

---

## La producción artesanal de etnias de México: estrategias para la promoción de su cultura

Rutilio García Pereyra<sup>1</sup>, Guadalupe Gaytán Aguirre<sup>1</sup>, Alejandra Marín<sup>2</sup>, Juan Noyola<sup>2</sup>,  
Alma Leticia Saucedo Villegas<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, Universidad Autónoma de Nuevo León

### Resumen

Este artículo tiene como objetivo mostrar primeros avances del proyecto que se denomina “La producción artesanal de etnias de México: estrategias para la promoción de su cultura” que desarrollan a través de la red de investigación “Grupos étnicos en su cultura, diseño y arte” que integran los cuerpos académicos Estudios y Enseñanza del Diseño de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, Cultura del Diseño de la Universidad Autónoma de Nuevo León y el Centro Internacional para el Turismo Responsable de la Universidad de Leeds Metropolitan, en el reino Unido. El objetivo general del proyecto consiste en diseñar estrategias de promoción de la cultura indígena a través del estudio de su producción artesanal. El proyecto tiene vigencia dos años 2012-2014.

**Palabras clave:** Tarahumaras, artesanía, proyecto, grupos étnicos.

### Introducción

El proyecto de investigación enunciado en el resumen de este artículo pretende que el grupo étnico de los Tarahumaras de Chihuahua obtenga recursos económicos mediante la comercialización de su artesanía en el mercado formal de México. El proyecto es financiado por el Programa de Mejoramiento del Profesorado (PROMEP) corresponde a una investigación multidisciplinaria que tiene como punto de partida el Diseño para que a partir de este conocimiento se establezca un dialogo con las humanidades, la antropología, la historia y la sociología. Miembros del cuerpo académico Estudios y Enseñanza del Diseño del Instituto de Arquitectura Diseño y Arte (iniciador del proyecto) observamos con preocupación

la extrema pobreza que según el CONEVAL (Informe de pobreza y evaluación en el estado de Chihuahua 2012) consiste en que una persona presenta tres o más carencias sociales y no tiene un ingreso suficiente para adquirir una canasta alimentaria. Los criterios que considera el CONEVAL para medir la pobreza extrema son: Rezago educativo, Acceso a los servicios de salud, Acceso a la seguridad social, Calidad y espacios de vivienda, Acceso a los servicios básicos en la vivienda y Acceso a la alimentación. La idea para la génesis del proyecto nace primero por la observación del grupo étnico en cuestión que por la escases de lluvias en 2011 no pudieron cosechar granos básicos para la subsistencia como maíz y frijol.

Ante la situación de vulnerabilidad de los Tarahumaras, medios de comunicación masiva como canal 44 y supermercados SMART, además de instituciones de educación superior, UACJ y UACH, sus docentes y alumnos recolectaron alimentos entre comunidades urbanas para trasladarlos a la sierra tarahumara y distribuirlos entre los indígenas durante los tres primeros meses de 2012. Esta situación de pobreza que ya es descrita por Guillermo Bonfil Batalla a finales de la década de los ochenta la enmarcaba de la siguiente manera:

Hoy debemos aceptar que México es un país pobre. Que grandes extensiones de tierra no son aptas para un cultivo “moderno” y que otras se han erosionado y producen menos porque se explotaron de manera irracional. Que las cosas han ido hasta el extremo de que nuestra agricultura no cosecha los suficientes productos básicos que se requieren para alimentar a los mexicanos siquiera en el nivel mínimo indispensable. Crece nuestra dependencia por hambre: el país en el que se inventó el maíz importa ahora maíz. (Bonfil Batalla, 1994, p. 217)

Sin embargo, creemos que las campañas para dotar de alimentos a los Tarahumaras son efímeras puesto que el resto del año son olvidados otra vez. A manera de auto-critica, también observamos que la mayoría de los grupos étnicos de nuestro país, sino es que todos, son objeto de intensos estudios que prestigiados investigadores nacionales y extranjeros publican en reconocidas revistas o bien en llamativos productos editoriales como libros:

Durante las primeras décadas del siglo XX, la zona adquirió relevancia para los antropólogos

norteamericanos teóricos del particularismo y relativismo cultural que estudiaron básicamente elementos culturales de reproducción simbólica. Estos estudios influyeron posteriormente las preocupaciones de los antropólogos mexicanos que incursionaron en la propagación del esplendor del indigenismo mexicano durante la formación del Instituto Nacional Indigenista; p.ej. Aguirre Beltrán. (Quiroz Gómez, 2008, p.11)

El beneficio que logran los investigadores es financiamiento de proyectos de investigación y publicación de resultados que reditúa a sus creadores obtener niveles altos en becas al desempeño académico o bien incorporarse al SNI ya sean como candidatos o niveles uno, dos y tres. La calidad de trabajos de investigación en la comunidad Tarahumara son abundantes, por ejemplo, Homero Martínez y Joel Monárrez, en el año 2000 realizaron un estudio entre los tarahumaras para conocer la prevalencia de la desnutrición en niños, los resultados fueron publicados en *Salud Pública de México*, donde detallan la metodología para llevar a cabo la investigación, por el olvido histórico del Estado mexicano, era de suponerse que no se encontraría que los niños tarahumaras están bien nutridos, al contrario demostraron que los niños con edades entre 12 y 23 meses padecen “deterioro agudo del estado nutricional como resultado de hambrunas, enfermedades infecciosas, u otros factores ambientales, producto de la caída de la distribución peso/talla...” (Martínez y Monárrez, 2000, p. 13) y concluyen que “el niño tarahumara es víctima de una marginación socioeconómica más que geográfica” (*Ibidem*). El informe de pobreza y evaluación en el estado de Chihuahua 2012 indican que la entidad se encuentra

entre los 15 estados con menor índice de pobreza, no obstante, los municipios de Maguarichi tiene 1,200 personas en pobreza extrema, mientras que Guachochi 20,542 personas, Batopilas con 7, 848, Morelos con 4,849 y Guadalupe y Calvo 22,788 personas (CONEVAL, 2012) En respuesta a los investigadores Martínez y Monárrez, resultados de medición de pobreza del 2000, 2005 y 2010 para el estado de Chihuahua, porcentajes señalan que los municipios enunciados donde viven la mayoría de tarahumaras, padecen todavía el 23.45 sin derechohabiencia a servicios de salud, que no tienen drenaje 6.46%, mientras que el rezago social solo indica que es bajo para los tres periodos de medición (CONEVAL 2012).

No obstante de resultados y publicaciones, bien cabe expresar los siguientes cuestionamientos: ¿Qué reciben a cambio los grupos étnicos? ¿Estarán enterados nuestros indígenas lo que se dice y escribe de ellos? En este sentido cabría referenciar lo siguiente:

Cabe resaltar que la oleada de estudios en las comunidades tarahumara a partir de los años 70's toma un punto de referencia común para reconstruir la historia de subsistencia de la comunidad el año de 1952, siendo este el momento en el cual el Instituto Nacional Indigenista llega a la comunidad de Guachochi con la intención de instaurar vías alternas para la modernización y la integración de los indios rarámuri al proyecto nacional (Quiroz Gómez, 2008, p.12).

Sin embargo, poco se ha logrado respecto de la comunidad rarámuri para lograr vías alternas y así lograr esa “pretendida” modernización e integrarlos al “proyecto nacional” pues el “es un problema actual e

histórico que tiene un periodo de gestación de más de 400 años”.<sup>1</sup> Mientras tanto, los rarámuri son objeto de intensos estudios, muchos de ellos de beneficio particular, el Estado y las instituciones de educación superior todavía intentan una:

...misión civilizatoria en beneficio de las comunidades indígenas de la tarahumara, al ignorar las necesidades e intereses particulares de ellos, convierte sus proyectos frecuentemente de manera poco conciente en instrumentos de dominación y subordinación, de escaso o nulo beneficio para los nativos que no reparan en resistirse a su inclusión en tanto sienten que son proyectos que no sólo no los toman en cuenta sino que además de todo, no les pertenecen (Quiroz Gómez, 2008, p.12)

Ante la situación descrita, los miembros que integramos la red de investigación, sostenemos que dotar de un envase, diseñar marcas e identidades gráficas, además de visualizar rutas de comercialización de la artesanía de los Tarahumaras podrán hacerse de recursos sin la necesidad de que dependan totalmente de la caridad pública y privada.

### **Primer trabajo de campo**

En septiembre de 2012, segunda quincena del mes, un grupo conformado por cuatro estudiantes del programa de Diseño Gráfico y dos estudiantes de la maestría en Estudios y Procesos creativos que están vinculados al proyecto, además dos profesores-investigadores se trasladaron a Creel, Chihuahua con el propósito de realizar el primero de los trabajos de campo que están propuesto en el

---

<sup>1</sup> *Ibíd*em

cronograma de actividades suscrito en el proyecto.

Se eligió a Creel como punto de referencia para partir a otras comunidades cercanas a una distancia de 30 a 50 km. Desde Ciudad Juárez se estableció contacto con el CEDAIN (Centro de Desarrollo Alternativo Indígena A.C.) organismo que recibe apoyo de la Fundación del Empresariado Chihuahuense, tiene como objetivos: Plan de sustentabilidad a través de la constitución de una empresa social y desarrollo de los grupos sociales productores de la Sierra Tarahumara y Generar e implementar un plan de acción encaminado a lograr la sustentabilidad de la institución y a su vez dar las herramientas a los artesanos para formar grupos productivos sociales. A partir de estos dos objetivos el CEDAIN ha implementado un programa denominado TRUEQUE que consiste en intercambiar producción artesanal Tarahumara por alimentos.

El programa TRUEQUE ha logrado que grupos Tarahumaras del sureste del estado de Chihuahua conformen grupos productivos, principalmente conformado por mujeres, producen artesanía que el CEDAIN intercambia por alimentos. La artesanía es colocada o distribuida en centros comerciales WALMART pues el CEDAIN estableció convenios con la fundación de esta cadena trasnacional para que sus productos se oferten en las tiendas comerciales. Otros países, por ejemplo, Argentina ha impulsado el Trueque como respuesta a la exclusión social como resultado de la falta de empleo y colocar bienes y servicios en los mercados formales, de tal manera que visualizan al trueque como “una asociación libre,

altamente consciente de valores y de relaciones solidarias, por medio de la cual se forman comunidades de prosumidores que intercambian sus capacidades bajo la forma de bienes o servicios producidos y consumidos por ellos” (Hitze, 2003, p.19).

El grupo de investigación de la red logró establecer contacto con operadores del CEDAIN de tal suerte que hemos compartido información con el objetivo de seguir con el apoyo a los Tarahumaras. Reuniones con operadores motivó la exposición de cada uno de los proyectos, para luego delinear estrategias para un proceso de vinculación institucional, proceso que ya va adelantado con el propósito de que una vez que termine la fase de los proyectos continuar en el diseño de otros para continuar con el grupo étnico objeto de estudio. El CEDAIN compartió los avances de su proyecto así como los grupos de Tarahumaras que ha conformado en función de proyectos productivos que tienen que ver con: elaboración de mermeladas de manzana y durazno, elaboración de sábanas, faldas, bufandas, pañuelos y camisas, cestería: wares de sotol, pino, palmilla, cintos, bolsas y tejidos de lana, etc.

Por otra parte, otro de los propósitos de trabajo de campo fue el de visitar museos en Creel donde se exhibe y comercializa la artesanía de Tarahumaras. Los museos Casa de las Artesanías del estado de Chihuahua y Artesanías Misión fueron objeto de trabajo etnográfico para registro de datos con técnicas de fotografía y entrevista a artesanos y coordinadores de los museos. Mediante la técnica fotográfica se registraron imágenes de más de 100 artesanías, muchas de ellas premiadas en concursos

estatales y nacionales. La fotografía como documento proporciona datos de suma importancia como el color, forma, contraste y materiales empleados entre los que destacan madera, barro, textiles, piedra, corteza de pino y otros materiales que el tarahumara extrae del entorno que le rodea bajo un parámetro de sustentabilidad, es decir, el cuidado de los recursos para evitar la sobreexplotación así como el cuidado del medio ambiente, contexto en que CEDAIN trabaja con el grupo en cuestión.

Mediante la entrevista a profundidad se extraen las experiencias del artesano y la relación simbólica de las formas con su cosmogonía, creencias y la forma en que ven a la naturaleza. Además de la experiencia con el contacto con diversas texturas rugosas y lisas y el tiempo que tardan en elaborar cada una de las piezas artesanales que por su complejidad bien puede llevarles hasta tres meses en el proceso de elaboración. Sin embargo, creemos que el consumidor no se percata del tiempo de trabajo invertido en el proceso, por ello pretendemos desarrollar videos que muestren la destreza y habilidad de los artesanos pero más importante el tiempo que transcurre desde la idea hasta el producto final.

El acceso a comunidades tarahumaras es difícil por la geografía de la región. Caminos de terracería para recorrerlos se necesita más de 5 horas para una distancia de 30 km. El estar en contacto con CEDAIN que cuentan con la infraestructura para trasladarse a esos lugares, la han puesto a disposición de los integrantes del proyecto. Tenemos planeado recorrer comunidades para registrar el proceso de producción mediante video que será útil para la

elaboración de videos que muestren la inversión de tiempo en la elaboración de la artesanía.

Se pretende otro trabajo de campo una semana antes de vacaciones de primavera (semana santa) para recorrer las comunidades. No pretendemos hacerlo en semana santa por la cuestión de que hay mucho turismo y en consecuencia saturación de hoteles y altos costos de hospedaje, pues también pretendemos mejores formas de utilización de recursos financieros para que podamos llevar a buen fin el proyecto de investigación.

### **Rutas de comercialización**

Si bien se inició el trabajo conjunto con CEDAIN en septiembre de 2012, para el 2 de noviembre y en el marco del festejo del día de muertos que la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez tradicionalmente ha organizado por más de treinta años y que dicho evento consiste en exposición de trabajos en representación de Altares y tumbas de estudiantes del programa de Diseño de Interiores, además de comercialización de productos artesanales y degustación de comida regional, se otorgó un espacio al CEDAIN en el área donde se desarrolla el festejo de día de muertos con el propósito de que comercializara artesanía Tarahumara.

Para el espacio otorgado se diseñó un proyecto de construcción de muebles de madera que estudiantes del programa de Diseño industrial desarrollaron bajo la supervisión de la maestra Angélica Judith Campos quien cursa el posgrado en Estudios y Procesos Creativos en Diseño y Arte y además integrante del proyecto en la formación de recursos humanos, pues la maestra obtendrá el grado de maestro en

función del proyecto con los Tarahumaras y que consiste en el diseño industrial de moldes para cestería de contención primaria.

De tal manera que se diseñaron muebles de madera que fueron financiados con recursos del proyecto para que CEDAIN montara la artesanía y la ofertara al público que asiste al evento. Consideramos que el CEDAIN cuente con este espacio de manera permanente no solo el 2 de noviembre sino también el 16 de septiembre que es otro de los festejos que organiza el Departamento de Diseño del Instituto de Arquitectura Diseño y Arte de la UACJ con motivo de la independencia de México. En este sentido estamos inmersos en la búsqueda de rutas de comercialización que están planteadas en el proyecto de etnias de México que agrupa a tres instituciones universitarias y que en el corto plazo se unirá el CEDAIN.

### **Formación de recursos humanos**

El interés que han mostrado estudiantes del programa de Diseño Gráfico motivó que tres ellos se hayan titulado con el proyecto de investigación. Alejandra Almezola que con el proyecto de trabajo de investigación “En la Guerra y en la Publicidad todo se vale. Guerrilla Marketing” para promocionar artesanía de los tarahumaras mediante la Publicidad de Guerrilla con un gran truco publicitario y diseño gráfico en material de vinil para representar figuras en plasta montadas en un elevador de un prestigiado y muy visitado centro comercial en Cd. Juárez.

La propuesta consistió en utilizar un jarrón de artesanía Tarahumara para promover la bebida tradicional el tesguino. En un elevador de un centro comercial de Ciudad Juárez. Las medias

del elevador son: 7.98m de altura con tres cuadrantes a lo ancho de 2.87m y cada cuadrante mide 1.33m. La estrategia se describe así: vinilo ira instalado en la parte externa del cristal adjuntándole un popote de el tope del jarrón hacia la boca de el rostro tarahumara para así darle un efecto de que el rostro esta bebiendo del jarrón como si fuera un tesguino por otro lado el rostro del tarahumara ira dentro del elevador con una medida de uno punto treinta y tres metros (1.33m) de altura por dos punto cincuenta y ocho metros (2.58m) de ancho. Los vinilos van instalados tiene un efecto de movimiento por el subir y bajar del elevador de manera que al momento de que el rostro se encuentre en la parte baja simule que esta bebiendo del jarrón y al momento de subir se encontrara separado del vinilo de la parte baja entonces al volver a bajar se percibirá como el tarahumara se va conectando con el popote para así absorber de la cerámica. Este trabajo de investigación de Alejandra responde a uno de los objetivos planteados en el proyecto y que consiste en la difusión de la artesanía Tarahumara.

Los estudiantes Marcia Santos y Jorge Castillo desarrollaron como trabajo de investigación para obtener el título de licenciado en Diseño Gráfico una “Popuesta de identidad gráfica para el desarrollo de la marca SEKATI. Dicha marca es la que emplean para los productos a partir de mermealas. Desde el Diseño Gráfico los estudiantes hicieron un análisis de la marca y concluyeron que no incluía criterios de diseño que les otorgara una identidad gráfica al producto.

La propuesta que los estudiantes realizaron es resultado de la observación de la artesanía Tarahumara que es comercializada tal y como la generan.

Visualizamos que es necesario de dotar de una identidad gráfica a los productos artesanales con el propósito de anclar al consumidor a través del diseño para que la adquiera. Además creemos que desde una pragmática, es decir la tercera de las áreas de investigación semiótica, es fundamental que exista una estética agradable entre el producto y el consumidor bajo los criterios de armonía, contraste, color, formar, etcétera. Planteamos a manera de hipótesis que un diseño profesional de envase y gráfico los objetos artesanales de los Tarahumaras se comercializarán más fluidamente entre los consumidores.

### **Las etapas del proyecto**

*El proyecto contempla dos etapas:*

La primera tiene como objetivos específicos: Documentar productos y procesos de creación, Identificar a que obedecen el diseño y las formas de elaborar la artesanía, Reconocer la tradición y su vaciado en la artesanía, Establecer la relación entre los símbolos o motivos sagrados de la cultura y las diferentes formas de los productos artesanales.

Esta primera etapa de acuerdo al cronograma de actividades corresponde de septiembre de 2012 a agosto de 2013. En agosto del año en curso entregaremos un informe de avances de la investigación al PROMEP, para luego iniciar con la segunda etapa que está planeada de septiembre de 2013 a agosto de 2014.

La segunda etapa parte del siguiente objetivo: Establecer estrategias de promoción y conservación de la identidad de las etnias (diseño de experiencias, diseño de materiales) y contempla los siguientes objetivos

específicos: Buscar y construir enlaces con instancias públicas y privadas interesadas en la difusión de la cultura, Inventivar a estudiantes de pregrado y posgrado a generar productos de promoción o de difusión de la producción artesanal, Divulgar en diferentes medios (visual, audiovisual y textual) la cultura y tradiciones de los tarahumaras, Comunicar los hallazgos y resultados del trabajo colaborativo, Proponer un proyecto a largo plazo para la difusión y comercialización de los productos indígenas, Estimular la productividad como una forma de obtención de recursos económicos y un antídoto ante la dependencia.

### **Principales resultados de investigación**

- 1.- El diseño de estrategias de promoción de la cultura indígena a través del estudio de su producción artesanal.
- 2.- La creación de una red de trabajo permitiría compartir no sólo las formas de acercamiento y experiencias con lugares, grupos y su producción, sino la forma en que se promueve de un estado a otro la riqueza cultural de la población indígena de México.

### **Conclusiones**

Este proyecto que busca diseñar identidad y marca a la artesanía Tarahumara con el propósito de dotar desde la estética elementos gráficos y simbólicos para que la artesanía sea adquirida por el consumidor para que el grupo étnico obtenga recursos económicos y no dependa de la caridad pública y privada. Consideramos que todavía hace falta trabajo de investigación, pero lo sorprendente es el interés que estudiantes de diseño gráfico e industrial así como de

la maestría en Estudios y Procesos Creativos han mostrado interés y deseo de incorporar al proyecto. Sin duda que, el proyecto también busca formación de recursos humanos tanto de pregrado como de posgrado. Ya hemos cosechado frutos pues estudiantes de Diseño Gráfico han obtenido su título de licenciado, esperamos que otros se sumen, no obstante, sin perder la esencia del proyecto que es dotar de esa identidad y diseñar rutas de comercialización de la artesanía Tarahumara y que al mismo tiempo el trabajo colegiado de docentes y estudiantes de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez y de la Universidad Autónoma de Nuevo León actúe como caja de resonancia para que estimule otros proyectos encaminados al beneficio de nuestras culturas indígenas de México.

## Referencias

Bonfil Batalla, Guillermo. 1994. *México profundo. Una civilización negada*. México. Grijalbo.

Hitze, Susana (editora). 2003. *Trueque y economía solidaria*. Argentina. Universidad Nacional de General Sarmiento.

Monárrez J, H Martínez. 2000. *Prevalencia de desnutrición en niños tarahumaras menores de cinco años en el municipio de Guachochi, Chihuahua*. Salud Pública de México. Vol. 42, Núm. 1.

Quiroz Gómez JG. 2008. *Resistencia y Dominación: Los efectos de la modernización en la Sierra Tarahumara*. Tesis de maestría. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Unidad Académica México. No Pub.