de la dinámica conversacional, la que a decir de González Rey (2007) “conduce al sujeto a *campos significativos* de su experiencia personal...y expresa su mundo, necesidades, conflictos y reflexiones” (Anexo 2).

Es importante precisar que se utilizó este proceso de obtención de datos porque conforme al autor citado, y considerando este ejercicio como el primer acercamiento a la localidad, posteriormente se aplicaría una encuesta más específica conforme a los resultados arrojados por esta experiencia previa, se nos permitió identificar las categorías, variables y preguntas que se aplicarían a la totalidad de la muestra seleccionada.

3.2 Paradigma cuantitativo

3.2.1 La medición del capital social

El capital social es un elemento central en el desarrollo endógeno ya que delimita con gran precisión la existencia de diversos activos dentro de los diferentes capitales con los que cuenta el ser humano, como los “activos que se tienen derivados de las relaciones de una persona con otros y por su participación en organizaciones” (Arraigada, 2006).

El Banco Mundial (2002) considerando las múltiples posibilidades para un desarrollo efectivo (cfr *Foreword de Measuring social capital*) ha creado entre sus herramientas de medición una específica para el capital social: el *Cuestionario Integrado de Medición de Capital Social (SC-IQ)*, que busca “generar datos cuantitativos en varias dimensiones en las que el capital social ha sido parte de una prolongada supervivencia de los hogares” considerando seis dimensiones: 1) grupos y redes; 2) confianza y solidaridad; 3) acción colectiva y cooperación; 4) información y comunicación; 5) cohesión social e inclusión y 6) empoderamiento y acción política local, (ver tabla 4).

Tabla 4. Definiciones de dimensiones de Capital social

1. Grupos y Redes: Un grupo es una manifestación del Capital Social en forma de las asociaciones y redes reflejando su estructura, su composición y la forma en que funcionan; una red es vista como un círculo de “amigos cercanos”, es decir, las personas con quienes uno se siente a gusto, con quienes se puede hablar de asuntos privados o invocar ayuda. (Banco Mundial, 2002)
2. Confianza y solidaridad: La confianza se centra tanto en la confianza generalizada (el grado en que uno confía en las personas en general) y de la medida de la confianza en los tipos específicos de las personas, así como la solidaridad consiste en la capacidad de los individuos para intervenir en beneficio de la colectividad (Banco Mundial, 2002)
3. Acción colectiva y cooperación: Se compone principalmente de las actividades organizadas por la comunidad para la construcción y el mantenimiento de la infraestructura y para la prestación de servicios públicos o para presionar a funcionarios para ofrecer más servicios a la comunidad (Banco Mundial, 2002)
4. Información y comunicación: Es la forma de saber si ciertas áreas o personas tienen mejor o peor acceso a la información y la comunicación, considerándose la relevancia en aspectos tanto económicos como no monetarios de bienestar (Banco Mundial, 2002)
5. Cohesión social e inclusión: Se evalúan las percepciones generales de la unidad social y la unión de la comunidad a las experiencias concretas con la exclusión, así como la ocurrencia de frecuentes interacciones sociales cotidianas (Banco Mundial, 2002)
6. Empoderamiento y acción política local: Se refiere a la expansión de los medios y capacidades de la gente para participar, negociar, influir, controlar y responsabilizar a las instituciones que afectan sus vidas y así construir oportunidades sociales (Banco Mundial, 2002)

Fuente: Cuestionario de Medición de Capital Social, Banco Mundial, 2002.

Con las modificaciones realizadas al cuestionario integrado de medición de capital social se busca por un lado conocer el impacto de la actividad económica en la región, ubicar la existencia del Capital Social como elemento preponderante en el desarrollo específico de la región y representar los nodos y redes sociales que llevan a cabo esta actividad (Tabla 5).

Tabla 5. Indicadores de Capital Social

No.	Indicadores	Variables
1	Grupos	Pertenencia, participación, asistencia, forma de integración, beneficios, identificación, financiamiento, liderazgo
2	Redes	Empatía, resolución de problemas, ayuda mutua, centralidad, vínculos formados
3	Confianza	Apreciación de entorno, apreciación de mejora y de comunicación colectiva
4	Acción política y cooperación	Beneficio común, contribuciones y multas, integración en actividades comunitarias de la localidad
5	Información y comunicación	Medios a los que se tiene acceso, periodicidad y uso, fuentes de información, accesibilidad y disponibilidad de traslado
6	Cohesión social e inclusión	Convivencia, división en localidad, problemas comunitarios, exclusión, sociabilidad
7	Conflicto y violencia	Percepción de tranquilidad, apreciación de mejora, percepción de seguridad
8	Empoderamiento y acción política	Toma de decisiones, percepción de felicidad, posibilidad de cambio a partir de uno y hacia la comunidad, participación colectiva para beneficio común, participación en actos políticos, percepción de honestidad.

Elaboración propia con información del instrumento SC-IQ

Considerando las características de la región alfarera de Amatenango del Valle, este instrumento metodológico se ha adecuado, con la intención de asegurar la pertinencia del mismo, tomando en cuenta que al interior de la región el Capital Social presente es un factor de gran importancia, ya que se trata de una actividad económica que se ha desarrollado por generaciones y se ha transmitido a través de lazos que implican la existencia de relaciones de cooperación, solidaridad y que se representan a través de las redes creadas por los actores sociales.

De igual forma para el análisis de la red social se tomó en cuenta la propuesta de Lugo-Morin (2009) quien establece la necesidad de ubicar el límite de una red, es decir, determinar la población objetivo a estudiarse y el tipo de relaciones que las unen, considerando la postura idealista, que se refiere a la delimitación realizada por los actores sociales, quienes definen sus fronteras al ser conscientes de quien pertenece a ella y quién no; en

este sentido, los datos son proporcionados por los mismos actores, quienes señalan cuáles son los contactos y las conexiones que se establecen entre ellos mismos.

Así mismo, y siguiendo con el autor comentado, esta investigación versa sobre la red egocéntrica, aquella en el que los actores individuales indican con quien se relacionan y qué tipo de relación se crea, y el análisis sistémico o de red completa, en el que se usa la información de todos los actores para conocer las posiciones y las relaciones existentes entre estas. Definidas las dimensiones y los niveles de análisis a implementar, se contemplan las preguntas que se consideran como generadoras de nodos. Las preguntas en las que se establecieron los nodos y las razones de conexión entre las alfareras son las siguientes (Tabla 6):

Tabla 6. Preguntas que establecen nodos y razones

No.	Pregunta
66	Platica con alguien acerca de la alfarería
66-A	Con quién
67	Le encarga la venta de sus productos a alguien
67-A	A quién
68	Le encarga el cuidado de sus hijos a alguien (algún vecino)
68-A	A quién
69	Pide consejo para elaborar sus productos
69-A	A quién
70	Se pone de acuerdo con alguien para los precios de sus productos
70-A	Con quién
71	Vende sus productos fuera de Amatenango
71-A	Con quién
72	Le pide prestada materia prima a alguien para hacer sus productos
72-A	A quién
73	Ayuda a alguien a hacer artesanías
73-A	A quién

Fuente: Elaboración propia.

Para comprender mejor el Capital Social además de los indicadores propuestos en el instrumento SC-IQ, se incluyeron elementos que permiten identificar la centralidad, reciprocidad y ubicación de las personas integrantes del grupo social, sus nodos y la densidad de los lazos existentes (Tabla 7).

Tabla 7. Niveles o grados de representación de la Alfarera

No	Nivel	Características
1	Básico (alfarera productora)	Producción Responsabilidad Puntualidad
2	Intermedio (comercializadora a menor escala, préstamo de recursos)	Opción de comercialización inmediata Opción de insumos o efectivo cuando se necesita Resolución de conflictos Asertividad Disponibilidad de realizar traslados Legitimación en la comunidad Habla español
3	Superior o avanzado	Reconocimiento del estado (legitimación legal en figura jurídica) Su actividad principal es la comercialización Su trato directo (excepto por parentesco) es con los intermediarios Tiene experiencia con los programas públicos

Fuente: Elaboración propia

Así mismo, la importancia de la actividad económica no es menor, ya que en ocasiones es la principal y a veces la única vía de ingresos propios de las mujeres indígenas, lo que genera impactos en la economía doméstica y otorga en cierta medida la posibilidad de mejoras en la vida familiar.

Por lo anterior, se implementó un apartado específico para conocer el impacto de la alfarería; para ello se observaron los indicadores económicos orientados hacia la consecución del bienestar económico derivado de esta actividad, entendidos como los ingresos suficientes para adquirir bienes y servicios que se requieren para satisfacer sus necesidades y también ubicar la forma en que se erogan los gastos obtenidos por la alfarería (Tabla 8).

Tabla 8. Indicadores económicos.

No.	Indicador	Variable
1	Innovación	Técnica, forma de cocción y decorado
2	Producción por piezas	Número de piezas por semana
3	Ingreso por ventas	Efectivo recibido por semana
4	Costo de producción	Recursos erogados por semana
5	Gasto principal	Destino principal del ingreso
6	Tiempo de trabajo	Días destinados a la semana/mes para la elaboración de las piezas artesanales

Fuente: Elaboración propia

3.3. Dimensiones de capital social

Para el análisis del capital social se definieron seis dimensiones de interés, las que en conjunto nos proporcionan una forma para cuantificarlo. A continuación se exponen las 6 dimensiones y la forma de medición de cada una de ellas con base en las preguntas de la encuesta. Es importante considerar que a mayor valor, se determina mayor nivel de capital social (Tabla 9).

Tabla 9. Dimensiones de Capital Social en la región

No.	Dimensión	Preguntas	Rango máximo
1	Grupos y redes (GRUPYRED)	44, 45, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73 Y 75	25 puntos
2	Confianza y solidaridad (COFY SOL)	77, 78, 79, 70, 81, 82 y 138	28 puntos
3	Acción colectiva y participación (ACCYCO)	85, 87, 88,89,111,114 y 116	11 puntos
4	Información y comunicación (INFO-YCOM)	92, 93, 94, 95, 98, 99 y 100	14 puntos
5	Cohesión social e inclusión (COH-SEI)	101, 102, 109 y 122	8 puntos
6	Dimensión empoderamiento y acción política local (IEYAPL)	129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136 y 137	19 puntos

Fuente: Elaboración propia

3.4 Selección de la muestra

El municipio de Amatenango del Valle cuenta con una extensión de 236 km² y una población de 8,728 habitantes, de acuerdo a los resultados que presento el II Censo de Población y Vivienda habitan un total de 4,568 personas que hablan alguna lengua indígena, distribuidos en 1,946 hogares; de los cuales 1,086 se localizan en la cabecera municipal. A partir de este número se calculó la muestra, sin dejar de considerar los aspectos que la determinan:

- 1) Error permitido, muestral o de estimación (indica precisión)
- 2) Nivel de confianza estimado
- 3) Carácter infinito de la población (más de 100,000 habitantes) o finito (menos de 100,000 habitantes).

- 4) Es necesario aclarar que el error permitido y el nivel de confianza no se complementan, es decir puedo tener un nivel de confianza del 95% y un error permitido del 1%, 5% o 10%. El 5% de error es el ideal, pero requiere tamaños muestrales bastante elevados, por lo que considerar una precisión del 10% puede ser suficiente en este caso. Otro aspecto que puede hacer variar su tamaño de muestra es el nivel de confianza, en ambos casos no se sugieren valores superiores a 10% de error ni menores a 90% de confianza. De acuerdo a la fórmula empleada para poblaciones finitas, se tienen la siguiente (Tabla 10):

Tabla 10. Tamaños de muestras variando el nivel de confianza y el error muestral

Variable	Descripción	Valor
Z	Valor en tablas del grado de confianza	1.96
N	Tamaño de la población	1,086
A	Error experimental permitido	0.1
P	Probabilidad de éxito	0.5
(1-P)	Probabilidad de fracaso	0.5
Tamaño de la muestra		88
Tamaño de la muestra considerando 10% de rechazo		97

Fuente: Elaboración propia.

En cada uno de los hogares encuestados se entrevista a la persona que se autodefine como alfarera, con disponibilidad para responder. La selección de los hogares se realizó a partir de la distribución aleatoria realizada sobre el croquis de la región otorgado por la Dirección de Ordenamiento territorial del Ayuntamiento municipal.

Para el análisis de la información recabada se utilizó el programa SPSS y, en específico, para la representación de las redes sociales, la plataforma DIA de LINUX que permitió graficar los nodos y representar la centralidad de las mismas.

Capítulo 4. Análisis de datos y resultados

4.1 Características de las alfareras

Para tener una idea del perfil general de las personas encuestadas en la región, a continuación se anotan las características de la muestra que compuso este estudio, de acuerdo a su condición de habla español, edad, escolaridad, estado civil y barrio en el que viven.

La muestra se integró por un total de 299 personas, integradas en 97 familias, compuestas por tres integrantes en promedio. Del total de la muestra, 82.5% habla español. 76% de las alfareras tienen menos de 50 años de edad y sólo 26% no tienen estudios; de hecho 33% tienen la primaria terminada y 12.4% concluyeron la secundaria, por lo que no es de extrañar que 67% sepa leer y escribir. De su estado civil, 60% está casada o en unión libre; 11.3% nunca se ha casado; 8.2% son divorciadas y 18.6% son viudas.

En Amatenango del Valle existen trece barrios; sin embargo la alfarería se tiene como actividad económica preponderante en ocho de ellos (Tabla 11).

Tabla 11. Barrios alfareros en Amatenango del Valle

No.	Barrio	Porcentaje
1	El Cascajal	8.2 %
2	El Cipresal	26.8 %
3	El Madroñal	4.1 %
4	La Cañada	4.1 %
5	La Grandeza	3.1 %
6	Pie del Cerro	5.2 %
7	Santa Cruz	14.4 %
8	Zona Centro	34.0 %
Total		100 %

Fuente: Elaboración propia

4.2. El capital social como modelo de etnodesarrollo en la Región

Se recordará que para efectos de esta investigación se definió al capital social como las relaciones sociales de participación, cooperación y asociación que con base en la confianza y la reciprocidad, permiten a las personas obtener beneficios y recursos a través de su participación, considerándose para estos efectos las redes familiares, vecinales o las de conveniencia, es decir, aquellas que orientan la actividad productiva para la generación de beneficios económicos a la localidad.

Fukuyama (1996) argumenta que tanto la lealtad, la capacidad de colaboración y la solidaridad en sí mismas engendran cualidades que anteponen el interés colectivo por encima del individual, generando confianza mutua y solidaridad. Esta concepción genera beneficios económicos en el sentido de crear expectativas comunes que reducen los costos de transacción entre los miembros de la sociedad. Esto se traduce en capital social.

En Amatenango del Valle la transmisión del conocimiento para la elaboración de alfarería se ha dado de manera generacional: las madres enseñan a las hijas lo que las abuelas les enseñaron. Sin embargo, en la actualidad el mercado ha modificado las piezas a producir, por lo que en los últimos años el ornato prevalece sobre los utensilios. También por la comercialización se ha creado un corredor turístico que exhibe las piezas que las alfareras ofertan a la venta, además de la existencia de una tienda museo al interior de la localidad en la que se exhibe el proceso de elaboración de las piezas.

Estas realidades sociales han generado asociaciones o redes que se rigen por cierto tipo de lazos sociales; el objetivo de esta investigación incide en conocer cuál ha sido la dinámica de conformación de estas asociaciones, los liderazgos asumidos y las redes o nodos sociales existentes en la localidad como reflejo del capital social regional, ubicando los recursos que se comparten, las debilidades que los integrantes de la localidad detectan entre sí y la forma como compensan y distribuyen funciones y responsabilidades, partiendo del supuesto de que es la confianza y la reciprocidad las que determinan la cohesión social regional.

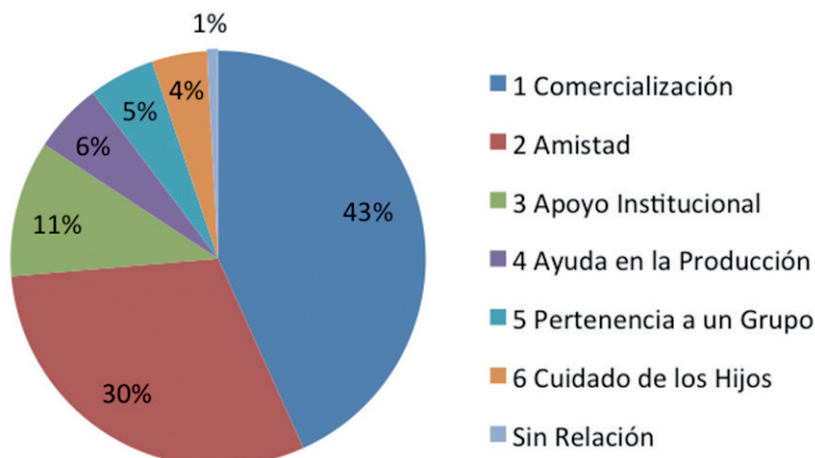
4.2.1. Nodos y Actores

El capital social existente en Amatenango del Valle es predominantemente de *bonding* (relaciones de afecto y cercanía) ya que se constata al interior de la red representada que las relaciones más persistentes son entre familiares, seguidas por aquellas constituidas por vecinas o compañeras

de locales (*bridging*) y con un 24.7% de las alfareras que han trabajado de forma directa con instituciones del gobierno, ya sea federal, estatal o municipal (*linking*).

Los nodos detectados se agrupan en seis categorías diferentes, teniendo los siguientes resultados (Gráfico 1):

Gráfico 1. Nodos detectados.



Fuente: Elaboración propia

Es importante destacar la guía dada para la interpretación de la red en la región, a partir del trabajo desarrollado por la Pons Bonals (2004) en su trabajo de investigación “*Escuela y actitudes lingüísticas: incorporación de los jóvenes indígenas a la vida urbana*”, publicado por el Cuerpo Académico Educación y Desarrollo Humano de la Universidad Autónoma de Chiapas.

Respecto a los nodos los resultados se clasifican en seis aspectos:

1. **Nodo Comercialización:**

Se detectan como formas de comercialización las siguientes: “me encarga piezas”, “encargo venta de productos”; “sale a vender fuera de Amatenango”; “me encarga la venta de sus productos”; “me pongo de acuerdo con los precios”; “acopio y comercialización” “portal de artesanías”; “comercialización”.

La categoría “acopio y comercialización” se refiere a las alfareras que han gestionado recursos ante programas gubernamentales y han ofrecido alguna alternativa para la promoción y difusión de sus productos fuera de la localidad, en participación de ferias y convenciones o en la elaboración

de trípticos o material de difusión para los productos, a través de FONAES principalmente.

La categoría “portal de artesanías” se considera a las empresarias que han gestionado ante el gobierno un espacio para la venta de sus productos ante las autoridades locales o federales y lo mantienen para la venta al público de los espacios de sus beneficiarias; lo que ocurre a través de la Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas, mencionándose en este apartado a Francisca Gómez Bautista, Albertina López Ramírez y, en la actualidad, Esperanza Bautista; sin embargo, esta última alfarera se en el periodo de estudio estaba haciendo gestiones en un mercado local de artesanías que cuente con estacionamiento, ya que a su decir “la falta de un espacio apropiado para que los vehículos se detengan hace que la comercialización de los productos sea con prisa por los compradores que visitan la localidad”.

La comercialización es mencionada también por aquellas alfareras que han recibido apoyo de FONART para la adquisición de materia prima para la elaboración de sus productos; sin embargo, destaca el hecho de que la C. Albertina López Ramírez haya obtenido un premio nacional por el diseño único de una pieza consistente en escultura pequeña de una alfarera en barro, lo que dio origen a su idea y puesta en marcha del museo al interior del local comercial de la S.S.S. Amatenango del Valle La Nueva Estrella, en el que al interior de un cuarto típico de la localidad exhibe procesos, piezas y premios obtenidos a lo largo de su desempeño como alfarera en la localidad.

De esta clasificación de nodos, 70 alfareras entrevistadas respondieron el nombre de alguna otra en quien se apoyan, confían y trabajan para realizar dichas funciones, y esto dio como resultado la mención de 99 actores distintos, siendo los más representativos los siguientes (Tabla 12):

Tabla 12. Alfareras/instituciones más mencionados para comercialización de productos

No.	Alfarera/ Institución	Número de veces
1	Francisca Gómez Bautista	14
2	Carmen Vargas	8
3	Juana Gómez Bautista	7
4	Esperanza Bautista	6
5	Albertina López Ramírez	4
6	Agustina Díaz Bautista	4
7	Simona Gómez	3
8	Casa de las Artesanías de Tuxtla	3

Fuente: Datos de la encuesta

Podemos ver en el gráfico de la *Comercialización* (Gráfico 2) cómo las mujeres resaltadas en color oscuro son aquellas que mantienen un mayor número de conexiones de comercialización, teniendo incluso relaciones con instituciones y personas de fuera de la localidad. El caso de Albertina López Ramírez, por ejemplo, se destaca por su relación con FONAES y Mar-ca Chiapas, lo que la coloca como conocedora de los trámites y requisitos que le facilitan la comercialización de sus productos a través de los programas institucionales.

En este apartado se mencionaron a 16 varones, tanto en la categoría de “Me encarga piezas” (cuatro) como en el de “Sale a vender piezas fuera de Amatenango”. Se trata de las personas que acompañan a las alfareras a la comercialización de sus productos en otras localidades, categoría en la que se mencionan esposos (diez), hermano e hijo (una en cada mención), lo que se refiere a la participación activa de los varones dentro del modelo de etnodesarrollo.

Por otra parte, la C. Francisca Gómez Bautista, durante la entrevista, informó que ella es pionera en el trabajo comunitario en la localidad, debido a que no sólo es fundadora de una de las primeras asociaciones civiles de la región (J'Pas Lumetik A.C), establecida desde los años 90 del siglo pasado, también es promotora de los derechos de la mujer en la localidad, lo que le otorga un alto grado de respeto y legitimidad; es además voluntaria de *Oportunidades* y el Seguro Popular¹ en la actualidad y a pregunta expresa de por qué no continuó con la función de líder de la A.C respondió, “porque todo tiene su tiempo, hay que dejar que las jóvenes tomen las riendas, una se da cuenta porque el cuerpo lo pide que ya no rinde lo mismo”.

El segundo nodo que resalta al interior de la red es el correspondiente al de *Amistad* (Gráfico 3) en el que convergen las categorías: “Comenta acerca de la alfarería”, “pide consejo”, para ello se consideraron esas relaciones que implican reciprocidad, e incluso una valoración superior en el sentido de tenerse la figura de quien se responde como guía o como la persona convalidada con mayor o mejor experiencia para la elaboración de la actividad alfarera.

En este sentido, 55 alfareras respondieron el nombre de 88 alfareras de la región y un profesor universitario, personas a quienes se acude para pe-

¹ Programa del gobierno federal que está destinado a combatir la pobreza y cuyos usuarios principales son las mujeres. El antecedente directo fue el programa Solidaridad impulsado durante el sexenio del priista Carlos Salinas de Gortari hacia 1988. El Seguro Popular, por otra parte, está destinado a atender cuestiones de salud en comunidades pobres. El programa fue impulsado por el panista Felipe Calderon Hinojosa hacia

dir consejo en caso de considerarse necesario. En este nodo sobresalen las relaciones entre familiares, sobre todo entre hermanas, quienes son las que más comparten la comunicación directa de manera más evidente; sin embargo, vale la pena mencionar que en este nodo se detecta también quiénes son las alfareras que más redes crean a su alrededor, es decir, aquéllas que se rodean de con quienes comentar o a quiénes pedir consejo, sobresaliendo entonces (Tabla 13):

Tabla 13. Alfareras que cuentan con mayor número de relaciones de amistad en la región:

No	Alfarera que refiere relaciones	No. de relaciones referidas
1	Anastacia Díaz Díaz	3
2	Tomasa Jiménez Gómez	3
3	Juana López López	3
4	María León Hernández	3
5	Cecilia Bautista Gómez	3
6	Andrea Díaz Díaz	4
7	Albertina López Ramírez	4
8	Dominga Solano León	4
9	Antonia Bautista	4

Fuente: Elaboración propia

Destaca la relación directa mencionada por dos alfareras consideradas líderes entre sí, –las hermanas Juana y Francisca Gómez Bautista–, quienes reconocen apoyarse para salir adelante. El caso de Juana Gómez Bautista es particularmente llamativo por el sentido de empoderamiento que construye después de quedar viuda a edad temprana. En esa época (la década de los años 90 del siglo pasado) una mujer que se quedaba viuda generalmente volvía a contraer matrimonio, pero Juana decidió trabajar y salir adelante para darle una “mejor vida” a su hija Romelia. Este impulso la llevó a iniciar una organización social (J’Pas Lumetik), integrada inicialmente por sus familiares, que le permitió era salir de la localidad con la certeza de tener quién le cuidara a la niña e iniciar relaciones con las instituciones y clientes exteriores.

La Región Alfarera de Amatenango del Valle ha tenido que aprender a solidificar y trascender su capital social de *bonding* (afecto y cercanía al interior del grupo) a las de *bridging* (redes comunitarias y vecinales) como se constata cuando se revisa el gráfico 2; las aptitudes desarrolladas por las alfareras que fungen como intermediarias y líderes les han abierto relaciones con personas que las reconocen como las que “más saben” cómo interac-

tuar y lograr mejores ventas o relaciones públicas. Ello también se constata cuando existe un número de mujeres que se autodenominan comerciantes, ya que ellas no elaboran los productos, sino que se dedican a vender o a localizar espacios de venta o clientes, debido en parte al reconocimiento que de su labor hacen las alfareras en la localidad.

2. Nudo Apoyo institucional:

Este nudo se ha construido con las respuestas dadas por 37 alfareras, quienes a través de la sub-clasificación “horno”; “recursos para la escuela”; “oportunidades”; “seguro popular” y “capacitación” mencionan haber recibido de instituciones u organismos externos apoyo a la actividad alfarera, siendo reconocidas nueve instituciones, tal como se menciona en la siguiente tabla (Tabla 14):

Tabla 14. Apoyos institucionales reconocidos en la región:

No	Institución/programa mencionado	Veces mencionado	Apoyo otorgado
1	Oportunidades	8	Recursos para la escuela
2	Fundación León XIII	6	Horno
3	CDI	6	Pintura
4	CDI	3	Horno
5	CELALI	2	Capacitación en alfarería
6	FONAES	2	Apoyo a comercialización en Ferias y en Trípticos
7	SEP SSA SAGARPA FONART	1	Apoyo a educación Seguro popular Construcción de local Horno

Fuente: Elaboración propia

3. Nudo Apoyo en la producción:

Se expresa quiénes apoyan las alfareras y en qué actividades para elaborar sus artesanías, lo que se delimitó a través a tres opciones: “ayuda a hacer productos”; “decora las piezas” y “es a quien le pide prestado material”. Los resultados se resumen en la tabla 15:

Tabla 15. Ayuda en la producción de piezas ocurrida en región:

No	Acción mencionada	Número de veces mencionada
1	Ayuda a elaborar las piezas	16
2	Decora las piezas	3
3	Me presta material	1

Fuente: Elaboración propia

En este nodo destaca la presencia de las hermanas de las alfareras, ya que en el caso de ayuda en la producción, las mujeres se apoyan en los familiares cercanos, sobre todo las hermanas, como podemos ver en el gráfico 5. Esto sucede con mayor frecuencia al momento de la cocción de las piezas, ya sea para realizarla a cielo abierto o en horno, así se prefiere que tengan juntas varias piezas para así quemarlas todas al mismo tiempo, lo que sucede normalmente en casa de alguna de las familiares cercanas de las alfareras.

4. Nodo pertenencia a grupos:

Aquí se expone la manifiesta percepción de las alfareras con relación a su proceso organizativo, ya que si bien es claro en la mayoría de los casos dicen trabajar solas la manufactura de sus productos, también manifiestan requerir y vivir el apoyo familiar para el proceso de enseñanza o transmisión del conocimiento, lo que ocurre normalmente dentro del seno familiar, como se puede observar en el gráfico 6.

Sin embargo, la institucionalización de un grupo reconocido como tal ocurre cuando se presenta la interacción con las autoridades o programas externos, lo que además de originar un proceso de formalización concreto y específico, también significa el reconocimiento de aquellas líderes a quienes deben acudir en caso de requerir participar en estas organizaciones.

La pertenencia a estos grupos puede ocurrir tanto por invitación expresa de la líder, que conoce y reconoce así el trabajo (calidad, cumplimiento e incluso honestidad) de la alfarera o por solicitud expresa de la alfarera a formar parte de la organización, lo que implica en ambos casos una erogación, ya que para pertenecer a dichos grupos existe tanto una cuota de inscripción, como la necesidad de realizar los pagos que se requieren para la salida de la líder a la búsqueda de las opciones de desarrollo, y la dedicación de horas de trabajo en actividades, sobre todo de ventas, dentro del grupo conformado (Tabla 16).

De la encuesta realizada sobresalen los siguientes aspectos:

Tabla 16. Pertenencia de las alfareras a grupos en la región:

No	Nombre del grupo	Alfareras que pertenecen
1	J'Pas Lumetik A.C	6
2	Antsetik	5
3	S.S.S. La Nueva Estrella de Amatenango del Valle	4
4	Grupo alfarero de Anastacia	1
5	Grupo alfarero de Carmen	1

Fuente: Elaboración propia.

5. Nodo cuidado de los hijos

Un punto que sobresale en esta investigación se refiere al nodo **cuidado de los hijos**, ya que si bien es cierto que la alfarería es una actividad que permite que las mujeres realicen las labores en casa, que por la misma naturaleza de las actividades que se hacen se transmita de generaciones a generaciones madre-hijas, también lo es que existen casos de mujeres que venden fuera de la localidad, que atienden sus negocios propios o comunitarios o que, al ser jefas de familias solas, requieren apoyo para el cuidado de los menores, por ello, al revisar los resultados el número de mujeres que buscan apoyo para el cuidado de los hijos crea un nodo en el que las relaciones directas son con las hermanas, la suegra, la cuñada e incluso los maridos. De lo anterior, se desprende igualmente (Tabla 17):

Tabla 17. Cuidado de los hijos en la región:

No.	En quién se apoya	Menciones
1	Hermana	8
2	Suegra	3
3	Cuñada	3
4	Esposo	2

Fuente: Elaboración propia

Por último, se detectó también la existencia de 5 alfareras que no mencionan a nadie como relación establecida bajo ningún concepto, ya que manifiestan no apoyarse en nadie, no tener establecida ninguna relación de afecto, cooperación o confianza al interior de la región. Estas alfareras son mujeres mayores de cincuenta años, que no hablan español, que no cuentan con educación escolar y que realizan productos utilitarios, por lo que su correspondencia con el exterior depende básicamente de la labor de las intermediarias que les compran los enseres y que se comunican con

ellas en sus casas; no cuentan con teléfono, televisión ni radio y no salen de la localidad.

Finalmente, de la clasificación de los nodos detectados, se percibe la mayor presencia del capital social en la zona a través de la comercialización; sin embargo, también se detecta que este nodo tiene una fuerte presencia familiar, ya que las personas en las que recae mayormente este lazo son familiares entre sí; sin embargo, también puede detectarse que las personas con mayor centralidad, es decir, aquellas más mencionadas por la generalidad de las mujeres en Amatenango del Valle, lo son por los lazos comerciales que generan, incluyendo en algunos casos las relaciones que poseen con programas e instituciones gubernamentales y la posibilidad de gestionar apoyos, lo que representa casi el 10% de las razones por las cuales se mencionan (gráfico 7).

La amistad es el segundo nodo de capital social en la región; como se nota en el modelo, las personas de Amatenango del Valle platican, visitan, comentan y son recíprocas entre sí, dando un 30% de los casos en los cuales se mencionan la razón de apoyo de unas entre otras.

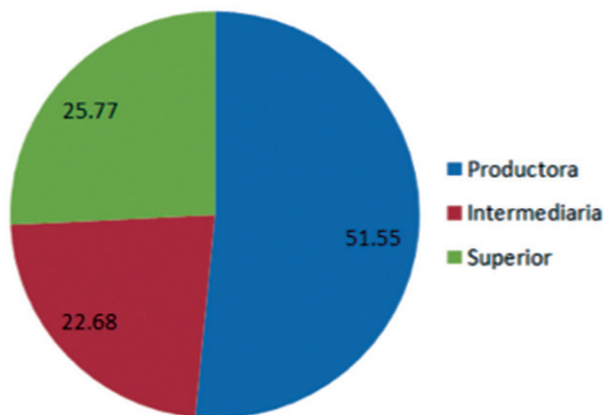
También debe precisarse que solamente 1.4% de las entrevistadas manifestaron no tener ningún tipo de relación con ninguna alfarera; sin embargo, este mismo grupo está constituido por mujeres de edades avanzadas en la localidad, quienes solamente se apoyan de sus hijas o nietas y quienes no hablan español, no cuentan con estudios ni han salido de Amatenango del Valle.

4.2.2. Grados o niveles de representación de las alfareras

Como se mencionó en la parte metodológica de este trabajo, se considera la existencia de tres distintos grados o niveles de representación de las alfareras, del análisis del modelo de Capital social en la región, siendo entonces quienes tienen más menciones las que poseen mayor centralidad y densidad de relaciones y, por ende, de Capital social, por lo que no debe sorprender que las entrevistas a profundidad realizadas al inicio y como primer acercamiento en esta investigación se hayan realizado a las mujeres que, de acuerdo a los grados o niveles de representación elaborados, son las más mencionadas y representativas dentro del modelo; sin embargo, también cobra atención el porcentaje de mujeres intermediarias dentro de la región de estudio y la preponderancia de aquellas que se autodefinen como productoras, quienes dependen del trabajo de los otros dos niveles y que tienen los menores ingresos económicos en la localidad.

Considerando la propuesta para la distinción en tres diferentes grados o niveles, los resultados de la encuesta arrojaron lo siguiente (Gráfico 8):

Gráfico 8. Grados o niveles de representación de las alfareras.



Fuente: Elaboración propia

Ahora bien, a partir del contenido de las entrevistas a profundidad que se hicieron como parte de esta investigación, se percibe la existencia de tres “núcleos de confianza”:

Se definen como núcleos de capital social a aquellos aspectos de la información que permiten considerar las hipótesis consistentes sobre elementos asociados a la presencia de este capital en sentido subjetivo, es decir, una configuración personalizada del sentir y vivir de quien responde a estas preguntas.

- 1) Un fuerte sentido de capital social en relación con la familia, quien aparece como fuente de apoyo, afecto, vivencias y tiene un valor importante en la producción del Capital social.
- 2) Un fuerte sentido de capital social con relación a la maternidad, como productora de emociones y procesos simbólicos que se transmiten de generación en generación y que conforman desde identidades hasta arraigo a la actividad, al territorio y a la personalidad de las entrevistadas; esta configuración se alimenta de los afectos familiares y vecinales, lo que genera esas relaciones de confianza, reciprocidad y cooperación esquematizadas.
- 3) Un fuerte sentido de capital social con la alfarería, ya que es esta actividad a través de la cual las mujeres entrevistadas no sólo

transmiten su conocimiento material y humano del mundo que habitan y construyen, sino que también se entienden y pertenecen al territorio, al trabajo y a la localidad, se mantienen en ella y la llevan consigo a través de las salidas que hacen para la promoción y/o venta de sus productos.

4. 3. Análisis general de Variables y Dimensiones

Esta sección se enfoca en la revisión de los resultados de la aplicación del instrumento de medición de capital social y presenta los resultados relacionados con las dimensiones asociadas al desarrollo de capital social, señaladas en el apartado de metodología. Se revelan además, algunas relaciones entre variables que resultan de interés para el estudio del capital social en la región.

4 3.1 Grupos y Redes

Es importante precisar que la alfarería, conforme a lo establecido en la misma encuesta, forma grupos y redes al transmitir esta actividad de generaciones en generaciones, por lo que también se analiza la forma en que se ha transformado el conocimiento del oficio entre las mujeres encuestadas, (Tabla 18):

Tabla 18. Forma en la que aprendió la alfarería

No.	Persona	Porcentaje
1	No se reconoce alfarera ²	27.8 %
2	Mi mamá	54.6 %
3	Mi abuela	1.0 %
4	Mis hermanas	1.0 %
5	Mujeres de la familia	3.1 %
6	Mi suegra	2.1 %
7	Mis tías	4.1 %
8	Yo sola	6.2 %
Total		100 %

Fuente: Elaboración propia.

² En la Región Alfarera de Amatenango del Valle hay mujeres que manifiestan que su principal actividad es la comercialización de los productos realizados por las alfareras; por ello, al preguntarles la forma en la cual aprendieron la alfarería no se reconocen como alfareras, ya sea porque nunca lo aprendieron o porque en el desarrollo de la actividad se dedican a ser intermediarias y sólo venden los productos tanto en los locales comerciales o fuera de la localidad.

Esta variable es un claro indicador de la presencia del capital social de *bonding* (relaciones de afecto y cercanía) en la región de estudio, además de demostrar cómo en esta región se transmite el conocimiento de generación y generación, fortaleciendo las prácticas culturales y la continuidad del conocimiento entre mujeres. Este es uno de los elementos centrales en la concepción de esta actividad económica como etnodesarrollo, ya que es a través del conocimiento empírico generacional como se enseña no sólo el oficio, sino el saber y ser de Amatenango, además de estar obligatoriamente vinculado al territorio, ya que como se ha señalado en los capítulos anteriores, la materia prima es propia de la región.

Así, uno de los indicadores que más llama la atención en la región es la conciencia de pertenencia a un grupo por parte de las entrevistadas, ya que conciben un grupo como una organización derivada de un apoyo o programa gubernamental, por lo que en este caso es el 25 % aproximadamente de la población quien asegura pertenecer a un grupo; sin embargo, al momento de preguntarles la forma en cómo se organizan para llevar a cabo su actividad, se ve que un 92 % de las alfareras se reúnen o piden ayuda; un 51.5 % de las mujeres indicó que platican con alguien acerca de la alfarería, y un 12 % encarga el cuidado de los hijos a alguien.

En este apartado es importante señalar que se ve la presencia de los varones entre quienes cuidan a los hijos, lo que fue mencionado por algunas de estas alfareras. De igual forma, el 19,6% de las entrevistadas manifestaron pedir consejo a alguna otra alfarera para la elaboración de sus productos.

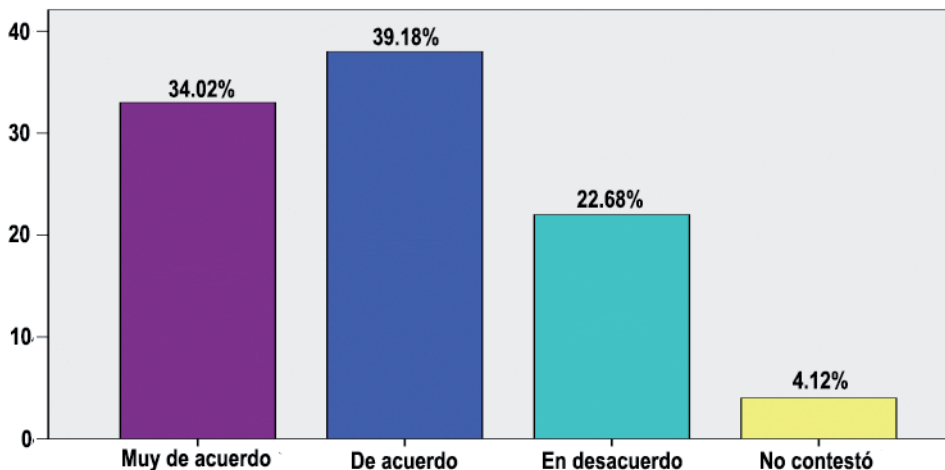
Para el apartado correspondiente a la comercialización de los productos y el apoyo solicitado por las alfareras entre si, un 32 % de las encuestadas manifestó solicitarlo, y un 29.9 % de este total lo hace ocasionalmente. 12.5 % de las entrevistadas manifestó ponerse de acuerdo en los precios de los productos. Casi el 53 % de las encuestadas vende los productos fuera de Amatenango, lo que hacen acompañadas entre sí o con los maridos o hijos varones.

4.3.2 Confianza y solidaridad

Con respecto al tema de la variable que mide confianza en los otros, el resultado general indica que el 39 % está de acuerdo en que se puede confiar en los otros, seguido por un 34 % que está muy de acuerdo, lo que hace un total de 73 % de las entrevistadas que consideran que en Amatenango se puede confiar en la mayoría de las personas (Gráfico 9); sin embargo,

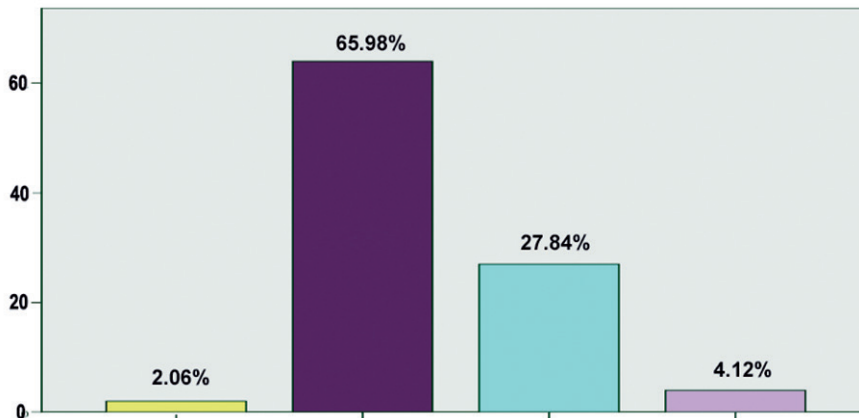
el 66 % manifestó estar de acuerdo con que hay que estar atento o alguien puede aprovecharse (Gráfico 10).

Gráfico 9. Percepción de confianza en las demás personas



Fuente: Elaboración propia

Gráfico 10. Percepción de desconfianza en las demás personas



Fuente: Elaboración propia

Los resultados según totales en la dimensión confianza dan cuenta de la existencia de altos niveles de confianza en el otro, lo que se corrobora observando que el porcentaje de personas que responde que se puede confiar en los otros.

Para el caso de la percepción que tienen las personas de si la mayoría está para ayudar, el porcentaje de quienes están de acuerdo y en desacuerdo es muy similar, siendo 44.5 % en el primer caso y 46 % en el segundo. No obstante, se percibe por la población entrevistada una sensación tendiente hacia la mejora de la confianza en la región, ya que 58 % de las encuestadas manifiesta que, en comparación a los últimos cinco años, ésta se ha mantenido, mientras que 32 % indicó que ha mejorado. En lo que respecta a cómo se llevan en la región, las entrevistadas manifestaron en 69 % que es una situación mezclada.

4.3.3 Acción Colectiva y Participación

La dimensión de acción colectiva implica la capacidad de trabajo conjunto para la movilización de recursos y/o servicios, en donde se reúnen en torno a objetivos comunes y se reconocen ciertas reglas y compromisos.

Al consultar sobre la frecuencia en que las personas trabajaron en beneficio de la comunidad, 45.5 % contestó que algún miembro de su familia participó en alguna actividad; 94 % manifestó que existe ocasionalmente una multa por no participar en estas actividades (Tabla 19); 66 % manifestó que menos de la mitad de las personas aporta recursos en beneficio de la comunidad; 91.8 % de las encuestadas manifestaron que menos de la mitad de la comunidad le apoyaría en caso de necesitar ayuda para atender un asunto emergente, situación que contradice la frecuencia de las visitas y convivencia que ocurre en la comunidad, en la que 57.7 % respondió afirmativamente haberse reunido en el último mes para conversar; 97 % ha recibido visitas en su hogar y 98 % ha visitado a otras personas en su hogar (Tabla 20).

Tabla 19. Sanciones para quienes no participan en actividades comunitarias

No.	Periodicidad	Porcentaje
1	Nunca	2.1 %
2	Ocasionalmente	91.8 %
3	Siempre	6.2 %
Total		100 %

Fuente: Elaboración propia

Tabla 20. Frecuencia de visitas entre alfareras

No.	Visitas	Si	No
1	La han visitado personas en su casa	96.9 %	3.1 %
2	Ha visitado usted a personas en sus hogares	97.9 %	2.1 %
Total		100%	100%

Fuente: Elaboración propia

4.3.4. Información y Comunicación

Esta dimensión refiere al acceso a los medios de información y al hogar con que cuentan las encuestadas, lo que influye sobre la movilización de recursos que le permitan a sus integrantes ampliar su campo de oportunidades, y con ello el desarrollo de un mayor capital social.

Este apartado incluye preguntas relacionadas a la accesibilidad a teléfonos, radio, televisión, (Tabla 21) noticias y acceso al hogar; de igual forma, se correlaciona la información con los rangos de edad, estado civil, escolaridad y barrio de la encuestada, obteniéndose lo siguiente:

Tabla 21. Frecuencia en la que utilizan medios de información

No.	Periodicidad	Radio	Televisión
1	Todos los días	38.1%	29.9%
2	Algunas veces a la semana	41.2%	50.5%
3	Una vez a la semana	7.2%	3.1%
4	Menos de una vez a la semana	2.1%	2.1%
5	Nunca	11.3%	14.4%
Total		100%	100%

Fuente: Elaboración propia

Para el caso del acceso a la televisión, sólo un 14.4% de los hogares encuestados manifestó no contar con una en su hogar y por consiguiente no verla, contra el 80.4% que indicó verla diario o algunas veces a la semana.

Tabla 22. Tiempo en que demora a llegar a un teléfono que funcione

No.	Desplazamiento	Porcentaje
1	Hay teléfono en casa ³	68.0 %
2	Menos de 15 minutos	4.1 %
3	De 15 a 30 minutos	6.2 %
4	De 31 a 60 minutos	4.1 %
5	No utilizan teléfono ⁴	17.5 %
Total		100 %

Fuente: Elaboración propia.

Es evidente que el acceso a la tecnología ha hecho una mejora sustancial en la región de estudio, ya que el 68% de las encuestadas cuentan con teléfono en casa o celular, y sólo el 17.5% dice no utilizarlo (Ver tabla

³ Este porcentaje se refiere a las personas que cuentan con un teléfono celular, tecnología que ha permitido este incremento en la comunicación dentro de la región.

⁴ Este porcentaje corresponde a las personas que no utilizan este medio de comunicación y por ende, no saben o no usan alguno cercano.

22). Este servicio es importante para el caso de las alfareras consideradas líderes, ya que hacen y reciben llamadas telefónicas al exterior para ubicar a su clientela, hacer tratos comerciales y acordar la distribución de sus productos; así como el seguimiento a los programas de gobierno

Una de las variables que más impacta en la importancia del capital social para el indicador información tiene que ver con la forma como se comunican las noticias en la región, ya que el medio más utilizado por las encuestadas es a través de parientes, amigos y vecinos, siendo un 55 % de la población encuestada quien aseguró ser esta la vía idónea de comunicación (Tabla 23).

Tabla 23. Fuente de información de acciones de Gobierno más importante

No.	Fuente	Porcentaje
1	Parientes, amigos y vecinos	55.7%
2	Informativo de la comunidad	1.0%
3	Radio	14.4%
4	Televisión	1.0%
5	No sabe	27.8%
Total		100%

Fuente: Elaboración propia

La percepción del 70 % de las encuestadas con relación al acceso de la información es de mejora, es decir, al tener en sus hogares teléfono, televisión y/o radio, manifestaron que estos medios, sobre todo la telefonía celular, ha ido incrementando de manera gradual en los últimos cinco años, lo que les permite una mejor comunicación y un mayor conocimiento del día a día en la región (Tabla 24).

Tabla 24. Percepción de la mejora al acceso de información

No.	Mejora	Porcentaje
1	Mejorado	72.2%
2	Sigue igual	7.2%
3	No contestó	20.6%
Total		100.0%

Fuente: Elaboración propia

Cobra importancia también que el 95 % de las entrevistadas manifestaron que el acceso a sus hogares es sencillo durante todo el año, en la región las vialidades de la zona centro y las periferias cercanas están pavimentadas con cemento hidráulico incluso, siendo los barrios del Madroñal y Pie de la Cuesta los de más difícil acceso.

Las alfareras encuestadas casi en su totalidad (99%) han salido de la región y viajado a otros lugares durante el año pasado, ello les ha permitido conocer realidades diferentes a las que experimentan día a día.

4.3.5 Cohesión Social e Inclusión

Esta dimensión explora qué tanto los individuos de la región desarrollan recursos y actúan para lograr la transformación de su entorno según sus necesidades y aspiraciones, así como la forma de su convivencia. Involucra la capacidad de convivir, respetar y tolerar las diferencias existentes.

En este sentido, 91.8% de las entrevistadas considera la región como “unida en parte” y sólo 3% considera que existe gran conflicto y violencia (Tabla 25). 84.5% considera que las diferencias dividen poco a la comunidad (Tabla 26) y otorgan a la posesión de la tierra como la principal causa que genera estas diferencias (Tabla 27).

En lo que respecta a la posibilidad de participación de las entrevistadas en asuntos comunitarios, 83% manifestaron no poder participar en algún asunto de la comunidad; casi mismo porcentaje (83.5%) considera que la razón principal por la que no pueden participar es el género (Tabla 28). 42.3% afirman que las alfareras no pueden formar parte de las asambleas comunitarias (tabla 29).

Tabla 25. Percepción de convivencia en comunidad

No.	Convivencia	Porcentaje
1	Unida en parte	91.8 %
2	Algunas disputas y conflictos	5.2 %
3	Gran conflicto y violencia	3.1 %
Total		100 %

Fuente: Elaboración propia

Tabla 26. Percepción de la división por diferencias en la sociedad

No.	División	Porcentaje
1	Mucho	5.2 %
2	Ni mucho, ni poco	9.3 %
3	Poco	84.5 %
4	Muy poco	1.0 %
Total		100 %

Fuente: Elaboración propia

Tabla 27. Principal diferencia que causa problemas

No	Diferencia	Porcentaje
1	En educación	2.1 %
2	En posesión de tierra	34.0 %
3	En posesiones	28.9 %
4	En nivel social	1.0 %
5	En hombres y mujeres	20.6 %
6	Entre generaciones	1.0 %
7	Religión	4.1 %
8	Partidos políticos	5.2 %
9	No contestó	3.1 %
Total		100 %

Fuente: Elaboración propia

Tabla 28. Razón por la que no puede participar

No.	Razón	Porcentaje
1	Ocupación	1.0 %
2	Género	85.6 %
3	Edad	1.0 %
4	No contestó	12.4 %
Total		100 %

Fuente: Elaboración propia

Tabla 29. Actividad Principal en la que no puede participar

No.	Actividad	Porcentaje
1	Asamblea comunitaria	42.3 %
2	Cargos de autoridades tradicionales	10.3 %
3	Elección de candidatos	32.0 %
4	Testigos	1.0 %
5	Proyectos de estufa ahorradora	1.0 %
6	No contesto	13.4 %
Total		100 %

Fuente: Elaboración propia

4.3.6. Empoderamiento y Acción Política Local

La dimensión de empoderamiento y acción política local da cuenta de una cierta posición al interior del grupo, organización, red o comunidad. Implica las capacidades de: 1) ejercer influencia al interior de la localidad, 2) movilización de recursos en la resolución de problemas de tipo personal, dentro del grupo y/o de la comunidad.

Una de las preguntas que apuntó a sondear el empoderamiento de las encuestadas, indagó sobre la forma en que creen si su actuar personal puede generar una mejora local, 54.6% de las encuestadas sostuvo que casi nada.

Esta encuesta vincula el sentimiento de felicidad y la capacidad de toma de decisiones con el empoderamiento, por lo que es interesante que un 91.8% de las encuestadas se consideren personas muy felices; sin embargo, al tratarse de la capacidad de toma de decisiones, el porcentaje más representativo (35.1%) considera que tiene control sobre algunas de ellas, seguido por el 30.9% que manifiesta que lo tiene sobre pocas.

Al cuestionarles el número de veces que las personas de la comunidad se reunieron con funcionarios de gobierno, el 54.6% manifestó que ninguna, lo que se comprende a mayor profundidad al ver que el 54.6% de las entrevistadas manifiesta que ninguna petición hecha al gobierno tuvo éxito, contra el 4.1% que manifiesta que sí se tuvo éxito en lo pedido; sin embargo, cuenta con un alto grado de participación en las elecciones para presidente de la República, ya que el 92.8% de las encuestadas sufragó en el pasado período electoral.

En lo que respecta a la percepción de honestidad que le dan los funcionarios de gobierno, el 66% manifiesta que le parece que los funcionarios son “ni honestos, ni deshonestos”, siendo ésta respuesta la más representativa, situación que se repite para el caso de las autoridades tradicionales, ya que el 44% tiene esa misma percepción, haciendo también a este segmento el más representativo. Los funcionarios del centro de salud son los que tienen mayor credibilidad al interior de la comunidad encuestada, ya que el 42% considera que son bastante honestos (Tabla 30).

Tabla 30. Percepción de honestidad en servidores y funcionarios.

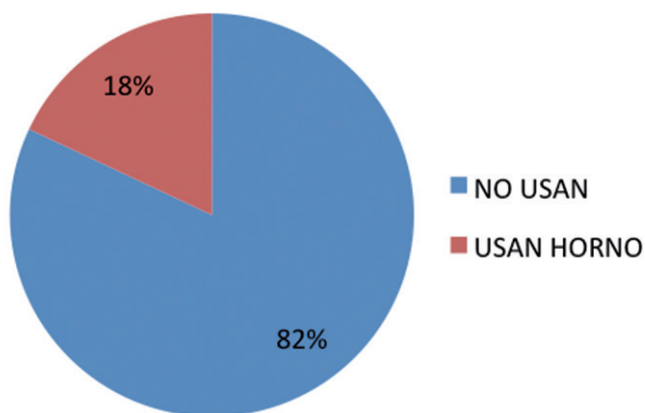
	Gobierno Local (%)	Autoridades Tradicionales (%)	Profesores y Funcionarios de Escuela (%)	Policías (%)	Jueces y Personal del Juzgado (%)
Bastante deshonestos	3.1	5.2	-----	13.4	-----
Ni honestos ni deshonestos	60	45.4	64.9	42.3	39.2
Bastante Honestos	2.1	1.0	5.2	1.0	----
Muy Honestos	----	26.8	3.1	8.2	4.1
No hay de esos funcionarios acá	1.0	----	1.0	----	2.1
No contestó	27.8	21.6	25.8	35.0	54.6

Fuente: Elaboración propia.

4.4. Análisis de Indicadores Económicos

La innovación presente en Amatenango del Valle puede verse en el momento de la cocción de las artesanías, cuando las alfareras utilizan horno o cuando no lo usan, siendo un 82 % de las mujeres quienes manifiestan su uso y sólo un 18 % quienes no lo requieren, ya que esto depende en parte de la dotación otorgada por las instituciones públicas o privadas que de ello se encargan y de su capacitación correspondiente.

Gráfico 11. Uso de Horno en Amatenango del Valle



Fuente: Elaboración propia

Con relación a la producción de piezas a la semana, la alfarería en Amatenango tiene tres criterios de clasificación “pequeñas”, “medianas” y “grandes”, promediándose por las mismas alfareras la producción según la siguiente tabla:

Tabla 31. Promedio de piezas elaboradas a la semana.

No.	Tamaño	Número de piezas
1	Grandes	8
2	Medianas	20
3	Pequeñas	36

Fuente: Elaboración propia

Con relación a los ingresos generados por ventas a la semana, la alfarera que manifestó mayores ingresos lo hizo por \$4,000.00 mensuales y la de menores ingresos fue por \$320.00, dando un promedio mensual de \$1,002.00 obtenidos por esta actividad en la región.

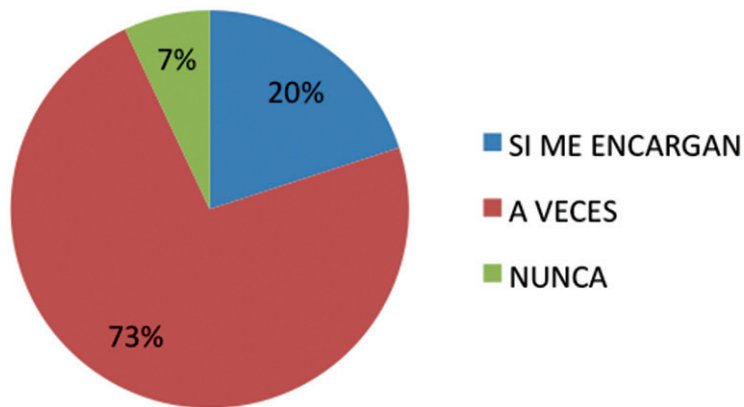
Destaca que la alfarera de mayores ingresos es propietaria de un local comercial en la región, por lo que también es intermediaria y mantiene relaciones con los externos, tanto turistas como autoridades, por lo que es líder para la comunidad; en este caso se encuentran Albertina López Ramírez, Francisca Gómez Bautista o Esperanza Bautista.

También destaca Carmen Vargas, quien es originaria de otro municipio, y tiene el local comercial más llamativo del corredor, en el que incluso hay alfarería de otros lugares de la República. Ella manifiesta ser sólo comerciante, a pesar de haber aprendido a hacer palomas cuando llegó a vivir a Amatenango del Valle con su esposo. Considera que no provoca problemas a utilizar nuevos productos, colores o diseños, ya que sólo están innovando, no perdiendo la tradición. Opinión parecida tiene Esperanza Bautista.

Por el otro lado, la alfarera que genera menores ingresos realiza exclusivamente piezas pequeñas sin decorado y las vende al precio que le den quienes van a buscarla a su domicilio.

También sobresale que al preguntarles cómo calculan el precio de venta de sus productos, el tamaño y la forma fueron las respuestas más representativas, ya que a más grandes más trabajo, más material y más horas de dedicación a la pieza; y al cuestionarles si las piezas las trabajan por encargo de alguien más, las respuestas fueron las siguientes (Gráfico 12):

Gráfico 12. Trabaja sus piezas por encargo



Fuente: Elaboración propia

Para calcular el costo de la producción, las alfareras manifestaron realizar erogaciones por tres conceptos: el corte y acarreo de leña, el pago de la transportación de la arena⁵ y la compra de pintura, en los casos en los que la pieza es decorada. En este sentido, se realizó el cálculo sobre las alfareras que manifestaron elaborar las piezas hasta la decoración, con lo que se obtuvo lo siguiente:

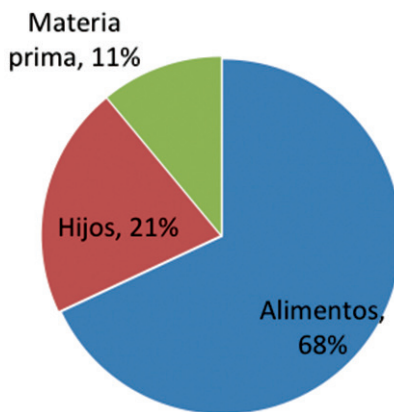
Tabla 32. Costo de producción

Material	Costo unitario	Veces al mes	Veces al año	Total
Arena	600	0	1	600.00
Leña	30	3	12	1,080.00
Pinturas Comex	80	4	12	3,840.00
Pinceles	25	1	3	75.00
Total				5,520.00

Fuente: Elaboración propia

Tratándose del gasto principal, o el destino que le dan a los ingresos obtenidos, se preguntó a las entrevistadas cuáles son las tres cosas principales en las que gastan lo que ganan, a lo que respondieron (Gráfico 13):

Gráfico 13. Destino principal de sus recursos



Fuente: Elaboración propia

⁵ Este concepto es anual, ya que manifiestan que sólo van por arena una vez al año, ocasión en la que aprovechan a adquirir un camión de arena.

Dentro de la categoría Alimentos se incluyeron las respuestas “comida”, “despensa”, “cosas para la casa”; para la categoría Hijos se consideran “Cosas para mis hijos”, “ropa”, “medicamentos” y para Materia prima “leña”; “pintura”, “pinceles”.

4.5 Análisis de los programas sociales que han incidido en la región

Como se estableció en el capítulo 2, la política pública de Desarrollo Social que puede incidir en la región, considerando tanto el objeto social como la población a atender, versa en cinco principales programas, de los cuales en la región se han visto los siguientes resultados:

Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART)

En Amatenango del Valle, según los datos publicados por la institución, exclusivamente durante el ejercicio fiscal 2011 se beneficiaron 38 artesanos con un monto total de \$113,750.00, considerándose apoyos dentro de la estrategia 100x100 que contempla a los 128 municipios con menor índice de desarrollo humano (IDH) en el país (FONART, Informe de autoevaluación ejercicio fiscal 2011, 2012). El mismo informe afirma que el apoyo para la producción, apoyo considerado de mayor trascendencia para este trabajo, solo se otorgaron dos.

Programa Organización Productiva para Mujeres indígenas (POPMI)

No se encontró ningún apoyo de este programa en la región de estudio.

Fondo Nacional de Apoyo a Empresas Sociales (FONAES)

En el ejercicio fiscal 2007, este programa dio a la Sociedad de Solidaridad Social Amatenango del Valle la Nueva Estrella por la cantidad de \$172,600.00 sin especificar el instrumento de apoyo con el que se benefició a dicha organización.

De la entrevista realizada a la líder de esta organización social, se detectó que en el año 2006 acudieron por medio de esta institución a dos eventos de promoción de sus productos, uno en Veracruz y otro en la Ciudad de México, a los que a decir de Albertina les pagaron hospedaje, alimentación y transporte desde la ciudad de Tuxtla Gutiérrez, es decir, todos los gastos generados de la localidad hacia la capital del estado fueron realizados por ella y su acompañante; resalta que no existe una forma de detectar este apoyo

dentro de la página de la institución, ya que sólo arroja un total erogado por el estado de Chiapas, sin detallar quiénes fueron los beneficiarios directos.

Comité nacional de productividad e innovación tecnológica (COMPITE)

No se encontró ningún apoyo de estos programas dentro de la región de estudio.

Marca Chiapas

En Amatenango de Valle, “Marca Chiapas” ha otorgado la certificación a dos productos: el Jaguar de la Sociedad de Solidaridad Social Amatenango del Valle la Triple Estrella y el cántaro de jaguar a la C. Simona Gómez López, lo que resulta contradictorio con el objetivo del apoyo otorgado, ya que este programa surge para certificar productos o procesos, no artesanías específicas que implican una realización única por cada una de ellas.

Otros Apoyos

Por último, las entrevistadas mencionaron a la Organización No Gubernamental (ONG) León XIII como proveedora de apoyos, ya que durante el año anterior a esta investigación dotó a 42 alfareras de hornos para la cocción de sus productos, la capacitación para el uso y la recuperación del costo de la materia prima para el apoyo, lo que significó un gasto de mil doscientos pesos por cada horno, recuperable durante seis pagos bimestrales de doscientos pesos cada uno.

Capítulo 5.

Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

Considerando las actuales dinámicas sociales, donde los actores locales reciben cada vez mayor influencia del proceso globalizador, se requiere profundizar el análisis de las relaciones que ocurren al interior de las regiones.

Esta investigación permitió instrumentar una herramienta de análisis del capital social de la región. La evidencia empírica obtenida en este caso concreto muestra el potencial existente para entender la problematización regional a través del análisis de las redes sociales.

Amatenango del Valle es una región conformada por elementos territoriales, económicos, sociales, culturales y de vida que la hacen propia y diferenciada; cuenta con una historia común de vida desde tiempos prehispanicos y que otorga a sus alfareras la posibilidad de generar una actividad económica que las arraiga y otorga identidad, tanto hacia al interior como al exterior de su municipio, identidad y arraigo que se transmite no sólo de generación en generación, sino en los espacios vividos y comunes en los que, de manera cotidiana conviven y resuelven su hacer y ser, que a decir de muchas de ellas, continuará siendo así hasta que el territorio les permita seguir con su forma de vida.

En esta región, la alfarería es una actividad que trasciende a lo económico y que vincula tanto la cultura como el territorio en el que se lleva a cabo, con afectaciones de origen económico que generan cambios que inciden y afectan no solamente dicho aspecto, sino que también han generado modificaciones en el vivir diario de la localidad.

En la región Alfarera de Amatenango del Valle convergen la identidad, el control cultural, la actividad económica –que en este caso es la alfarería– y la autogestión, elementos que constituyen un modelo de etnodesarrollo con ejercicio de la autonomía.

Así mismo, a través del capital social las mujeres, y en general los habitantes de esta región valoran, conocen y deciden la conducción de sus recursos, esfuerzos y trabajo para sobrevivir a través de la alfarería, trascendiendo del beneficio económico obtenido hacia la seguridad comunitaria que les da el conformar lazos estables, duraderos y fuertes, densos y con centralidades detectables por los que el desarrollo se decide, vive y reproduce acorde a su cultura, tradición y territorio.

Las experiencias que constatan el control cultural y la autonomía en la toma de decisiones de las alfareras en la región de estudio son múltiples y variadas, ocurriendo desde la forma en cómo hacen converger la tradición con la innovación, al momento de decidir las modificaciones en los objetos, en el decorado, en la presentación; la inclusión de artesanías del exterior, la periodicidad y forma en la que acuden a sus reuniones como grupo de trabajo, la legitimidad en la decisión de la líder a quién seguir.

En la política pública de desarrollo social persiste la postura integracionista, donde “lo indígena” es un problema. Esta política no contempla al etnodesarrollo como una opción de vida en las comunidades indígenas y por tanto aún no se generan programas que lo reconozcan como una opción y menos aún que impacten en esta materia.

Parece lejana la posibilidad de contar con un instrumento que reconozca y ubique el capital social como ese elemento que sirve para la toma de decisiones comunitarias, con la finalidad el permitir que el marco legal y las instituciones públicas tengan una herramienta que realmente otorgue espacios de participación comunitaria, permita que los actores sociales involucrados decidan su desarrollo y de esta manera legitimen los aspectos culturales, identitarios, territoriales, económicos, sociales que implica el etnodesarrollo.

La alfarería debe considerarse como una de las actividades económicas propias del etnodesarrollo, que para el caso específico de Amatenango del Valle se constata como desarrollo territorial culturalmente diferenciado conforme a lo establecido en el convenio 169 de la Organización Internacional del Trabajo en su artículo 23. De igual forma, es a través de esta actividad en la que vinculan aspectos identitarios a la toma de decisiones, ya que permiten que los productos que ofertan, presenten las innovaciones que el mercado les demanda sin por ello dejar de realizarlos conforme a sus tradiciones, resolviendo de forma comunitaria hacia dónde y de qué manera estas modificaciones serán realizadas.

La alfarería se percibe como una actividad que permanecerá dentro del hacer de la localidad, que mientras continúe elaborándose a partir de

los recursos naturales de la región y adaptándose al gusto del mercado, continuará otorgando a quienes la elaboran, comercializan o viven de ella los recursos que no se obtienen de otra manera y que los vinculan y arraigan con su territorio.

En Amatenango del Valle las solicitudes del mercado han ido transformando los rasgos culturales de la alfarería. No pierden la tradición de elaborar piezas de barro ni han incorporado herramientas que faciliten su trabajo, se modernizan e innovan en el tipo de producto, finalidad y decorado para atender las demandas de los turistas. Estas innovaciones han generado una organización que puede detectar tres distintos momentos: producción, decorado y comercialización de las artesanías. La forma de elaborar las piezas no ha sido modificada en sí desde hace años, continúa realizándose a mano y sin el uso de torno o moldes; sin embargo, se percibe el uso del horno para la cocción en ciertos hogares.

La investigación reveló que la alfarería en la región se desarrolla por mujeres que se consideran alfareras y con la ayuda de los varones para el acopio y traslado de los materiales e incluso en algunos casos en el decorado de las piezas; sin embargo, también estuvo presente la figura del varón participativo en el cuidado de los hijos, en el acompañamiento a las labores de comercialización o, inclusive, en la venta de los productos.

El capital social regional se presenta no sólo como recurso, sino como elemento central en el modelo de etnodesarrollo que es la alfarería, ya que es a través de las relaciones de confianza, cooperación, y las dimensiones detectadas como esta actividad se transmite, enseña, comparte, vincula al territorio, comercializa, difunde y genera procesos de acción colectiva, participación ciudadana e incluso empoderamiento en las alfareras. También los canales de comunicación y medios de información se han visto beneficiados por el capital social regional y la percepción general de cohesión social y convivencia son resultado de estas relaciones.

El capital social presente en la localidad representa un recurso real y existente, por el que las actividades económicas y cotidianas se realizan de manera confiable y unida, recíproca y colaborativa, generando los espacios de trabajo y de convivencia que hacen de esta localidad un espacio seguro y tranquilo para la convivencia; las mujeres han avanzado en la consecución de sus derechos y se han empoderado en la toma de ciertas decisiones.

También participan de manera más activa en actividades con instituciones gubernamentales y el porcentaje de participación en las votaciones nacionales es muy alto; sin embargo, en lo que respecta a los cargos públicos y las decisiones comunitarias, su presencia es nula o limitada a aquellas

que son solteras o viudas, rasgo que se presenta aún a pesar de los alcances económicos que las mujeres logran por la alfarería, y de la cada vez más evidente participación de los varones en la actividad e incluso en el cuidado de los hijos.

Los recursos ministrados para la alfarería por los programas analizados no generan impacto alguno sobre los beneficios a la actividad; han servido para la construcción de un museo, un parador turístico, la implementación de 42 hornos y la adquisición de pintura, así como recursos para la promoción y publicidad de una empresa a través de una feria nacional, la elaboración de trípticos para esta misma empresa y la certificación de un producto que le garantiza, a la misma empresa, la adquisición de los jaguares por parte del gobierno del estado de Chiapas.

Sin embargo, se ha generado una forma monopolización por parte de la sociedad beneficiada, lo que provoca al interior de la localidad disputas y descrédito al trabajo de las alfareras de la Sociedad de Solidaridad Social La nueva Estrella de Amatenango del Valle.

Únicamente una cuarta parte de las alfareras entrevistadas perciben la existencia de grupos sólo cuando se configuran ante la presencia de algún programa gubernamental, entendiendo las relaciones de confianza o reciprocidad que hay entre ellas como signos de amistad, familiaridad o negocio.

En Amatenango del Valle existen distintos niveles de alfareras. En esta investigación se agruparon tres jerarquías a partir de los resultados de la encuesta aplicada: a) las mujeres productoras; b) aquellas que realizan piezas cotidianamente, ya sea por encargo o para buscar que sean adquiridas por alguien más y c) quienes normalmente el pago de su producción se le hace en efectivo y a precios muy bajos; son mujeres que al trabajar por encargo pueden no realizar la entrega para la fecha exacta solicitada, que no han diseñado piezas nuevas y que no decoran sus productos, que venden al precio que les compran y que no han tenido apoyo gubernamental para el desarrollo de su actividad.

Las mujeres de la Región Alfarera han construido redes que atraviesan del *bonding* inicial en las familias y amistades hacia el *bridging* organizado en grupos de trabajo o sociedades a las que llegan por invitación o iniciativa y a las que ven como una oportunidad para obtener beneficios económicos, pero también de vida, por permitirles generar amistades, apoyos o ayuda tanto en la producción de sus artesanías como en las experiencias de vida diaria, tal como el cuidado de los hijos o la participación en agrupaciones religiosas o de conocimiento de Derechos o de atención a la salud o la capacitación.

En Amatenango la experiencia de vida de confianza se nota en aspectos tan básicos como las puertas abiertas; todos los vecinos pueden entrar a la casa de los demás, sólo anunciando un saludo tras abrir la puerta; o en el poco común asunto de ir a casa a tomar el almuerzo durante el receso de los niños en la primaria, para regresar a clase al término del recreo.

Un aspecto sobresaliente en cuanto al cuidado comunitario de los menores ocurrió un día en que una camioneta ajena a la comunidad se acercó a hablar con dos niños que se encontraban afuera de la casa de Romelia; a los cinco minutos todas las mujeres de la cuadra estaban asomadas y evidenciando a los foráneos que su presencia había sido detectada, que no estaban de acuerdo en que abordaran a los pequeños e incluso, Doña Rosa, los increpó y preguntó la razón por la que estaban hablando con sus niños.

El trabajo comunitario parece tener fuentes de motivación más eficaz por las sanciones a que son acreedores quienes no lo realizan, que por los beneficios comunes que puede atraer consigo; es decir, las personas entrevistadas manifestaron que si no trabajan en beneficio de su comunidad son multados, ya que si se trata de prestar auxilio de manera espontánea, menos de la mitad de la comunidad está dispuesta a hacerlo.

El acceso a los medios de información ha mejorado en los últimos años, esto está relacionado con la ubicación geográfica de la región; sin embargo, también con la presencia de intermediarias y del mercado exterior que convive y retroalimenta a la región. La localidad ha tenido mejoras en esta materia que van desde la implementación de una antena de telefonía en la región, hasta la pavimentación con cemento hidráulico de las principales vías regionales, así como trabajos de drenaje y desazolve que han mejorado el acceso a la localidad.

La política pública de desarrollo social, a través de los programas revisados, ha tenido presencia en la región; sin embargo, esta ha sido a través de estrategias que ponen en riesgo la riqueza del capital social existente, ya que al solicitar la creación de grupos sociales o de requerir bienes a nombre de las beneficiarias, se rompe la *selección natural* que este capital social haría sobre las integrantes de los grupos, especialmente cuando las restricciones de los programas implican que la formación de los grupos sociales sea entre familiares.

En lo que respecta a la cohesión social e inclusión, la comunidad se considera unida en parte, ya que la tenencia de la tierra es el principal conflicto existente en la región; sin embargo, 83 % de las mujeres manifestaron el no poder participar en algún asunto de la comunidad por razones

de género, mencionando que no participan por ejemplo en las asambleas comunitarias o en los cargos de autoridades tradicionales.

Las alfareras, ya sean productoras, intermediarias y sobre todo las líderes han conducido a la localidad de tal manera que abren espacios y crean oportunidades para la exposición, difusión y venta de sus productos; que se han relacionado con el exterior y las instituciones en búsqueda de alternativas estatales de recursos; que han modificado sus productos acorde a las exigencias del mercado y a la par han decidido a través de sus medios, diseños (imaginación a decir de Albertina) e individuos un actuar colectivo que los identifica tanto como alfareros y como la Región Alfarera en el Estado.

De igual forma, la alfarería es una actividad que vincula a las mujeres entre sí y entre generaciones, ya que se transmite principalmente de madres a hijas; entre tías a sobrinas, abuelas a nietas, suegras a nueras, hermanas, cuñadas, dando origen a relaciones sociales femeninas en las que se continúan las actividades del vivir diario de Amatenango, cargadas de una enorme riqueza no sólo cultural sino de vivencia diaria, en la que también se comparten y solucionan los problemas y acontecimientos comunes para las mujeres de la localidad. Las mujeres de Amatenango visitan y reciben visitas de sus familiares muy a menudo, inclusive hay hogares en las que conviven en la misma casa más de dos familias y en las que la relación femenina priva y prevalece para el trato común.

Uno de los resultados que más sorprendieron de la investigación tiene que ver con la forma en la que el capital social ha modificado las relaciones de género al interior de la región. De inicio, la alfarera se percibe no sólo como capaz o trabajadora al interior de la comunidad, sino que se sabe que mientras mejor sea, mejores opciones de vida tendrá (desde la elección de pareja hasta la posibilidad de volverse lideresa). Estudios anteriores indicaban la necesidad de pedir permiso por parte de las alfareras hacia sus maridos/padres/hermanos para comercializar sus productos fuera de la Región. En la actualidad, las mujeres se reúnen con otras mujeres y emprenden acciones coordinadas que les permiten decidir cómo, cuándo y dónde comercializar sus artesanías, la alfarería les permite permanecer solteras a pesar de haber sido casadas y continuar adelante con la manutención de los hijos y optar por no volver a casarse y en específico en el apartado del cuestionario que vincula empoderamiento a felicidad y libre decisión de Derechos los porcentajes arrojan resultados muy positivos.

A la vez de que ocasionalmente surgen nuevas lideresas que operan por medio del *linking* y se interrelacionan y operan recursos públicos, con la única salvedad que una vez que la lideresa se posiciona no avanza más

allá de los aspectos económicos productivos de la región, es decir, sabe que por ser mujer no puede optar por una candidatura política o un cargo de elección popular.

Recomendaciones

Se requiere promover y reconocer al etnodesarrollo como modelo idóneo para las regiones diferenciadas, considerando sus implicaciones tanto culturales, históricas y económicas; ya que permite la autonomía y la autogestión.

Este reconocimiento debe ser dado desde las instituciones locales, hasta el gobierno y los sistemas informativos y estadísticos existentes, ya que de seguir ocurriendo la aplicación de los programas sociales creados para promover el desarrollo local, éstos serán insuficientes y poco exitosos, continuarán generando monopolios al interior de la localidad, y revertirán el capital social positivo hacia la separación y exclusión.

La cultura debe entenderse en su sentido amplio y concretamente como la respuesta dada por los individuos a las situaciones que se les presentan, es por ello que tanto el control cultural como la autonomía deben ser reconocidas y entendidas como tales, sin necesidad de permanecer con la idea de que lo indígena debe ser atávico, inamovible o retrógrada; la innovación es una respuesta a las acciones tradicionales de la región.

La política pública de desarrollo social podría considerar a su interior un apartado correspondiente al etnodesarrollo, al hacerlo permitiría comprender que no es el indigenismo a través del paternalismo o de la discriminación positiva la vía idónea para la toma de decisiones y el desarrollo de las regiones indígenas, con características en las que convergen elementos políticos, económicos, sociales, culturales, religiosos, etc.

El capital social es un elemento preponderante en el etnodesarrollo, ya que a través de las redes sociales creadas por los sujetos sociales se ventilan y realizan las decisiones autonómicas por parte de las comunidades y, por ende, para su desarrollo. Este elemento debe conocerse, reconocerse, promoverse y respetarse, a través de él la región de estudio ha presentado avances considerables en las dimensiones analizadas, las que en los últimos treinta años han significado una mejora en los índices de Desarrollo Humano, en el incremento a la mejora de calidad de vida y a la permanencia de las mujeres dentro de la región de estudio.

Las acciones realizadas en la región deben ser orientadas a la promoción y difusión real del etnodesarrollo, es decir, debe buscarse que Amate-

nango del Valle no sea sólo un paso casual entre San Cristóbal de las Casas y Comitán de Domínguez, sino incluirse en los recorridos turísticos que se promueven en la región altos; debe también incentivarse la canalización de los productos, para esto se requiere la capacitación no sólo en procesos de producción, sino en asuntos administrativos y fiscales.

Las dimensiones en las cuales el capital social está presente generan avances palpables en cuanto a la obtención de confianza y solidaridad, acción colectiva, información y comunicación, cohesión social y empoderamiento en la región; sin embargo, la participación en la acción política local, que implica la existencia de candidaturas femeninas a los cargos de elección popular, no ha presentado ningún incremento y permanece aún en la región la idea de que los temas políticos están y son reservados para los varones, excepto en lo que se refiere a las votaciones nacionales, a lo que las lideresas de Amatenango ni aspiran ni tratan de modificar.

Debe entenderse que la construcción del destino de la región depende de las decisiones tomadas por sus integrantes. En este sentido, el mercado ha sido referente en las mejoras e innovaciones que la alfarería ha tenido; si la actividad no es en sí económicamente rentable, debe observarse que la continuidad, la identidad, el apego y la construcción cultural de Amatenango del Valle está directamente relacionada con la alfarería, por lo que debe promoverse con respeto a la dignidad, a la diferencia y a los usos y costumbres de la región la resolución de su actuar y ser diario, visión que incluso es reforzada desde el interior y aprovechada elemento regional por las alfareras.

Se propone la obtención de la denominación de origen de la “Alfarería de Amatenango del Valle” como resultado de este modelo de etnodesarrollo y considerando los elementos, recursos y nodos existentes en la localidad, ya que a través de la ubicación del capital social y la presencia de la Secretaría de Economía como enlace ante el mercado global puede obtenerse un acceso al mercado justo, a la difusión de la identidad y a la permanencia del control cultural en la región, con acciones más congruentes que las intentadas a través de Marca Chiapas y con resultados más impactantes que los obtenidos a través de FONAES o FONART.

Se espera que con la obtención de la denominación de origen el beneficio ocurra a toda la región alfarera por la mejora de la promoción de sus productos en los ámbitos nacional e internacional; la facilitación al acceso de sus productos a mercados de “comercio justo”; la protección especializada por el marco jurídico creado para tales efectos.

Referencias bibliográficas

- ADLER, P., y Kwon, S.-W. (2002). Academy of Managment. Obtenido de West Virginia University: http://www.csee.wvu.edu/~xinl/library/papers/social/social_capital.pdf
- AGUILAR Villanueva, L. (2000). *El estudio de las políticas públicas*. México: Miguel Ángel Porrúa.
- ALONSO, P., Botey, C., y Luzanilla, M. (1998). Álamos y sus mujeres, historia de un proceso organizativo. En C. Botey, y R. Robles, *Tiempo de Crisis, tiempo de mujeres*. México: Inmujeres-Uabjo.
- AMORÓS, C. (2010). Feminismo, igualdad y diferencia. En C. Amorós, *Feminismo, igualdad y diferencia* (55-81). México: UNAM.
- ANDER-EGG, E. (1995). *Diccionario de trabajo social*. Argentina: Lumen.
- ANGULO Salazar, L. d. (2007). Mujeres y microcréditos. Alcances y limitaciones del concepto capital social para su estudio. *La ventana, revista de estudios de género*, 44-99.
- ARRAIGADA, I. (2006). *Breve guía para la aplicación del enfoque de capital social en los programas de pobreza*. Santiago de Chile: CEPAL.
- ARRAIGADA, I., Miranda, F., y Pavez, T. (2006). *Lineamientos de acción para el diseño de programas de superación de la pobreza desde el enfoque del capital social. Guía conceptual y metodológica*. Obtenido de CEPAL: www.eclac.org/publicaciones
- ARZATE Salgado, J. (2007). Los métodos cualitativos de investigación y la construcción social del conocimiento sobre la desigualdad. *Orbis Revista Científica Ciencias Humanas*, 4-17.
- ATRIA, R. (. (2003). *Capital social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe: en busca de un nuevo paradigma*. Santiago de Chile: CEPAL-Universidad de Michigan.

- AZÍZ, A., y Alonso, J. (2005). *Globalización, poderes y seguridad nacional*. México: CIESAS.
- BANCO Mundial. (2002). *Cuestionario integrado para la medición del capital social*. Washington: Banco Mundial.
- BARREIRO Cavestany, F. (2000). *Desarrollo desde el territorio, a propósito de desarrollo local*. Cataluña, España.
- BARRIO del Castillo, I., Jésica, G. J., y Padín Moreno, L. e. (08 de 11 de 2012). Universidad Autónoma de Madrid. Obtenido de http://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Est_Casos_doc.pdf
- BONFIL Batalla, G. (1995). Etnodesarrollo: sus premisas jurídicas, políticas y de organización. En G. Bonil Batalla, *Obras escogidas de Guillermo Bonfil Batalla (467-480)*. México: INI/INAH/CIESAS/CNCA.
- BORDIEU, P. (1997). *Razones prácticas sobre la teoría de la acción social*. Barcelona: Anagrama.
- BUSTAMANTE Rivera, G. (2003). *Estudio de caso de las iniciativas de (etno)desarrollo local de la Organización mapuche Ayjarewe Xuf Xuf: análisis de la interfaz entre capital social comunitario y políticas públicas*. Austin, TX: Universidad de Austin.
- CALVO Vélez, D. (2006). *Modelos teóricos y representación del conocimiento*. Madrid: Universidad Complutense.
- CASIQUE, I. (2010). Factores de empoderamiento y protección de las mujeres contra la violencia. *Revista Mexicana de Sociología*, 37-71.
- CASTRO Guzmán, M. (2009). *Política social y pueblos indígenas, un análisis desde la participación y organización social*. México: UNAM- Miguel Ángel Porrúa.
- CDI. (2006). *Acciones del gobierno para el Desarrollo integral de los Pueblos Indígenas*. México: Gobierno Federal.
- CDI. (03 de 09 de 2013). *Acciones de gobierno para el desarrollo integral de los pueblos indígenas 2007-2011*. Obtenido de http://www.cdi.gob.mx/index.php?option=com_docman&task=cat_view&id=18
- CDI. (23 de 08 de 2013). *Indicadores sociodemográficos de la población total y la población indígena por municipio 2005*. Obtenido de <http://www.cdi.gob.mx/cedulas/2005/CHIA/07007-05.pdf>

- CDI-PNUD. (2006). *Informe de Desarrollo Humano de los Pueblos Indígenas*. México: PNUD-CDI.
- CEDOC-INMUJERES. (2001). *Las mujeres y el voto, 48 aniversario del sufragio femenino*. México, DF: INMUJERES.
- CEIEG. (16 de Febrero de 2013). *Comité Estatal de información estadística y geográfica*. Obtenido de Perfiles municipales: <http://www.ceieg.chiapas.gob.mx/home/>
- CEPAL. (1995). *El etnodesarrollo de cara al siglo XXI*. Santiago de Chile: CEPAL.
- CHIAPAS, G. d. (2007). *Plan Estatal de Desarrollo Chiapas Solidario 2007-2012*. Tuxtla Gutiérrez: Gobierno del Estado de Chiapas.
- CHIAPAS, G. d. (2011). *Constitución Política del Estado de Chiapas*. Tuxtla Gutiérrez: Gobierno del estado de Chiapas.
- CHIAPAS, G. d. (2011). *Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Chiapas*. Tuxtla Gutiérrez: Gobierno del Estado de Chiapas.
- CHIAPAS, G. d. (23 de 08 de 2013). *Perfiles municipales*. Obtenido de <http://www.ceieg.chiapas.gob.mx/perfiles/PHistoricoIndex.php?region = -007yoption = 1#>
- CHIAPAS, G. d. (21 de 08 de 2013). *Municipio de Amatenando del Valle*. Obtenido de <http://www.chiapas.gob.mx/municipio/amatenango-del-valle>
- CHIAPAS, S. G. (15 de mayo de 2010). *Periódico Oficial. Decreto 232*. 1-21.
- CONAPO. (2000). *La perspectiva de género. Guía para diseñar, poner en marcha, dar seguimiento y evaluar proyectos de investigación y acciones públicas y civiles*. México: CONAPO.
- CONAPO, C. N. (s/f de octubre de 2005). *Enciclopedia de los municipios y delegaciones de México*. Obtenido de <http://www.e-local.gob.mx/work/templates/enciclo/EMM07chiapas/AE03conapo.html>
- CRUZ Rueda E., (2001) *Cultura Nacional y pueblos indígenas*, [en línea], México, Instituto de Investigaciones Jurídicas, 2001. Análisis interdisciplinario de la Declaración Americana de los Derechos de los Pueblos Indígenas. X Jornadas Lascacianas, Disponible en Internet: <http://www.bibliojuridica.org/libros/libro.htm?l = 1>,
- DE las Heras Aguilera, S. (2009). Una aproximación a las teorías feministas. *Revista de Filosofía, Derecho y Políticas*, 45-82.
- DE Laurentis, T. (1991). Estudios feministas/estudios críticos: problemas, con-

- ceptos y contextos. En c. Ramos, *El género en perspectiva*. (165-193) México: UAM Iztapalapa.
- FÁBREGAS Puig, A. (2000). Una mirada antropológica a las artesanías de Chiapas. En V. Novelo, *Artífices y artesanías de Chiapas*. México: Conaculta.
- FERRATER Mora, J. (1994). *Diccionario de filosofía*. Barcelona: Ariel.
- FONAES-SE. (2012 de Junio de 17). FONAES. Obtenido de <http://www.fonaes.gob.mx/POT/Beneficiarios3Trim.pdf>
- FONART. (2012). *Informe de autoevaluación ejercicio fiscal 2011*. México: FONART-SEDESOL.
- FONART. (2012). *Informe de rendición de cuentas*. México: SEDESOL-VIVIR MEJOR- FONART.
- FONART-SEDESOL. (2009). *Manual de diferenciación entre artesanía y manualidad*. México: FONART.
- FORONDA-ROBLES, C., y Galindo-Pérez de Aspillaga, L. (2012). *Argumentación relativa a la confianza territorial. Claves sobre capital social*. Cuadernos de desarrollo rural, 41-63.
- FUKUYAMA, F. (1996). *Trust; the social virtues and the creation of prosperity*. New York: Free press paperbacks.
- GALLARDO García, E. La importancia de la tierra y el territorio para el desarrollo de los pueblos indígenas de México. En Valdiviezo O, Ocampo G. y Dardón M, *Experiencias de Desarrollo Regional en México (145-168)*, México: UNACH /CECOI
- GIMÉNEZ, G. (1997). *Materiales para una teoría de las identidades sociales*. Frontera norte, 9-28.
- GRIFFIN, K. (1999). *Instituto de Estudios sobre Desarrollo y Cooperación internacional*. Obtenido de www.hgoa.ehu.es/es/sensibilizacion/congreso
- GUBER, R. (2004). Identidad social villera. En M. Boivin, A. Rosato, y V. Arribas, *Constructores de otredad; una introducción a la antropología social y cultural*. Buenos Aires: Antropofagia.
- GUERRERO, A. (1994). Una imagen ventrílocua: el discurso liberal de la “desgraciada raza indígena” a fines del Siglo XIX, en Blanca Muratorio (ed) *Imágenes e imagineros. Representaciones de los indígenas ecuatorianos, siglos XIX y XX*. Quito: FLACSO.
- GUERRERO, O. (2000). *Teoría administrativa del Estado*. México: Oxford.

- HAQ, M. (1995). *Reflections on human development*. Londres: Oxford university Press.
- HERNÁNDEZ Girón, J. d., Domínguez Hernández, M. L., y Caballero Caballero, M. (2005). Innovación de producto y aprendizaje dirigido en alfarería en Oaxaca, México. *Revista de Ciencias Sociales*, 203-218.
- HERNÁNDEZ Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.
- INEGI. (2005). *Censo población y vivienda*. México, DF.
- INEGI. (2010). *Censo de población y vivienda*. México: INEGI.
- INEGI. (2013). *México en cifras*. Obtenido de INEGI: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mexicocifras/>
- JAAAN, M. (25 de nov de 2004). *Achievement motivation and economic development, an overview*. Obtenido de Erneastas Galanauskas International Scientific Conference: [ww.leeds.ac.uk/educol/documents/00003904.htm](http://www.leeds.ac.uk/educol/documents/00003904.htm)
- JIMÉNEZ C., E. (1998). *Enfoques teóricos para el análisis político*. México: IFE.
- LAMAS, M. (2007). *Democratización de las instituciones de educación superior en el siglo XXI: Equidad de Género en la UNAM*. México: UNAM.
- DOF (19 de Enero de 2004) *Ley de Desarrollo Social*. México: Diario Oficial de la Federación.
- LOZARES, C., López Roldán, P., Miquel Verd, J., y Martí, J. (2011). Cohesión, vinculación e integración sociales en el marco del capital social. *REDES Revista hispana para el análisis de redes sociales*.
- MALGESINI, G., y Giménez, C. (2000). *Coordinadora de ONG de desarrollo de la comunidad de Madrid*. Recuperado el 15 de 04 de 2013, de Coordinadora de ONG de desarrollo de la comunidad de Madrid: <http://www.fong-dcam.org/manuales/educacionintercultural/datos/docs/ArticulyDocumentos/Clarificacion%20de%20conceptos/culMultIntr/CULTURA.pdf>
- MARCOS, P. (1997). Tesis para una teoría política del Estado Mexicano. *Estudios Políticos*, 186.
- MEJÍA, J. (2008). Epistemología de la investigación social en América Latina. *Desarrollos en el Siglo XXI. Cinta Moebio*, 1-13.
- MOLANO L., O. (2008). Identidad cultural, un concepto que evoluciona. *Opera*, 69-84.

- MOLINA, R. (1995). Reconstrucción de los etnoterritorios. *Tierra, territorio y desarrollo indígena*, 113.
- MORALES Flores, E y Venegas Águila M. Crítica a las políticas públicas de los pueblos indígenas en México y en América Latina. En Valdiviezo O, Ocampo G. y Dardón M, *Experiencias de Desarrollo Regional en México* (Págs. 145-168), México: UNACH CECOI.
- MUJER, I. d., y Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo. (junio de 2009). *Tejiendo la Igualdad, Manual de Transversalización para la Perspectiva de Género*. Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.
- NASH, J. (1960). *Bajo la mirada de los antepasados*. México: Instituto Indígena Americano.
- ONU. (25 de Agosto de 2012). Los pueblos indígenas: desarrollo con cultura e identidad - Artículos 3 y 32 de la Declaración de Naciones Unidas sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas. Obtenido de Foro permanente para las cuestiones indígenas ONU: www.un.org/esa/socdev/unpfii/es/index.htm
- PINCEMIN, S. (1993). Amatenango del Valle, Chiapas: supervivencia de la alfarería prehispánica. En I. C. *Cultura, Anuario* (415). Tuxtla Gutiérrez: Gobierno del estado de Chiapas.
- RAMOS Maza, T. (2004). Artesanas y artesanías, indígenas y mestizas de Chiapas construyendo espacios de cambio. *Liminar*, 50-71.
- RAMOS Muñoz, D., Muñón Pablos, E., y Carderón Cisneros, A. (Agosto de 2000). Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá. Obtenido de biblioteca. clacso.edu.ar/ar/libros/rjave/mesa2/ramos.pdf
- RAMOS Muñoz, D., Tuñón Pablos, E., Parra Vázquez, M., y Zapata Martelo, E. (2004). Liderazgo femenino en una localidad maya de Chiapas. Un examen desde las teorías del habitus y el actor-red. *Estudios sociológicos*, 50-71.
- RENARD H, M. C. (2005). *Tzo?ontahal los caminos de la tradición*. México: Universidad Autónoma de Chapingo.
- RENSHAW, J., y Wray, N. (2004). *Indicadores de bienestar y pobreza indígena*. Nueva York: Banco Interamericano de Desarrollo.
- RÍOS Castillo, M., y Solís González, J. (2009). Etnodesarrollo “reivindicación del indio mexicano” entre el discurso del Estado y el discurso desarrollista. *Cuadernos interculturales*, 180-2005.

- ROVERE, M. (1999). *Redes en salud: un nuevo paradigma para el abordaje de las organizaciones y la comunidad*. Rosario: Secretaría de salud pública/AMR Instituto Lazarte.
- RUZA Tarrío, J. (2006). *Cualquier tiempo pasado fue peor. Nuevas perspectivas en la teoría del desarrollo económico, social y humano*. Madrid: Minerva.
- RYSZARD, R. L. (2011). Teorías y modelos contemporáneos del desarrollo regional (estado del arte a finales del siglo XX). En J. J. Bustamante Arango, *Desarrollo y Territorio, Tomo I. Visiones teóricas y empíricas del desarrollo regional*. Santa Fé: Universidad Nacional del Litoral.
- SABINE, G. (1994). *Historia de la teoría política*. México : FCE.
- SEN, A. (1988). *The concept of Development*. Chenery, n/d.
- SERRA Rojas, A. (1990). *Derecho Administrativo*. México: Porrúa.
- SRILATHA, B. (1997). El significado del empoderamiento de las mujeres: nuevos conceptos desde la acción. En M. León, *Poder y empoderamiento de las mujeres* (187-211). Bogotá: T/M Editores.
- STEVENHAGEN, R. (2001). *Organización de Estados Americanos*. Obtenido de Serie Estudios Culturales: <http://www.sedi.oas.org/dec/espanol/documentos/1hub8.doc>.
- THER Ríos, F. (2006). Complejidad territorial y sustentabilidad: notas para una epistemología en estudios regionales. *Horizontes antropológicos*, 105-115.
- TRABAJO, O. I. (28 de 05 de 2013). *Comisión de Desarrollo para los Pueblos Indígenas*. Obtenido de Convenio 169 de la OIT: http://www.cdi.gob.mx/transparencia/convenio169_oit.pdf
- TUROK, M. (1988). *Cómo acercarse a la artesanía*. México: Plaza y Janes.
- UNESCO. (1982). *Portal Unesco*. Recuperado el 2013 de junio de 19, de Declaración de México sobre las políticas culturales: http://portal.unesco.org/culture/es/files/35197/11919413801mexico_sp.pdf/mexico_sp.pdf
- VARGAS, G. (2002) Hacia una teoría del Capital Social. *Revista de Economía Institucional*, 71-108.
- VELÁZQUEZ Alvarez O., A., y Aguilar Gallegos, N. (junio de 2005). Manual introductorio al análisis de redes sociales. *Revista redes-redis*. España.
- VELÁZQUEZ Fernández, W. (2010). *Alfarería, entre cultura y naturaleza*. (Tesis doctoral inédita) Santiago: Universidad de Santiago de Compostela.

- WITTGENSTEIN, L. (2009). *Instituto superior de formación docente*. Recuperado el 10 de marzo de 2013, de <http://www.instituto127.com.ar/Espacio127/06/n6nota10.htm>
- ZAPATA Martelo, E., y Suárez San Román, B. (2007). Las artesanas, sus quehaceres y organización en el trabajo. *Ra Xhimai*, 591-620.
- ZARAZÚA, J. A., Almaguer-Vargas, G., y Rendón-Medel, R. (2012). *Capital social. Caso red de innovación de maíz en Zamora Michoacán*, México. Cuadernos de Desarrollo rural, 105-124.
- ZIMBRÓN Ortiz, D. (2008). *Vicisitudes del arte popular mexicano*. Primer simposio nacional sobre la aplicación del vidriado sin plomo en la alfarería popular mexicana, (pág. 24). Tlaxcala.

Anexos

Anexo 1

Guía de entrevista a profundidad

- 1) Edo civil:Edad:
- 2) Tiene hijo(a)Instrucción
- 3) **La alfarería como actividad.** Qué significa ser alfarera? quiénes pueden serlo? Cómo se aprende a ser alfarera? por qué son alfareras y no otra cosa? Qué otras actividades realiza aparte de la alfarería? cómo, cuándo y dónde trabaja una alfarera? qué objetos elabora una alfarera, todas las alfareras hacen los mismos objetos? Lo hacen solas o se reúnen a hacerlo? Cada cuánto y cómo se reúnen? Qué otras actividades hacen cuando se reúnen?
- 4) **El género en la alfarería.** Podría darnos alguna razón por la cual sólo las niñas aprenden alfarería? El trabajo que hacen las alfareras es igual de importante que el de los hombres? Por qué? En qué son diferentes? Es sencillo ser alfarera? los varones permiten el trabajo? En qué momento es más complicado?
- 5) **La organización para la alfarería.** Por qué se asociaron? Desde cuándo? Cómo selecciono a las integrantes de su grupo? Cuáles son las características que hacen que usted sea responsable del grupo? Cómo ordena las actividades del grupo? Quién y cómo decide las piezas (en número y/o tamaño) que deben ser elaboradas (las planean, distribuyen)? Cómo se establece la comercialización de sus productos? Cómo se comunica con las socias del grupo (espacio/tiempo/forma)?, con quién se vincula (quien le proporciona la información)como representante del grupo? ¿Qué necesita ustedes para comunicarse con las instituciones y con sus compañeras? (asertividad/integridad/gestión de tiempo o de conflictos/persuasión)? ¿En qué colaboran las mujeres para que la organización funcione? ¿Cada quien cumple con sus funciones de manera responsable? ¿Cumplen con los tiempos para entregar lo que realizan?

- 6) Liderazgo en alfarería. ¿Tienen las alfareras las mismas oportunidades de acceso a los recursos (económicos, culturales, sociales) que los varones? ¿Cuáles cree han sido las ventajas que tiene como responsable de la organización? ¿Cuáles son los obstáculos que ha enfrentado? ¿Se siente orgullosa de ser la representante? ¿Es un problema ser representante? ¿Qué les gustaría que se mejorara la alfarería de Amatenango?
- 7) La alfarería como actividad que genera desarrollo ¿La alfarería es importante para el municipio?, ¿en qué?, ¿Es una fuente importante de ingresos?, ¿es suficiente el número de alfareras líderes para el desarrollo de Amatenango?, ¿Son propietarias de los lugares en los que comercializan/producen la alfarería?, ¿Existe algún beneficio local por ser alfarera (como incentivo económico, cultural, social)? ¿Hay apoyos gubernamentales y cuáles?, ¿Qué requisitos les piden para ser apoyadas?

Anexo 2

Anexo 2.1. Entrevista a Simona

A: Buenos días doña, muchas gracias, me puede dar su nombre completo?
Este me llamo Simona Gómez López

A: ¿Es usted casada? No

A: ¿Soltera? Así es

A: ¿Nunca casó? No

A: ¿No tiene hijos? No

A: ¿Cuántos años tiene doña Simona? Tengo 48 años

A: ¿Estudió usted? Hasta el sexto año de primaria, A: toda la primaria, A: lee
y escribe:

S: si

A: Usted es alfarera: ajá

A: qué significa ser alfarera: pues alfarera es.... Para mi es.... Trabajar es...
muy muy, muy bonito, si, da ganas de trabajar

A: ¿le sirve para algo? Si es nuestro trabajo, es fuente de ingreso, es todo lo
que trabajamos porque no trabajamos de otra, si si

A: cómo aprendió usted a ser alfarera: mi mamá

A: su mama la enseñó: si

A: ¿y por qué alfarería y no otra cosa? Pues es la tradición, la tradición y es el
único trabajo que en este pueblo tenemos

A: usted trabaja solita o tiene un grupo: tengo un grupo

A: cuantas mujeres: pues ya registradas 30, pero acá en el grupo tenemos 55
mujeres

A: 55 mujeres

A: trabajan juntas o cada una trabaja su pieza y luego se juntan: trabajan en cada casa, cada mujer trabaja en su casa porque no tenemos espacio para trabajar, si solamente cuando tenemos un pedido, un entrego, ya se reúne acá las piezas y lo entregamos

A: Este grupo está constituido: no, es un grupo de trabajo

A: Ha recibido algún apoyo del gobierno, que la conozcan en el gobierno: si por ejemplo la tienda casa marca Chiapas nos está apoyando con capacitación,

A: ya les certifico algún producto: si

A: qué les certificó: un cántaro con jaguar

A: el cántaro con jaguar como ese, el cántaro con jaguar está certificado por marca Chiapas, S: aja

A: este y cuando se reunieron, cuando se agruparon, a usted la nombraron representante: si

A: por qué la nombraron representante, por qué cree usted que dijeron usted doña Simona se ve que tiene muchas ganas de trabajar (risas) lo que pasa es que antes antes este grupo tiene veinte años, este la primera paloma que se hizo, yo lo hice

A: aquí en Amatenango? Sí, yo la hice

A: la paloma, ¿usted es la persona que la hizo? Si

A: Ah mire, y como es que hizo una paloma? Lo que pasa es que hay un señor que tenía un rancho acá, se llama rancho la granada y es uno el señor mi tía eran conocidos, amigos de ella, la que tiene una estatua allá en San Cristóbal, en San Diego.

A: mmm, es Juliana, S: si Juliana, A: o sea usted es sobrina de Juliana muy bien S: así es y como ella lo hacía ya este señor trajo una paloma de Guatemala en chiquito y ya él lo dio nos trajo, quería en grande y ya lo hicimos

ALMA: hasta que salió, si, hasta que salió

ALMA: fue fácil o... S: no muy difícil

ALMA: tuvo que trabajarle mucho, S: si

ALMA: pero esa fue la manera por la que innovo de alguna manera

S: Así es y ya la tienda de Tuxtla, casa Chiapas, este ya lo vio y lo empezó a comprar, tenía mucha demanda, las palomas, no nos dábamos abasto

con mi cuñada y ya el director me dijo que yo capacitara a otras diez personas y ahí es donde empezamos a hacer el grupo, si ya después poco a poco se hizo, se van integrando a las mujeres

ALMA: que interesante, oiga y ¿cualquiera puede ser alfarera? si

A: o sea, ¿los hombres también? No, los hombres no

A: los niños, es de niños no? Las niñas empiezan a ser alfareras y los niños que hacen? Lo que pasa los niños como los señores son agricultores se van con los papas

A: es fácil ser alfarera: no, es difícil

A: ¿por qué no? O sea el empezar a trabajar con el barro es difícil para molerlo, hacerlo es difícil

A: el oficio, tiene su gracia pues, S: si

A: y aparte la imaginación, porque eso de hacer una paloma

A: oiga, y los varones dejan que las mujeres sean alfareras: si

A: no hay problema: no

A: deja paga: ¿pues poquito porque no es de diario pues, trabajamos diario pero se saca a los tres meses, cuando hay quien te compre, cuando no ahí está

A: y ahorita que dice que son 55 las mujeres que están en su grupo, ¿se reúnen? Si,

A: cuando hay pedido me decía, y ¿cómo se organizan? Usted es quien las llama: S: yo me hablan, me hacen el pedido y yo ya les, este les aviso, ya vienen a preguntar que pieza van a hacer

A: todas hacen todo o cada una hace: S: no, cada una hace diferentes cosas, hay veces que hacen palomas pero de diferentes tamaños

A: así como su especialización cada una: si

A: y así como el cántaro que está certificado: este mi mamá

A: su mamá, todavía trabaja su mamá: si

A: y está con usted su mamá viviendo, mire que bendición y está ahí la señora puestísima chambeando en la casa, S: si (risas) siempre es así

A: oiga, y comunicarse con las mujeres del grupo es fácil: si

A: y afuera del grupo, las demás mujeres alfareras acá en Amatenango se comunican, se llevan bien: si, si aja, aunque hay otras mujeres que forman grupos pero bien

- A: oiga, las alfareras tienen la misma oportunidad de trabajo que los hombres: este pues no, porque las mujeres casi diario tenemos trabajo, aunque no hay cliente, no hay pedido, pero ahí estamos trabajando y cuando hay turismo, que viene el turista lleva uno o dos
- A: y ahorita que viene las vacaciones es temporada: si, bueno los que venden ahí a orillas de carretera dicen que es temporada esta
- A: a usted le compran cada cuanto, así como pedido: este tengo un cliente en México que ahora va haciendo dos compras en el año, ahora en fin de mes
- A: y casa Chiapas: antes del cambio de gobierno nos compraba
- A: usted cree que la alfarería es importante para el municipio de Amatenango: si
- A: ¿por qué? Porque es conocido de alfarería, es muy conocido
- A: si no tiene pedido, usted no vende, por ejemplo si yo vengo acá y le digo me quiero llevar de esas piezas que tiene ahí me las da: si, aja
- A: es mucha responsabilidad ser representante del grupo: si, porque por hacer un pedido que nos hagan hay que estar viendo las cantidades que vamos a entregar, hay que estar viendo que este completo, que se complete el pedido, que este en buen condición, que este bien terminado
- A: como lo ven que está bien hecha la pieza, q es con calidad: ya lo sabemos quién trabaja de calidad
- A: oiga, por ejemplo para pintar, usan pintura de esmalte: ahora si ya, usamos comex, antes era natural, de las piedritas
- A: y ya nada más por último, conoce algún programa de gobierno con el que le gustaría trabajar, se ha acercado para saber quiénes la podrían apoyar o no sabe que el gobierno las puede apoyar en la actividad: pues si ya hemos pedido muchos apoyos pero no llega
- A: pero si ha gestionado: hemos gestionado pero, nunca llega el apoyo
- I: las mujeres que no se dedican a la alfarería que hacen: bueno hay muy poco los que se dedican a otras cosas como engordar puercos, gallinas, hay muy poco
- A: como cuantas mujeres serán alfareras acá en Amatenango: no tengo la idea , hay muy pocas las que no
- I: y las conocen a las que no: si como es un pueblo chico si, sabemos hasta que religión, partido, todo todo

Anexo 2.2 Entrevista a Esperanza

A: Si me deja grabarla verdad, para que no me ponga a escribir hasta después que ya llegue a mi casa y lo escriba y así... la verdad es que son cinco preguntas como ve acá pero conforme me vaya contestando tal vez le haga más preguntas acerca de los mismos temas

E: Bueno

A: entonces, la primera es, cómo se llama: Esperanza

A: Esperanza, ¿está usted casada? No

A: es usted soltera: soltera, sin hijos

A: cuántos años tienes esperanza: tengo treinta

A: Treinta, bien calculamos que tenías como treinta, la vimos jovencita

A: Estudió usted: Si terminé la prepa

A: Terminó la preparatoria: pero ahorita no

A: Pero si lee y escribe y todo eso: si

A: Acá en Amatenango estudió: no, este la prepa estudie en Teopisca, pero la secundaria acá

A: Tiene hermanos: una hermana

A: y varones: sí, tengo tres

A: es que me llama mucho la atención que haya hecho la prepa fuera, que haya ido y venido diario: es que antes no había la prepa acá, hace dos años que se acaba de abrir la prepa, por eso cómo, hay que viajar para estudiar

A: Claro... bueno... usted es alfarera: si

A: Desde cuándo es alfarera: uh empecé desde los ocho años

A: cómo aprendió: por herencia, de la mamá de pequeña, desde que una es niña

A: Qué significa para usted ser alfarera: bueno yo para mi significa, eh, yo... significa, como que es muy especial porque casi todas las mujeres de acá trabajamos eso y pues sólo Dios sabe por qué salió en este municipio hacer la alfarería, yo creo que son muy talentosas las mujeres y se dedican al barro, ahorita se moderniza cada día y se modernizan así solitas, no tienen capacitación ni nada, se actualizan diariamente

A: Ahorita vimos aquí que están unas señoras pintando: si

A: y estamos viendo los detallitos de las pinturas que hacen puntitos, rayitas, curvitas, con mucha paciencia pues, comentábamos que es mucha paciencia ser alfarera y hacer los acabados de la alfarería, este... usted tiene un grupo: Si

A: es una organización: es una organización de mujeres

A: cuántas mujeres son: son más de doscientas cincuenta mujeres

A: ah caray! Están constituidas legalmente: ya se constituyó, en el mes de febrero se constituyó la sociedad de 250 mujeres

A: es una asociación civil o que es: si es una asociación civil

A: cómo se llama la asociación:.....

A: Que significa: mujeres las que trabajan el barro blanco, porque acá es barro blanco

A: y usted es la representante: si, la que represento a esas mujeres

A: y qué es eso de representar a 250 mujeres (risas) un trabajonon ¿no?: (risas) es pesado, si es pesado trabajar un grupo así es pesado, pero se divide en grupos, pero ni por eso, porque es pesado

A: Mucha organización yo creo ¿no? Si

A: Como las divide: las divido en diez personas, un vocal, un representante en cada grupo, pero ni por eso deja de ser pesado

A: oiga y es conforme a lo que... todas hacen lo mismo, la señora que pinta también produce su figura: si

A: hace todo, desde el principio hasta el final

A: y hace de todo, la que hace el jaguar también hace palomas: sí, surtidito para que se venda si hace así específico un... por ejemplo un jaguar y sólo no se vende, se vende surtido, así como las frutas si surte su tienda se vende si no surte no vende

A: Esta tienda es de la asociación: no, es aparte

A: Aparte, es rentada o es propiedad: no, nos regaló el gobierno

A: te la dio el gobierno, han recibido apoyos ya de gobierno: no

A: ni con venta de marca Chiapas ni nada de eso, ni ninguno de ellos ha venido: no nada

A: y usted no los ha ido a buscar: ahorita estamos en eso, es que ahorita estamos viendo un terrenito para que se construya un mercado, parador turístico, que beneficie a la organización

- A: por eso se juntaron, esa fue la razón: si esa fue la razón que se juntó más, hacer el mercado, para que puedan vender y exhibir sus piezas
- A: hay turismo, si viene la gente a comprarles: si hay turismo, pero el problema es que no hay por donde vender, hay en las orilladas pero en las orilladas hay peligro, necesitamos un lugar específico para que puedan llegar, un estacionamiento amplio para que puedan este acomodarse los compradores
- A: oiga y este, cualquiera puede ser alfarera, los hombres son alfareros o: pues los hombres no se dedican a eso, tienen este la agricultura, participan en la siembra; pero en la leña las traen ellos , llegan a cortar y la traen, pero así que participen en la elaboración pues no, nos ayuda pero pues no en eso
- A: y el trabajo de ustedes es tan importante como el de ellos: si es importante porque ellos, la agricultura como que no... acá lo que es más fuerte es la artesanía
- A: Deja más dinero: si
- A: y los hombres... no hay problema que trabajen como alfareras ustedes: no, ellos se dedican al trabajo de ellos y nosotras al nuestro
- A: no ha ido a ningún lado usted, ferias, eventos, nada: no a ningún lado, ningún lado porque se acaba de constituir la organización, no nos han invitado
- A: si la invitan, iría: si a exhibir las piezas y a dar a conocer el pueblo
- A: oiga esperanza, las mujeres de su organización hablan español todas: pues normalmente si pero no mastican todo,
- A: a usted la nombraron ellas como responsable o usted vio aquí hay unas mujeres con las que quiero trabajar y las voy a invitar, cómo fue eso: no, fue una asamblea que hubo, se convocó a una reunión, se reunieron todas las mujeres, en esa reunión ahí estaba y empezaron a discutir que quieren un mercado porque acá no todas las mujeres están acá en el grupito hay, en este grupo hay 190 mujeres, pero hay más mujeres que quieren vender sus piezas de barro porque cuando vienen a comprar acá vienen a comprar a muy bajo precio entonces por eso quieren ese parador turístico para con eso ... y ya fui en esa reunión y ya ahí me eligieron como su representante del grupo, yo no las elegí, ni siquiera sabía

- A: y por qué cree usted que la eligieron: a según lo que dicen ellas porque se leer y escribir por eso me nombraron
- A: y esto de la organizada en los grupos de diez y eso es idea de usted: si porque como son muchas dije como nos ponemos de acuerdo y dije es una lista pero bien grande, ya mejor que se separan y se hace un grupito de diez para que se hagan responsables... pero si está funcionando
- A: se reúnen: se reúnen igual
- A: cada cuanto se reúnen: pues cada fin de mes más o menos, para ver cómo van, sobre las acciones que estamos haciendo
- A: y ahorita se están produciendo las piezas, todas trabajan y todas elaboran sus piezas: si todas trabajan
- A: y mientras, las venden acá con usted: no
- A: o cada una: cada una viene a vender y las que no están en este grupito la llevan a San Cristóbal a Comitán, a lugares cercanos para que puedan vender sus piezas
- A: hay algún problema con la alfarería, que usted me diga... el problema que tenemos con la alfarería es, así como me dice que no tienen un mercado, ese es el problema...: si, porque vienen a comprar a muy bajo precio y las mujeres como casi todas son amas de casa, no pueden con los gastos y hacer las dos cosas al mismo tiempo
- A: usted cree que la alfarería es importante para Amatenango: si es importante
- A: por qué: porque defiende a las mujeres como así solas, porque acá en Amatenango hay mujeres solteras, divorciadas que ya no se casan y se mantienen y se... solitas (ojo }, minuto 10:06... qué dice?)
- A: necesitan su dinero, ¿no? Para hacer... y este Esperanza, usted conoce a quien le pediría apoyo de gobierno si necesitara: que hay programas, sabría con quién tendría que ir a hablar: si
- A: a que dependencias y eso: ¿al gobierno? No se pues nosotros estamos con hablar personalmente con el gobernador, ya hablamos con él cuando vino
- A: si, si supe: pero nos dijo que si pero... pus estamos en eso pero todavía nada, tenemos que esperar
- A: si lo primero es que ya está la organización, ya está ese primer paso que están dando en seguro

A: oiga y cuando se reúne con los grupos si hay una forma en que se entiendan, que todos queden conformes con lo que estamos diciendo o es difícil y hay quienes quieren otras cosas, cómo: pues ya conocemos cómo son en el grupo, hay alguien que nos echa una manita ahí

A: (risas) y con ese nos apoyamos: con ese, antes de que nos echen abajo todo hay que

A: oiga, y así como me decía, las niñas empiezan a ser alfareras desde que son niñas: desde niñas

A: y los niños que hacen mientras: mire los niños vienen a la escuela, ya en la tarde se van a pescar pues por ejemplo yo observo a los niños que se van a bañar a los ríos porque hay ríos limpios acá y se van a pescar y ya aprovechando llevan algo de machete para limpiar las milpas de sus papas y ahí están jugando

A: y las niñas mientras: las niñas empiezan a jugar el barro, ahí empiezan, el primer paso a jugar el barro, ya después le dan forma y todo y ya empieza todo, dependiendo, si es talentoso el niño aprende rápido si no pues se tarda más

A: usted cuantas mujeres cree que son alfareras acá en Amatenango: en Amatenango casi todas son alfareras en la cabecera, en los barrios, en todos lados

ALGUNA otra pregunta doctora que quiera que hagamos

I: De su organización ahorita nada más están para lo del terreno, pero no venden juntas: no ahorita venden individualmente

I Cada quien vende por su cuenta, no se juntan: si, cada una, no juntas

I: alguna entrega especial que hagan: no

I: Cada quien por su cuenta: cada quien por su cuenta vienen a buscarlo pues, cada quien, no hay un lugar exclusivo para que puedan vender

I: usted le vende a otras alfareras, o sea, otras alfareras le pueden dejar su producto y usted lo vende o nada más vende lo suyo: no nada más.. Venden en diferentes partes aquí no

I: que le pidan favor y que le dejen su producto y usted lo venda: no

I: Nada más es lo suyo: ah yo hago y salgo a vender, si no tengo mercancía no salgo

A: su hermana vende con usted acá: mi hermana, si yo le traigo sus piezas pero a mi hermana si me encarga

A: y las señoras que están ahí trabajando están en el mismo de usted o son de otros locales: no, son del mismo grupo

A: son del mismo grupo pero nomás están trabajando ahí ahorita: so

I: o les paga usted: no, acá están con sus piezas y trabajan acá, en sus puestos

PUS bueno Esperanza, muchas gracias, fueron así como le dije, 15 minutos de tiempo

Anexo 2.3. Entrevista a Carmen

A: Bueno, ¿me deja grabar? Para mi va a ser más fácil grabarlo y ya luego escribirlo en la computadora y ya con eso poder hacer mejor la entrevista. Este... me puede por favor, me voy a acercar un poquito más porque no tiene micrófono... Los angelitos no tenemos espalda vie, (risas) este... ¿cuál es su nombre completo: Carmen Vargas Hernández

A: Está usted casada doña Carmen: si

A: Tiene hijos: si, mi hija y mi hijo, son dos

A: Cuantos años tiene usted: tengo cuarenta

A: cuarenta años, y hasta... Estudió: hasta tercer año de secundaria

A: Terminó la secundaria: si terminé la secundaria

A: qué es la alfarería, para usted: la alfarería, pues esto de lo que se trabaja aquí tradicionalmente, lo que es las palomas, los jaguares, para nosotros la alfarería es lo que nos da de comer, nos sostiene pues más que nada, es un fuente de trabajo que esto lo hacemos desde hace años y es lo que nos da de comer, aparte que los hombres trabajan pues pero en esto si para nosotros, es muy bonito este trabajo de alfarería

A: usted es de acá de Amatenango: no soy radicalmente de acá, no nací acá, mi esposo es de acá y yo vengo de otro lado pero ya llevo años trabajando acá, pero así como le digo yo no trabajo la alfarería, nos lo entregan, ya sacamos a la venta, decoramos sacar a la venta y ya

A: bueno pero es trabajar la alfarería, no la produce pero si hace una parte, decora y vende

C: así como están estos mire así nos lo entregan, mire por ejemplo este jaguar hay que decorarlo

I: y eso si lo hacen: ah nosotros lo hacemos, no solo yo, mi hija ya está casada tiene mi yerno, es el que se encarga de decorar los jaguares ya nosotros otras cosas pues, palomas, gallos, nos dedicamos pues cada quien

A: sus especialidades, cada quien: si si, cada quien, como le digo los jaguares mi yerno, se encarga de decorarlos

A: desde cuando está usted con este: con el negocio llevamos este pues fíjese que no tiene mucho, tiene como un año apenas, empezamos con poquito, estábamos de este lado al ladito del negocio de ahorita, estábamos en una galerita, vimos que esto funciona bien porque antes sólo empezamos a hacer, por ejemplo, lo que yo hago son palomitas,

vendíamos pues, pero no deja, no digo que no pero no deja bastante suficiente pero es mejor así como lo tengo ahorita que ya tengo de todo un poquito

A: oiga, como es su grupo, cuántas mujeres hay: mmm tengo ciento veintinueve mujeres, pero aquí somos varios grupos, no se si haya escuchado hablar de Albertina

A: Si, también nos dijeron que fuéramos a platicar con ella: Albertina, está Simona, está... como se llama mi comadre? Esperanza, son un montón, está el grupo de las palomas, son varios grupos que hay pero la más reconocida que también pasa en la televisión y va a lugares extranjeros es Albertina

A: Ella es productora, ella si hace el barro: no tanto, no, solo igual compra y tiene su museo no ha llegado creo, ahí tiene de todo pero igual ya no lo hace, igual como tiene su grupo ya les compra y saca a la venta igual

A: oiga, como se ponen de acuerdo para trabajar, le hacen pedido o le surten lo que ellas vayan haciendo: ah no por ejemplo, se me acaban palomas pero no tengo que pedir ya que se me acabo, tengo que anticiparle al menos unos quince días decirles quiero palomas, decirles cantidad, los jaguares y se les avisa con tiempo y ya me los trabajan diferentes personas porque hay algunas que trabajan palomas, jaguares, otros gallos, floreros, acá hay de todo y entonces cada y quien lo elaboran pues

A: Eso lo trabajan en reuniones se reúnen y se ponen de acuerdo: no, en casas particulares, lo hacen en casas particulares, sólo cuando hay pedido, así por ejemplo así como viene usted quieren ver una demostración de cómo se hace o como se quema, o sea todo pues, entonces si yo les pido favor y ya se reúnen o nos reunimos en una casa ya para que lo puedan y lo ponen pues

A: o sea que lo turístico también lo pueden llevar y hacer ahí: si, de hecho así lo hemos hecho

A: Cómo se formó su grupo: pues yo ya tenía años que tenía mi organización, pero no estaba, no la trabajaba yo, lo había abandonado, pero ya que este mi esposo me impulso a que trabajáramos pues, porque yo empezara a trabajar con mujeres, empezamos a bajar primero unos proyectos de agave que eso es en secretaria del campo me parece bueno ya de ahí fuimos a Tuxtla ya para inscribirnos ya fue donde empezamos a trabajar pero hasta ahí hemos trabajado

- A: o sea que si ya ha trabajado con programas de gobierno ya ha hecho la gestión, ya ha dado las vueltas: ya, ya de hecho ya trabajamos con ellos esos programas, si
- A: y le ha sido fácil: no, ha sido muy difícil, pero hasta ahorita me he dedicado nomas al negocio ya como le vuelvo a repetir cuando nos piden mercancía ya nomás reúno a las mujeres, por ejemplo este que viene curso los quiero volver a juntar y así eso es lo que, así por ejemplo ahorita programas de gobierno ya no hemos buscado, hay que ir a dar vueltas, la he dejado tantito porque estoy atendiendo el negocio
- A: pero si puede comunicarse con las instituciones, usted llega y les dice y: si si, de hecho si, si lo puedo hacer pero ya he dejado un ratito eso
- A: y sus artesanas trabajan de manera responsable, son cumplidas, y eso: ah no fijese que eso si, trabajan muy bien mis compañeritas, mis compañeras trabajan bien, ya les pido de favor por ejemplo este sabe que, hay una demostración porque vienen de Tuxtla por ejemplo ahorita que tenemos curso se me reúnen y ya vienen en la tardecita, nos reunimos, platicamos qué es lo que hay que hacer y ya pero si son responsables
- A: como cuantas mujeres de aquí de Amatenango cree usted que son alfareras: la mayor parte, todo, hasta los niños chiquitos, las niñas chiquitas ahorita, hasta los niños, ya hasta los varones pues trabajan, no solo la mujer, en este tiempo los muchachos ya te pueden hacer jaguares y ya si no lo decoran como le digo, hay maridos que ayudan a decorar
- A: no hay problema entre los hombres y las mujeres que ellas sean alfareras: no, no no no no hay no, ayudan bastante porque igual hay que ir a sacar el barro, hay que ir a sacar ya adonde sacan el barro ahorita y lo traen
- A: y la leña: y la leña también, si todo eso
- A: oiga y hay algún problema con la alfarería, hay algún problema que tengan las alfareras: no hasta ahorita pues ha funcionado muy bien, ha salido la venta, y ha estado funcionando bien
- A: cree que podría mejorarse algo: yo creo, lo único que nos hace falta, yo veo en esto en que no se si por ejemplo ha venido, me parece que con Albertina ha venido unos cursos para nuevos diseños para que se puedan modernizar las palomas, lo que se ha estado haciendo en eso si, mejorar y mejorar también en la hechura digamos porque me comentaron que hay palomas que por ejemplo dos tres meses y se rompen,

entonces es lo que quiere que mejoremos, hacerlo y prepararlo y que alguien viniera y sabe que así que se haga pues

A: Doña Carmen, este local es de ustedes, es del municipio, como es: no, es propiedad

A: Es propiedad de ustedes: si

A: del grupo: no, mío, al grupo nada más le compro, ya les pago y ya es mi negocio

A: hay algo que venda más: de todo sale

A: Sale todo: todo sale, por ejemplo hay un día que te sale jaguar, hay un día que te sale otra cosa, hay un día que te sale de esos, esas piezas que tengo allá

A: ya trae de otros lados: ya, si, entonces, varia pues

A: vive acá en Amatenango usted: si, la casa está en el centro, de la iglesia a un ladito ahí una casa ahí cuando guste, ahí es la casa

¿ALGO más?

A: Pues más bien, cuando trabajan sus alfareras como cuanto se tardan en entregar: por ejemplo así como está ahorita el tiempo puede ser hasta un mes o dos meses, pido cantidad por ejemplo 40 o 50 pero tardan porque no secan, pero cuando hay calor quince días o una semana, porque hay que amasarlo, es un proceso de trabajo tardado, cuando hay dos o tres en una casa

A: eso es lo que iba a preguntar, pueden ser varias en una casa, la misma familia tal vez y ya haga: si hay unos que, por ejemplo, si pido paloma saben hacer las tres la mama, la hija si hacen de la misma y pues avanzan, unos quince días y tres semanas y ya me entregan

A: oiga doña Carmen y cada quien tiene sus cosas que hacen, o sea las que hacen palomas hacen palomas: si, hay algunas que por ejemplo una persona te puede hacer palomas, gallitos, ollitas, muy raro, cantaros de piñata, y hay otras que definitivamente pueden hacer solo la pieza

A: usted cree que la alfarería vaya a seguir, es una actividad q va a seguir: si,

A: no hay riesgo que se acabe: no lo creo, está dudoso porque la arena digo, como le vuelvo a repetir todo hace acá, entonces que se acabe lo que es el barro, pero a ver en qué lado vuelven a buscar

A: y ve a las muchachillas jóvenes con ganas de seguir haciendo alfarería: ah si, esta

- A: no es que quieran dejar de ser alfareras: por más que se casen las muchachas y eso ellas siguen es que es un fuente de trabajo es lo que te da de comer acá es lo que te da de comer, a mí me da de comer a ellas les compro y me da de comer
- A: oiga y hay muchas que se van, que se casan y se van o usted diría que se quedan; no se quedan, por ejemplo allá donde está la casa está el centro, estos ya son barrios, se casan las muchachas y se van a los barrios pero siguen haciendo el mismo trabajo, no es que se casen y ya no sigan
- A: yo creo que por eso les enseñan desde chiquitas: si por ejemplo ahorita no ha visto, luego entran con su pieza, ya te vienen a traer cosas pequeñas y te viene a ofrecer y son chamaquitas que empiezan a trabajar y eso no lo dejan, por ejemplo yo vengo de fuera de otro lugar, ya lo empiezan a trabajar, si no me dedicara a el negocio ya estuviera haciendo igual
- A: ya le hubieran enseñado: y por ejemplo vienen de otros lugares del estado de México, hay unas a la vuelta que ya hacen palomas, se aprende nada más que se dedique uno a eso ya, viniendo a vivir acá se aprende
- A, ahí voy a venir yo acá y le voy a preguntar cuál es el más fácil
- C: la paloma es lo más fácil, ya en media hora haces
- A: yo voy a empezar con gusanitos y serpientes eh, no vayan a esperar algo más complicado porque: la paloma es lo más fácil
- A: oiga y así como encuentran cosas de fuera que comprar, así como lo de Michoacán que tiene acá: fijese que se vende de todo, por ejemplo no sale uno y ya sale de esto o hay días que salen estos y así varia pero si se vende, ya la mayoría como ve mi vecina acá igual ya lo tiene
- A: si están entrando de fuera: si es que ahorita ya estamos con todo
- A: ¿por qué? Por qué cree usted que aquí en Amatenango sea fácil esto de todos lados: pus lo que pasa es que el turismo, pasa mucha gente, no solo turismo sino que Amatenango está muy visitado por la alfarería
- A: lo reconocen: lo reconocen como un lugar en el que hay, pero nada más que ya trajimos un poquito de mercancía de otros lugares
- A: pero sigue siendo barro: sigue siendo barro y eso la gente es pues lo que la gente, Amatenango es muy buscado por la alfarería

- A: fijese que hay un libro, de hecho hay toda una cantidad de gente que dice que las alfareras son celosas, que su trabajo es egoísta, así me diría usted de las mujeres de acá de Amatenango: si, bueno no han querido porque yo tengo pues que vender de fuera pero como les digo la mayoría de lo que estamos vendiendo era de fuera pero no dejamos de vender lo que se hace aquí, también lo tenemos pero la gente es muy celosa en el sentido de que es de aquí, si a fuerza tiene que salir lo de acá, pero no, ahí la tenemos
- A: ah si, cuando dice usted que le toco trabajar con los grupos, la nombraron a usted representante del grupo, porque cree usted? Eeeh yo creo que porque, bueno salimos este por ejemplo vamos a algún lado puedo dominar más el español
- A: Habla tzeltal: no yo no hablo tzeltal, yo hablo tzotzil, de donde yo vengo esa es la lengua, entonces me puedo comunicar un poquito más en cuanto a eso y ahh en eso estamos
- I: La diferencia de idiomas: es bastantito, es bastantito
- I ¿sí? Y no ha tenido problemas para comunicarse con ellas: no, si se puede, se puede, si le entiendo muy bien que me hablan en idioma perfectamente ya con los años pues, cuando apenas me vine ah no, es bastante cambiado el idioma y lo que hablo yo es bastante cambiado, pero gracias a Dios me puedo comunicar
- I: o sea que ya es usted tzotzil, tzeltal y ahora ingles... el inglés y el español, nombre, ahí vamos
- A: dicen que alemán también puede aprender rápido si ya hablan tzotzil y tzeltal, que se parecen mucho.

Anexo 4

Glosario

ACCIÓN colectiva y cooperación: se compone principalmente de las actividades organizadas por la comunidad para la construcción y el mantenimiento de la infraestructura y para la prestación de relacionados con los servicios públicos o para presionar funcionarios electos para ofrecer más servicios a la comunidad.

COHESIÓN social y exclusión: variables que evalúan las percepciones generales de la unidad social y la unión de la comunidad a las experiencias concretas con la exclusión, así como la ocurrencia de frecuentes interacciones sociales cotidianas.

CONFIANZA: el enfoque se centra tanto en la confianza generalizada (el grado en que uno confía en las personas en general) y de la medida de la confianza en los tipos específicos de personas. La confianza también es vista en el contexto de transacciones específicas, como préstamos y empréstitos.

COSTO de producción: Recursos económicos erogados para la producción de un producto.

EMPODERAMIENTO y acción política: se refiere a la expansión de los medios y capacidades de la gente para participar, negociar, influir, control, y responsabilizar a las instituciones que afectan sus vidas y así construir oportunidades sociales.

GASTO principal erogado: Destino dado a los recursos devengados por la comercialización de los productos artesanales.

GRUPOS: Manifestación del capital social en forma de las asociaciones y redes reflejando su estructura, su composición y la forma en que funcionan.

INFORMACIÓN y comunicación: variables consideradas para identificar si ciertas áreas o grupos tienen mejor o peor acceso a la información y la comunicación considerándose la relevancia tanto en aspectos económicos como no monetarios de bienestar.

INGRESOS por venta: Recursos económicos devengados por la comercialización de un producto

INNOVACIÓN: Modificación realizada a los objetos artesanales tradicionalmente realizados por las alfareras de Amatenango, ya sea en la técnica, producción o decorado

PRODUCCIÓN de piezas: Elaboración de la cerámica que involucra todo el proceso productivo, desde el acopio de la materia prima hasta su comercialización

REDES: una red es vista como un círculo de “ amigos cercanos “, es decir las personas con quien uno se siente a gusto, con quienes se puede hablar de asuntos privados o invocar ayuda; este indicador proporciona tres elementos de información : el tamaño de la red, su diversidad interna y la medida en que se proporcionaría asistencia en caso de necesidad.

TIEMPO de trabajo al día: Horas de trabajo dedicadas a la actividad artesanal.

Anexo 5

Siglas utilizadas

BM:	Banco Mundial
CDI:	Comisión Nacional de Desarrollo para los Pueblos Indígenas
CEIEG:	Comité Estatal de Información Estadística y Geográfica del Estado de Chiapas
CEPAL:	Comisión Económica para América Latina y el Caribe
COFEPRIS:	Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios
COMPITE:	Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica
CONAPO:	Consejo Nacional de Población
CONEVAL:	Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social
FONAES:	Fondo Nacional de Apoyo para las Empresas Sociales
FONART:	Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías
IDH:	Índice de Desarrollo Humano
IDHPI:	Índice de Desarrollo Humano para Pueblos Indígenas
INEGI:	Instituto Nacional de Estadística y Geografía
OIT:	Organización Internacional del Trabajo
ONU:	Organización de las Naciones Unidas
POPMI:	Programa de Opciones Productivas para Mujeres Indígenas
SEDESOL:	Secretaría de Desarrollo Social
UNESCO:	Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

