



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO
DE MÉXICO

CENTRO UNIVERSITARIO UAEM
TEXCOCO

Percepción de los turistas acerca de la autenticidad de las artesanías
de obsidiana en Teotihuacan

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADA EN TURISMO

PRESENTA

ARLENY ALENA SORIA GONZÁLEZ VÉLEZ

DIRECTORA

DRA. EN C.A. MARTHA MARIVEL MENDOZA ONTIVEROS

REVISORAS

M. EN C.E. MARLA NADXIELII AREVALO MORENO
M. EN P. E. ALMA PATRICIA JUANA AGUILAR CEDILLO
DRA. EN E. MARÍA JOAQUINA SÁNCHEZ CARRASCO

Agosto del 2011.


Texcoco, México a 13 de Junio del 2011.

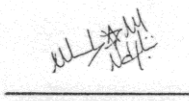
M. EN C. JUAN MANUEL MUÑOZ ARAUJO
SUBDIRECTOR ACADÉMICO DEL
CENTRO UNIVERSITARIO UAEM
TEXCOCO
PRESENTE:

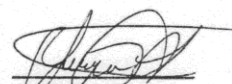
AT'N M. EN F. GUADALUPE LIZETH ARCE CHÁVEZ
RESPONSIBLE DEL DEPARTAMENTO DE TITULACIÓN.

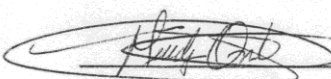
Con base en las revisiones efectuadas al trabajo escrito titulado "Percepción de los turistas acerca de la autenticidad de las artesanías de obsidiana en Teotihuacan" que para obtener el título de Licenciado en Turismo presenta la sustentante Arleny Alena Soria González Vélez, con número de cuenta 0215053 respectivamente, se concluye que cumple con los requisitos teórico-metodológicos necesarios para su aprobación, pudiendo continuar con la etapa de impresión del trabajo.

ATENTAMENTE


M. Alma Patricia
Aguilar Cedillo
REVISORA

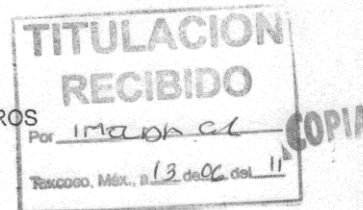

M. Marla Nadxielli
Arévalo Moreno
REVISORA


M. María Joaquina
Sánchez Carrasco
REVISORA



Dra. Martha Marivel Mendoza Ontiveros
DIRECTORA

c.c.p. Interesado ARLENY ALENA SORIA GONZÁLEZ VÉLEZ
c.c.p. Director Dra. en A. MARTHA MARIVEL MENDOZA ONTIVEROS
c.c.p. M. en Fin. GUADALUPE ARCE CHÁVEZ



Agradecimientos

Este trabajo es el resultado de meses de dedicación en los que necesité del apoyo de muchas personas. Me encantaría nombrar a todos y cada uno de ellos pero no tengo el espacio suficiente para nombrarlas, por eso les agradezco a todos los que estuvieron conmigo en la realización del mismo, a los que aburrí varias veces con mis pláticas interminables de artesanías, obsidiana o autenticidad, a los que me acompañaron a las bibliotecas de algunos museos o a los que leyeron partes del mismo para darme su opinión, sin excluir por obvias razones a mis revisoras y a mi directora de tesis, en fin GRACIAS.

Es preciso agradecer de manera particular a mi mamá porque ella me ha apoyado en todo momento y por ella he terminado una etapa más en mi vida. Gracias por todo lo que me has dado *Ela*. Así como a mi *Pa* que siempre ha sido una fuente de inspiración y apoyo a lo largo de mi vida. Aprovecho para agradecer a mis padres y a mis hermanos por estar siempre conmigo.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	10
Capítulo I	14
1. Artesanía	14
1.1 Definición y características de la artesanía	15
1.2 Clasificación de artesanías	19
1.3 Artesanías y Patrimonio Cultural	27
1.4 Turismo y artesanías	28
1.5 Efectos económicos de las artesanías	31
1.6 Semiótica de la artesanía	33
1.7 Artesanía y autenticidad	38
1.8 Percepción y su vínculo con las artesanías	41
Capítulo II	44
2. Artesanías de obsidiana en Teotihuacan	44
2.1 Artesanías en México	44
2.1.1 Etapa prehispánica y virreinal	44
2.1.2 México Independiente, Reforma y etapa Revolucionaria	48
2.1.3 Etapa Postrevolucionaria	49
2.2 Artesanías en la actualidad	53
2.3 Origen de las artesanías de obsidiana en Teotihuacan	55
2.4 Significado y usos de la obsidiana	59
Capítulo III	65
3 Metodología y Resultados	65
3.1 Proceso metodológico	65

3.2 Resultados	69
3.2.1 Perfil sociodemográfico de los visitantes que compraron artesanías	69
3.2.2 Las artesanías adquiridas	74
3.2.3 Motivación de la compra de artesanías	79
3.2.4 Percepción acerca de la autenticidad de las artesanías compradas	81
3.2.5 Conocimiento acerca de la cultura teotihuacana	94
3.3 Resultados de las entrevista a los artesanos	97
3.3.1 Perfil sociodemográfico	97
3.3.2 Elaboración de artesanías	97
3.3.3 Venta de artesanías	99
3.3.4 La obsidiana y las artesanías	99
3.3.5 Empleados y miembros de familia dedicados a esta actividad	100
3.3.6 Los turistas y los talleres artesanales	101
3.4 Clasificación de artesanías según Santana	102
CONCLUSIONES	111
BIBLIOGRAFÍA	118
ANEXO	122

ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS	
FOTO 1 Huehuateotl	16
FOTO 2 Vasos tequileros	16
FOTO 3 Navajillas Prismáticas	20
FOTO 4 Punta de Proyectoil	21
FOTO 5 Guaje	21
FOTO 6 Trabajos de fibra vegetal	22
FOTO 7 Objetos de cuero	22
FOTO 8 Plato decorado de latón y cazo de cobre	23
FOTO 9 Muñeca de barro negro Huehuateotl Dios Viejo de Barro	23
FOTO 10 Diferentes tipos de bordados	24
FOTO 11 Máscara de Sonora y “Cuchillo de sacrificio”	24
FOTO 12 Metate	25
FOTO 13 Navajillas de obsidiana	26
FOTO 14 Caballero Águila	26
FOTO 15 Visitantes escogiendo una representación de la pirámide del sol elaborada con obsidiana	28
FOTO 16 Personas observando representaciones de pirámides después de su visita a la Zona Arqueológica de Teotihuacan	30
FOTO 17 Niñas escuchando el sonido de la flauta del jaguar, para su posterior adquisición	31
FOTO 18 Extranjeros adquiriendo artesanía elaborada en textil	35
FOTO 19 Guaje	37

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1 Importancia económica y social de la artesanía	54
Cuadro N° 2 Gastos en productos artesanales por turista	54
Cuadro N°3 Nacionalidad y lugar de procedencia de los visitantes que compran artesanías en la Zona Arqueológica de Teotihuacan	69
Cuadro N°4 Promedio de edad de los visitantes que compran artesanías en la Zona Arqueológica de Teotihuacan	70
Cuadro N°5 Género de los visitantes que compran artesanías en la Zona Arqueológica de Teotihuacan	71
Cuadro N°6 Estado civil de los visitantes que compran artesanías en la Zona Arqueológica de Teotihuacan	72
Cuadro N°7 Ingresos mensuales de los visitantes que compran artesanías en la Zona Arqueológica de Teotihuacan	72
Cuadro N°8 Nivel de estudios de los visitantes que compran artesanías en la Zona Arqueológica de Teotihuacan	73
Cuadro N°9 Ocupación de los visitantes que compran artesanías en la Zona Arqueológica de Teotihuacan	74
Cuadro N°10 ¿Cuál de las artesanías que compró fue la que más le gustó?	76
Cuadro N°11 Pares de antónimos del diferencial semántico	82
Cuadro N°12 Las artesanías que se venden en la Zona Arqueológica de Teotihuacan si representan a la cultura teotihuacana	89
Cuadro N°13 Las artesanías que se venden en la Zona Arqueológica de Teotihuacan no representan a la cultura teotihuacana	90
Cuadro N°14 Algunas de las artesanías que se venden en la Zona Arqueológica de Teotihuacan no representan a la cultura teotihuacana	90
Cuadro N°15 Las artesanías que se venden en la Zona Arqueológica de Teotihuacan son auténticas	91

Cuadro N°16 Las artesanías que se venden en la Zona Arqueológica de Teotihuacan no son auténticas	93
Cuadro N°17 Algunas de las artesanías que se venden en la Zona Arqueológica de Teotihuacan son auténticas	93
Cuadro N°18 Artesanía Tradicional	102
Cuadro N°19 Artesanía Recreada	103
Cuadro N°20 Artesanía Popular	104

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica N°1 Número de objetos artesanales comprados por los visitantes a la Zona Arqueológica de Teotihuacan	75
Gráfica N°2 Material predominante de los objetos artesanales adquiridos por los visitantes de la Zona Arqueológica de Teotihuacan	75
Gráfica N°3 Elemento de la artesanía que motivó su adquisición	79
Gráfica N°4 Motivos de compra de la artesanía	80
Gráfica N°5 Bonita-Fea	82
Gráfica N°6 Frágil-Duradera	83
Gráfica N°7 Original-Copiada	83
Gráfica N°8 Auténtica-Simulada	84
Gráfica N°9 Autóctona-Foránea	84
Gráfica N°10 Barata-Cara	85
Gráfica N°11 Tradicional-Moderna	85
Gráfica N°12 Valiosa-Sin valor	86
Gráfica N°13 Útil-Sin utilidad	86
Gráfica N°14 Transportable-No transportable	87
Gráfica N°15 Lujosa-No lujosa	87
Gráfica N°16 Conocimiento previo sobre la cultura y la Zona Arqueológica de Teotihuacan	94
Gráfica N°17 Grado de conocimiento de la cultura teotihuacana antes de la visita a la Zona Arqueológica de Teotihuacan	95
Gráfica N°18 Conocimiento de la cultura Teotihuacan después de la visita a la Zona Arqueológica de Teotihuacan	96

INTRODUCCIÓN

La elaboración de artesanías de hace siglos corresponde en la actualidad a la producción de herramientas que el ser humano utiliza en la vida diaria. Sin embargo, al cambiar la vida de las personas estos artículos han tenido que modificarse ya sea parcial o totalmente en su forma de producirlos, en el tipo de material, las técnicas, los diseños o inclusive la función para la que fueron hechas en sus inicios.

Debido a lo anterior, muchos objetos artesanales han dejado de ser útiles y han pasado a ser un ornamento más en hogares u oficinas, porque ya no son completamente instrumentales como en sus inicios, ahora cumplen funciones más bien culturales. Las personas las adquieren para obtener una materialización de su visita a algún lugar, para mostrársela a sus conocidos y así adquirir una validación ante la sociedad.

El significado de herramienta que antes tenían las artesanías, ahora es de “comunicación”, ya que el objeto ahora funciona como un recordatorio de “estuve ahí”, y se constituye en la representación física de la comunidad o lugar que visitó. Sin importar que esos artículos sean netamente comerciales y que muchas veces no sean piezas autóctonas del lugar visitado.

Las artesanías son adquiridas de acuerdo con la consideración de los individuos, éstos se basan en su percepción y ésta depende de la imagen vendida del lugar, del conocimiento que se tenga del mismo y del nivel educativo de las personas.

Así, los visitantes compradores de artesanías a manera de recuerdo buscan un objeto que, de acuerdo con su percepción pueda identificar al lugar, por lo que adquieren un artículo “auténtico”; tanto la antes mencionada como la autenticidad son personales y dependen de lo antes mencionado. La autenticidad es una característica creada individualmente, que brinda la percepción. La forma de interpretar el lugar visitado, depende también de la identificación del objeto como auténtico o no. Y es por esto que a pesar de que el mercado de las artesanías se

ha diversificado y se encuentran los mismos artículos en la mayoría de las zonas turísticas de México, no se han dejado de producir y se siguen vendiendo.

Particularmente, la Zona Arqueológica de Teotihuacan es una de las primeras que fue abierta al público desde la época porfiriana. La elaboración de artesanías formó parte de la cultura teotihuacana, por lo que al igual que la zona la producción de estos artículos es milenaria. La producción de artesanías puede considerarse como arte popular que se ha transmitido de generación en generación, por ejemplo: de padres a hijos, de abuelos a nietos o inclusive de “jefes” a trabajadores.

La cultura teotihuacana dominó el mercado de la obsidiana en su época (100 a.C. –300 d.C); este material al ser un vidrio volcánico tiene ciertas características que permitían que fuera utilizada para elaborar herramientas de trabajo. Durante la etapa prehispánica, especialmente en Mesoamérica la cultura teotihuacana era la única que comercializaba este material, inclusive lo llevaron hasta ciertos lugares de Sudamérica.

Por lo anterior la obsidiana fue de gran importancia para el desarrollo de la cultura teotihuacana, en la elaboración de herramientas de trabajo con dicho material, aunque en la actualidad se siguen produciendo pero con un fin diferente. Se puede constatar que esta actividad se ha transmitido de generación en generación en la región, y que a pesar de que en la actualidad hay nuevos materiales, el vidrio volcánico predomina en la elaboración de artesanías en la Zona Arqueológica de Teotihuacan al ser parte de las tradiciones y costumbres del pueblo teotihuacano.

Por la importancia histórica y actual que tiene la obsidiana en la parte oriente del Estado de México, esta investigación abordó la percepción que tienen los compradores de artesanías en la Zona Arqueológica de Teotihuacan acerca de la autenticidad. Dicho de otra forma ¿las artesanías de obsidiana que se venden en la zona arqueológica de Teotihuacan son auténticas para sus compradores a pesar de la igualdad y masificación de los mismos?, ¿Qué tan auténticas perciben a las artesanías de obsidiana sus compradores?

Basándonos en lo anterior a continuación se presentan los objetivos de la investigación.

Objetivo General

Analizar la percepción sobre la autenticidad de la artesanía de obsidiana que tiene el visitante que la compra en la Zona Arqueológica de Teotihuacan.

Objetivos Específicos

- Reconocer el perfil de los visitantes que compran artesanía en la Zona Arqueológica de Teotihuacan.
- Reconocer las motivaciones que genera la compra de artesanías por parte de los visitantes a la Zona Arqueológica de Teotihuacan.
- Determinar cuáles son las artesanías de obsidiana más compradas.
- Clasificar las artesanías de obsidiana a la venta en Teotihuacán en artesanía tradicional, artesanía recreada y artesanía popular.
- Identificar el conocimiento de los turistas que compran artesanías, acerca de la cultura teotihuacana.
- Identificar las modificaciones hechas a la artesanía según la opinión de sus creadores.
- Conocer el cómo definen la autenticidad los artesanos.

Se pretende responder a la problemática y a los objetivos con tres capítulos donde se retoman diferentes temas que a continuación se presentarán.

En el primer capítulo se define, caracteriza y clasifica a las artesanías, y se retoman ciertos temas que se relacionan con las mismas, como el patrimonio cultural, los beneficios económicos y el turismo. Con los temas antes mencionados se podrá entender la visión que se tiene de las artesanías en la presente investigación por lo que después se tocarán temas acerca de su función comunicativa con la semiótica del objeto, así como la definición y explicación de la autenticidad y al hablar de esta última no se puede ignorar su base por lo que se definirá y se dará una breve explicación de la percepción.

En cuanto al capítulo dos, se realiza un recuento histórico de la elaboración de artesanías en México, así como las características actuales del mercado artesanal en el país. Se identifica el origen y desarrollo de dicha actividad, así como las características que presenta en la actualidad. Posteriormente se abordan, particularmente, los antecedentes de las artesanías de obsidiana en Teotihuacan y la importancia y significado de este preciado vidrio volcánico, así como el alcance que representó para la antigua cultura prehispánica.

La metodología y los resultados corresponden al tercer capítulo en donde se desarrolla el proceso metodológico que se siguió en la presente investigación, es decir, el tipo de investigación de acuerdo con su temporalidad, naturaleza y tipo de fuente, así como la técnica y los instrumentos utilizados para cumplir con los objetivos tanto el general como el específico. Los resultados se dividen en dos, la encuesta realizada a los compradores de artesanías y la entrevista aplicada a los artesanos. En cuanto a las primeras se dividieron en perfil socio-demográfico, artesanías adquiridas, motivación de la compra de artesanías, percepción acerca de la autenticidad de las artesanías compradas y el conocimiento que los compradores de artesanías tienen acerca de la cultura teotihuacana. Para la entrevista a los artesanos se dividió en perfil socio-demográfico, elaboración de artesanías, venta de artesanías, la obsidiana y las artesanías, empleados y miembros dedicados a la elaboración de artesanías, los turistas y los talleres artesanales.

Finalmente, las conclusiones a las que se llegaron, es decir, responder a la pregunta cuál es la percepción que tienen los visitantes de la Zona Arqueológica de Teotihuacan acerca de la autenticidad de las artesanías de obsidiana que se venden en el lugar.

Capítulo I.

1. Artesanía

La artesanía es tan antigua como la humanidad. Si bien en un principio tenía fines utilitarios, hoy se busca la producción de objetos agradables en un mundo dominado por la mecanización y la uniformidad. Casi todas las técnicas artesanales que hoy se practican tienen cientos o miles de años de antigüedad y, en muchos casos, a través de los años se han ido modificando las formas de producción conforme su comercialización.

En el siglo XXI, los trabajadores artesanales tienden a desaparecer, ya que la artesanía ha dejado de ser un objeto de primera necesidad, para transformarse en un adorno y, en muchos casos, en un artículo de lujo; de ahí que se le considere arte popular. Con el avance de la industrialización se han ido sustituyendo los objetos artesanales por los industriales, más aún con la globalización de la economía. Es decir, los artesanos han tenido que competir con los objetos elaborados por la industria y, últimamente, con productos de otros países, sobre todo, con los provenientes de Oriente (China, Corea, Tailandia). Actualmente, la artesanía está vinculada con los grupos indígenas, pero históricamente fue una actividad en la que participaban los grupos mestizos, y en el Virreinato, los españoles (Pedrero, 2008).

Las artesanías a través de los años han ido cumpliendo diferentes funciones. Por ejemplo, en la época prehispánica eran totalmente utilitarias, ya sea como herramientas para la vida diaria, como joyería (la cual para los antiguos pobladores era sumamente significativa) o inclusive para sus ritos ceremoniales. En el caso de la etapa Virreinal su uso era de tipo utilitario debido a la represión que mantenían los españoles en los mexicanos. Finalmente en la actualidad en la mayoría de los casos únicamente cumple una función de “recordatorio” o tipo

ornamental, ya que se ha perdido el sentido que se le daba en un principio al objeto artesanal, que sin embargo sigue siendo funcional.

Según Martínez, (1982) los objetos artesanales tienen como finalidad principal satisfacer necesidades del ser humano ya sean tipo material, espiritual o inclusive con alguna expresión artística.

1.1 Definición y características de la artesanía

La artesanía es el resultado de un proceso creativo que adquiere múltiples formas y se destina a diversos usos; se convierte en una expresión derivada del arte, ya que posee los elementos para ser considerada así. Éstos se pueden identificar a partir de una observación estética, es decir, buscando la belleza, utilidad y rasgos de una pieza. Se caracteriza por ser parte de una herencia cultural, que proviene de la época de las grandes culturas indígenas, ésta se basa en la representación de una necesidad donde sus fundamentos se le atribuyen al arte (Arévalo, 2004).

El Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) (2008) define y generaliza a la artesanía como aquel objeto o producto con identidad cultural comunitaria, con valor simbólico, ideológico y estético. Realizado a partir de procesos continuos individuales o grupales, con materiales preferentemente regionales, herramientas “sencillas”, con apoyo de implementos semi-industriales o industriales. Con especialización técnica tradicional. Pueden ser destinados al autoconsumo o a la comercialización (2006, <http://foro.artesanos.org.mx>, consultado el 26 de septiembre del 2009).

Graburn (1984, citado en Santana, 1997) establece una línea en sentido del tiempo (no evolutiva, ya que se puede dar en un solo tiempo) que ha sido seguida por la artesanía y que se puede seguir dando:

A partir de la *artesanía tradicional*, la cual es fundamentalmente utilitaria y funcional, ante un mercado potencial originariamente local-urbano y, en menor medida, turístico, el objeto artesano se adapta, manteniendo formas tradicionales

y la autenticidad garantizada por el artesano, dando origen a una réplica comercializada de la artesanía tradicional, destinada a un comprador que generalmente conoce el objeto originario, uso y lugar en un pueblo o comunidad.

Foto 1. Huehuetotl



Artesanía adaptada

Fuente: AASGV

La llegada del turismo de masas y los cambios culturales que trae consigo, genera una reestructuración de las condiciones de producción, que afecta tanto a los motivos representados como a las formas, naciendo así el souvenir, el cual responde a lo que el comprador comercial espera encontrar en el área.

Foto 2. Vasos tequileros



Souvenir

Fuente: AASGV

El souvenir es un objeto material, el cual sirve como un “recordatorio” o “recuerdo” de algún lugar, algún evento o alguna experiencia vivida por una persona. El término souvenir se utiliza para objetos “comerciales”, es decir, únicamente para su venta al público, particularmente aquellos que se venden en el transcurso de algún viaje, como un recuerdo de lugares visitados o de ciertas experiencias de viaje (Jafari, 2000).

Las artesanías, en concreto, se modifican en función del público a quien van dirigidas: la imagen promovida y la imagen esperada dependen de un compromiso entre vendedores y compradores. El consumo simbólico, (en este caso compra de artesanías) no puede entenderse sin tener en cuenta el consumo económico. Todo empobrecimiento de calidad, vulgarización de símbolos (se refiere a masificación de productos artesanales) tiene que ver con el dominio del consumo que se manifiesta en el ámbito comercial (Canestrini, 2001, citado en Palou, 2006).

En la actualidad, hay lugares en donde la penetración del modelo económico actual es incompleta, es decir, no necesariamente se encuentran operando las grandes transnacionales vendiendo los mismos productos, pero en estos lugares se encuentran artesanías fabricadas en masa (Lagunas, 2006). Se trata de la reproducción de objetos estéticos en formas simples de mercadeo. Las artesanías y los souvenirs son hechos de plástico o de otros materiales de imitación y despojan de sus significados profundos al objeto en sí.

Cabe mencionar que algunos artesanos producen artesanía adaptándola al tipo de turista que la adquiere, es decir, se crea el producto con el mismo material y la misma forma de siempre pero lo pueden pintar o decorar como lo pida el turista (Lagunas 2006).

En la actualidad, la mayoría de los artesanos subsisten con la venta de sus productos, por lo que lo tienen que hacer vendible, modificando el objeto en sí pero a pesar de los cambios, el objeto sigue manteniendo el significado con el que

se creó, la mayoría de las veces sólo cambian los colores o incrustaciones que se manejan con el pasar de los tiempos.

Existe un principio general en señalar que un objeto es artesanía cuando se puede identificar en él algunas características tales como: utilización de una fuerza de trabajo manual para su fabricación; producción no sometida a seriación que conserva características de singularidad y autenticidad y una tercera dada por la funcionalidad ornamental de su producción una vez perdida la función utilitaria para la que fueron creados (Aguilar, 1999, citado en Pastor, 2006).

Para Jafari (2000) las artesanías son productos elaborados con diferentes materiales como arcilla, madera, metales, fibra, vidrio, piel, rocas, entre otros y son hechos a mano o con el uso de tecnología rudimentaria en donde la mano del artesano sigue siendo la base de su elaboración.

En el Simposio UNESCO/CCI, La Artesanía y el Mercado Internacional: Comercio y Codificación Aduanera, definen a la artesanía como:

“Aquellos productos artesanales producidos por artesanos, ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado. Se producen sin limitación por lo que se refiere a la cantidad y utilizando materias primas procedentes de recursos sostenibles. La naturaleza especial de los productos artesanales se basa en sus características distintivas, que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, simbólicas y significativas religiosa y socialmente” (1997, www.unesco.org, consultado el 1 de octubre del 2009)."

Si bien no existe una definición de productos artesanales aceptada universalmente, las siguientes características se aplican ampliamente a un gran conjunto de productos artesanales del mundo:

- Los producen artesanos, exclusivamente a mano o con la ayuda de herramientas manuales o incluso medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado.
- No hay restricciones especiales en cuanto a la cantidad de producción.
- Incluso cuando los artesanos reproducen muchas veces el mismo diseño, no hay dos piezas que sean exactamente iguales.
- Se elaboran, en algunos casos, con materias primas o productos naturales de la región.
- Su carácter especial deriva de sus rasgos distintivos, que pueden ser utilitarios, estéticos, artísticos, creativos, de base cultural, decorativos, funcionales, tradicionales, religiosos, socialmente simbólicos y significativos (1997, unesdoc.unesco.org, consultado el 26 de septiembre del 2009).

La mayoría de los artesanos que elaboran sus productos a mano lo hacen de esta manera, porque no tienen los recursos económicos suficientes para comprar máquinas que les faciliten su producción, el dinero que ganan únicamente alcanza para su supervivencia diaria. Es por esto que muchos de ellos no tienen empleados y sus talleres son familiares.

1.2 Clasificación de artesanías

Uno de los rasgos fundamentales que es característico de la artesanía es el hecho por el que fueron creadas, el cual está ligado con la resolución de necesidades de las prácticas productivas de la vida diaria que sobreviven frente a la industrialización rescatando diversos valores (estéticos, singularidad, materialidad, autoría, entre otros) que siguen siendo funcionales al sistema dominante (Aguilar, 1999, citado en Pastor, 2006).

Por esta situación, los productos artesanales pueden clasificarse con arreglo a divisiones amplias. Una de estas divisiones para Arévalo (2004) es por su uso y se divide en tres:

- Artesanías ceremoniales las cuales se convierten en la esencia mística de innumerables festividades, permite que se viva el encanto de las ceremonias y ritos que le han dado vida a una tradición que se enaltece con la belleza y colorido.

Foto 3. Navajillas Prismáticas



Artesanía ceremonial, encontradas en algunas ofrendas de entierros en Teotihuacan.

Fuente: AASGV

- Artesanías utilitarias son las que están diseñadas para dar una utilidad básica a los objetos, reflejando las concepciones de un lugar y se convierten en testimonio de destreza en una expresión que adorna.

Foto 4. Punta de Proyectoil



Artesanía utilitaria, usada como herramienta para cortar objetos, encontrada en la Zona Arqueológica de Teotihuacan.

Fuente: AASGV

- Artesanías ornamentales son el alimento de los sentidos y el espíritu de las sensaciones más diversas. Este tipo de obras tienen un valor en su trabajo, significado y delicadeza estructural, por lo que más allá de su uso está su atracción estética.

Foto 5. Guaje



Artesanía ornamental utilizada para guardar agua sagrada, tabaco o peyote.

Fuente: AASGV

Por otra parte, las artesanías también se pueden dividir por los materiales usados primariamente o en una combinación de materiales y técnicas. Las seis categorías principales son las siguientes:

- Cestos/mimbre/trabajos de fibra vegetal

Foto 6. Trabajos de fibra vegetal (Alcatraz de hoja de maíz, canasta y bolsa de mimbre)



Artesanías de fibra vegetal

Fuente: AASGV

- Cuero

Foto 7. Objetos de cuero (Bolsa, cantimplora y/o licorera ambos de cuero)



Artesanías de cuero

Fuente: AASGV

- Metal

FOTO 8. PLATO DECORADO DE LATÓN Y CAZO DE COBRE



Artesanías de metal

- Fuente: AASGV

- Cerámica.

Foto 9. Muñeca de barro negro y Huehuetectl Dios Viejo de barro



Artesanías de cerámica

Fuente: AASGV

- Textiles

Foto 10. Diferentes tipos de bordados (bordado yucateco, oaxaqueño y tejido del centro de México “jorongo”)



Artesanías de textiles

Fuente: AASGV

- Madera

Foto 11. Máscara de Sonora y “Cuchillo de sacrificio” (éste último es llamado así por los artesanos de la Zona Arqueológica de Teotihuacan)



Artesanías de madera

Fuente: AASGV

Otras categorías podrían corresponder a varios materiales adicionales de origen animal, mineral o vegetal, abarcando los demás materiales utilizados en la producción de artesanías propios de un determinado país o región, que son raros o difíciles de trabajar, como piedra, cristal, marfil, hueso, cuerno, concha, concha

marina o madreperla. Por último, podrían considerarse más categorías cuando se aplican al mismo tiempo materiales o técnicas diferentes. Éste es el caso de las armas con fines ceremoniales o de decoración o con propiedades teatrales, los artículos decorativos y accesorios de moda, las joyas, los instrumentos musicales, los juguetes o las obras de arte (1997, unesdoc.unesco.org, consultado el 26 de septiembre del 2009).

Según Acha (1981, citado en Zepeda, 1998), las artesanías se pueden dividir en tres clases de acuerdo con su supervivencia:

- Tribales: Se refiere a aquellos objetos artesanales que subsisten en su auténtico contexto.

Foto 12. Metate



Artesanía Tribal

Fuente: AASGV

- Regionales o rurales: Son aquellas artesanías producidas por colectividades que en algún momento estuvieron relegadas y cuya producción se detuvo en el tiempo, dejando ser parte del autoconsumo local.

Foto 13. Navajillas de obsidiana



Artesanía rural

Fuente: AASGV

- Metropolitanas: Aquellos productos actuales de la cultura popular.

Foto 14. Caballero Águila (Elaborado con pasta y póxica)



Artesanía metropolitana

Fuente: AASGV

Según Graburn (1984, citado en Santana, 1997), la *artesanía tradicional* es fundamentalmente utilitaria y funcional, para un mercado local-urbano, conocedor del uso y significado del lugar. A partir de las formas tradicionales se produce una *artesanía recreada* la cual reintegra lo tradicional con los elementos surgidos de la evolución del área, se trata de objetos de alto precio y calidad que pueden influir y son influidos a su vez, por el souvenir. Su destino suele ser el mercado local, el cual se trata de un reducido grupo de compradores adinerados e intelectuales que la adquieren más por un afán coleccionista o de ostentación de un nivel social, que por su valor utilitario, perdido con el paso del tiempo y la modernización de los usos cotidianos.

Con la influencia directa de los souvenirs y destinada al mercado local menos pudiente, la *artesanía popular*, forma parte de una reformulación de lo tradicional y lo recreado, llevando consigo, una reformulación cultural que estandariza y mitifica la tradición como elemento unificador.

1.3 Artesanías y Patrimonio Cultural

Para García (1999, citado en Pastor, 2006), el patrimonio cultural de una nación está compuesto, por los productos de la cultura popular, que incluyen a los bienes materiales y simbólicos elaborados por grupos subalternos en los que se involucran los elementos naturales, culturales, materiales, y/o inmateriales del pasado o del presente en los que se reconoce un determinado grupo social.

Las artesanías como casi todos los bienes llamados patrimonio cultural son a la vez patrimonio tangible (los objetos, producto), e intangible (los saberes del artesano, su creatividad, habilidades); inmutable (procesos preindustriales vigentes), dinámico y evolutivo (creación de nuevos productos, técnicas, usos de nuevos materiales), simbólico (testimonio de historias locales) y utilitario (usos del producto artesanal). Se trata de un patrimonio vivo cuyo sistema productivo se encuentra vigente en virtud de la permanencia de prácticas culturales que requieren de este tipo de productos y les dan sentido (Pastor, 2006).

El valor de las artesanías no reside en el material “autóctono” utilizado o en sus raíces indígenas, se encuentra en las transformaciones y combinaciones que realizan los artesanos para que sus productos conserven utilidad regional (Zepeda, 1998).

Para fines de la presente investigación y en los capítulos posteriores se retomará el nombre de artesanía u objeto artesanal, quedando fuera el souvenir ya que este objeto tiene una variedad amplia en el mercado y necesitaría una investigación en particular como la joyería. Por otra parte, este tipo de artículos no fue adquirido por los visitantes a los que se aplicó el cuestionario de la encuesta como se verá posteriormente.

1.4 Turismo y artesanías

Algunos turistas al desplazarse con el objetivo de conocer otras ciudades, buscan elementos únicos y autóctonos los cuales representen las características del lugar desde una perspectiva natural y rústica. Es decir, los visitantes buscan aquellos objetos auténticos, percibidos como “reales” y originales por los visitantes, como los productos artesanos.

Foto 15. Visitantes escogiendo una representación de la pirámide del sol elaborada con obsidiana



Fuente: AASGV

Algunos turistas al viajar buscan algo fuera de lo común y en ocasiones, al llegar al lugar piensan que lo que están viendo y conociendo, por primera vez, es auténtico. Es decir, creen que el lugar es único al igual que todo lo que se encuentra en él, sin importar que el lugar muchas veces sea diseñado sólo para el arribo de turistas y que muchas de las tradiciones del lugar se han perdido o transformado con el paso del tiempo.

Según MacCannell (1976, citado en Cohen, 1979), los turistas buscan lugares auténticos cuando se cansan de su vida diaria, las personas se encuentran tan acostumbradas a la monotonía tanto del lugar en donde viven, así como del estilo de vida que vive. Es así cuando demandan algo auténtico, que les muestre rasgos y elementos de un lugar genuino. Dependiendo lo que ellos vivan día con día, es lo que utilizarán como base para definir si el lugar visitado es auténtico o no, sin importar si el lugar, es únicamente un sitio recreado y adecuado para la llegada de turistas.

No obstante, el turismo puede funcionar como un impulsor de tradiciones, ya que los artesanos al producir sus obras para venderlas a los turistas, mantienen viva su tradición, debido a que es su principal actividad económica (Ryan, 2003). Por su parte, los turistas al visitar un lugar y comprar artesanías generan trabajo para los artesanos y evitan así que se olvide completamente esta tradición milenaria, induciendo un renacimiento en la producción. Este renacimiento puede ir acompañado por un mejoramiento en la calidad y los diseños de las artesanías (Wall, 2002).

Canestrini, (2001, citado en Palou, 2006) sostiene la idea de que la naturaleza de los humanos es regresar de un viaje con una artesanía, en tanto que ésta permite validar la experiencia ante la comunidad. Así mismo, se afirma que la presencia física de la artesanía ayuda a localizar, a definir y a congelar en el tiempo una experiencia transitoria y momentánea.

Según De la Calle (2006) los productos artesanales también deben responder a la demanda actual, ya que para su compra éstos deben ser: fácilmente transportables, de estética agradable y de carácter suntuoso.

Foto 16 Personas observando representaciones de pirámides después de su visita a la Zona Arqueológica de Teotihuacan



Fuente: AASGV

La compra de artesanías obedece a las mismas motivaciones que se manifiestan en otros comportamientos turísticos, como la toma de fotografías y toma de videos, diferenciándose estos últimos de los artículos artesanales, porque son parte de la identidad local. La artesanía ofrece la materialización del recuerdo de la propia experiencia turística y da testimonio de la realización del viaje ante los demás, otorgando estatus al visitante comprador de artesanías, pues demuestra una buena posición social además de un mejor estilo de vida (de la Calle, 2006).

**Foto 17 Niñas escuchando el sonido de la flauta del jaguar,
para su posterior adquisición.**



Fuente: AASGV

1.5 Efectos económicos de las artesanías

La producción de artesanías dirigida a los turistas, ha sido vital para sus productores, ya que gracias al aumento de turistas que compran artesanías, se genera una fuente de ingreso para personas de escasos recursos entre ellos mujeres y grupos étnicos. A la vez esta actividad se complementa con la producción agrícola. Por lo que la producción de artesanías se integra fácilmente con el estilo de vida rural y agrícola. La elaboración de artesanías es promovida por diferentes organizaciones tanto gubernamentales como no gubernamentales, para su desarrollo, difusión y exportación y para que la tradición de elaboración de artesanías no se pierda con el paso de tiempo (Jafari, 2000).

La creación de empleos en los proyectos de producción de artesanías, dirige su atención a las áreas rurales, las cuales son tradicionalmente las zonas de mano de obra. Al hacer alusión a la creación de empleos en estas zonas no se habla de empleo individualizado, sino más bien de unidades domésticas de producción, que es la forma de empleo o más bien la forma de supervivencia de las familias campesinas, ya que se sabe que éstas necesitan diferentes alternativas para

sobrevivir debido a que la actividad agrícola generalmente es de temporal (Zepeda, 1998).

En las sociedades rurales la producción de artesanías tiene dos funciones principales, la primera consiste en que el artesano pueda elaborar objetos para su vida diaria al costo de la materia prima, y la segunda es el papel económico que juegan las artesanías al proporcionar un ingreso adicional a las familias (Zepeda 1998).

Para de la Calle, (2006) la producción de artesanías es una actividad que data de siglos atrás, ya que en un inicio las artesanías se producían para su uso, es decir, los artesanos producían objetos funcionales como armas, joyas o simplemente instrumentos necesarios en esa época. La producción de dichos objetos se heredaba de generación en generación, sin embargo, debido al cambio de la vida diaria de la actualidad, la mayoría de las artesanías han pasado de ser funcionales para ser únicamente “recuerdos” de algunos lugares visitados, surgiendo así como un bien económico que se puede ofertar al turista que busca llevar a su lugar de origen un pedazo de la vida del destino visitado.

Por su parte (Jafari, 1982, citado en Santana, 1997) menciona que el turista al comprar un objeto artesanal como “recuerdo” debe ser pequeño, a un costo accesible, no demasiado exótico y denotar simbólicamente el área visitada, de esta forma, se generan cambios significativos en las estructuras productivas y en los materiales, técnicas y diseños.

La mayoría de las artesanías que se elaboran en la actualidad se ponen a la venta en diferentes sitios visitados por turistas. Por ello, en el campo de las artesanías es donde se identifica en mayor medida la repercusión de la actividad turística, ya que son éstas las más requeridas por los turistas, y con los procesos de comercialización y masificación es posible que se pueda conseguir cualquier objeto artesanal en las tiendas de grandes ciudades de todo el país.

Los deseos y perspectivas del turista y productores de artesanías se cruzan y se definen con base en una ley de oferta y demanda. La voluntad y necesidad de los productores artesanales es elaborar objetos que expresen una cultura material, que de forma más o menos consciente, pueda contribuir a la definición del perfil histórico-cultural de los mismos autóctonos. Por otra parte, lo que busca el comprador es familiarizarse con una realidad a través del artículo artesanal, el cual condensa, en cierto modo, dicha identidad. Pero con esta esquemática relación de perspectivas queda marginado el componente económico en que se basa dicho intercambio (Canestrini, 2001, citado en Palou, 2006).

Algunos de los artesanos elaboran sus productos únicamente con el objetivo de obtener una remuneración económica dejando de lado el significado del producto para los compradores y sin importar si el material es auténtico o no, ya que ven a la producción de artesanías únicamente como medio de subsistencia.

1.6 Semiótica de la artesanía

El turista busca un producto que a través de la materialización del viaje simbolice la visita a un determinado lugar a diferencia de la búsqueda de un signo que represente su visita. A continuación se explicará la diferencia entre símbolo y signo para entender esta idea. Al nombrar **símbolo** nos referimos a aquella palabra u objeto que necesita una definición particular, es decir, el significado o la interpretación del símbolo dependerá del individuo al que pertenezca o de la ocasión en donde el símbolo esté presente, para entender su significado. Por otro lado, el **signo** se refiere a aquella palabra u objeto que su significado será entendido “universalmente”, dicho en otras palabras su significado es fijo independientemente del individuo al que pertenezca o de la ocasión en el que se esté usando (Leach, 1993).

Tanto los artesanos que producen objetos que expresen parte de la historia y cultura del pueblo al que pertenecen como los turistas que compran una artesanía, que demuestre físicamente el lugar que visitó, brindan un valor “comunicativo” a la

artesanía, es decir la semiótica del objeto artesano es mostrar las características esenciales, histórico-culturales de un lugar.

Según Cid, (2002) un punto importante en la semiótica de artesanías es el factor compra-venta. Ya que su precio dependerá de la representación del lugar visitado, es decir, el precio de la artesanía se relaciona con la cultura que caracterice, si es exótica, lejana, popular, no conocida o simplemente porque fue un buen viaje, ya que el objeto será tomado como un testimonio del viaje realizado. El valor económico del objeto artesano dependerá de su condición significativa original, para que se “quede” en él, la mayor información del lugar visitado, para que así el objeto adquiera valor fuera de su cultura y obtenga un significado cuando entre en contacto con otra cultura.

Los turistas al adquirir artesanía de una determinada región le adjudican un valor. Ya que el objeto refleja diferentes formas que caracterizan a la cultura que lo elabora. Dicho de otra forma, por la semiótica el objeto artesano es un artefacto comunicativo que refleja la cultura de una localidad en particular. Cuando un visitante compra artesanía en algún sitio y lleva el objeto a su lugar de origen, la cultura del comprador se apropia del objeto calificándolo algunas veces de forma discriminatoria, ya que para calificarlo se basa en su cultura, nombrándolo: artístico/ no artístico, bello/ no bello, estético/ no estético o inclusive auténtico/ no auténtico, y es así como el objeto artesano adquiere un valor, al representarse como un portador de información producida por un ser humano que pertenece a una cultura diferente a la que lo elaboró (Cid, 2002).

Cuando el turista compra alguna artesanía se basa en sus gustos y costumbres para escogerla, en algunas ocasiones busca que sea algo representativo del lugar visitado, esta representatividad la brinda el mismo comprador, a veces no conocen realmente lo tradicional del lugar y compran lo que ellos creen pertinente y cuando regresan a su ciudad de origen le brindan un significado, el cual va cambiando de acuerdo con la persona que vea, utilice o compre el mismo objeto.

Foto 18 Extranjeros adquiriendo artesanía elaborada en textil.



Fuente: AASGV

Definiremos a la semiótica de una forma clara y objetiva como aquella disciplina que estudia todos los procesos culturales, como procesos de comunicación. Su objetivo es demostrar que bajo los procesos culturales hay varios sistemas como el de comunicación, ya que el objeto artesano es portador de un mensaje verbal y no verbal. Es decir, al ver un objeto artesano una persona que no lo conoce pregunta ¿qué es? o ¿para qué sirve? y ahí se empieza a entablar una conversación entre dos personas. Viéndolo desde otro aspecto el objeto artesanal es interpretado de acuerdo con la percepción de los compradores, calificándolo según su cultura. Además, la percepción dependerá del ambiente que rodea al comprador (Eco, 1986).

Un objeto cultural como una artesanía puede ser considerado desde diferentes niveles:

1. Nivel Físico: que se refiere a todas sus características físicas, es decir, peso, medidas, material con el que fue fabricado, colores, entre otros.
2. Nivel Mecánico: en este nivel se observan las funciones del objeto, qué es lo que hace, cómo funciona, así como el nuevo uso que se le da al interpretarlo de una manera diferente.

3. Nivel Económico: en pocas palabras es el valor económico del objeto, por ejemplo, las horas invertidas en su elaboración.
4. Nivel Social: la adquisición de algunos objetos indican cierto status en la sociedad, tienen cierto valor de uso.
5. Nivel semántico: son varios los nombres con los que se conocen a un objeto, los cuales no cambian el objeto o sus características al conocerlo desde otro nombre (artesanía, objeto artesano, arte popular)

Con lo dicho anteriormente se puede constatar que un objeto se puede estudiar desde un enfoque semiótico en diferentes niveles, de acuerdo con las características de cada objeto es el nivel que se estudiará. Debido a que el objeto puede pertenecer a una persona y esta persona a una sociedad, por lo que es parte de una cultura, ésta conforma parte de un proceso de comunicación (Eco, 1986).

Las artesanías, según la Teoría de Eco (1984, citado en Cid, 2002), al ser compradas por visitantes los cuales son personas que no conocen el objeto artesanal, pierden la mayoría de las funciones para las que fueron elaboradas, para así pasar a ser un objeto ornamental, adquiriendo un valor brindado por el comprador. Por ejemplo, se introduce al mercado artesanal una cuna de red de pescadores, la cual al llegar a un grupo social diferente es colgada del techo y se utiliza como frutero. Como se observa, el objeto no perdió su valor simplemente se adaptó a un nuevo grupo social en donde cumple un diferente fin.

A pesar de que la artesanía al ser comprada por una persona que es externa a la cultura de origen de la misma, le brinda un uso o valor diferente para el que fue realizado, no significa que el objeto pierda la función para la que fueron hechos, simplemente se utiliza de otra manera, por ejemplo:

Foto 19 Guaje



Este objeto se utilizaba para guardar líquidos o semillas, en el caso de esta fotografía se utiliza como contenedor de vela.

Fuente: AASGV

El objeto de la imagen se llama guaje, jícara, bule o tecomate, antes se ocupaba para guardar líquidos, semillas, tabaco, peyote, entre otros, pero como se puede observar en la actualidad se decoran, y se puede usar como alhajero o inclusive hay algunos que tienen velas dentro. No se perdió su principal función únicamente se le da otra.

Para Zepeda (1998), cuando el consumidor adquiere el producto artesano lo descontextualiza, en otras palabras, lo desliga del mito regional y de su función sociocultural original y lo convierte en ornamentos hogareños o en símbolo de nacionalidad. Sin embargo, las artesanías por su origen, características y efectos son regionales y obedecen a un mestizaje cultural del pasado, cuyas características no coinciden con el mestizaje que realiza la cultura popular en las metrópolis.

Muchos de los productores de artesanías saben que el objeto va a tener un uso diferente para el que fue elaborado pero debido a que la venta de artesanías es su principal actividad económica, adaptan el objeto artesano para que sea más fácil

de vender, sin importar que su fin haya cambiado total o parcialmente (García, 2004) .

De acuerdo con Santana (1997), cuando el turista requiere de un producto artesano como reforzador de recuerdos del lugar visitado, precisa un artículo auténtico, es decir, un producto perteneciente a la región, con el cual le enseñe a los demás que él estuvo ahí. Sin importar que muchas veces los productos artesanales a la venta sean artículos que han cambiado o que no son pertenecientes al lugar visitado derivado del constante cambio del mercado.

1.7 Artesanía y autenticidad

Para Prats (1997), la **autenticidad** tiene que ver con el carácter simbólico del patrimonio, en este caso de artesanías, los mecanismos de asociación que utiliza el simbolismo se refiere fundamentalmente a la metáfora y a la metonimia. La **metáfora** son aquellos objetos que tienen por sí solos una capacidad de evocación auxiliar pero no alcanzarán a legitimar por si mismos un repertorio patrimonial, por ejemplo imágenes, fotografías, reproducciones, copias, entre otras. La **metonimia** son aquellos elementos que han estado en contacto directo o han formado parte de la vida diaria de los habitantes del lugar que se visita, por ejemplo objetos históricos, especímenes naturales, objetos de la inspiración creativa o pertenecientes al individuo autóctono, entre otros.

Lo auténtico según algunas corrientes del pensamiento es aquello original, es decir, aquel objeto o representación de la vida diaria primitiva, aquella práctica cultural que no se ha “comercializado” y como tal sigue pura y no ha llegado a contaminarse con los efectos de la globalización o la masificación tanto de productos así como de servicios, en éste caso turísticos (Meethan, 2003, citado en Barreto, 2007).

La autenticidad puede definirse como un proceso de interpretación y el nombramiento de algún objeto como auténtico dependerá de la interacción del

sujeto con su alrededor, así como de sus experiencias pasadas (McIntosh y Prentice, 1999, en de la Cruz, 2004).

La autenticidad de las artesanías puede ser una “característica” brindada por los compradores de acuerdo con el conocimiento y la observación que el mismo haya hecho en el lugar que conoció. Esto dependerá de la situación en la que se encuentre el lugar así como la forma en la que se le ofrezcan los objetos y el momento en el que se le presente, ya que si el visitante no sabe nada acerca del lugar que visita, se basará en general, en lo que ve. Pero si el leyó o visitó museos acerca de la historia del lugar, lo más probable es que no crea que es auténtico lo que vio en primera instancia.

La producción de la autenticidad también depende de algunas circunstancias y de actores como la publicidad del lugar por parte de las agencias de viajes o del artesano que va cambiando su producto de acuerdo al mercado, así como del guía de turistas el cual inventa y reinterpreta la historia de acuerdo con sus creencias, inclusive el propio estado por su capacidad de transformar prácticas tradicionales con afán mercantil (Castellanos, 2008).

En 1994 se llevó a cabo la conferencia de Nara en Autenticidad respecto a la Convención del Patrimonio Mundial por tres diferentes instituciones: la Organización para la Educación, la Ciencia y la Cultura de las Naciones Unidas, el Centro Internacional de Estudios y Restauración de Bienes Culturales y el Consejo Internacional de Monumentos y Sitios Histórico-Artísticos, y en general mencionaron:

“Todos los juicios sobre valores atribuidos a las propiedades culturales así como la credibilidad de fuentes de información relacionadas, pueden diferir de cultura en cultura e incluso dentro de la misma cultura. Por lo tanto no es posible realizar juicios de valor o autenticidad con un criterio fijo, por el contrario, el respeto debido a todas las culturas requiere que el patrimonio cultural sea considerado y juzgado

dentro del contexto cultural al cual pertenecen” (1994, www.esicomos.org.accesado el 12 de junio del 2010).

La autenticidad se crea individualmente, aunque dirigida por los agentes del comercio del viaje, como una construcción basada en las propias experiencias del sujeto (Cohen, 1988, citado en Santana, 1997). En ellas se mezclan los estereotipos del estilo de vida y uso de la cultura material de los visitados con la imagen vendida de los mismos, además del anhelo de los visitantes de consumir ese estilo de vida distinto al propio. A la vez, la imagen fijada a través de fotografías o videos es apropiada, y a través de ello el turista manifiesta posteriormente ante los otros su “conocimiento” no sólo del destino sino también del estilo de vida del mismo. Esta transmisión de experiencia constituye la mejor promoción externa del área visitada y, generalmente, favorece una perspectiva de autenticidad.

Para Mantecón (2008) la experiencia turística puede ser considerada auténtica de acuerdo con la interacción social y de acuerdo con la originalidad de la interacción socio-espacial que se realiza entre los protagonistas del viaje, los pobladores de la región y el lugar físico. La decisión de definir un objeto auténtico, está ligado a su proceso de construcción ya que se debe contemplar por una parte lo que el protagonista considera como original y lo que considera falso o imitado en una o en todas las partes que conforman el objeto. La autenticidad es una propiedad, la cual pueden poseer o no objetos artesanales, la credibilidad y originalidad depende del contexto y perspectiva de cada individuo.

Por otra parte, si algún objeto en el transcurso del viaje no es auténtico, la experiencia del individuo no puede considerarse como auténtica completamente. Así como, si el objeto observado es auténtico pero la escena en que se lo muestran no lo es, tampoco es una experiencia completamente auténtica. Tampoco se le puede llamar auténtico si hay elementos que alteran o controlan el proceso de percepción de algún modo (Pearce y Moscardo, 1986, citado en Mantecón 2008).

La autenticidad tiene más que ver con la presentación y percepción de una interpretación determinada de una experiencia y artefacto que con la cosificación de la experiencia y artefacto mismo (McIntosh y Prentice, 1999, citado en Santana, 2003). El mito de la cultura-destino paradisíaco y los productos que facilitan su consumo prevalecerán si es percibido como tal, aunque la experiencia acumulada de cientos o miles de turistas lo pudiera hacer desvanecer.

1.8 Percepción y su vínculo con las artesanías

La **percepción** se puede identificar con los conocimientos que genera una determinada actitud, ya que influye en el comportamiento en general del individuo y, en el comportamiento de compra. La percepción es un factor determinante de los mecanismos responsables de la creación de imágenes ligadas a los sitios turísticos considerados de forma previa a la decisión de compra. La actitud es una tendencia hacia algo y está marcada por las percepciones recibidas (Pons, 2007).

De acuerdo con Merleau-Ponty (1975, citado en Vargas, 1994) percibir no es experimentar una multitud de impresiones que conllevarían unos recuerdos capaces de complementarlas; es ver cómo surge, de la constelación de datos, un sentido inminente sin el cual no es posible hacer invocación ninguna de los recuerdos. Recordar no es poner de nuevo bajo la mirada de la conciencia un cuadro del pasado subsistente en sí, es penetrar el horizonte del pasado y desarrollar progresivamente sus perspectivas encapsuladas hasta que las experiencias que aquél resume sean vividas nuevamente en su situación temporal. Percibir no es recordar.

Por lo tanto, la percepción debe ser entendida como relativa a la situación histórico-social pues tiene ubicación espacial y temporal, depende de las circunstancias cambiantes y de la adquisición de experiencias novedosas que incorporen otros elementos a las estructuras perceptuales previas, modificándolas y adecuándolas a las condiciones.

Desde un punto de vista antropológico (Vargas, 1994), la percepción es entendida como la forma de conducta que comprende el proceso de selección y elaboración simbólica de la experiencia sensible, que tienen como límites las capacidades biológicas humanas y el desarrollo de la cualidad innata del hombre para la producción de símbolos. A través de la vivencia, la percepción atribuye características cualitativas a los objetos o circunstancias del entorno mediante referentes que se elaboran desde sistemas culturales e ideológicos específicos contruidos y reconstruidos por el grupo social, lo cual permite generar evidencias sobre la realidad.

Mediante la percepción, la información recopilada por todos los sentidos se procesa y se forma la idea de un solo objeto. Es posible sentir distintas cualidades de un mismo objeto y, mediante la percepción, unirlos, determinar de qué objeto provienen y determinar, a su vez, que es un único objeto. Así entonces puede ser que una persona viviendo experiencias similares a otra, tenga una visión totalmente distinta sobre la misma porque su proceso de percepción es producto de su interpretación personal. La percepción será, entonces, un factor intrínseco o interno que afecte directamente la compra de artesanías en un determinado lugar (Herrera, 2008).

La percepción que los compradores tienen acerca de las artesanías del lugar (imagen) debe deducirse de la conceptualización que hayan hecho del destino. Esto se plantea, si se parte del hecho de que los conceptos de percepción toman en cuenta aspectos como las ideas, creencias, sentimientos, preferencias, impresiones, valores, prejuicios, conocimientos y estereotipos (Pons, 2007).

Como se dijo anteriormente, las artesanías son los objetos culturales que pasan de generación en generación y una de las formas en la que se pueden mantener “vivos” es adaptarlos a las diferentes situaciones que atraviesen las personas en general, ya sea modificando la decoración o el material con el que se realizan, sin embargo, seguirán manteniendo la principal función con la que fueron hechos desde un principio, sin importar que cuando los viajeros los compren modifiquen

la manera de usarlo, estos seguirán sirviendo para lo que desde el inicio se utilizaban.

Los turistas que compran artesanías por una parte le dan a la misma una nueva función y, por otra parte, le dan un nuevo significado. Así mismo, el significado y la función cambian con otros turistas, por los mismos artesanos o por personas interesadas en proyectos culturales.

En cuanto al por qué de su compra, los turistas normalmente lo hacen para recordar el viaje o el lugar que visitaron, esto es a través de un objeto que, de acuerdo a su percepción, represente el lugar visitado. Para encontrar la representación, el comprador se basa en sus conocimientos previos acerca del lugar a visitar, en sus costumbres, tradiciones y conocimiento en su vida diaria.

Los turistas buscan que las artesanías representen el lugar y esto se encuentra, entre muchas características, con la autenticidad, la cual es brindada por los compradores, no tanto por los artesanos o vendedores. Esto se debe a que la autenticidad es una construcción personal basada en los conocimientos y percepciones individuales. La autenticidad brindada y buscada por los compradores, depende de la percepción que tenga el visitante del lugar y del conocimiento que tenga del mismo o del conocimiento que adquiere día con día.

CAPÍTULO II

2. Artesanías de obsidiana en Teotihuacan

La mayoría de las artesanías en México fueron elaboradas para ser usadas, de acuerdo con las necesidades de la época y de las personas que las utilizaban en ese momento. Algunas de ellas se siguen utilizando más por tradición que por necesidad, ya que en la actualidad se pueden conseguir muchos artículos que realicen la misma función, como por ejemplo el molcajete, hoy en día hay licuadoras y batidoras, pero muchas personas prefieren una salsa molcajeteadada o un guacamole hecho con molcajete a los mismos licuados o batidos. Por lo que el mercado de las artesanías en el país siempre se ha mantenido vigente al amoldarse al nuevo consumidor, dándole un nuevo significado a cada objeto pero sin perder la función original que muchas veces sigue vigente hasta ahora.

2.1 Artesanías en México

Ubicar el origen de las artesanías en México es difícil, ya que, la producción de dichos objetos han existido desde los inicios de las antiguas civilizaciones, por lo que no es posible fijar con precisión cuándo se originaron, algunos indicios se ubican a partir del grupo náhuatl, establecido en el Valle de México.

2.1.1 Etapa prehispánica y virreinal

En la sociedad prehispánica la creación de objetos ornamentales poseía otro significado, de hecho, en lengua náhuatl, no hay un término equivalente al de “artesanía” o “artesano”. Aunque para los nahuas antiguos existía el concepto *toltecatl*, que refiere a quienes se dedicaban a elaborar objetos de ornato para la clase gobernante. Actualmente no existe un término semejante. En muchos

pueblos de ascendencia náhuatl se utiliza el término artesano para referirse a quien se dedica a la manufactura (Medrano, 2004).

Martínez (1981 y 1982) investigó los orígenes de la artesanía en México, de ahí que se rescaten algunos hechos importantes de su obra. De acuerdo con el autor, al origen de las artes se le asigna una procedencia tolteca, principalmente en relación con Quetzalcóatl. Al conjunto de creaciones de esta cultura se le nombra *toltecáyotl* y a sus creadores, *toltécatl* que significa artista.

Los cronistas asignaron distintos nombres, a quienes, dentro de la sociedad prehispánica, se dedicaban a la elaboración de objetos de uso cotidiano y ritual para la clase noble o para el pueblo común. Hablan de una especialización que al compararse con la distinción por oficios que tenía lugar en España, dio por resultado el término *artesanías indígenas*.

Es frecuente que la población en general use el término de artesanía prehispánica para referirse a los objetos hechos a semejanza de cómo los hacían los habitantes de esa época, sin embargo, los objetos ornamentales elaborados en dicha etapa no poseían los mismos significados que los elaborados por artesanos españoles e indígenas después de la Conquista. Por otra parte, el concepto de artesanía es el resultado de la interacción de grupos sociales en el marco de un sistema cultural específico y, por tanto, forma parte de un proceso de simbolización, como se apuntó en el capítulo anterior.

Cuando los españoles arribaron a México notaron que los complejos artesanales tenían diferentes grados de desarrollo, así como diversas técnicas avanzadas. El artesano de cultura náhuatl y otros más compartían una organización social llamada, *calpulli*, además en la época de la conquista se encontró que existían clases sociales, donde los comerciantes eran parte de la elite de la sociedad. Además existían grupos de artesanos que dominaban cierta rama artesanal, como los *amantec*, quienes se dedicaban al arte plumario, los *teucuitlapitzque* al arte

orfebre y el *tlatecqui* o gematista, cuyos productos se destinaban a las clases sociales altas como los gobernantes, sacerdotes y guerreros.

El conjunto de las artesanías en la Nueva España se puede dividir en tres grupos:

1. Artesanías urbanas populares, algunas de éstas con detalles en el México antiguo, a través de las materias primas y por las técnicas de elaboración. Como ejemplo destacan la orfebrería y la textilería, las cuales sufrieron modificaciones al darse el intercambio cultural. Las materias primas se enriquecieron con la introducción de materiales importados y en cuanto a la tecnología se adoptaron procesos de producción más avanzados, en relación a los de tipo prehispánico. La producción de este grupo de artesanías cubría las necesidades de la población española y criolla, y se destinaba a las clases medias y altas.
2. Artesanías indígenas, sus productores elaboraban bienes para cubrir las necesidades de su estilo de vida únicamente y no para los conquistadores. La producción, la tecnología y los motivos decorativos se mantuvieron estáticos, de acuerdo con los usos y costumbres indígenas. La producción era para el autoconsumo, ya que las condiciones de vida obligaban a la autosuficiencia.
3. Gracias a los sectores antes mencionados surge el arte popular, de carácter mestizo. Los objetos artesanales se caracterizan por el bajo precio de las materias primas y por la expresión artística que poseen. Se puede hablar de modalidades populares de las ramas artesanales existentes, pero los objetos pertenecientes a este grupo no son copias de los anteriores.

Como se puede percibir, la Conquista desencadenó un intenso proceso de aculturación¹ que se desarrolló generando lo que hoy se conoce como arte popular en México. A finales del siglo XVIII, los españoles impusieron sus propios

¹ Para esta investigación se entenderá por aculturación como aquellos “procesos y acontecimientos que provienen del encuentro de dos o más culturas” (Santana, 1997).

modelos de organización social, en cuanto a las artesanías, establecieron dos instituciones, la primera llamada gremio, regido por un estatuto jurídico conocido como la ordenanza. Los miembros del gremio se encontraban divididos en tres clases (maestro, oficial y aprendiz) disfrutaban de la exclusividad de producción, así como de la comercialización y la segunda nombrada cofradía, regulada por las Constituciones, las cuales constituían los aspectos religiosos y asistenciales. Estos tipos de organización operaban eficazmente cerca de la urbanización, pues en ellos las autoridades tanto gremiales como civiles podían ejercer un control entre los artesanos, materias primas, producción y comercialización. Los indígenas no se vieron impedidos para ingresar a los gremios, lo único que se les prohibió fue aspirar al grado de maestro, por lo que los naturales únicamente podían llegar a ser aprendiz u oficial.

Por su parte, los grandes núcleos indígenas alejados geográficamente de los centros de población, continuaron elaborando sus artesanías y objetos para sus necesidades diarias, debido a que las *autoridades* gremiales-sociales no iban a los lugares apartados para controlar la materia prima, la producción y la comercialización de las artesanías.

La coexistencia de la producción de artículos artesanos españoles e indígenas dio origen a la llamada aculturación, la cual fue originando arte mestizo y popular, en este proceso los artesanos mexicanos se enriquecieron con nuevas tecnologías como el vidriado y el tejido con telar de pedales (aunque persiste el uso del telar de cintura), la introducción de utensilios de hierro. A la vez, los españoles tomaron ciertas técnicas artesanales indígenas, sobre todo en los sistemas decorativos, debido a que las antiguas culturas prehispánicas eran prolíficas en el uso de colorantes vegetales, minerales y animales, los tintes fueron exportados en grandes cantidades hacia España.

Durante el virreinato, el arte popular fue aceptando otras influencias como el oriental, pues el establecimiento de la comunicación directa entre la Nueva España y el Lejano Oriente, a través de China permitió el contacto directo con los productos y arte de esa región. En el siglo XIX, el campo de las artesanías fue una actividad en decadencia, ya que el sistema gremial siguió su proceso de declive al descuidar la calidad de los objetos. Además ante la aprobación de la libre explotación de la industria, la libertad de nacionales y extranjeros para establecer fábricas sin examen previo, así como el tributo de incorporación al gremio, por parte de la Constitución de Cádiz de 1812, significó la decadencia legal de la producción artesanal del Virreinato.

2.1.2 México Independiente, Reforma y etapa Revolucionaria

Finalmente, el finiquito de los gremios se dio con el Decreto de 1856, la Constitución de 1857, las Leyes de Reforma y la prohibición a las corporaciones civiles y eclesiásticas de posesión de bienes rústicos y urbanos, con lo que desapareció la posibilidad de apoyo para la producción de artesanías. Con esto la artesanía se enfrentó a dos grandes competencias, la importación de productos extranjeros como consecuencia del libre comercio y la incipiente industrialización.

Entre los mecanismos que se implementaron para salvar la producción, se pugnó por la implantación de la política proteccionista, mediante la prohibición de importaciones o fijar altos aranceles, así como la creación de la Junta de Artesanos, los dirigentes de esta junta percibieron los problemas de producción y comercialización e intentaron formar las Juntas Patrióticas cuyo objetivo principal era que sus miembros se comprometieran a consumir exclusivamente los productos artesanales nacionales. Debido a esto, el siglo XIX fue llamado *El siglo de la agonía del artesanado*. A pesar de ellos, existen algunos productos de artesanía popular que se han convertido en testimonio de época, por ejemplo, los retratos de Miguel Hidalgo y de otros héroes de la Independencia.

Al finalizar el siglo XIX, la producción artesanal comenzó a registrar algunas modificaciones de interés, especialmente en el campo de los diseños. Un factor que influyó fue la interconexión entre comunidades propiciada por el uso del ferrocarril durante el Porfiriato.

La Revolución iniciada por Madero en 1910 tuvo algunos efectos sobre la artesanía porque los movimientos revolucionarios y las migraciones internas dentro del país generaron un conocimiento de los estilos de vida locales y esto favoreció la comunicación tanto de productos como de técnicas utilizadas en la fabricación de productos artesanales, y así es como se empieza a conocer el conjunto de valores del tesoro popular mexicano.

Durante los siglos XVIII y XIX, las élites mexicanas adoptaron las ideas europeas sobre los méritos artísticos y por lo común hicieron caso omiso de las artesanías indígenas. Sin embargo, después de la Revolución Mexicana en la primera parte del siglo XX, los intelectuales y políticos empezaron a alabar y promover las artes y artesanías populares (por lo común de origen indio). Muralistas famosos como Diego Rivera y David Alfaro Siqueiros ensalzaban los temas indios en sus obras (Chibnik, 2003).

2.1.3 Etapa Postrevolucionaria

En 1921, el gobierno mexicano reconoce el valor del legado artesanal y patrocina la Primera Exposición de Arte Popular, la cual se incluyó en el programa oficial conmemorativo del Primer Centenario de la Consumación de la Independencia (Martínez, 1982). A partir de ese momento y en la actualidad, la artesanía al perder el valor de uso en la vida diaria ha aceptado naturalmente las características del cambio en el día a día de las personas, por lo tanto, ha incorporado nuevos elementos, con lo cual los testimonios de los objetos artesanales son representativos de cada etapa en la historia de México.

Varios estados de México han sido conocidos desde hace mucho tiempo por sus artesanías, especialmente los que albergan poblaciones que se identifican a sí mismas o son identificadas por los foráneos como “indias”. Aunque algunas artesanías “indias” no han cambiado desde la época precolombina, muchas otras son una mezcla compleja de tecnologías y estilos artísticos indígenas y españoles. Por ejemplo, las comunidades aledañas a Teotitlán del Valle, en el estado de Oaxaca, han venido tejiendo prendas de algodón para consumo local desde antes de la Conquista española. Después que los españoles introdujeron la lana en esa zona en el siglo XVI, un gran número de mantas se hicieron de este material durante el período Colonial. Desde entonces, las mantas de lana han sido consideradas en general como una artesanía india (específicamente, zapoteca) (Chibnik, 2003).

Martínez (1981) divide la fabricación de artesanías en la República Mexicana en dos regiones: una al norte y una al sur. La primera región comprende los estados de Sonora, Sinaloa, Chihuahua, Tamaulipas, Nuevo León, Durango, Zacatecas y San Luis Potosí, en éstos la producción estrictamente artesanal es escasa, aunque auténtica ya que los grupos que las elaboran son indígenas (yaqui, seri, mayo y tarahumara). En cuanto a la segunda región, comprende los estados de Jalisco, Nayarit, Colima, Michoacán, Estado de México, Guanajuato, Aguascalientes, Querétaro, Puebla, Tlaxcala, Chiapas, Veracruz, Tabasco, Yucatán, Campeche, Quintana Roo, Oaxaca, Guerrero, Distrito Federal, Morelos e Hidalgo, cabe mencionar que la densidad de población en ésta última es mayor al igual que la producción de artesanías.

En este marco geográfico se puede observar que los lugares de producción artesanal se ubican en torno a los centros y capitales de las culturas antiguas, desde donde transmiten su tradición artística y dan a la producción un carácter distintivo. La existencia de artesanías características de cada localidad se debe a la disponibilidad de materias primas correspondientes, así como su fácil transporte y a sus antecedentes culturales.

De acuerdo con Martínez (1981) la producción de artesanías en el mundo y en México se divide en cuanto a los artesanos y a los talleres artesanales. De esta forma, los artesanos se clasifican de acuerdo con el tiempo que le dedican a la producción de artesanías:

- 1) Artesano de tiempo parcial: Es el más numeroso, se trata de individuos que alternan una actividad primaria con la práctica de la producción artesanal y vive en el medio rural.
- 2) Artesano de tiempo completo: Obtiene la mayoría de sus ingresos de la actividad artesanal y vive en el medio urbano.

Asimismo, los talleres se han dividido en taller individual o familiar (el productor realiza la mayor parte de la elaboración de artesanías y recibe el auxilio de algún familiar), obraje (el artesano se ocupa de las fases artísticas y comerciales de la producción de la artesanía, pero cuenta con ayudantes no pertenecientes a su núcleo familiar) y, por último, taller industrial (cuenta con capital de cierta importancia, posee una adecuada organización interna, así como instalaciones óptimas y otros elementos que aseguran una producción de mediano o alto volumen).

Particularmente, el taller familiar es el tipo de organización más antiguo y predominante en México, en éste cada miembro aporta conocimientos, habilidades, capacidades e implica una división de trabajo a varios niveles, que varía en grado de especialización: por sexos, grupos de edad y por actividad económica. Así, algunos procesos de producción son exclusivamente masculinos, femeninos o inclusive mixtos. Algunos tienen un gran número de tareas o fases, o incorporan a sectores que generalmente no se consideran productivos, como el infantil y el de la tercera edad (de la Paz, 2007).

Por otra parte, el artesano es considerado como un creador que se adapta constantemente conforme va pasando el tiempo, aunque hace referencia a modelos básicos (antiguos), dicho de otra manera se basa en productos hechos anteriormente y los va modificando de acuerdo con el “momento” que se vive y

según su capacidad artística. Sin embargo, lo que no cambia es la finalidad primaria del objeto, por ejemplo, las vasijas utilizadas antiguamente para cocinar, en la actualidad se usan como floreros, pero la artesanía conserva su función primaria aunque le den un uso diferente (Martínez, 1982).

Actualmente con la globalización, en cuanto al mercado de las artesanías, Esquivel (1996 citado en Álvarez, 2003) menciona que este proceso provoca dos problemas para el desarrollo de la elaboración de artesanías, ya que, por un lado, se minimizan los costos de producción de algunos objetos que se “parecen” a las artesanías tradicionales y, por otro lado, la adaptación de las mismas para seguir en el mercado y sean vendibles requiere que el artesano modifique su forma de producción. Sin dejar de lado la competencia que se da entre los artesanos, independientemente de si son o no de la misma región aunque su mercado meta es el mismo.

Lo anterior se ejemplifica con los objetos de origen chino y que son vendidos como artesanías mexicanas. De tal modo que, comprar al mayoreo determinado objeto traído de ese país es mucho más barato que si el artesano lo elabora con los materiales que tiene a la mano, ya que este país utiliza otro tipo de materia que muchas veces no es de calidad o es totalmente diferente a la que se utiliza en México.

Déleon (1997 citado en Álvarez, 2003) comenta que las artesanías en los países subdesarrollados contribuyen a reafirmar la identidad cultural de los grupos que las elaboran, sin embargo, depende de la decisión de cada artesano ya que dentro de la etapa de modernización de cada región y el proceso de globalización económico que se ha impuesto los objetos artesanales tienen dos opciones: adaptarse al cambio o continuar con las técnicas tradicionales que conlleva su elaboración.

Debido a lo anterior la globalización afecta al mercado artesanal por lo que el artesano se involucra directamente, aunque el autor afirma que la decisión de modificar el objeto corresponde al productor o bien, depende más de las necesidades del mismo, ya que recordemos que la mayoría de los artesanos en los países en vías de desarrollo viven al día por lo que se deben de mantener y elaborar artesanías vendibles para su supervivencia no pensando tanto en sus tradiciones o riqueza cultural que dejan de lado para sobrevivir.

2.2 Artesanías en la actualidad

En la actualidad, México es uno de los pocos países que conserva un rico y variado inventario artesanal. La producción y comercialización de artesanías, además de constituir una manifestación cultural de las diversas comunidades que integran a la República Mexicana, representa una fuente de ingresos para miles de personas, los cuales sin importar su género o su edad elaboran objetos para diferentes usos (doméstico, decoración, religioso, festivo, entre otros).

En México, los productos artesanales son producidos por grupos indígenas o campesinos, quienes los distribuyen a través de las diferentes zonas turísticas y son apropiadas por sectores urbanos, turistas, blancos, no indígenas, con otros perfiles socioculturales.

El taller internacional sobre el acopio de datos relativos a la artesanía y el turismo, que fue organizado por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) en Fez, en enero del 2002, agrupó a expertos de distintas regiones geográficas y culturales: Burkina Faso, Colombia, Francia, Grecia, Malasia, Marruecos, México y Tailandia. Se llegaron a las siguientes conclusiones:

En el cuadro N° 1 se pueden apreciar los datos estadísticos que revelan la importancia económica y social de la artesanía.

Cuadro N° 1
Importancia económica y social de la artesanía

País	Ingreso (dólares)	Número de trabajadores
Colombia	380.000.000	400.000
Malasia	490.000.000	13.500 familias (6-10 personas)
Marruecos	6.220.000.000	2.000.000
México	-----	6.800.000
Tailandia	4.350.000.000	2.000.000

Fuente: unesdoc.unesco.org, 2004.

De acuerdo con el Fondo Nacional Para las Artesanías (FONART), México contaba con 2,8 millones de artesanos a tiempo completo en 2001. Hay que agregar 4 millones de artesanos que trabajan a tiempo parcial (6 horas por día, 13 semanas al año), o sea, cerca del 25% de su tiempo. 6,8 millones de artesanos operan en México. Sus ingresos promedio eran de 320 dólares por mes.

En el cuadro N° 2 que se muestra a continuación expone el gasto promedio de los turistas que compran artesanías, así como los principales productos artesanales que se consumen:

Cuadro N ° 2
Gastos en productos artesanales por turista

País	Gasto por turista en dólares	Productos
Burkina Faso	4,5	Textiles
Croacia	1,10	-----
Ecuador	62,9	-----
India	21	Joyas
México	35,29	Textiles
Nigeria	71	-----
República de Corea	72	Joyas
Santa Lucía	28	-----
Sri Lanka	11,25	-----
Trinidad	30,08	-----
Zambia	6,5	-----

Fuente: unesdoc.unesco.org, 2004

Como se observa, la producción y comercialización de artesanías en México es de suma importancia, ya que alrededor de 6.8 millones de personas se dedican a ésta y el gasto promedio de los turistas que compran artesanías es de 35.29 dólares, por lo que es uno de los principales países en donde los turistas gastan más en dicho objetos.

2.3 Origen de las artesanías de obsidiana en Teotihuacan

Según Mac Curdy (1900 citado en Cobean, 2002), la producción de la obsidiana y su importancia económica para los antiguos pobladores es similar a la del acero para los pobladores de naciones modernas. La razón principal de la explotación masiva de la obsidiana para los pueblos prehispánicos es debido a que las principales minas de este vidrio se encuentran en México y América Central (Cobean, 2002).

Zepeda (1998) investigó los orígenes de las artesanías de obsidiana en Teotihuacan, basándose en los trabajos de investigación del Instituto de Investigación y Fomento a la Artesanía del Estado de México, a continuación se relatan los datos más importantes desde su origen, desarrollo, caída y renovación.

Entre los años 100 a. de C. y 700 d. C. se da el surgimiento, desarrollo y caída de la cultura teotihuacana, la cual influenció a varias regiones de Mesoamérica a dominar las regiones del Valle de México, zona al norte de la República Mexicana, el Golfo de México, Oaxaca, la Península de Yucatán y el altiplano guatemalteco.

Entre los años 150 a. de C. y el 1 d. de C, Teotihuacan fue un pueblo de seis kilómetros² que tenía una población aproximada de diez mil habitantes. Era un pueblo con asentamientos de grupos de casas dispersas entre sí, los materiales de construcción eran perecederos y no se reglamentaba la orientación de las estructuras habitacionales, sin embargo, en esta época se comenzó a realizar trabajo especializado en obsidiana por ello el sitio contaba con talleres dedicados a la producción de artefactos bifaciales y raspadores.

Para los años 1 y 150 d. C. se construyeron estructuras religiosas así como la pirámide del Sol y la Luna y, simultáneamente, se dio un gran desarrollo en la industria de la obsidiana. Los talleres de obsidiana fabricaban únicamente artefactos bifaciales (objetos trabajados por ambos lados como cuchillos y puntas) y preformas (instrumentos a medio fabricar pues no terminaban en punta). Este último fue muy comerciable ya que el comprador podía darle la forma que requería y resultaba más fácil de transportar.

El Templo de Quetzalcóatl y la Ciudadela fueron construidos 50 años después, en el centro del primero se encontró el entierro de 20 personas, y más de 800 objetos de obsidiana como puntas de proyectil, navajas prismáticas, perforadores, cuchillos bifaciales, así como piezas excéntricas (las cuales tienen forma humana).

A partir del año 200 d. C y hasta su caída en el año 750 d. C., Teotihuacan dominaba el altiplano central de México y expandía sus redes comerciales a casi todo Mesoamérica. Como consecuencia, el número de talleres de artesanías de obsidiana se incrementó y el 6% de la población trabajaba en esta actividad de tiempo completo. Cabe mencionar que el 90% de la materia prima de los talleres de obsidiana se extrajo del Cerro de las Navajas ubicado en el estado de Hidalgo.

Teotihuacan monopolizó la extracción de obsidiana y fundó talleres de producción y extracción de dicho material, en lugares aledaños a las minas en el estado de Hidalgo y con ello esta cultura prehispánica llegó a su apogeo.

Los artesanos de Teotihuacan distribuían sus productos a través de todo el Valle de México, así como algunos estados de Morelos, Tlaxcala, Puebla, Oaxaca y el centro del país. Debido a que la escala de producción era mayor a la necesaria para los teotihuacanos o inclusive para el centro de México (Spence, 1987). Se estima que un artesano prehispánico a tiempo completo podía surtir a 3 600 consumidores.

Según Clark y Hay (1981, citado en Spence, 1987), los lugares en los que se trabajaba la obsidiana de manera comercial son tres: el primero se refiere a un taller de fabricación, en él se producen artefactos de obsidiana, el segundo es el

taller de utilización, en donde se utilizan artefactos de obsidiana en otras materias primas, como por ejemplo en la madera y, por último, el taller de importación, en el cual la obsidiana se distribuía en bruto para su posterior producción.

Los artesanos teotihuacanos se dividían de acuerdo con el área que surtían: región, barrio y local. Los llamados regional eran a tiempo completo y estaban localizados en las principales áreas comerciales de la ciudad y tenían variedad de artículos no se enfocaban a una sola clase; los de barrio eran aquellos artesanos que diariamente ingresaban al centro de la ciudad de Teotihuacan en donde tenían talleres y producían artesanías de obsidiana como un impuesto para los funcionarios del Estado; y, por último, los locales estaban localizados en pequeñas “aldeas” fuera de la ciudad o de los puntos de venta importantes y estaban dirigidos a los pobladores que estaban a las afueras de la ciudad (Spence, 1987).

Según Spence (1987) la producción de artesanías de obsidiana decayó cuando los artesanos aledaños a la ciudad de Teotihuacan dejaron esta actividad, como resultado de los constantes problemas de supresión por parte de rivales, dejando así el monopolio para los artesanos de la ciudad y debido a esto el Estado aplicó un impuesto a los talleres teotihuacanos.

Es importante mencionar que la fabricación de objetos artesanales de obsidiana fue económicamente importante para Teotihuacan, aunque también contenían un significado religioso, particularmente orejeras, figurillas y excéntricos, las cuales hoy se pueden considerar como obras de arte.

No se sabe a ciencia cierta cuándo acabó la tradición de talla de obsidiana, se dice que desapareció junto con la caída de Teotihuacan. Sin embargo, a partir del impulso turístico que se le dio a la zona durante el Porfiriato para los festejos del Centenario de la Independencia, se desarrollaron nuevos talleres en los que se capacitó a los habitantes de la zona para lograr fabricar objetos artesanales de obsidiana exclusivamente para su venta a los turistas.

El encargado de gestionar estos talleres fue Manuel Gamio, quien ocupó un edificio ubicado en la población de San Francisco Mazapa, y ahí fundó la primera Escuela Rural Federal (edificio que hoy alberga el Centro de Estudios Teotihuacanos “Manuel Gamio”). Ésta cumpliría dos funciones principales: educar a los hijos de los trabajadores del lugar, así como alfabetizar a los obreros y la conformación de talleres (de alfarería, tapetería de ixtle y tallado de obsidiana) para enseñar a los pobladores de la región una actividad que les brindara una mejora económica.

Gamio se basa en algunos objetos encontrados en excavaciones en la zona y manda a algunas personas a capacitarse en el tallado de dicha piedra, tiempo después desarrollan las primeras técnicas y elaboran principalmente mancuernillas, dijes y llaveros, con el paso del tiempo su técnica mejora y empiezan a elaborar abstracciones de Tlaloc y Quetzalcoatl.

El objetivo de la elaboración de las artesanías para Gamio era venderlas de cualquier modo a los turistas, ya fuera en la Zona Arqueológica, en las Estaciones del Ferrocarril Mexicano o inclusive en las estaciones del Interoceánico, los cuales cruzaban Teotihuacan. Un punto importante para él en la producción de dichos objetos era el transmitirles el “espíritu teotihuacano”, Gamio deseaba que se impregnara en el artefacto los elementos fundamentales y característicos de la cultura prehispánica (Gallegos, 1999).

Al llegar Lázaro Cárdenas a la Presidencia de la República, realiza ciertas reformas en la educación y el taller escolar deja de funcionar como tal. Sin embargo, este suceso no detuvo a los artesanos, porque ellos empezaron a trabajar por su cuenta.

Hoy en día, de acuerdo con datos proporcionados por el Instituto de Investigación y Fomento a las Artesanías del Estado de México, en Teotihuacan se tienen inscritos a 387 artesanos (del año 2007 al 2010), de los cuales el 46% utiliza como materia prima a la obsidiana para la producción de sus artesanías. La elaboración de productos artesanales está dividida principalmente en cuatro barrios, Mazapa

con 51%, Coatlan con un 23%, Xolalpa con un 14% y, por último, la Purificación con un 5%. Del total de los artesanos registrados, únicamente el 20% son mujeres, en cuanto a las edades el 16% tiene entre 16 y 26 años, el 29% tiene entre 27 y 37 años, el 29% tiene entre 38 y 48 años, el 16% tiene entre 49 y 59 años, el 6% tiene entre 60 y 70 años y por último el 1% tiene de 73 a 83 años².

2.4 Significado y usos de la obsidiana

El nombre de obsidiana tiene diferentes orígenes, por ejemplo, cuenta la leyenda que en los tiempos de los indígenas, *Obsid*, el pequeño hijo de un guerrero indígena, mató a una hiena con una extraña piedra y recibió en recompensa los honores de su tribu. A partir de ese momento inmemorial ese tipo de vidrio fue utilizado para la elaboración de instrumentos de caza (www.mitos-mexicanos.com accesado el 30 de abril del 2009).

Por otra parte, Zepeda (1998) refiere el origen del nombre de obsidiana al latín *obsidianum vitrum*, y la cultura teotihuacana nombra a la piedra *iztli* (de ahí proviene el nombre de *Metztitlan*, mina prehispánica de obsidiana).

A la piedra obsidiana se le asocia con el dios *Tezcatlipoca* o *Texcaltlipoca*, conocido también como Señor de la obscuridad, al cual se le representa en negro con navajas de obsidiana como signos. La roca para la antigua cultura prehispánica era ventana para el inframundo y, por consiguiente, para con *Tezcatlipoca* (Medina, 1997).

La obsidiana es una especie de vidrio volcánico oscuro que se produce cuando la roca fundida (magma) sale a la superficie terrestre en forma de lava y se enfría rápidamente, por lo que sus iones no tienen tiempo de cristalizar. Suele ser negra, también verde oscuro, claro, rojizo y veteada en blanco, negro y rojo.

² Lic. Carlos Salgado Espinosa, Director General del IIFAEM, comunicación personal (septiembre de 2010)

Clark (1989) define los tipos de obsidiana de acuerdo con su color:

Obsidiana blanca: Es aquella obsidiana gris transparente, se encuentra en Otumba, Paredón, Pico de Orizaba y El Chayal.

Toltecaliztli: significa obsidiana de los maestros, y es color verde-azul, con tonalidades doradas, se encuentra en la Sierra de Navajas. Una variedad de este tipo es *Iztlacozauhcan*, que quiere decir lugar de la obsidiana dorada o cristal amarillo (Acuña 1985, citado en Pastrana, 2004).

Iztcuiniztli: Se refiere a la obsidiana jaspeada, de color amarillo, café y rojo, se conoce como meca o manchada. Se utilizó para elaborar puntas de proyectil.

Obsidiana negra opaca: Es la más común en la mayoría de los yacimientos, con esta se elaboraron raspadores e instrumentos bifaciales.

Obsidiana negra brillante: Obsidiana negra e textura vítrea con distintos grados de translucides y transparencia.

Este vidrio volcánico, además de cumplir funciones utilitarias, es decir como herramientas de trabajo, también se le da un uso medicinal. De acuerdo con Durán:

[...]“*acudían de todas partes a las dignidades del templo de este templo de Tezcatlipoca[...]para que les aplicasen la medicina divina, y así les embijaban con ella la parte y donde sentían dolor, y sentían notable alivio...parecía cosa celestial[...]de igual manera, las madres que ofrecían sus hijos a Tezcatlipoca procuraba que fueran embijados con el betún, que era el mismo con el que embijaban a este ídolo y con que los sacerdotes y ministros de este templo se embijaban*”(Heyden 1987, citado en Pastrana 1994).

Como se dijo anteriormente los pobladores al relacionar a la obsidiana con el dios *Tezcatlipoca*, cuando sentían algún malestar acudían a su templo, para ser

cubiertos por una especie de “engrudo” (el cual resultaba del polvo de obsidiana negra junto con algún líquido) y posteriormente estaban curados. Se dice que los sacerdotes de este templo también se aplicaban esta especie de engrudo para convertirse en imagen del dios.

Por su parte Fray Bernardino de Sahagún en su libro Vocabulario Trilingüe escribe:

“También decían que si una mujer preñada veía al sol o a la luna cuando se eclipsaba, la criatura que tenía en el vientre nacería mellado los bezos. Y por esto las preñadas no osan mirar el eclipse, poníanle una navajuela de piedra negra en el seno que tocara la carne” (Garibay 1996 citado en Pastrana 2004).

En este caso la obsidiana era aprovechada para evitar que los hijos de las mujeres embarazadas nacieran con labio leporino, se utilizaba como un escudo, que en la actualidad se sigue usando, solo que se va transformando el material que emplean, antes era una navajilla de obsidiana, quizás porque era la forma en que más se producía la obsidiana en Mesoamérica, ahora algunas personas se ponen un seguro grande en el ombligo mientras otras se ponen un listón rojo alrededor del estómago.

De la misma forma Sahagún escribe sobre el uso de la obsidiana por los Aztecas lo siguiente:

“Estas piedras Iztetl creo que son esmeraldas negras, por la virtud que de ellas he experimentado. Molidas como harina y echadas en llagas recientes, o heridas, las sana muy en breve, y no las dejan criar materia: molidas como se dijo, y mezcladas con carne de membrillo, o con cualquiera otra conserva muy amasada, de manera que la conserva tome la arena, o harina en cantidad, comida tanto como una píldora, o dos o tres, son

muy provechosas para las reumas y dan gran sonoridad a la voz, mitigan cualquier calor interior” (Clark,1989, 316).

A su vez se muestra a continuación otro relato del uso de la obsidiana como escudo:

“Tenían otra superstición decían que para que no entrasen los brujos en casa a hacer daño era bueno una navaja de piedra negra en una escudilla de agua puestas tras la puerta, o en el patio de la casa de noche, decían que se veían allí los brujos y en viéndose en el agua con la navaja luego huían” (Garibay 1996 citado en Pastrana 2004).

Así como en el caso anterior, la obsidiana también era usada como un escudo sólo que en esta ocasión lo hacían para protegerse de los brujos a través de un espejo de obsidiana (recordemos la relación que tiene el vidrio con *Tezcatlipoca*) y agua, esta práctica todavía se sigue usando en algunas partes de México como en Yucatán. La diferencia es que éstos ponen un vaso con agua y un espejo frente a las ventanas de algún cuarto, esto es para reflejar a las brujas que quieren entrar al mismo y “chuparse a alguien”.

Por su parte, Francisco Hernández, habla sobre algunas propiedades de la obsidiana que se muestran a continuación:

“El Toltecaiztli o piedra de navajas abigarradas es una especie de iztli, del que antes hemos hablado, de colores negro bermejo, y cuyo polvo mezclado con el de cristal dicen que se disuelve las nubes de los ojos, aclara la vista y consume las excrecencias de los mismos[...]

Tenemos una piedra traída de la Mixteca Alta, llamada Iztehuilotl y perteneciente, sin duda, a las variedades de iztli, de color nigérrimo y brillante, y sólo apreciable, que yo sepa por esa razón. Tenemos también otra muy parecida a cristal y cuyo

nombre no se todavía, dotada, si es verdad lo que dicen, de virtudes admirables, pues, ahuyenta los demonios, aleja las serpientes y cuanto es venenoso, y concilia el favor de los príncipes (1959, citado en Pastrana 2004) .”

Basándonos en lo anterior en cuanto a su significado mítico-religioso, la obsidiana era utilizada como un escudo protector, para ahuyentar a diversos animales y a brujos, así como también un uso medicinal, el cual curaba las cataratas de los ojos.

Según Bostron (1993, citado en Pastrana 2004) en la actualidad la obsidiana se considera como piedra mágica, porque hay algunas personas que le dan poderes contra la “energía negativa”, cuando se sumerge en agua, pero ya no tiene relación alguna con algún dios.

El uso de la obsidiana por los antiguos prehispánicos, formó parte de su vida diaria, ya sea como herramienta de trabajo, de uso religioso, de escudo o medicinal. Es una función que hasta la fecha se sigue dando en algunas partes de México aunque se ha ido tergiversando la forma en que se da, como se mencionó anteriormente se toman nuevos elementos y formas pero que en la mayoría de las veces cumplen el mismo fin.

La elaboración de artesanías en México siempre ha sido una actividad importante en la vida diaria de las personas, tanto es así que el mayor intercambio de éstas fue con los conquistadores fue de nuestro país para España.

Las culturas prehispánicas manejaban ciertas técnicas y materiales que no se podían dejar de lado y la cultura Teotihuacana no fue la excepción, ellos explotaron y comercializaron el vidrio el cual gracias a sus características era utilizada como herramienta de caza, de tallado, para sacrificio o inclusive como ofrendas. La obsidiana tuvo una importancia tanto económica como cultural que hasta la fecha se sigue comercializando, tal vez ya no se ocupa como herramienta, porque la vida del ser humano ha cambiado, ni como elemento medicinal o como escudo protector.

Sin embargo, esas tradiciones quedaron latentes ya que en algunas partes de la República Mexicana se siguen haciendo los mismos “ritos” pero se han cambiado los elementos, es decir forma parte de nuestras tradiciones.

Por otro lado, la elaboración de artesanías en México es sumamente rica en cuanto a técnicas y materiales utilizados en la misma, por lo que no se podría dejar de lado, para así olvidarse de ella. Gracias a esto es uno de los países en donde las artesanías siguen manteniendo el día a día de muchas familias. Se puede decir que los artesanos están olvidados por el gobierno, ya que para sector de población no genera elevados beneficios económicos. Pero sí se observan los datos de ingresos económicos brindados por la UNESCO, se constata que sólo falta apoyo por parte del gobierno para que los artesanos se aprovechen y dejen de ser un estrato de la sociedad marginado.

Capítulo III

3 Metodología y Resultados

En el presente capítulo se muestra el proceso metodológico que se siguió para analizar la percepción sobre la autenticidad de la artesanía de obsidiana que tiene el visitante que la compra en la Zona Arqueológica de Teotihuacan. También se dan a conocer los resultados de las entrevistas que se aplicaron a artesanos de la región, y el análisis de la encuesta dirigida a los visitantes que compraron artesanías, lo cual es parte del objetivo general de la investigación y de los objetivos particulares.

3.1 Proceso metodológico

En esta investigación se describe la percepción de los turistas sobre la autenticidad de las artesanías de obsidiana, y los criterios en que se basan para considerarlas auténticas o no. Por ello, la presente investigación es descriptiva, ya que, este tipo de estudio busca especificar las características de los eventos y su objetivo se enfoca en la descripción de los fenómenos, así como de sus características, propiedades y perfiles de personas, grupos, comunidades o de lo que se pretende investigar (Hernández, 2003).

De acuerdo con su temporalidad, es una investigación transversal, ya que se estudió el fenómeno en un sólo momento y período específico (Babbie, 2000), pues los datos fueron levantados de octubre a noviembre de 2010.

El tipo de estudio por su naturaleza, es pura, debido a que la investigación tiene como fin, generar nuevo conocimiento, sin aplicar los conocimientos a algún problema en particular (Ortíz, 2008).

Para responder los objetivos, tanto el general como los particulares, se realizó una investigación de tipo documental porque se utilizaron diversas fuentes documentales, tales como tesis, artículos de investigación, libros y periódicos, entre otras. A su vez se llevo a cabo una investigación de campo ya que se realizaron entrevistas estructuradas a los artesanos de la zona y se aplicó una encuesta a los visitantes que habían comprado artesanías en la Zona Arqueológica de Teotihuacan. El cuestionario incluyó preguntas cerradas y abiertas, así como un tipo de escala diferencial semántico. Ésta, consiste en un grupo de adjetivos bipolares (ejemplo bueno/malo, grande/pequeño), que puede ser utilizado para medir e identificar actitudes (Schluter, 2000).

Una vez elaborado el cuestionario se realizó una prueba piloto el 24 de octubre del 2010, por lo que se aplicó el instrumento a 20 visitantes de la Zona Arqueológica de Teotihuacan que compraron artesanías; posteriormente analizando las respuestas y dudas que generaba el cuestionario se realizaron algunas modificaciones. Éstas fueron las siguientes: en la pregunta seis del nivel de estudios, el inciso d en lugar de universitaria se cambio a universidad; en la pregunta siete se agregó la opción ama de casa por lo que se añadió un inciso más. De la misma forma, se incluyeron seis opciones a la pregunta sobre el tipo de artesanía comprada por los visitantes y estos fueron f) Máscaras de jade, g) Máscaras de barro, h) Máscaras de obsidiana, j) Figuras de cuarzo, m) Figuras de obsidiana y n) Tejidos y bordados.

El diferencial semántico que corresponde a la pregunta 13 también fue modificado, se eliminaron algunos incisos, estos fueron g) Falsa-Verdadera y h) Agradable-Desagradable. Finalmente a las respuestas de las preguntas 17 y 18 se les agregó un inciso más, éste fue b) Regular. El cuestionario dirigido a los visitantes que compran artesanías en la Zona Arqueológica de Teotihuacan, incluyó un total de 18 preguntas (Ver Anexo 1).

Asimismo, se hizo la entrevista a cinco artesanos de la Zona Arqueológica de Teotihuacan el 24 de octubre del 2010 y comparando las respuestas se modificó el

guión de entrevista, en este caso no fue necesario eliminar preguntas únicamente se cambio el orden de estas (Ver Anexo 2).

Para determinar el tamaño de la muestra de los visitantes que compran artesanías en la Zona Arqueológica de Teotihuacan, se utilizó la fórmula para poblaciones infinitas pues se desconoce el número total de la población universo:

En donde:

n=Tamaño de la muestra

$$n = \frac{Z^2 pq}{E^2}$$

Z=91% de confiabilidad, el cual corresponde a 1.84.

p= variabilidad del fenómeno, corresponde a 0.5.

q=variabilidad del fenómeno, corresponde a 0.5.

E=margen de error, equivale a 9%.

En donde:

$$n = \frac{(1.84)^2(0.5)}{(0.5)}$$

Por lo que: n= 104.

De acuerdo con los resultados de la fórmula anterior, se aplicaron un total de 104 cuestionarios a los visitantes que compran artesanías en la Zona Arqueológica de Teotihuacan y se fue complementado con preguntas informales surgidas a partir del cuestionario, los cuales fueron aplicados del 24 de octubre al 18 de noviembre de 2010. Es necesario mencionar que las entrevistas a los artesanos y las encuestas a los compradores de artesanías se realizaron en el mismo periodo, para los primeros se aplicaron de 9:30 am a 12:00 p.m. porque a esa hora estaban desocupados, y entre 12:00 y las 16:00 se entrevistó a los segundos. Se utilizó el muestreo por conveniencia, el cual consiste en obtener una muestra de elementos conveniente, se deja a la elección del entrevistador, y los elegidos se seleccionan a menudo por el lugar, hora y fecha en el que se encuentran en determinado

espacio, o por alguna otra característica, en este caso se buscó que las personas compraran una artesanía sin importar sus características (Malhotra, 2004).

En cuanto a la aplicación de cuestionarios en la Zona Arqueológica de Teotihuacan, se pidió contestar el instrumento a personas que compraron artesanías en el lugar y esto se seleccionó a través de la observación. La mayoría de los cuestionarios se contestaron dentro de la Zona Arqueológica, se aplicó a hombres y mujeres que adquirieron artesanías, que estuvieran sentadas, platicando, descansando o esperando a algún familiar, principalmente alrededor de la Pirámide del Sol, en la Calzada de los Muertos, así como en los alrededores del museo de sitio; se realizó de esta manera para tratar de no incomodar a los visitantes en el recorrido. La mayoría de las personas accedieron a contestar el cuestionario.

El cuestionario incluyó 18 preguntas: de la uno a la siete corresponden a cuestionamientos que permitieron obtener el perfil sociodemográfico de los encuestados. De la ocho a la diez contribuyeron a identificar cuáles son las artesanías más compradas y cuál es el material predominante de las mismas. Las preguntas 11 y 12 responden a las motivaciones de compra de los objetos artesanales. Además se incluyó el diferencial semántico con 11 items, a través de los cuales se indagó sobre la motivación de compra, las actitudes y percepciones de los compradores de artesanías. Las interrogantes 14 y 15 corresponden a la autenticidad percibida por los visitantes que compran artesanía. Por último, las preguntas 16, 17 y 18 responden al conocimiento que los visitantes que compran artesanías en la Zona Arqueológica de Teotihuacan tienen acerca de la cultura antes y después de la visita a la zona.

En cuanto a las entrevistas con los artesanos se utilizó el muestreo selectivo de informantes clave, ya que se aplicó únicamente a los artesanos de la región de Teotihuacan que vendieran sus artesanías en el lugar, y se realizó del 24 de octubre al 27 de noviembre del mismo año. Se hicieron en total 24 entrevistas, 17 de éstas fueron realizadas a hombres y 7 a mujeres, debido a que la mayoría de

las artesanas de la Zona Arqueológica de Teotihuacan, no accedieron a ser entrevistadas.

3.2 Resultados

3.2.1 Perfil sociodemográfico de los visitantes que compraron artesanías

En este apartado se aborda el análisis de la encuesta. Para ello se elaboró un cuadro por cada una de las preguntas, donde se incluye la información obtenida.

Con la primera pregunta se indagó a la nacionalidad de los encuestados, De tal modo que, 101 de los 104 encuestados eran de nacionalidad mexicana, únicamente tres eran extranjeros.

Cuadro N°3 Nacionalidad y lugar de procedencia de los visitantes que compran artesanías en la Zona Arqueológica de Teotihuacan

Nacionalidad	Frecuencias	Porcentaje	Lugar de procedencia	Frecuencias	Porcentaje
a) Mexicana	101	97	Aguascalientes	1	0.96
			Baja California Sur	1	0.96
			Distrito Federal	26	25.0
			Guanajuato	6	5.8
			Hidalgo	3	2.9
			Jalisco	20	19.2
			México	34	32.6
			Michoacán	1	0.96
			Oaxaca	1	0.96
			Puebla	3	2.9
			Querétaro	1	0.96
			Sinaloa	1	0.96
			Tlaxcala	1	0.96
			Veracruz	1	0.96
Zacatecas	1	0.96			

b) Extranjera	3	3	España	1	0.96
			Estados Unidos	1	0.96
			Panamá	1	0.96

Fuente: Elaboración propia.

En el cuadro 3 se observa que el 97% de los visitantes encuestados que compran artesanías en la Zona Arqueológica de Teotihuacan, son de nacionalidad mexicana, y que el 32% proviene de el Estado de México, 25% del Distrito Federal y un 19% es de Jalisco. Se puede afirmar que la mayoría de los visitantes provienen de lugares relativamente cercanos a Teotihuacan, específicamente del Estado de México y del Distrito Federal. Por otra parte, los tres extranjeros encuestados eran originarios de España, Estados Unidos y Panamá.

La segunda pregunta corresponde a la edad de los encuestados, las edades se agruparon en rangos de acuerdo con las etapas de la vida del ser humano: la adolescencia que corresponde de los 10 a 18 años, juventud que comprende de los 19 a 30 años, madurez de los 31 a 64 años y, por último, la vejez la cual corresponde de los 65 años en adelante.

Cuadro N°4 Promedio de edad de los visitantes que compran artesanías en la Zona Arqueológica de Teotihuacan

Edad	Frecuencias	Porcentaje
a) 10 a 18 años	25	24
b) 19 a 30 años	27	26
c) 31 a 64 años	49	47
d) 65 años o más	3	2.9

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con el cuadro número 4 el 47% de los visitantes que compran artesanías en la Zona Arqueológica de Teotihuacan tienen una edad que oscila entre los 31 y 64 años. El 24% de los visitantes adolescentes (cuya edad varía entre los 10 a 18 años) compra artesanías, así mismo, el 26% de personas jóvenes

entre los 19 y los 30 años, la diferencia entre estos dos grupos de edad es mínima.

La pregunta tres responde al género; de los 104 encuestados 62 son de género femenino y el 42 corresponden al género masculino.

Cuadro N°5 Género de los visitantes que compran artesanías en la Zona Arqueológica de Teotihuacan

Género	Frecuencias	Porcentaje
a) Femenino	62	60
b) Maculino	42	40

Fuente: Elaboración propia.

En el cuadro 5 se puede constatar que el 60% de los visitantes encuestados son mujeres y el 40% restante son de género masculino.

La aplicación de los cuestionarios trató de hacer por igual a hombres y mujeres, es decir, se hizo la invitación tanto a hombres como a mujeres, sin embargo, la mayoría de los visitantes de la Zona Arqueológica de Teotihuacan estaban acompañados por sus familiares, amigos y/o parejas y cuando se les preguntaba si se les podía hacer la entrevista la mayoría de los hombres accedió a diferencia de las mujeres. Pero durante la misma los hombres que iban acompañados por sus parejas, amigas o familiares accedían a realizarla y durante la misma le pedían ayuda a sus acompañantes y ellas terminaban contestando el cuestionario, esta es la razón por la cual la mayoría de los encuestados fue de sexo femenino.

Cuadro N°6 Estado civil de los visitantes que compran artesanías en la Zona Arqueológica de Teotihuacan

Estado Civil	Frecuencias	Porcentaje
a) Soltero	38	36
b) Casado	54	52
c) Unión libre	6	5.8
d) Otro	6	5.8
a) Divorciado	4	
b) Viudo	2	

Fuente: Elaboración propia.

Cómo se puede observar en el cuadro número 6 el 52% de los visitantes encuestados son casados y en un menor porcentaje son solteros (36%).

La pregunta cinco permitió tener una aproximación del ingreso promedio mensual de los encuestados.

Cuadro N° 7 Ingresos mensuales de los visitantes que compran artesanías en la Zona Arqueológica de Teotihuacan

Ingresos Mensuales	Frecuencias	Porcentaje
a) Menos de 2000 pesos	9	8.6
b) De 2001 a 3000 pesos	8	7.8
c) De 3001 a 4000 pesos	12	11.5
d) De 4001 a 5000 pesos	8	7.8
e) 5001 o más	22	21.1
f) Sin ingresos	45	43.2

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto al ingreso mensual de los visitantes encuestados que compran artesanías se puede observar en el Cuadro 7 que el 43% de ellos no tienen ingresos y en un menor número, con 21%, tienen 5001 o más pesos. Esto se debe a que la mayoría de los encuestados son mujeres casadas por lo que se puede suponer que en su mayoría son amas de casa, o bien, estudiantes como se verá adelante.

La pregunta seis corresponde al nivel de estudios de los encuestados.

Cuadro N°8 Nivel de estudios de los visitantes que compran artesanías en la Zona Arqueológica de Teotihuacan

Nivel de estudios		Frecuencias	Porcentaje
a) Primaria		24	23
b) Secundaria		23	22
c) Preparatoria y/o Carrera Técnica		27	26
d) Universidad		25	24
e) Postgrado		4	4
f) Otro		1	1
	a) Sin estudios	1	

Fuente: Elaboración propia.

El cuadro número 8 da a conocer el nivel de estudios de los visitantes encuestados que compran artesanías en la Zona Arqueológica de Teotihuacan. El 26% de ellos estudiaron la preparatoria y/o carrera técnica, un 24% tiene estudios universitarios, 23% solo cursó primaria y 22% secundaria.

**Cuadro N°9 Ocupación de los visitantes que compran artesanías en la Zona
Arqueológica de Teotihuacan**

Ocupación	Frecuencias	Porcentaje	
a) Estudiante	30	29	
b) Empleado	29	28	
c) Profesionista	5	5	
d) Comerciante	7	6	
e) Obrero	3	3	
f) Jubilado	4	4	
g) Ama de casa	24	23	
h) Otro	2	2	
	a) Empresario	1	1
	b) Desempleado	1	

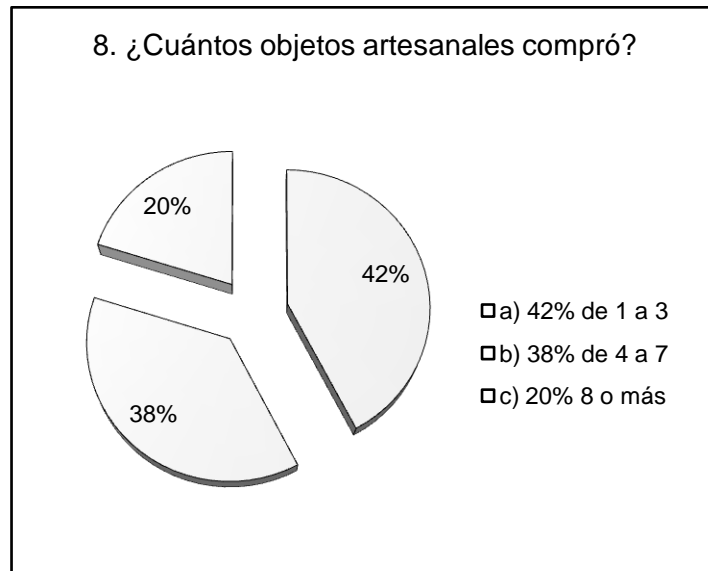
Fuente: Elaboración propia.

En relación a la ocupación, en el cuadro 7 se puede constatar que el 29% de los visitantes encuestados son estudiantes, en un menor número con diferencia de un punto, manifestaron ser empleados (28%), y un 23% indicó ser amas de casa.

3.2.2 Las artesanías adquiridas

En este apartado se incluye información que se obtuvo a partir de las preguntas 8, 9,10 y 11, lo que permitió hacer algunas inferencias relacionadas con la compra y percepción que tienen los visitantes sobre las artesanías.

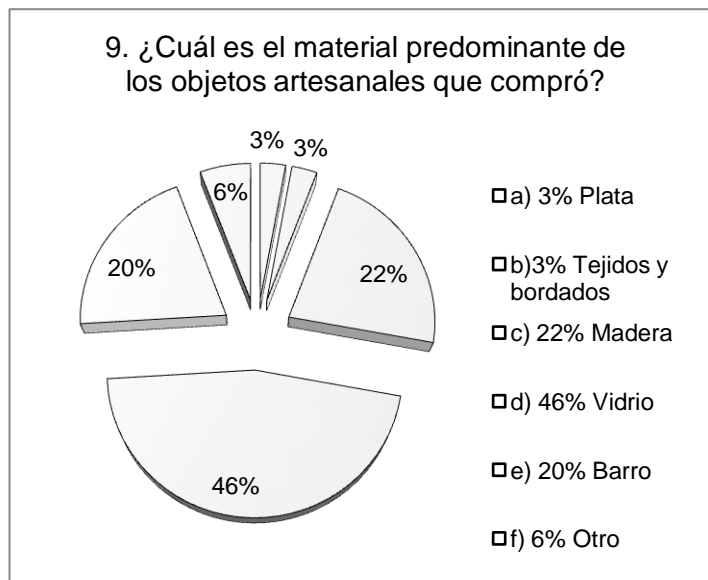
Gráfica N°1 Número de objetos artesanales comprados por los visitantes a la Zona Arqueológica de Teotihuacan



Fuente: Elaboración propia.

En la gráfica número 1, se identifica que el 42% de los visitantes que compran artesanías en la Zona Arqueológica de Teotihuacan, adquieren de 1 a 3 artículos, el 38% 4 o 7 y el 20% restante 8 o más objetos.

Gráfica N°2 Material predominante de los objetos artesanales adquiridos por los visitantes de la Zona Arqueológica de Teotihuacan



Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con las respuestas, en la gráfica número 2 destaca que el material predominante de los objetos artesanales que compraron los visitantes en la Zona Arqueológica de Teotihuacan era el vidrio con un 46%, (se incluye en este rubro a la obsidiana al ser un vidrio de origen volcánico así como al cuarzo), un 22% adquirió artesanías de madera y 20% de barro.

Como se señaló en el primer capítulo, Santana menciona que el visitante al comprar un objeto artesanal busca aquel elemento que represente el lugar, el cual debe ser original, auténtico y perteneciente a la región. Retomando los porcentajes anteriores, se puede considerar que el vidrio es la materia prima que más se utiliza en el lugar y la que más se vende, ya que se utiliza en la región y en la comunidad, desde la etapa prehispánica. En cierta forma, las personas, de acuerdo con sus percepciones, a lo observado durante la visita, a sus conocimientos previos y posteriores, identifican a la obsidiana como un elemento representativo del lugar.

A través de la pregunta número diez se indagó ¿cuál de las artesanías que compró fue la que más le gustó?

Cuadro N°10 Artesanías que generaron mayor gusto en el visitante

Objeto Artesanal	Frecuencias	Porcentaje
a) Réplica de pirámides	11	10
b) Flauta	16	15
d) Navaja de obsidiana	1	1
e) Joyería	22	21
f) Hacha	6	5.8
g) Arco	12	11
h) Palo de lluvia	3	3
i) Lanza	3	3

Objeto artesanal	Frecuencias	Porcentaje
l) Máscara de obsidiana	3	3
ll) Tortugas de obsidiana	2	2
m) Figuras de cuarzo	2	2
ñ) Pipa	1	1
o) Figuras de obsidiana	7	6.7
p) Tejidos y bordados	8	7.7
q) Vidrio y/o piedra en bruto	1	1
r) Licorera	2	2
s) Otro	4	4
a) Sombrero de palma	1	
b) Figura de barro	1	
c) Árbol de la vida	1	
d) Calendario Azteca	1	

Fuente: Elaboración propia.

En el cuadro número 10 se observa que entre las artesanías más compradas están la joyería sin embargo, basándonos en las diferentes clasificaciones de las artesanías que se muestran en el primer capítulo estos artículos son considerados como otro tipo de artesanías que inclusive tiene sus propias clasificaciones y características, por el interés de la investigación únicamente tomó en cuenta objetos artesanales principalmente de obsidiana. Además de que la cultura teotihuacana utilizaba este material para actividades de trabajo o comerciales, mas no como joyería. Por otro lado, la joyería que se vende en la Zona Arqueológica de Teotihuacan es catalogada como “chafa” por los propios artesanos de la región, debido a que la gran parte de ésta es de material de baja calidad, en su mayoría traído de China, por lo que se podría decir que este tipo de artesanías no son originales de la región.

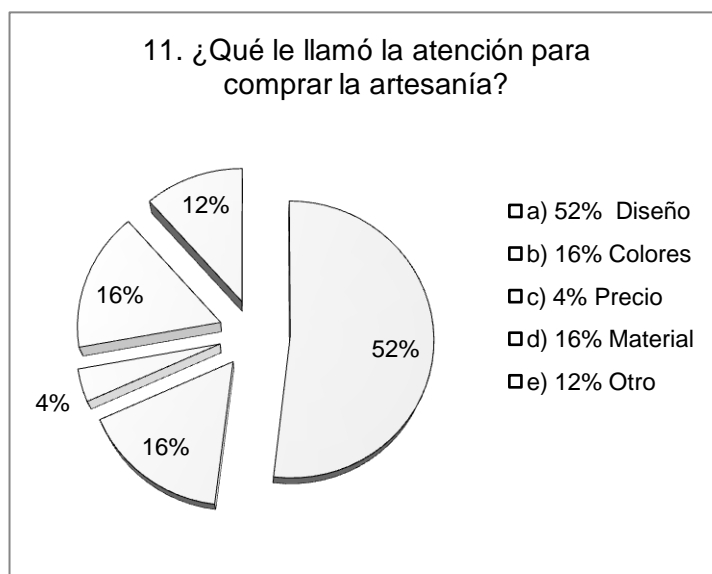
En el mismo cuadro se observa que entre los objetos artesanales más comprados sobresalen la flauta con un 20%, el arco con un 12% y la réplica de pirámides con un 10%. Relacionando estos objetos con lo dicho en el primer capítulo, es claro, que los visitantes buscan objetos con los que puedan materializar el viaje, así como el lugar que visitan. En este caso se puede identificar a la flauta (ya que produce un sonido y tiene forma de águila y jaguar), así como el arco, ambos artículos fueron utilizados y son representativos de la época prehispánica. El primero tal vez no fue usado como herramienta, pero para los visitantes o turistas, estos animales representan o se relacionan con la misma época. El Segundo, es una herramienta que quizás los visitantes consideran que se usaba para la caza en la cultura teotihuacana.

Por último podemos relacionar que la réplica de pirámides es uno de los objetos más vendidos, si recordamos que las personas buscan elementos que representen el lugar visitado. Hablando en general de Teotihuacan la pirámide del Sol y la Luna son las más representativas para los visitantes y, al buscar un elemento que materialice el lugar y que forme parte del mismo (ya sea por lo que representa físicamente, por el material con que se hizo o por las personas que lo hicieron, es decir, las de la comunidades de la región), la adquisición de este objeto responde a la metáfora y metonimia las cuales según Prats (1997) la primera son aquellas reproducciones que no necesitan de una gran explicación para saber de qué se trata y la segunda tienen un valor “intrínseco” al ser objetos históricos o pertenecientes a la comunidad que se visita o que al verlos se pueda hacer una interpretación del mismo.

3.2.3 Motivación de la compra de artesanías

En la gráfica tres es factible observar que un aspecto que motiva la compra de artesanía se relaciona con un 52% en el diseño.

Gráfica N° 3 Elemento de la artesanía que motivó su adquisición



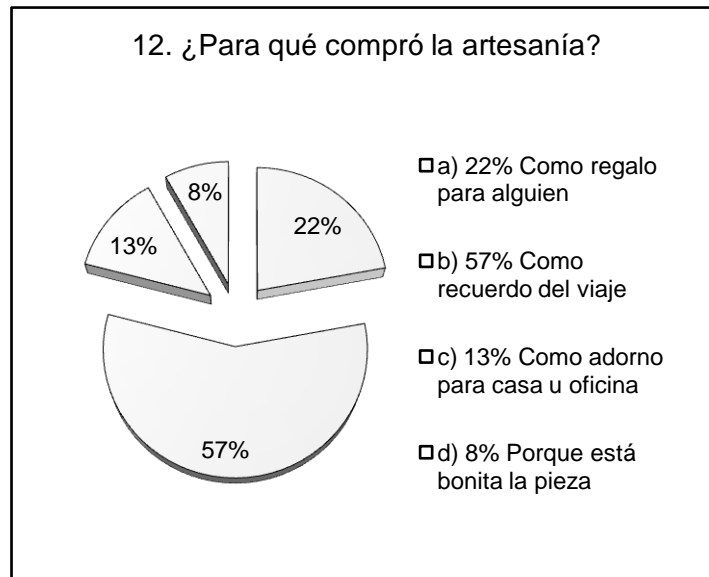
Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a las gráfica número tres lo que más llamó la atención a los visitantes encuestados para adquirir las artesanías, fue el diseño con un 52% y en un menor grado el color y el material con un 16%, respectivamente.

Es preciso explicar que un 12% mencionó otro y más de la mitad de este porcentaje mencionaron sonido. Como se indicó anteriormente se venden flautas con forma de águila y jaguar y éstas reproducen el sonido de los mismos, esto responde a que los visitantes buscan algo representativo del lugar, y quizás las personas relacionan a estos animales con la época prehispánica e identifican el sonido como parte de la cultura Teotihuacana. Se puede suponer que cuando los visitantes hacen el sonido se ambientan en esa época, lo que de igual manera se relaciona con la compra del arco y hacha.

En la gráfica 4 se muestra cuál fue la razón por la cual los visitantes a la Zona Arqueológica de Teotihuacan compraron el objeto artesanal. En su mayoría, es decir, un 57% adquirió la artesanía como recuerdo del viaje, un 22% como regalo para alguien y un 13% como adorno de casa u oficina. De la Calle (2006) mencionan que los visitantes compradores de artesanías buscan objetos que les recuerde el viaje a través de la materialización del mismo.

Gráfica N°4 Motivos de compra de la artesanía



Fuente: Elaboración propia.

3.2.4 Percepción acerca de la autenticidad de las artesanías compradas

A continuación se presentan los resultados del diferencial semántico, en donde se presentan 11 pares de antónimos, que los encuestados compararon de acuerdo con su percepción y conocimiento cada uno de ellos. Calificaron del 1 al 5 de acuerdo con lo que creían que significaba cada antónimo, es decir, otorgando diferentes valores (positivo corresponde a mucho, por su parte neutro a más o menos y negativo a poco), Por ejemplo el cuchillo de sacrificio de obsidiana y como pares de antónimos bonito-feo, los encuestados podrán calificar si ellos creen que es muy bonito escogerán el número 1, si para ellos es más o menos bonito corresponderá al número 2, si no es ni bonito ni feo el 3, si por el contrario es más o menos feo el 4 y si creen que es muy feo el 5.

Es preciso mencionar que para poder graficar las respuestas se tuvo que sumar todos los puntajes, dicho de otra manera en cada inciso se sumaron todos los unos, dos, tres, cuatro y cinco de acuerdo con la elección de los encuestados. Con el resultado de la suma se pudo observar cuales fueron las respuestas más elegidas. Es por esta razón que a pesar de que los encuestados fueron 104, la suma de los puntos en el diferencial semántico rebasara dicha cifra.

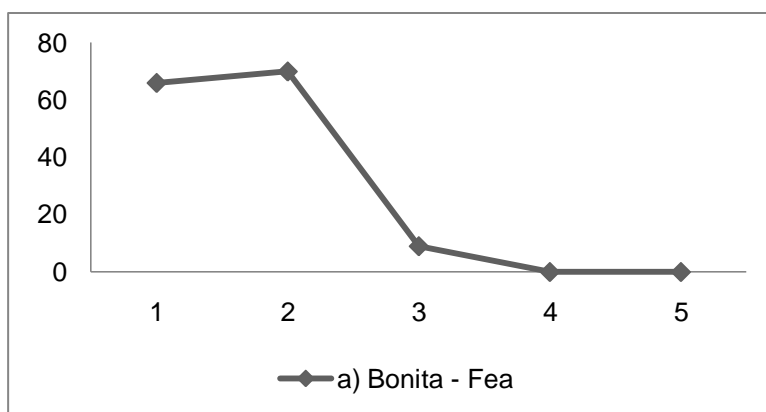
Los pares de antónimos utilizados en la escala diferencial semántico para identificar la percepción que tienen los visitantes de la Zona Arqueológica de Teotihuacan que compran artesanías, acerca de la autenticidad de la misma son los siguientes:

Cuadro N°11 Pares de antónimos del diferencial semántico

a) Bonita	Fea
b) Frágil	Duradera
c) Original	Copiada
D)Auténtica	Simulada
e) Autóctona	Foránea
f) Barata	Cara
g) Tradicional	Moderna
h) Valiosa	Sin Valor
i) Útil	Sin utilidad
j) Transportable	No transportable
k) Lujosa	No lujosa

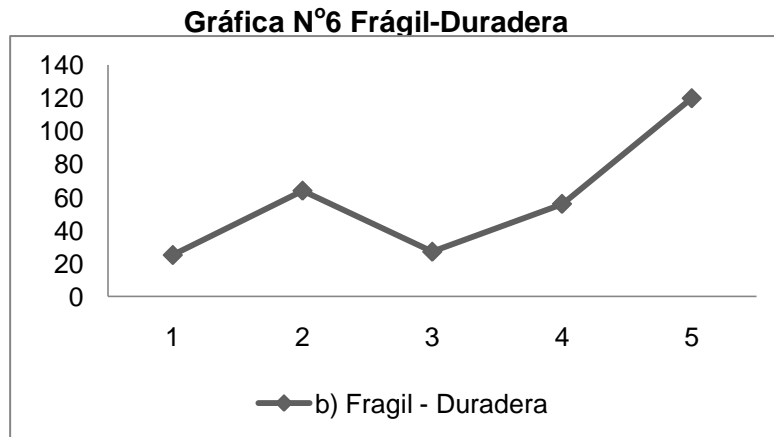
Fuente: Elaboración propia.

Gráfica N°5 Bonita-Fea



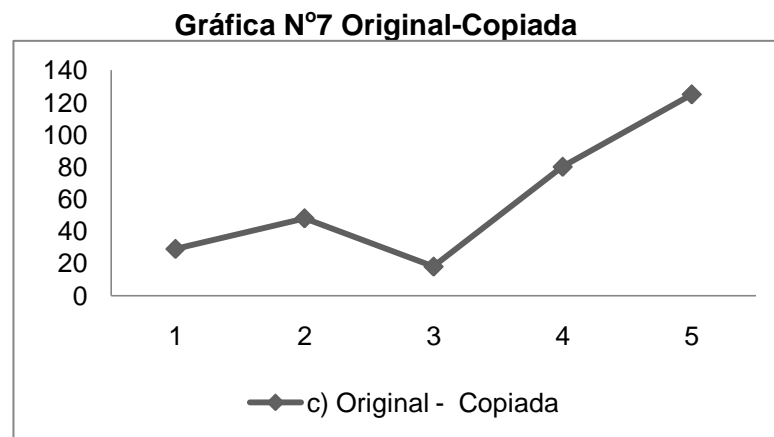
Fuente: Elaboración propia.

En el inciso correspondiente a la pareja de antónimos *bonita-fea* la mayoría de los encuestados (70) contestó que la artesanía adquirida era más o menos bonita, y un menor número (66) indicó que era muy bonita.



Fuente: Elaboración propia.

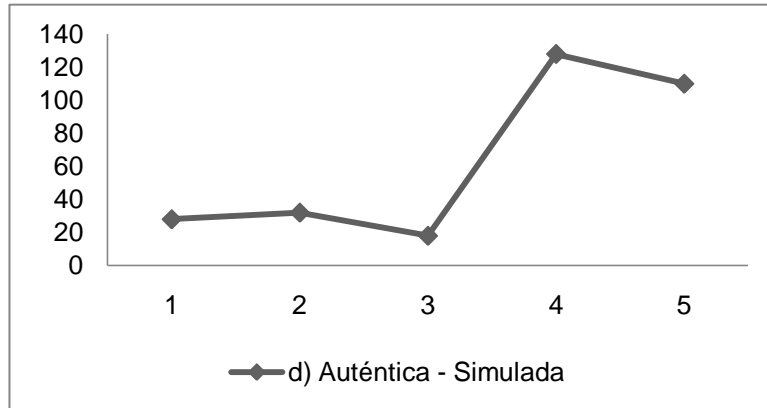
En cuanto al segundo par de antónimos *frágil-duradera* los visitantes en mayor número contestaron que la artesanía era muy duradera con un valor total 120, en menor número de respuestas, los informantes la consideraron más o menos frágil con un valor de 68.



Fuente: Elaboración propia.

En relación a los antónimos correspondientes al inciso c (*original y copiada*), los encuestados contestaron que las artesanías que compraron eran *muy copiadas*, obteniéndose un valor de 110, mientras que los que consideraron que eran *más o menos copiadas*, dio un valor total de 96.

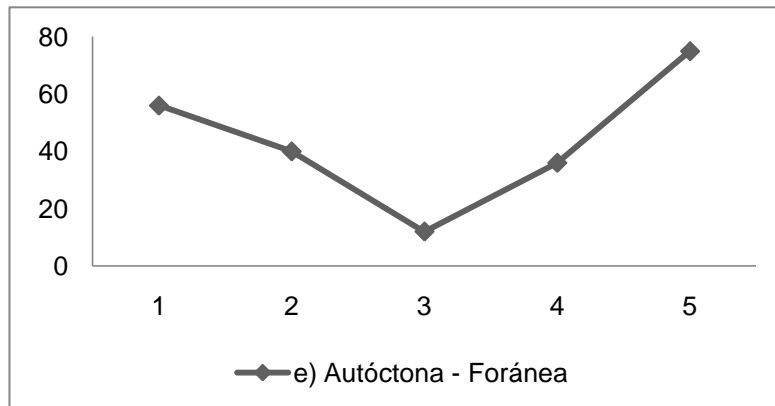
Gráfica N°8 Auténtica-Simulada



Fuente: Elaboración propia.

Por otra parte la mayoría de los informantes contestó que los objetos artesanales comprados en su mayoría eran *más o menos simulados* dando un total de 124 y *muy simulados* con 95 puntos. Por lo que se puede inducir, a partir de las respuestas, que los visitantes tienen la percepción de que las artesanías que se venden en la Zona Arqueológica de Teotihuacan no son auténticas.

Gráfica N°9 Autóctona-Foránea

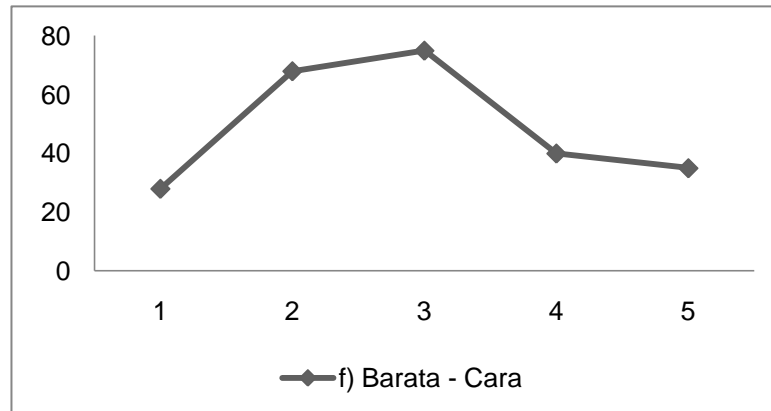


Fuente: Elaboración propia.

En la gráfica número nueve que corresponde a los antónimos *autéctona* y *foránea*, se observa que la mayoría de los encuestados contestaron que las artesanías que se venden en la zona son de origen *muy foráneo* correspondiendo un valor de 75, y en menor número, es decir, con 55 las consideró *muy autóctonas*. Los

encuestados entienden por foránea, artículos vistos en otras zonas arqueológicas o pertenecientes a otras culturas.

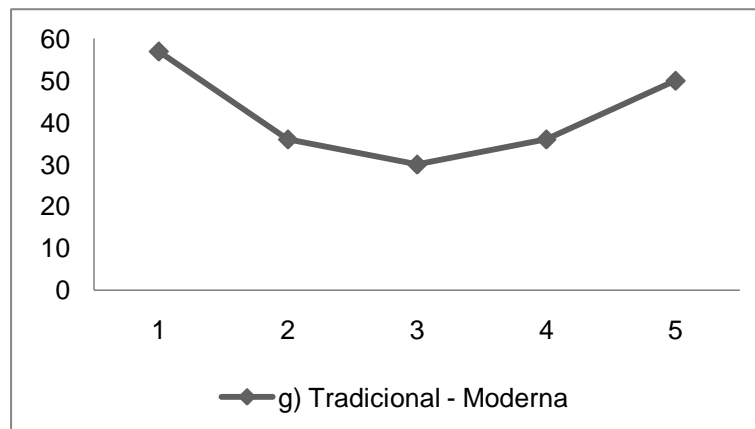
Gráfica N°10 Barata-Cara



Fuente: Elaboración propia.

En la gráfica número diez se observa la tendencia de respuesta respecto a los antónimos *barata-cara*. De tal modo que la mayoría de los encuestados contestó que las artesanías que se venden en la Zona Arqueológica de Teotihuacan son más o menos baratas dando como suma un total de 70 y en un menor número, con 69 puntos consideraron que, es un precio adecuado.

Gráfica N°11 Tradicional Moderna

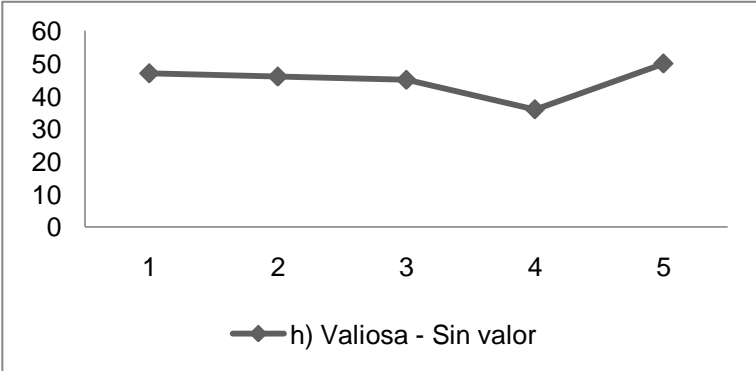


Fuente: Elaboración propia.

En la gráfica 11 que corresponde a la pareja de antónimos *tradicional y moderna* se refleja que los encuestados contestaron en su mayoría que las artesanías

compradas son muy tradicionales, dando una suma total de 56 y en un menor número (50) las consideraron muy modernas.

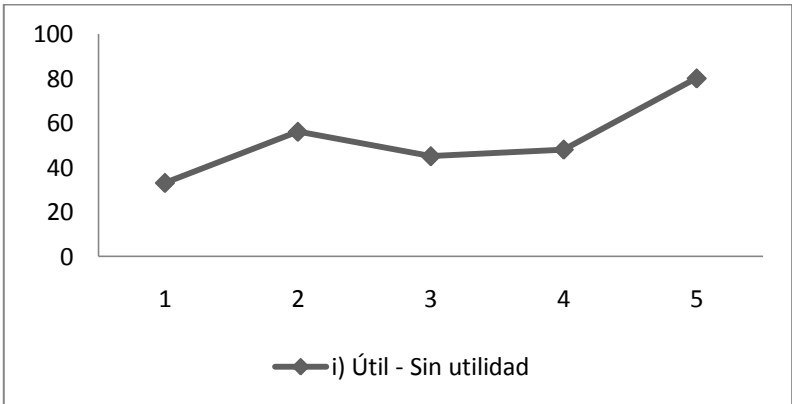
Gráfica N°12 Valiosa-Sin valor



Fuente: Elaboración propia.

Tomando en cuenta el inciso h corresponde al par de antónimos *valiosa* y *sin valor* los encuestados contestaron en su mayoría (49) que las artesanías compradas tienen mucho valor y solo 48 las consideraron más o menos valiosas.

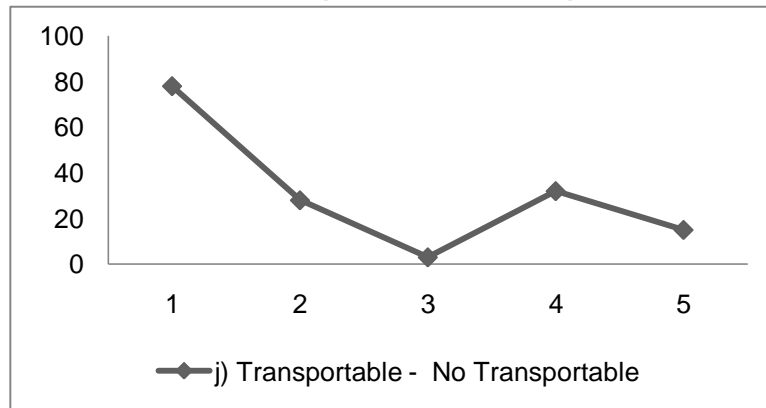
Gráfica N°13 Útil-Sin utilidad



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto al inciso i *útil- sin utilidad*, la mayoría contestó que la artesanía comprada no es muy útil obteniendo un valor 85 y en un menor número (68) las identificaron como más o menos útil.

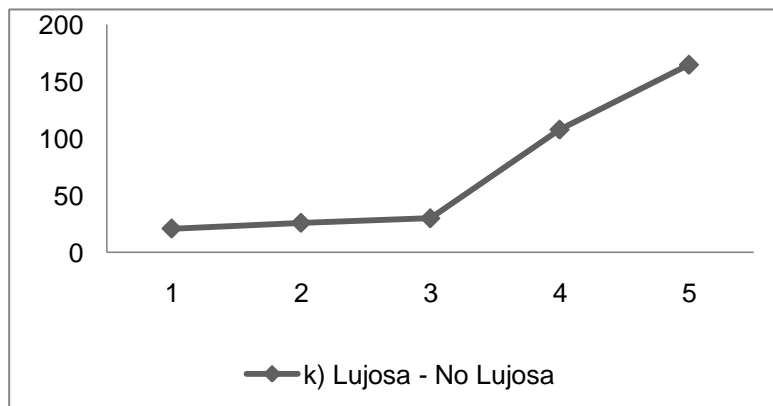
Gráfica N°14 Transportable-No transportable



Fuente: Elaboración propia.

En relación a la pareja de antónimos *transportable* y *no transportable*, la mayoría de los encuestados contestó que es muy transportable dándole un valor de 77 y en un menor grado más o menos transportable con 30 puntos.

Gráfica N°15 Lujosa-No lujosa



Fuente: Elaboración propia.

Finalmente el inciso k que corresponde al par de antónimos *lujosa* y *no lujosa*, la mayoría de los encuestados opinó que las artesanías que compraron no eran muy lujosas otorgándoles un valor de 155 y en un menor número las consideró más o menos no lujosas (116).

De acuerdo con la pregunta 14 que corresponde a ¿considera usted que las artesanías que compró representan a la cultura teotihuacana?, el 79% de los 104 encuestados respondieron que sí forman parte de la misma, 19% contestaron que no corresponde y 2% que sólo algunas. Se les preguntó por qué creen que corresponde o no a la cultura Teotihuacan a lo que 74% de los 82 que contestaron que sí corresponde dijeron que es parte de la cultura teotihuacana, 12% contestaron que por su valor histórico, 8% de los 82 dijeron que pertenece a la región, por su parte 2% contestaron que por los diseños, 3% por los símbolos y finalmente 1% porque el artesano le dijo. Por otra parte, del 20% que contestó que no, 10% de ellos no conocen elementos de esa época, 50% dijo que no era representativo, 5% que deben de ser réplicas y 35% por su producción. Finalmente, de los dos encuestados que contestaron que algunas son representativas, uno contestó porque es mezcla de culturas y otro por el material con el que se elaboran.

En los cuadros siguientes se pueden observar de manera global las respuestas. Se realizaron tres cuadros el primero consiste en los que contestaron que las artesanías que se venden en la Zona Arqueológica de Teotihuacan si pertenecen a la región, el segundo los que contestaron no y el tercero que solo algunos forman parte del misma.

**Cuadro N°12 Las artesanías que se venden en la Zona Arqueológica de Teotihuacan
si representan a la cultura teotihuacana**

De los 104 encuestados 82 consideran que las artesanías compradas si representan a la cultura Teotihuacana. Porque:		
1. Es parte de la cultura teotihuacana		57
	1.1 Los hicieron los antiguos pobladores	14
	1.2 Eran las herramientas de los antiguos pobladores	17
	1.3 Material que se usaba en esa época	8
	1.4 Eran sus tradiciones	3
	1.5 Representa a la cultura	11
	1.6 Es lo que he leído o visto	7
2. Valor Histórico		11
	2.1 Sonido de esa época	4
	2.2 Representa nuestra historia	5
	2.3 Es antiguo	2
3. Pertenece a la región		7
	3.1 Material de la región	6
	3.2 Lo hacen aquí	1
4. Los diseños		2
5. Los símbolos		3
6. El artesano me dijo		1

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro N°13 Las artesanías que se venden en la Zona Arqueológica de Teotihuacan no representan a la cultura teotihuacana

De los 104 encuestados 20 contestaron que las artesanías adquiridas no pertenecen a la cultura teotihuacana. Porque:		
1. No conozco de esa época		2
2. No es representativo		10
3. Deben ser réplicas		1
4. Por su producción		7
	4.1 Modificaron el material con las que las elaboran	1
	4.2 Las hacen sólo para venderlas	3
	4.3 Mezcla de culturas	5

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro N°14 Algunas de las artesanías que se venden en la Zona Arqueológica de Teotihuacan no representan a la cultura teotihuacana

De los 104 encuestados dos de ellos contestaron que algunas artesanías adquiridas pertenecen a la cultura teotihuacana, porque:		
	1. Mezcla de Culturas	1
	2. El material	1

Fuente: Elaboración propia.

A partir de la pregunta 15 ¿considera usted que la artesanía que se vende en la Zona Arqueológica de Teotihuacan es auténtica?, 56% de los 104 encuestados consideraron que si es auténtica, mientras que 32% de ellos contestaron que no lo es. Finalmente, 12% dijo que algunas son auténticas.

Al preguntar el por qué su respuesta, 58 de los que contestaron que sí era auténtica 57% afirmó que porque pertenece a la región, 20% por su elaboración, 7% porque se ve, mientras que 1% contestó que el artesano se lo dijo y porque

por eso las venden. Finalmente, 12% contestó porque pertenece a los antiguos pobladores.

Por otro lado, de los 33 que contestaron que no es auténtica, 76% consideró que fue por su producción, 12% contestaron porque no es de la región y 12% porque son baratas respectivamente. En último lugar, de los 13 que contestaron que algunos son auténticos, 46% de ellas afirmaron porque son hechas en serie y otras 46% porque son una mezcla de culturas y, por último, 8% contestó que eran corrientes. A continuación se muestran estos datos.

En los cuadros siguientes se muestran de manera general las respuestas, se dividieron en tres, ya que hubo diferentes respuestas, las cuales fueron sí, no y algunas.

Cuadro N°15 Las artesanías que se venden en la Zona Arqueológica de Teotihuacan son auténticas

De los 104 encuestados, 58 consideran que las artesanías que se venden en la Zona Arqueológica de Teotihuacan son auténticas, porque:		
1. Pertenece a la región		33
1.1	Se elabora en la zona	13
1.2	La elaboran artesanos de la región	1
1.3	Material de la zona	5
1.4	Es autóctona	1
1.5	Sólo la he visto aquí	13
2. Por su elaboración		12
2.1	Lo hacen personas de su imaginación	7
2.2	Bien hechas	2

	2.3 Material verdadero	1	
	2.4 Calidad	1	
	2.5 Hecha a mano	1	
3. Se ve			4
	3.1 Auténtica	2	
	3.2 Bonita	2	
4. El artesano me dijo			1
5. Por eso las venden			1
6. Pertenece a los antiguos pobladores			7
	6.1 Eran sus herramientas	2	
	6.2 Parte de sus rituales	1	
	6.3 Son réplicas	1	
	6.4 Es lo que he leído	3	

Fuente: Elaboración propia.

**Cuadro N°16 Las artesanías que se venden en la Zona Arqueológica de Teotihuacan
no son auténticas**

De los 104 encuestados, 33 consideran que las artesanías que se venden en la Zona Arqueológica de Teotihuacan no son auténticas, porqué:		
1. Por su producción		25
1.1	Son copias, piratería o hechas en serie	25
1.2	Modernizada	3
1.3	Comercializada	2
2. No es de la región		4
3. Son baratas		4

Fuente: Elaboración propia.

**Cuadro N°17 Algunas de las artesanías que se venden en la Zona Arqueológica de
Teotihuacan son auténticas**

De los 104 encuestados 13 contestaron que algunas artesanías de las que se venden en la Zona Arqueológica de Teotihuacan son auténticas, porque:		
1.	Hechas en serie	6
2.	Mezcla de culturas	6
3.	Corrientes	1

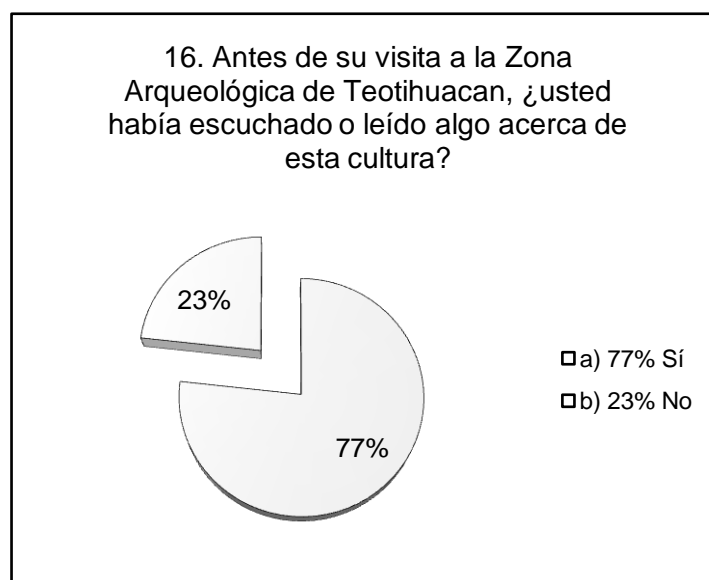
Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la percepción de las artesanías que se venden en la Zona Arqueológica de Teotihuacan la mayoría de los encuestados opinó que sí representan a la cultura teotihuacana y que son auténticos objetos artesanales.

3.2.5 Conocimiento acerca de la cultura teotihuacana

A través de la pregunta 16 se indagó si se tenía algún conocimiento previo acerca de la cultura Teotihuacana. A continuación se muestra la gráfica con los respectivos porcentajes.

Gráfica N°16 Conocimiento previo sobre la cultura y la Zona Arqueológica de Teotihuacan

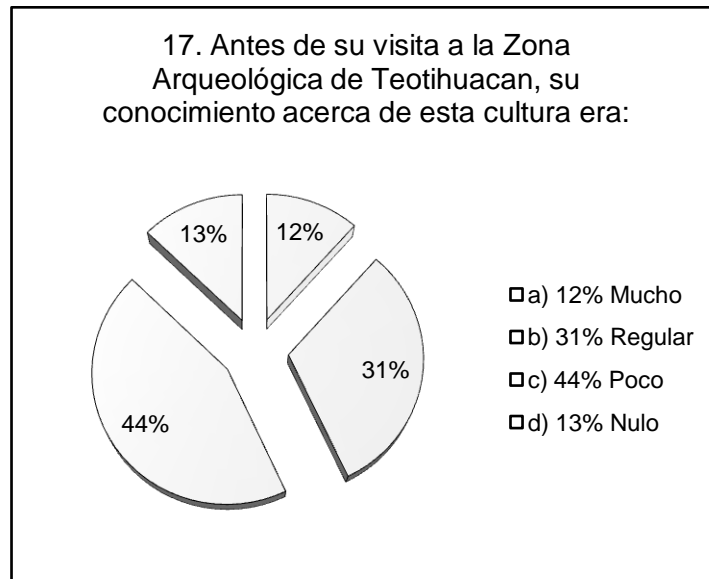


Fuente: Elaboración propia.

En la gráfica número 16 se puede observar que el 77% de los visitantes que compran artesanías en la Zona Arqueológica de Teotihuacan si habían escuchado o leído algo acerca de esta y un menor porcentaje 23% no lo habían hecho. Esto puede deberse a que esta ciudad prehispánica es de las más importantes en el país ya sea por su importancia histórico-cultural por sus antecedentes o porque fue una de las primeras zonas arqueológicas abiertas al público durante el Porfiriato.

La pregunta 17, corresponde al grado de conocimiento que se tenía de la cultura teotihuacana antes de su visita a la Zona Arqueológica de Teotihuacan y las respuestas fueron las siguientes:

Gráfica N°17 Grado de conocimiento de la cultura teotihuacana antes de la visita a la Zona Arqueológica de Teotihuacan

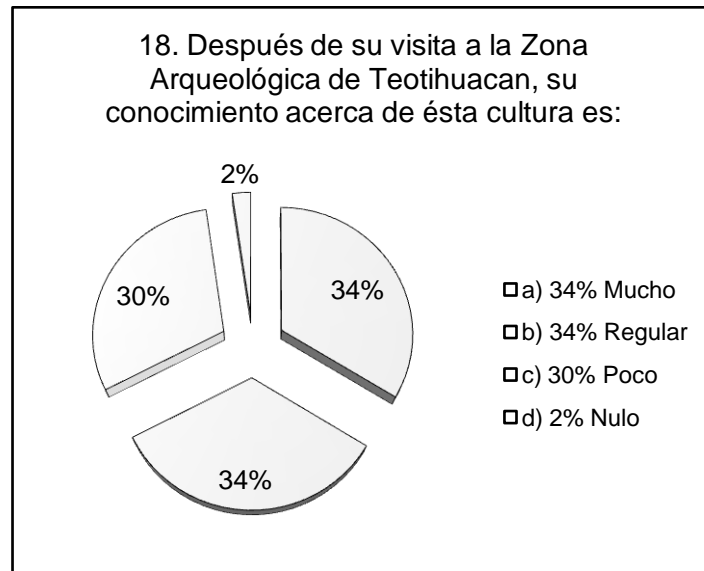


Fuente: Elaboración propia.

En la gráfica anterior se puede observar que el 44% de los encuestados tiene poco conocimiento acerca de la cultura teotihuacana, un 31% un conocimiento regular, el 13% no conoce nada y sólo el 12% tiene mucho conocimiento acerca de esta cultura.

La pregunta 18 corresponde al conocimiento generado acerca de la cultura teotihuacana, después de la visita a la Zona Arqueológica de Teotihuacan.

Gráfica N°18 Conocimiento de la cultura Teotihuacan después de la visita a la Zona Arqueológica de Teotihuacan



Fuente: Elaboración propia.

En la gráfica 18 se aprecia que a partir de la visita a la Zona Arqueológica, un 34% aprendió mucho de esta cultura, 34% adquirió conocimientos regulares, y 30% consideró que aprendió poco.

En general, resalta que en cuanto al conocimiento acerca de la cultura teotihuacana, el 77% contestó que antes de su visita si había escuchado o leído algo acerca de ella, por otra parte, el 44% dijo que era poco el conocimiento previo que tenía de la misma y, finalmente, para el conocimiento después de la visita el 32% contestó que era mucho y 32% regular.

3.3 Resultados de las entrevista a los artesanos

3.3.1 Perfil sociodemográfico

Se entrevistó a 24 artesanos. El más joven tenía 30 años y el de mayor edad 62 años, el promedio la edad de los participantes fue de 46 años.

Aún y cuando la producción y venta de artesanías es una actividad realizada por hombres y mujeres, fueron ellos los que tuvieron más disponibilidad para participar en la entrevista pues del total 71% fueron hombres y 29% fueron mujeres.

3.3.2 Elaboración de artesanías

La pregunta tres corresponde al tiempo que llevan trabajando en las artesanías. Las respuestas se agruparon en tres principales intervalos, 10 contestaron que llevan de 10 a 21 años, 5 de 22 a 33 años y 9 de 34 a 45 años.

A la pregunta de quién le enseñó la actividad, de los 24 entrevistados, 18 informaron que se les enseñó por tradición familiar, a dos les enseñaron sus parientes con afinidad y a 4 nadie les enseñó.

La pregunta 5 corresponde a ¿tiene algún significado especial para usted la elaboración de artesanías? El 83% de los 24 entrevistados contestaron que el trabajo en la artesanía sí tiene un significado especial y el 17% restante dijo que no.

De igual manera se les preguntó cuál era el significado que le brindan a la elaboración de artesanías, de los 20 que contestaron que tenía un significado especial, 8 dijeron porque es tradición y representa a sus antepasados, 6 contestaron porque es de lo que viven, 2 para que el comprador se vaya contento y porque le gusta hacerlas, y 1 contestó porque es arte, le da orgullo hacerlas, y porque son de la región.

¿Cuál es la diferencia entre las artesanías que se elaboraban cuando usted inició con esta actividad y con las de hoy en día? De los 24 entrevistados 5 contestaron que era la misma, el mismo número indicó que el material cambió, 1 dijo que el diseño había cambiado, 11 contestaron que la forma de la elaboración fue la que cambió y 2 que había nuevas figuras.

La pregunta 7 corresponde a ¿cuál es la materia prima que más utiliza? De los 24 entrevistados, 9 contestaron que la obsidiana, 4 que el barro, el mismo número utiliza barro y obsidiana, 2 contestaron que la pasta es lo que más utilizan y 1 que la materia prima que más utiliza es la arcilla, póxica, barro, concha, obsidiana y cuarzo.

La pregunta 8. ¿Cuáles son las principales artesanías que elabora?, 6 contestaron que elaboran principalmente figuras sencillas de obsidiana, 5 réplicas de originales, 4 la flauta, 3 máscaras, 2 figuras de barro y obsidiana, 1 contestó hachas y de la misma forma 1 elabora perro de barro, lanzas (1), arcos y joyería (1 respectivamente).

En cuanto a la elaboración de artesanías la mayoría de los entrevistados lleva de 10 a 21 años en dicha actividad y fueron instruidos por su familia directa. Para ellos la producción de objetos artesanales tiene un significado especial y es parte de una tradición quizás milenaria que trae tras si esta actividad. Para los mismos el cambio que han sufrido dichos objetos ha sido la forma de elaborarlos, ya que en la actualidad hay nuevas técnicas y materiales que ayudan a minimizar y perfeccionar el trabajo. Estos trabajan principalmente con la obsidiana y realizan figuras sencillas y réplicas del mismo material.

3.3.3 Venta de artesanías

La pregunta 9 corresponde ¿las artesanías que elabora únicamente se venden en la Zona Arqueológica de Teotihuacan? El 46% contestó que sólo las vende en la zona, 17% las vende en el sur de México, 4% en el Norte del país, 25% en toda la República Mexicana, 4% en el Distrito Federal y el mismo porcentaje en Estados Unidos.

En las respuestas de la pregunta 10 ¿cuáles son las artesanías más vendidas?, el 46% contestó piezas varias de obsidiana, el 17% consideró las flautas, 21% ídolos de obsidiana, 8% máscaras teotihuacanas 4% palo de lluvia y el mismo porcentaje la lanza y el arco.

Los artesanos entrevistados que venden artesanías en la Zona Arqueológica de Teotihuacan en su mayoría sólo la comercializan en la zona y las artesanías que más venden son las de obsidiana.

3.3.4 La obsidiana y las artesanías

La pregunta 11 ¿la obsidiana es una materia prima importante en la región? El 100% de los 24 entrevistados contestó que sí.

Se les preguntó el por qué de su respuesta, y 13 contestaron que era la que ocupaban para sus herramientas, 5 porque se utiliza desde que se abrió la Zona Arqueológica de Teotihuacan, 2 porque es lo que más se vende, 2 porque es parte de sus subsistencia, 1 porque es su materia prima y 1 porque es lo que comercializaban su antepasados.

A partir de la pregunta 12 ¿las artesanías de obsidiana son importantes en la región?, 24 de los entrevistados contestaron que sí, de ellos el 42% considera que son importantes porque es antiguo y porque era parte de la herramienta de nuestros antepasados, 21% porque se venden y 17% porque es la subsistencia de

los artesanos, sus padres y sus abuelos, el 8% porque son réplicas, 8% porque es un vidrio curativo, y el 4% considera que es porque las minas no están cerca.

De acuerdo con las respuestas de los entrevistados, para todos ellos la obsidiana es una materia prima importante en la región, debido a que la utilizaban los pobladores prehispánicos como parte de su vida diaria y como herramientas de trabajo, además le dan un gran valor histórico, recordemos que el mercado de la obsidiana en la época prehispánica fue dominado por la cultura teotihuacana.

3.3.5. Empleados y miembros de familia dedicados a esta actividad

En cuanto a la pregunta 13. ¿Cuántos miembros de su familia se dedican a esta actividad?, los entrevistados argumentaron lo siguiente: 2 mencionaron que 1, 3 aseguraron que 2, 7 artesanos dijeron que 3, por su parte 8 comentaron que 4 y 1 contestó 5, el mismo número optó por 8, 9 y 10 integrantes de la familia, respectivamente.

En la pregunta 14 ¿trabaja en un taller propio? el 92% indicó que sí mientras que el 8% contestó que no.

La pregunta 15 corresponde a si es así ¿Cuántos empleados trabajan en su taller? Y si no es así ¿Cuántas personas trabajan en su taller? a lo que el 100% de los entrevistados mencionó que no tiene empleados en su taller.

De los 24 entrevistados la mayoría contestó que cuatro miembros de su familia se dedican a la producción de artesanías, tienen un taller propio (taller familiar) y no cuentan con empleados.

3.3.6 Los turistas y los talleres artesanales

Al preguntar si los turistas vienen a conocer su taller (pregunta 16), el 67% contestó que no y el 33% restante contestó que sí.

Al indagar ¿con qué frecuencia van a visitarlo? (pregunta 17) 6 personas contestaron que van a visitarlo de 1 a 6 veces al año, 1 persona dijo que iban 1 vez cada tres años y el mismo número 1 vez cada 5 años.

La pregunta 18 corresponde a ¿de qué nacionalidad son la mayoría de ellos? A lo que 3 respondieron son de origen nacional, 1 dijo que españoles y estadounidenses, 2 franceses, italianos y españoles, 1 franceses y alemanes, finalmente 1 respondió franceses, italianos, estadounidenses y mexicanos.

Se les pidió que indicarán sí-¿Le preguntan algo en especial? (pregunta 18). Y de los que reciben turistas en sus talleres, el 75% contestó que sí le preguntan algo en especial y el 25% restante contestó que no le preguntan nada.

Las preguntas más frecuentes que los turistas le hacen a los artesanos son: ¿cuántos años llevan elaborando artesanías?, ¿cómo se elaboran las artesanías?, ¿quién le enseñó a elaborar artesanías? y ¿qué usan para su elaboración?

Se le inquirió si ¿le compran artesanías? (pregunta 20), y el 100% contestó que sí.





La pregunta 21 corresponde a ¿Por qué cree usted que compran artesanías? 1 contestó porque ellos sí saben de nuestra cultura, 2 por negocio, 1 por que les gusta México, 2 por recuerdo del viaje, 1 por su elaboración y el mismo número para colección.

La mayoría de los entrevistados no invitan a turistas a conocer su taller. En cuanto a los pocos que lo hacen son visitados de 1 a 6 veces al año, por personas del continente europeo en su mayoría y todos ellos les compran artesanía además de darles propina. La mayoría de los artesanos creen que les compran sus artículos por negocio o por recuerdo del viaje.

3.4 Clasificación de artesanías según Santana

De acuerdo con la clasificación de Agustín Santana (1997) divide a los objetos artesnales en tres: artesanía tradicional, artesanía recreada y artesanía popular. Según las características anotadas en el capítulo uno y comparando con las artesanías de obsidiana que se venden en la Zona Arqueológica de Teotihuacan tenemos lo siguiente en el caso que nos ocupa.

Cuadro N°18 Artesanía Tradicional

Artesanía Tradicional				
Objeto artesanal	Función original	Función Actual	Herramienta original	Imagen de la artesanía
Hoz	Herramienta para la agricultura.	Decorativa		
Navajilla	Herramienta para la vida diaria de los teotihuacano.	Decorativa		

Fuente: Elaboración Propia


Cuadro N°19 Artesanía Recreada




Artesanía recreada			
Objeto artesanal	Función original	Función actual	Imagen
Cuchillo de sacrificio	En la época prehispánica se utilizaba para sacrificar a los elegidos.	Decorativo	
Hacha	Se utilizaba para cortar madera o para la elaboración de ciertos objetos.	Decorativa	
Dioses	En la época prehispánica era parte del imaginario religioso, por lo que era utilizado como culto hacia Quetzalcóatl	Decorativa	




Objeto artesanal	Función original	Función actual	Imagen
Jaguar	Era una representación con símbolo religioso.	Ornamental	
Máscara	Era una representación de dioses que veneraban.	Ornamental	



Fuente: Elaboración Propia

Cuadro N°20 Artesanía Popular

Artesanía Popular		
Objeto artesanal	Función	Imagen
Búho	Ornamental.	

Objeto artesanal	Función	Imagen
Elefante	Decorativa.	
Gato	Decorativa.	
Huevo	Meramente ornamental aunque los artesanos dicen que ayuda a cargarse de energía cuando sube a la pirámide del sol con ella.	

Objeto artesanal	Función	Imagen
Puerco	Decorativa.	
Réplica de pirámides	Ornamental.	
Toro	Decorativa.	

Objeto artesanal	Función	Imagen
Tortugas	Ornamental.	
Virgen María	Es un objeto religioso, la representación del objeto es muy importante para los mexicanos.	

Fuente: Elaboración propia

Observando los cuadros anteriores podemos identificar el cambio que han sufrido dichos objetos y que únicamente dos de los que se venden en la actualidad son tradicionales, ya que los pobladores de la época prehispánica los utilizaban como herramienta de trabajo y aunque en la actualidad tengan una función ornamental no han perdido el diseño, la función y la forma original con la que fueron hechos en un principio.

En cuanto a la artesanía recreada se encontraron cinco objetos los cuales en un inicio tenían algo que ver con sus creencias religiosas y espirituales, en su momento eran “sencillas” sin incrustaciones de piedras preciosas y sin colorido, a diferencia de las que se pueden encontrar en la actualidad ya que ahora son vistosas con nuevo material como la póxica, pasta e incrustación de piedras. Tal vez éstas han cambiado por el significado que tenían para la cultura prehispánica ya que puede ser percibido como algo “mágico” y es por eso que siguen vigentes

En cuanto a la artesanía popular se encontraron 10 artículos de obsidiana a la venta y su función es totalmente ornamental, la mayoría de estas no tienen un relación estrecha con la cultura teotihuacana pero no por eso dejan de venderse y este tipo de objetos artesanales cambian constantemente, ya que la investigación de campo se terminó en noviembre y dos meses después se encontraron dos objetos artesanales “nuevos” que entran en esta categoría.

Como se pudo observar en este capítulo la mayoría de los visitantes en la Zona Arqueológica de Teotihuacan que compran artesanías son mujeres mexicanas de entre 31 y 64 años, casadas, sin ingresos y con un nivel de estudios de preparatoria y/o carrera técnica. Y la mayoría de estas compran de 1 a 3 artículos elaborados principalmente de obsidiana, siendo los objetos más solicitados la flauta, el arco y la réplica de pirámides.

Como se pudo constatar en el diferencial semántico las características que identificaron los visitantes encuestados en las artesanías compradas responden a las mismas características brindadas por de la Calle (2006) y Jafari (1982, citado en Santana ,1997), es decir, los objetos artesanales adquiridos por los visitantes son bonitos o agradables, duraderos, a precio accesible, tradicionales, transportables y de carácter suntuoso. Este autor maneja el carácter suntuoso de los objetos, sin embargo, los encuestados se refirieron a que estos no tienen algún valor utilidad en particular y mucho menos lujosos.

En este mismo apartado dejando a un lado al autor, los visitantes encuestados respondieron que las artesanías adquiridas son foráneas, copiadas y simuladas, justificando estas últimas “*porque las originales están en los museos*” o “*si fueran originales serían muy caras*”.

Los visitantes encuestados contestaron que las artesanías que se venden en la Zona representan a la cultura teotihuacana y a la vez que son auténticas. Relacionando lo anterior con la semiótica, metáfora, metonimia, signismo y simbolismo, se puede concluir que los encuestados al buscar un objeto artesano buscan un elemento u objeto que materialice el lugar que visitó basándose en sus

propios conocimientos e interpretaciones que tenga tanto previos, durante o inclusive después del mismo.

Esto responde a que la autenticidad se podría definir como una característica que los objetos pueden poseer o no de acuerdo a cada persona, ya que el individuo se basa en la percepción que tiene de algún lugar y posteriormente hace una interpretación del mismo al tratar de representar el lugar visitado o el viaje a través de un objeto (artesanal) para que pueda comunicar su interpretación de lo que conoció para con los demás.

En cuanto a los artesanos entrevistados en general fueron hombres con un promedio de 46 años de edad, a la mayoría de ellos les enseñaron a elaborar artesanías por tradición familiar (padres y abuelos). Para ellos esta actividad tiene un significado tradicional, ya que *“es lo que hacían mis abuelos y antepasados”*.

Los mismo respondieron que los artículos artesanales se han modificado prácticamente por la forma de elaborarlos, ya que ahora se manejan incrustaciones de piedras preciosas y antes eran objetos simples, a pesar de esto, la materia prima más utilizada sigue siendo la obsidiana, recordando al segundo capítulo este material es importante en la región, ya que en la época prehispánica la cultura teotihuacana lo comercializaba a través de todo México, inclusive llegando a partes del Sur de América, a partir de que se abre la zona durante el Porfiriato se han vendido objetos artesanales de obsidiana hasta hoy en día.

Cabe mencionar que los entrevistados saben que la utilización de la obsidiana como materia prima en la región viene desde la época prehispánica, por lo que la relacionan con sus antepasados y es lo que en particular les enseñaron a trabajar. Y es por esto que como se puede observar en este capítulo en la encuesta aplicada a los visitantes lo que más adquieren son artículos de obsidiana y de acuerdo con las respuestas de los entrevistados lo que ellos más venden son varias piezas de obsidiana.

La mayoría de los artesanos sólo las venden en la Zona Arqueológica y cuatro miembros de su familia se dedican a elaborar artesanías en talleres familiares, sin empleados ya que, *“no me alcanza para pagarle a alguien”* o *“no tengo la herramienta necesaria para producir más artesanías”*.

Se sabe que la región está rodeada de talleres artesanales (basándonos en el capítulo dos) y que en algunos de estos se lleva a los visitantes extranjeros a observar la forma en que se hacen las artesanías, sin embargo, la mayoría de los artesanos no le abren las puertas de sus talleres a ellos porque *“es muy pequeño”* o *“¿para qué si la vendo acá?”*. Con respecto a los que si los llevan, es preciso mencionar que para esa visita en especial hacen ciertos objetos (podríamos clasificarlos como arte popular, por las modificaciones que le hacen al objeto para hacerlo más vendible) más laboriosos y costosos dependiendo el público a quien va a ir dirigido, ya que de acuerdo con sus respuestas *“ellos lo compran”*.

Es preciso mencionar que de acuerdo con el día de la semana es lo que los artesanos *“sacan”* a vender, porque ellos identifican qué día van visitantes nacionales y extranjeros, y saben qué objeto compra cada uno de ellos.

En cuanto a la clasificación de artesanías de acuerdo con Santana solo se pudieron identificar dos objetos tradicionales, cinco recreados, estos tuvieron relación directa con las creencias religiosas y espirituales de los pobladores de Teotihuacan pero hoy en día cumplen una función ornamental y ha cambiado el diseño, el material y la manera de elaborarlas. Se basan en la forma original pero con el paso del tiempo han integrado nuevos elementos en el objeto que muchas veces no tienen un significado especial es únicamente para hacerlo vistoso y vendible. Por último la artesanía popular reformula lo tradicional con lo actual, en este caso se sigue utilizando la obsidiana solo que está en constante adaptación cultural como es el caso de la figura de la Virgen, utiliza material originario de la región pero *“adaptándose”* a la actual cultura.

CONCLUSIONES

A partir de la realización de los capítulos anteriores, se puede determinar que la elaboración de artesanías en México ha sido fundamental para el desarrollo de algunas regiones. De manera particular, en Teotihuacan ha sido una actividad que se ha desarrollado desde la época prehispánica y hasta hoy sigue en práctica gracias a los beneficios que genera a los que participan en su producción. Como se puede observar, aquel proyecto que inició Manuel Gamio (ver capítulo II) a principios del siglo XX, se mantiene entre los pobladores de Teotihuacan.

Sin embargo, a través del paso del tiempo, las artesanías producidas en Teotihuacan se han ido modificando y acoplado a la etapa en que se producen, por lo que se han generado ciertos cambios en los materiales utilizados, en el proceso de elaboración y expansión comercial. De acuerdo con la información proporcionada por los artesanos, estos cambios obedecen a las solicitudes que les hacen los compradores y a la demanda de éstas en el mercado. Por ejemplo, los extranjeros que visitan los talleres de los artesanos pueden comprar piezas con incrustaciones de resinas, pastas o inclusive piedras “preciosas” (los artesanos las manejan así) con un alto precio, o bien, son visitantes extranjeros los que solicitan piezas de barro sencillas, sin pintar; en cambio para los nacionales fabrican piezas vistosas por su colorido y con incrustaciones.

Desde hace tiempo la compra-venta de objetos artesanales en México, principalmente a turistas, ha generado una mezcla de materiales, estilos y tipos que ha dado como resultado que se puedan encontrar similares artesanías en la mayoría de las Zonas Arqueológicas del país, así como en algunos lugares turísticos (como playas o sitios culturales). Dicho de otra forma, la mayoría de las artesanías que se venden en el sur se comercializan en el centro o norte del país y viceversa. En el caso de Teotihuacan se pueden encontrar representaciones de algunos objetos prehispánicos pertenecientes a la cultura maya o zapoteca, sin que esto afecte su compra, a pesar de que los visitantes buscan algo

representativo del lugar que visitan en los objetos artesanales que compran basándose en sus percepciones y en la imagen vendida del mismo.

Hasta el momento, según los datos que se obtuvieron en el trabajo de campo, los visitantes cuando compran artesanías en la Zona Arqueológica de Teotihuacan buscan que cumplan con ciertas características: deben recordarles el viaje, ser bonitas y fáciles de transportar.

Para explicar las motivaciones de compra de artesanías es necesario retomar parte del capítulo uno, Canestrini (2001, citado en Palou, 2006) y De la Calle (2006) mencionan que las personas al visitar cierto lugar buscan regresar con un objeto que les recuerde la visita o el viaje y el objeto a la vez manifiesta la realización del viaje por lo que les brinda una validación social, pues mostrarle los objetos artesanales a sus conocidos les otorga prestigio ante la sociedad. Esto se comprobó en las entrevistas realizadas tanto a los visitantes que compraron artesanías como a los artesanos. Ya que cuando se les preguntó por qué o para qué compran la artesanía, la mayoría contestó que la compran como recuerdo del viaje. Se puede constatar que las personas al visitar un lugar buscan llevarse una materialización del estar ahí, ya sea que les sirva como recuerdo del viaje y/o como elemento que les otorga estatus social al mismo tiempo.

Según Pons (2007) y Castellanos (2008), los turistas al llegar al lugar y realizar su visita perciben una imagen, y en esa se basan para comprar la artesanía, es decir, al buscar un objeto que materialice el destino se apoyan en la imagen promovida y vendida por parte de los prestadores de servicio. Buscan un objeto artesanal como un símbolo recreado tanto por ellos como por los artesanos de la región que visitan, sin importar realmente si el objeto adquirido es originario o representativo del lugar. Como señala Leach (1993), el visitante busca un símbolo más que un signo, ya que a pesar de que el segundo se puede conceptualizar sin ninguna información en particular, el símbolo necesita de la explicación personal del individuo que lo adquirió, se hace un vínculo personal entre el objeto, el destino y el interesado, se recrea la visita de acuerdo con lo que vivió en ese preciso momento.

Este símbolo debe representar para ellos la característica fundamental del lugar, dicho de otra forma, debe de demostrar la originalidad del lugar y debe exhibir que sólo pertenece a la región visitada (Santana, 1997). De ahí que cuando se les preguntó a los visitantes qué fue lo que más les llamó la atención para comprar dicho objeto, su respuesta fue el diseño, ya que se basan en la observación y percepción de la visita y de la artesanía para concluir si el objeto es o no originario, para posteriormente adquirirlo. En este caso, la imagen que se promueve de Teotihuacan utiliza básicamente a la Pirámide del Sol, por ello, no es de extrañar que lo más solicitado, sean las réplicas de dicha pirámide y las hachas, ambas elaboradas de obsidiana.

En cuanto al diferencial semántico la mayoría dijo que el objeto que compró es tradicional, porque representa parte de los orígenes de la cultura Teotihuacana, así como la vida cotidiana de la vida prehispánica, por lo que los resultados concuerdan con lo dicho anteriormente por Santana.

Sin embargo, en el diferencial semántico en el par de antónimos de *autóctona-foránea* y *original-copiada*, la mayoría respondió que la artesanía que compró es foránea y copiada, como se puede observar en este caso no se cumple lo que dice el autor, ello se debe a que los entrevistados tienen un concepto propio acerca de la originalidad. Ellos justificaban la respuesta *copiadas* porque las originales están en los museos, y los objetos a la venta son muy baratos como para ser originales, a la vez dijeron que todas son copias porque son réplicas de las que están en el museo, por lo que no son originales. En tanto que la mayoría respondió *foránea* ya que la mayoría de los visitantes las habían visto antes en otras Zonas Arqueológicas. No obstante, las consideraron, *auténticas* porque las compraron en el lugar, fueron hechas por los artesanos del lugar y con materiales del territorio.

De acuerdo con De la Calle (2006) las principales características que buscan los visitantes en los objetos artesanales es que sean fácilmente transportables, de estética agradable, de carácter suntuoso y barato. Por lo que se manejaron cuatro pares de antónimos en el diferencial semántico para saber precisamente sí se cumple o no en la práctica. La mayoría contestó que los objetos que compraron

eran *bonitos y fáciles de transportar*, en cuanto al carácter suntuoso se buscó un sinónimo y se utilizó *lujoso y no lujoso*, en este caso no dio el mismo resultado ya que el mayor número de entrevistados contestó que no era *lujoso*, pero en el par de *útil y sin utilidad*, la mayoría respondió que se trataba de objetos sin utilidad. Finalmente, la mayoría opinó que las artesanías que se venden en la Zona Arqueológica de Teotihuacan no son ni baratas ni caras. Sin embargo, las dos primeras características se cumplieron, ya que cuando se les preguntaba por cierto tipo de artesanía sí les gustaba o no, decían que sí les gustaba pero que era muy difícil llevarla a su casa.

De acuerdo con los resultados de las entrevistas a los artesanos y a la observación llevada a cabo en la Zona Arqueológica de Teotihuacan, en ella se venden numerosos artículos artesanales de diversos materiales como barro, póxica, pasta, madera, cuarzo y obsidiana por mencionar algunos. De acuerdo con la investigación documental del capítulo II Spence (1987), Cobean (2002) y Zepeda (1998), la obsidiana fue un vidrio sumamente importante para la época prehispánica porque es un material que por sus características es útil para la elaboración de diversas herramientas, y fue trascendental para la cultura Teotihuacana, ya que ésta mantuvo el control de su comercialización. Posteriormente, se hizo parte de sus tradiciones, al pasar de generación en generación la elaboración de artículos de obsidiana, los cuales hoy en día siguen siendo sumamente importantes en la región, pues es el medio de subsistencia de muchas personas. Lo anterior se reflejó en las entrevistas realizadas a los artesanos, ya que la mayoría de ellos contestó que este material es importante para la región por su historia en la cultura teotihuacana (mencionan que era parte de sus herramientas y que la comercializaban) y hoy en día porque es de lo que ellos subsisten, y fue la principal actividad de sus antepasados (refiriéndose a sus tatarabuelos, bisabuelos, abuelos y padres). Es por esto que las artesanías más vendidas en la zona están elaboradas de este vidrio volcánico.

Los artesanos basan su autenticidad en las imágenes de los libros acerca de la cultura Teotihuacana editados por el INAH (Instituto Nacional de Antropología e

Historia). La mayoría de las representaciones que elaboran las obtienen de dichos libros; en el proceso de producción de las artesanías modifican el diseño, y las elaboran con diferente material o inclusive con incrustaciones, sin importar que el objeto sea únicamente de barro, sin color o dibujo en especial, ellos las hacen vistosas para el mercado nacional, a fin de que sea adquirido. Sin embargo, a pesar de las modificaciones ellos siguen considerando dicho objeto como auténtico porque se obtuvo de una fuente confiable, sin importar la transformación que presente el objeto en sí.

Recapitulando se constató, de acuerdo con Leach (1993), que los visitantes buscan un símbolo que materialice la visita, es decir, que represente el viaje para sí mismo. Por ello, una de las artesanías más vendidas son las réplicas de pirámides, y este objeto es más un signo, ya que en cualquier parte de México se conoce este basamento piramidal y no necesita de una explicación por parte del comprador para saber a dónde fue.

Asimismo, Prats (1997) menciona que la metáfora es aquel objeto que evoca, en este caso el lugar, es decir simplemente con observarlo se conoce parte del lugar, mas no otras características del lugar, por ejemplo la población del mismo. La metonimia es aquel objeto, en este caso artesanía, que ha estado en contacto con el día a día del lugar, ya sea que fue elaborada con material de la región, por personas del lugar o forma parte de su historia, y que te dice de alguna forma parte de las tradiciones de la población, hablando de Teotihuacan podríamos ejemplificarlo con una navajilla de obsidiana, que era lo que ellos ocupaban como herramienta de trabajo y a su vez la comercializaban.

Basándose en lo anterior, la réplica de pirámides de obsidiana se conceptualiza como una metáfora, ya que al ver la réplica de la pirámide del sol, por ejemplo, se traslada de inmediato a Teotihuacan, sin embargo, no sabe o comunica nada de las tradiciones o costumbres del lugar.

Cabe mencionar que de acuerdo con la clasificación de artesanías por parte de la UNESCO, este objeto no es artesanía porque no es hecho a mano, es elaborado

en serie con máquinas especializadas, con un cortador con punta de diamante de 8° de fuerza, por lo que ya no implica tanto trabajo manual y se podría decir que son iguales ya que se pueden producir 20 al mismo tiempo.

A pesar de lo antes mencionado, la pirámide es una de las artesanías más vendidas en el lugar, gracias a que se concibe como metáfora. Y resulta lo mismo con el hacha, aunque esta última se conceptualiza de una manera diferente, ya que puede seguir observándose como un signo mas no como una metáfora. A pesar de que un hacha es una herramienta de trabajo utilizada a nivel mundial se concibe como metonimia, porque está hecha con materiales de la región (en este caso la obsidiana negra) y es elaborada por personas de la zona. Aunque en la actualidad presenta ciertas modificaciones que la han hecho inutilizable, sólo cumple una función ornamental.

Retomando los conceptos de metonimia y semiótica podemos mencionar que los compradores de artesanías buscan algo que represente el lugar que visitaron, en este caso algo que simbolice la Zona Arqueológica de Teotihuacan y esto es a través de la flauta, sin importar que no sea de obsidiana (recordemos que son de jaguar y águila y sus sonidos hacen que se ambienten en el lugar y época) y el hacha, (que es una herramienta que creen la utilizaban los teotihuacanos en su vida diaria), estos dos objetos simbolizan para ellos tanto la época, como las herramientas, ellos creen que estos objetos les comunican con esa etapa histórica, sin importar si es verdad o no. En cuanto a la réplica de pirámides se retomó la categoría de la metáfora, ya que es una representación que por sí sola comunica lo que es y no es necesario agregarle una explicación para su interpretación.

En cuanto al conocimiento previo que tenían los visitantes acerca de la cultura teotihuacana es escaso, pero después de la visita es percibido como mayor y regular. De acuerdo con MacCannell (1976, citado en Cohen, 1979) y a Canestrini, (2001, citado en Palou, 2006), la compra de objetos artesanales depende del conocimiento que se tenga del lugar, es decir, la adquisición de cierto tipo de artesanías está ligado directamente con el conocimiento previo que se tenga del

mismo. Ya que los visitantes al elegir un objeto se basan tanto en la imagen generada del mismo a través de la visita, así como del conocimiento previo que se tiene, sin importar si el individuo realmente sabe algo del tema o no. Y es por esto que con el paso del tiempo se han clasificado los tipos de artesanía como se mencionó anteriormente.

Se puede concluir que los compradores de artesanías de la Zona Arqueológica de Teotihuacan perciben los objetos artesanales como auténticos cuando los conciben como metáfora, ya que son alusivos a la región al estar en contacto ya sea directa o indirectamente con el lugar y de otra forma ven a las artesanías como no auténticas cuando las relacionan con los objetos que se encuentran en exposición en los museos, por lo que las perciben como una “copia” de las auténticas por lo que pierden esa cualidad. Para poder entender esto último no debemos olvidar que la autenticidad es una construcción individual que depende de la percepción y conocimientos de las personas.

De las artesanías de obsidiana que se venden en la actualidad en la Zona Arqueológica de Teotihuacan solo se encontraron dos tradicionales, cinco recreadas y nueve populares, es decir, que al ir pasando el tiempo los artesanos han tenido que adaptar los artículos a la demanda actual, es por eso que la mayoría se ha basado en su forma tradicional agregando nuevos elementos a las artesanías para hacerlas “vendibles” en el caso de las recreadas y las populares en su mayoría se basan en la materia prima del lugar e integran otros artículos a la venta como el toro o la virgen.

La investigación sobre las artesanías es fundamental, debido a que éstas son parte del patrimonio tangible de la cultura de un país, en este caso, en particular del Estado de México. Y permite recordar no sólo que son parte del desarrollo económico de una región, sino además. Conllevan el reconocimiento de la cultura teotihuacana, como una cultura milenaria que genera orgullo a nivel nacional e internacional.

BIBLIOGRAFÍA

Álvarez, A. (2003). *Uk'ux Tzima Chija: artesanía, desarrollo y globalización en Rabinal, Baja Verapaz*. Tesis de licenciatura en Antropología. Universidad del Valle de Guatemala, pp. 1-139.

Arévalo, M. (2004). *Un sistema de turismo para la promoción y difusión de los procesos y la producción de las principales artesanías del estado de Puebla*. Tesis de licenciatura en Diseño Gráfico. Universidad de Las Américas Puebla, pp. 1-108.

Babbie, E. (2000). *Fundamentos de la Investigación Social*. Thomson. México.

Barreto, M. (2007). "Turismo y Cultura. Relaciones, contradicciones y expectativas". *Asociación Canaria de Antropología y Pasos*. España.

Castellanos, A. (2008). *Turismo, identidades y exclusión*. UAM. México.

Chibnik, M. (2003). *Artesanías y mercancías: las tallas oaxaqueñas en madera*. Banco Interamericano de Desarrollo. Conferencia, Washington, Estados Unidos, 29 de Mayo del 2003.

Cid, A. (2002). "El estudio de los objetos y la semiótica". *Cuicuilco*. 9 (25), 1-21.

Clark, J. (1989). *Obsidiana en Mesoamérica*. INAH. México.

Cobean, R. (2002). "Un mundo de obsidiana". INAH. México.

Cohen, E. (1979). "A phenomenology of tourist experiences" En Williams, S. (ed.) (2004). *Tourism*. Routledge. London.

De la Calle, M. (2006). *La ciudad histórica como destino turístico*. Ariel. Barcelona.

De la Cruz, R. (2004). "Patrimonio Natural y Reservas Marinas" *Pasos*. 2 (2), pp.179-192.

De la Paz, (2007). "Factores de innovación en negocio de artesanía en México" *Gestión y Política Pública*. 16 (2), pp. 353-379.

Eco, U. (1986). *La Estructura Ausente*. Lumen 3ª ed. España.

Gallegos, J. (1999) "La artesanía, un modelo social y tecnológico para los indígenas" *Política y Cultura* 12, 223-241.

García, N. (2004). *Diferentes, desiguales y desconectados*. Gedisa. Barcelona.

Herrera, F. (2008). "Percepción de los ancianos sobre los centro de desarrollo integral para el adulto mayor". *IIPSI*. 1 (11), 129-136.

Jafari, J. (2000). *Encyclopedia of tourism*. Routledge. London.

Lagunas, D. (2006). "El espacio del turismo". *Alteridades*. 16 (31), 119-129.

Leach, E. (1993). *Cultura y comunicación. La lógica de la conexión de símbolos*. Siglo XXI 5ª ed. España.

Malhotra, K. (2004). *Investigación de mercados*. Pearson Educación, 4ª ed. México.

Martínez, P. (1981). *Arte Popular en México*. Panorama. México.

Martínez, P. (1982). *Permanencia, cambio y extinción de la artesanía en México*. FONART. México.

Mantecón, A. y Huete, R. (2008). "The value of authenticity in residential tourism: The decision-maker's point of view". *Tourist studies*. 8, 319-376.

Medina, M. (1997). *Arte y estética de Tetzcotzinco: arquitectura de paisaje en la época de Netzahualcoyotl*. UNAM. México.

Medrano, G. (2004). "Entre la sierra y el mar. Algunas artesanías de la costa Nahua de Michoacan". *Tzintzun*, 40, 135-160.

Ortíz, F. y García, M. (2008). *Metodología de la Investigación*. Limusa. México.

- Palou, S. (2006). "Reseñas de publicaciones". *Pasos*. 4 (2) 279-285.
- Pastor, G. (2006). "Artesanía y desierto: Una aproximación a los fenómenos de desterritorialización del patrimonio cultural Huarpe". *Theomai*, 13, 77-92.
- Pastrana, R. (2004) *Distribución de la obsidiana de la Triple Alianza en la Cuenca de México*. INAH. México.
- Pedrero, G. (2008). "Aproximación a la historiografía sobre artesanos, trabajadores de las haciendas y obreros en el Estado de México". *La Colmena* (58).
- Pons, R. (2007). "La Imagen del destino y el comportamiento de compra del turista". *Teoría y Praxis*. (3), 89-102.
- Prats, L. (1997). *Antropología y patrimonio*. Ariel. Barcelona.
- Ryan, C. (2003). (ed.) *Aspects of Tourism. Recreational. Tourism Demand and Impacts*. Channel View Publications. Gran Bretaña.
- Santana, A. (1997). *Antropología y Turismo*. Ariel. Barcelona.
- Santana, A. (2003). "Turismo Cultural, culturas turísticas". *Horizontes Antropológicos*. (20), 1-27.
- Schluter, R. (2000). *Investigaciones en Turismo y Hotelería*. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos. México.
- Spence, M. (1987). Teotihuacan: Nuevos datos, nuevas síntesis y nuevos problemas. En Mac Clung, E. (ed.) "The Scale and Structure of obsidian production in Teotihuacan" (1987), UNAM. México.
- Vargas, L. (1994). "Sobre el concepto de percepción". *Alteridades*. 4 (8), 47-53.
- Wall, G. (2002). *Tourism: Change, Impacts and Opportunities*. Pearson Education Limited. Harlow.
- Zepeda, L. (1998). *La producción de artesanías de obsidiana, una opción para el desarrollo rural del Valle de Teotihuacan*. Tesis de maestría en Ciencias

Económicas del Desarrollo Rural. Universidad Autónoma de Chapingo, México, pp. 1-32.

Webgrafía

2006, Segundo Foro Nacional Artesanal, Conclusiones. <http://foro.artesanos.org.mx>, fecha de consulta, septiembre 2009.

2009, La obsidiana. www.mitos-mexicanos.com, fecha de consulta, abril del 2009.

Simposio “La Artesanía y el mercado internacional: comercio y codificación aduanera, unesdoc.unesco.org, fecha de consulta, octubre 2009.

Bouchart, D. Informe del Taller internacional sobre el acopio de datos relativos a la artesanía y el turismo Fez 2002, unesdoc.unesco.org, fecha de consulta agosto 2010.

Raymon, D. Conferencia de Nara sobre la Autenticidad en Relación con la Convención sobre el Patrimonio Mundial, www.esicomos.org, fecha de consulta, junio 2010.

ANEXO

Anexo 1

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO
CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO
LICENCIATURA EN TURISMO

Objetivo: Conocer su opinión sobre la artesanías de obsidiana que ofrecen en la Zona Arqueológica de Teotihuacan.

Instrucciones: Conteste y subraye la respuesta que más se acerque a su situación.

1° Nacionalidad:

a) Mexicana

Estado: _____

b) Extranjero

País: _____

2° Edad:

a) 10 a 18 años

c) 31 a 64 años

b) 19 a 30 años

d) 65 años o más

3° Género: a) Femenino

b) Masculino

4° Estado Civil:

a) Soltero

c) Unión libre

b) Casado

d) Otro: _____

5° Ingresos mensuales (aproximadamente):

a) Menos de 2000 pesos

e) 5001 o más pesos

b) De 2001 a 3000 pesos

f) Sin ingresos

c) De 3001 a 4000 pesos

g) Otro: _____

d) De 4001 a 5000 pesos

6° Nivel de estudios (concluido):

a) Primaria

d) Universidad

b) Secundaria

e) Postgrado

c) Preparatoria y/o Carrera Técnica

f) Otro: _____

7° Ocupación:

- | | |
|------------------|----------------|
| a) Estudiante | e) Obrero |
| b) Empleado | f) Jubilado |
| c) Profesionista | g) Ama de casa |
| d) Comerciante | h) Otro: _____ |

8° ¿Cuántos objetos artesanales compró?

- | | | |
|-------------|-------------|------------|
| a) De 1 a 3 | b) De 4 a 7 | c) 8 o más |
|-------------|-------------|------------|

9° ¿Cuál es el material predominante de los objetos artesanales que compró?

- | | | |
|-----------------------|----------------------------------|----------------|
| a) Plata | c) Madera | e) Barro |
| b) Tejidos y bordados | d) Vidrio (obsidiana y/o cuarzo) | f) Otro: _____ |

10° ¿Cuál de las artesanías que compró fue la que más le gustó?

- | | | |
|-------------------------|---------------------------|-------------------------|
| a) Réplica de pirámides | h) Palo de lluvia | n) Caballero águila |
| b) Flauta | i) Lanza | ñ) Pipa |
| c) Huevo de vidrio | j) Máscaras de jade | o) Figuras de obsidiana |
| d) Navaja de obsidiana | k) Máscaras de barro | p) Tejidos y bordados |
| e) Joyería | l) Máscaras de obsidiana | q) Vidrio y/o piedra |
| f) Hacha | ll) Tortugas de obsidiana | r) Licorera |
| g) Arco | m) Figuras de cuarzo | s) Otro: _____ |

11° ¿Qué le llamó la atención para comprar la artesanía?

- | | |
|------------|----------------|
| a) Diseño | d) Material |
| b) Colores | e) Tamaño |
| c) Precio | f) Otro: _____ |

12° ¿Para qué compró artesanías?

- | | |
|------------------------------------|--------------------------------------|
| a) Como regalo para alguien | d) Porque esta bonita la pieza |
| b) Como recuerdo del viaje | e) Para enseñársela a algún conocido |
| c) Como adorno para casa u oficina | |

Instrucciones: A continuación se presentan una serie de adjetivos que califican a las artesanías que compró, marque con una X la raya que represente mejor su opinión. Tomando en cuenta que las rayas más cercanas al adjetivo refieren a que están muy de acuerdo con el mismo.

13° Usted compró la artesanía porque le pareció:

- | | | | | | | |
|------------------|-------|-------|-------|-------|-------|------------------|
| a) Bonita | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ | Fea |
| b) Frágil | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ | Duradera |
| c) Original | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ | Copiada |
| d) Auténtica | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ | Simulada |
| e) Autóctona | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ | Foránea |
| f) Barata | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ | Cara |
| g) Tradicional | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ | Moderna |
| h) Valiosa | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ | Sin valor |
| i) Útil | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ | Sin utilidad |
| j) Transportable | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ | No transportable |
| k) Lujosa | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ | No lujosa |

14° ¿Considera usted que las artesanías que compró representan a la cultura Teotihuacana? a) Sí b) No Por qué _____

15° ¿Considera usted que la artesanía que se vende en la Zona Arqueológica de Teotihuacan, es auténtica? a) Sí b) No ¿Por qué? _____

16° Antes de su visita a la Zona Arqueológica de Teotihuacan, ¿usted había escuchado o leído algo acerca de esta cultura?

a) Sí

b) No

17° Antes de su visita a la Zona Arqueológica de Teotihuacan, su conocimiento acerca de esta cultura era:

- a) Mucho b) Regular c) Poco d) Nulo

18° Después de su visita a la Zona Arqueológica de Teotihuacan, su conocimiento acerca de esta cultura es:

- a) Mucho b) Regular c) Poco d) Nulo

Anexo 2

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO
CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO
LICENCIATURA EN TURISMO

Objetivo: Identificar cuáles son las artesanías de obsidiana más vendidas y las que más producen los artesanos de la Zona Arqueológica de Teotihuacan.

Edad: _____ Género: _____

1. ¿Cuántos años lleva elaborando artesanías?
2. ¿Cómo o quién le enseñó a elaborar artesanías?
3. ¿Tiene algún significado especial la elaboración de artesanías?
4. ¿Cuál es la diferencia entre las artesanías que se elaboraban cuando usted inicio con esta actividad y con las de hoy en día?
5. ¿Cuál es la materia prima que más utiliza?
6. ¿Cuáles son las principales artesanías que elabora?
7. ¿Las artesanías que elabora únicamente se venden en la Zona Arqueológica de Teotihuacan?
8. ¿Cuáles son las artesanías más vendidas?
9. ¿La obsidiana es una materia prima importante en la región? ¿Por qué?
10. ¿Las artesanías de obsidiana son importantes en la región?
11. ¿Cuántos miembros de su familia se dedican a esta actividad?
12. ¿Trabaja en un taller propio?
13. Si es así ¿cuántos empleados trabajan en su taller? Y si no es así ¿cuántas personas trabajan en el taller?
14. ¿Vienen turistas a conocer su taller? Sí No
15. ¿Con qué frecuencia vienen?
16. ¿De qué nacionalidad son la mayoría de ellos?
17. ¿Le preguntan algo en especial?
18. ¿Le compran artesanías?
19. ¿Por qué cree usted que compran esta artesanía?