



Economía, Sociedad y Territorio
ISSN: 1405-8421
est@cmq.edu.mx
El Colegio Mexiquense, A.C.
México

Lugo-Morin, Diosey Ramón; Ramírez-Juárez, Javier; Navarro-Garza, Hermilio; Estrella-Chulim, Néstor
Gabriel

Etnocompetitividad del sistema artesanal textil Mitla, el papel del territorio y la innovación
Economía, Sociedad y Territorio, vol. VIII, núm. 28, septiembre-diciembre, 2008, pp. 981-1006
El Colegio Mexiquense, A.C.
Toluca, México

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=11102807>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

Etnocompetitividad del sistema artesanal textil Mitla, el papel del territorio y la innovación

Ethno-competition in the Mitla textile handicraft system; the role of territory and innovation

DIOSEY RAMÓN LUGO-MORIN*
JAVIER RAMÍREZ-JUÁREZ**
HERMILIO NAVARRO-GARZA***
NÉSTOR GABRIEL ESTRELLA-CHULIM****

Abstract

In this paper we analyse the textile handicraft production of the central valleys in Oaxaca, Mexico. We consider the territory as a factor that contributes to the social competition associated to the ethno-linguistic Zapotec group. We identified how tradition and cultural values give a non-tangible quality to the handicraft production. This is what we mean in this paper by social ethno-competition. It is indeed this form of competition which, in order to face the challenges of the market, has generated several technical innovations to complement and strengthen the inclusive social reproduction strategies in the family and the territory.

Keywords: territorial competition, textile handicraft, ethno-competition, innovation.

Resumen

En este artículo se analiza de forma específica la artesanía textil que se produce en los valles centrales de Oaxaca, México; considerando al territorio como un factor de competitividad social, asociado al grupo etnolingüístico zapoteco. Se logró identificar cómo la tradición y los valores culturales aportan una cualidad intangible a la producción artesanal, lo que en este estudio se denomina etnocompetitividad social; misma que, con la finalidad de hacer frente a los retos del mercado, ha generado diversas innovaciones técnicas para complementar y fortalecer las estrategias familiares y territoriales de reproducción social incluyente.

Palabras clave: competitividad territorial, artesanía textil, etnocompetitividad, innovación.

Correo-e: *morin@colpos.mx, **riavier@colpos.mx, ***hermnava@colpos.mx, ****nestrella@colpos.mx

Introducción

La artesanía en México la realiza un amplio sector social. García (1990: 201) informa que seis millones de mexicanos dependen de la producción de las artesanías, lo cual representa 28% de la población económicamente activa (PEA) y apenas aporta 0.1 del producto nacional bruto (PNB). Estas cifras, si bien no son recientes, reflejan la importancia que tiene la actividad artesanal para millones de mexicanos, especialmente para numerosas familias rurales de bajos recursos como las de campesinos e indígenas. Ésta se constituye como una actividad importante que forma parte de sus estrategias de reproducción económica y social, frente a la quiebra de las actividades agrícolas en el contexto de la globalización y el desempleo.

En el estado de Oaxaca la actividad artesanal se encuentra en ascenso asociada a una demanda creciente, entre otras, por el turismo y los valores estéticos que representa. Durante el transcurso de los años los artesanos han integrado innovaciones organizativas, técnicas y estéticas para posicionarse como sujetos sociales competitivos en los mercados, integrando un valor étnico territorial frente a la demanda. De esta manera, el presente trabajo tiene como objetivo identificar y analizar la transformación de la actividad artesanal textil, en un territorio de importante presencia campesina-indígena cuyos habitantes han experimentado para generar y adoptar diversas innovaciones, a partir de la etnocompetitividad, y evolucionar hacia unidades productivas de artesanías textiles posicionadas en el mercado.

Este proceso, en una de sus vertientes, está asociado a una estrategia emergente de competitividad social, basada en diversas acciones: *a)* la valoración de reconocimiento regional, nacional e internacional de un territorio étnico específico, el cual otorga un valor agregado a los productos obtenidos de las unidades productivas textiles locales y *b)* el papel de las innovaciones técnicas como factor que consolida el surgimiento y permanencia de un modelo de etnocompetitividad territorial.

Se considera que las expresiones e innovaciones ocurridas entre las modalidades organizativas, tecnológicas y económicas de las unidades productivas de artesanía textil, ilustran las fortalezas y oportunidades que –frente a los cambios globales– son potencialmente posibles y han logrado una estrategia específica de competitividad social, sustentada en el carácter étnico-patriomial de su cultura y territorio, lo cual permite la generación

de empleo e ingreso para amplios sectores sociales. Este proceso se puede considerar como una expresión sintética de la tendencia del proceso de globalización, al interior del cual no solamente se desregulan los mercados, sino también se generan procesos de recomposición social, económica y cultural.

Para la revisión de este planteamiento se aborda el caso de la producción artesanal textil en el municipio de San Pablo Villa de Mitla, en el cual se observa e identifica un conjunto de cambios asociados a la etnocompetitividad, en medio de una intensa competencia de textiles artesanales e industriales de producción extralocal, principalmente de Guatemala y Ecuador, que le han permitido posicionarse en los mercados y favorecer su reproducción socioeconómica y cultural.

Para describir y comprender las transformaciones locales se elaboró una formulación teórico-metodológica que pensamos contribuirá a facilitar su comprensión. Se realizó trabajo de campo utilizando la metodología cualitativa con entrevistas semiestructuradas a diversos actores del sistema artesanal textil, entre ellos artesanos, intermediarios y comerciantes, bajo un muestreo de opinión; asimismo se hizo observación participativa con la finalidad de captar y analizar la complejidad del sistema artesanal y sus potencialidades de transformación. También, se abordó el estudio de 11 unidades productivas con la finalidad de identificar algunas de sus características socioproductivas y los cambios que han hecho para posicionarse en los mercados. La información se sistematizó y analizó mediante las categorías de territorio, etnocompetitividad, artesanía, mercados y unidades productivas, lo cual permitió elaborar las tendencias y resultados descritos en este documento.

1. Territorio, artesanía y etnocompetitividad

El estudio de las artesanías comprende dos enfoques: por una parte se considera que son productos culturales generados localmente, enfatizando en su apreciación estética y su supuesto o verdadero origen tradicional (Ramírez, 1986); por otra, un perspectiva que considera que el desarrollo de la artesanía y su posicionamiento en los mercados está ligado a la valoración y reconocimiento de la competitividad, la innovación de tecnologías y las nuevas demandas que crea la modernidad, cuyos resultados provocan las síntesis de productos híbridos con ciertas características simbólicas (García, 1990: 201). Se ha demostrado que

en la producción artesanal la creciente interacción comercial con la sociedad y el mercado permite mejorar económicamente (Novelo, 1976). La aceptación de la producción artesanal en el mercado se asocia a múltiples factores, entre los que cabe destacar la heterogeneidad social, con diferentes necesidades, gustos y formas de consumir (Novelo, 2002).

Un acercamiento al binomio competitividad-mercados permite señalar un mejor posicionamiento e ingresos para las unidades que se han mercantilizado o semiindustrializado, con una clara desventaja de los productos más tradicionales (Hernández *et al.*, 2002). García Canclini discutiendo los hallazgos de Good, acerca de los pintores de amate del estado de Guerrero, señala que en la interacción con la modernidad, “han logrado una independencia floreciente que no hubieran conseguido encerrándose en sus relaciones ancestrales” (García, 1990: 220-221).

Para estudiar la artesanía, Victoria Novelo plantea abordar las relaciones sociales que permiten la producción artesanal, es decir “la manera en que los individuos, como productores, se presentan ante su objeto y sus instrumentos de trabajo; las relaciones que se entablan entre aquéllas en el proceso de producción y el producto resultante” (Novelo, 1976: 8). Esto es, se privilegia el estudio del proceso de trabajo y sus características, entre las que se encuentra el trabajo manual, el tipo de trabajo familiar o contratado, las características de los medios de producción y los mercados y se clasifican como pequeña industria rural (Cook y Binford, 1995).

Este planteamiento, si bien relevante, no aborda con suficiencia la cuestión de los factores que dinamizan la producción artesanal, además de los mercados, en particular la etnocompetitividad. La competitividad se considera como la capacidad de las empresas para soportar la lucha del mercado y de otras regiones (Porter, 1988; Müller, 1995). Sin embargo, desde una perspectiva más amplia de interés para la investigación se considera como referente el concepto de competitividad territorial, en el que un territorio adquiere este carácter si puede afrontar la competencia del mercado y garantizar al mismo tiempo la viabilidad medio-ambiental, económica, social y cultural aplicando lógicas de red y de articulación interterritorial. En otros términos, la competitividad territorial supone: 1) que se tomen en cuenta los recursos del territorio en la búsqueda de coherencia global; 2) la participación de agentes e instituciones; 3) la integración de los sectores de actividad en una lógica de innovación; 4) la coopera-

ción de los otros territorios y la articulación con las políticas regionales, nacionales y con el contexto global (Leader II, 2000).

De acuerdo con Philippe Aurier *et al.* (2005), el origen de los productos –y en particular la referencia al territorio– con el tiempo se ha consolidado como un soporte típico de diferenciación, en el sentido que la imagen aportada por la relación con el territorio se traduce como una transferencia de la imagen regional sobre los productos, aumentando así la percepción de su calidad. Los autores señalan que los productos del territorio pueden constituir una categoría cognoscitiva y caracterizar tres factores que provienen del territorio: 1) la referencia al lugar, 2) la asociación con el tiempo y la cultura y 3) la aceptación de un saber hacer. Acerca de lo anterior, en esta investigación se concluye que el impacto de tales factores sobre las *representaciones relativas a los productos del territorio* muestran que aparentemente los factores *tiempo y cultura* son los determinantes principales de calidad.

En los últimos años, el tema de la identidad territorial de los productos ha contribuido a alimentar la discusión sobre limitaciones para aceptar y promover como legítima una sola concepción para el desarrollo, teniendo en cuenta que éste no se manifiesta de la misma manera en diferentes territorios, ni con los mismos compromisos entre los actores, ni se sustenta bajo un enfoque exclusivo. Por tanto, se podría discutir la pertinencia de reconocer y valorar que frente a una especificidad cultural y territorial muy alta, como Mesoamérica o México, se generan oportunidades especiales para los productos artesanales y entre los consumidores se perciben, en el caso de Oaxaca, calidades asociadas con el territorio y la cultura local.

Promover el desarrollo con identidad territorial supone favorecer aquello que distingue a un lugar geográfico y le permite competir desde sus ventajas absolutas (únicas) o comparativas (mejores condiciones para entregar el producto o servicio). En consecuencia, la valoración y la promoción de los productos específicos permitirá a un territorio desarrollar su propia identidad (Haudry, 2003).

Una definición de productos con identidad territorial incluiría a todos aquellos bienes, servicios, información e imágenes propias de un territorio. Ejemplo de bienes pueden ser algún tipo de quesos, de servicio un grupo de músicos y de imagen un símbolo que identifique al territorio (una iglesia colonial, una manufactura industrial, un volcán). La identidad es una cualidad que hace que algo sea único, que sea distinto, distingible y a men-

do distinguido en el sentido más amplio de la palabra. En oposición, un desarrollo desprovisto de identidad supone que en todas partes se debe hacer exactamente lo mismo: la misma arquitectura, vestidos iguales, idioma único, las mismas comidas, entre otros (Haudry, 2003).

En este contexto, el rescate de un saber ancestral a menudo revalora bienes y servicios muy elementales que son estimados precisamente por su carácter limpio y orgánico (en el caso de productos agrícolas), o por su carácter *sui generis* como resultado de prácticas productivas profundamente arraigadas en algunas culturas, como es el caso de muchos productos artesanales. De acuerdo con Boissier (2001), saber *codificado* y saber *táctico* se dan la mano a través de nuevos o renovados productos. Este autor destaca que el conocimiento tácito, sea contemporáneamente adquirido en el trabajo, sea tradicionalmente transmitido vía capital cultural, está adquiriendo una importancia creciente para la competitividad y también para construir nichos de mercado con monopolio respaldado por la cultura local, como es el caso de la denominación de origen.¹

El análisis es sugerente para reconocer que la producción artesanal integra diversos factores que conforman su etnocompetitividad: la identidad territorial que les atribuye en forma generosa el turismo internacional y el nacional; la valoración de la identidad territorial y la recreación de una competitividad social que pondera su calidad étnica exclusiva histórica y culturalmente para Valles Centrales de Oaxaca-Mitla; por las características estéticas de los productos y la modalidad prácticamente artesanal del proceso productivo, sustentados por factores locales entre los que destaca el conocimiento tradicional y la creatividad; y la interacción e integración con elementos culturales extralocales, como nuevos diseños y demandas del mercado.

2. Oaxaca-Mitla, territorios etnocompetitivos y artesanía textil

El estado de Oaxaca se reconoce nacional e internacionalmente por su importante riqueza patrimonial, basada, entre otras cosas, en la diversidad de sus grupos etnolingüísticos. Se registra que un alto porcentaje de su población se dedica a la actividad

¹ La denominación de origen garantiza una relación íntima entre producto y territorio, es decir, una zona geográfica bien circunscrita, con sus características geológicas, agrarias, climáticas, así como aquellas características atribuibles mediante otras disciplinas particulares y útiles para el propósito de su tipificación (Navarro, 2005: 7).

artesanal como principal fuente de ingreso (González, 1997), en la que se ocupan 400 mil personas, de las cuales 80% son mujeres. Entre las ramas artesanales de mayor importancia se encuentran: alfarería, cerámica, textiles, artículos de piel, cestería, cuchillería, talla en madera, orfebrería, cantería y metalistería. En la producción predomina el trabajo manual, la utilización de instrumentos rudimentarios, materias primas de origen natural y la aplicación de métodos y técnicas tradicionales (Gobierno del Estado de Oaxaca, 2004).

El estado de Oaxaca mantiene una estructura económica altamente concentrada en la ciudad de Oaxaca, capital de estado y centro comercial y administrativo. En su territorio se presenta una dispersa y poco dinámica actividad económica, de acuerdo con el INEGI (2001), sólo cuatro centros tienen una población superior a 50,000 habitantes: Oaxaca de Juárez, Juchitán de Zaragoza, Salina Cruz y San Juan Bautista Tuxtepec, los cuales aca-pan la mayor parte de recursos, bienes y servicios. La concentración de las actividades económicas, su lento y asimétrico crecimiento y las vías de comunicación insuficientes limitan la articulación territorial y la integración económica.

En el año 2000 Oaxaca sólo aportó 1.5% del producto interno bruto (PIB) nacional, lo que lo ubica en el lugar 19 con un ingreso per cápita de \$ 6,339.00 (INEGI, 2002). Tiene un grado de marginación muy alto: ocupa el segundo lugar nacional, sólo después de Chiapas (Conapo, 2001). Es una entidad altamente rural, 41.09% de su población económicamente activa (PEA) ocupada se ubicaba, en el 2000, en el sector primario; 19.36% en el secundario y 37.51% en el terciario. En este contexto, en algunas poblaciones la producción artesanal tiene más importancia que la agricultura.

Según cifras estimadas a partir del padrón artesanal del Instituto Oaxaqueño de las Artesanías (2005), Valles Centrales tiene 89,680 personas dedicadas a esta actividad, las cuales equivalen a 22.42% del total estatal, cifra relevante si consideramos que esos 400 mil artesanos que viven en Oaxaca participan en el PIB estatal con un monto que equivale a 800 millones de pesos. La producción artesanal principal en los Valles Centrales es la siguiente: textil en telar de pedal, textil en telar de cintura, bordados y deshilados, cerámica (barro negro, pintada, natural sin plomo, vidriada), cestería de carrizo, hojalata, talla en madera, cuchillería, flor inmortal, totomoxtle, joyería, cerería (velas), plumería, talabartería y herrería. Se calcula que 40% de la produc-

ción artesanal es textil en sus diferentes modalidades. Diskin y Cook (1989) subrayan la importancia de este tipo de productos para la generación de ingreso y empleo de amplios sectores sociales de esta región.

En los Valles Centrales existen dos importantes puntos de producción artesanal textil: Teotitlán del Valle y San Pablo Villa de Mitla. Este último es uno de los 121 municipios que tiene la región y se caracteriza por sus elaborados textiles (rebozos, chalinas, servilletas, camisas y pantalones, huipiles –túnica prehispánicas–, manteles, cortinas, colchas y en menor proporción la elaboración de tapetes); palma (capotes, tenates –para las tortillas–, escobas y soyates –faja de palma–) y tallado en piedra.

San Pablo Villa de Mitla es una zona arqueológica prehispánica que se encuentra 43 km al oriente de la ciudad de Oaxaca, fue fundada por los zapotecas y su esplendor se dio hacia 1000-1521 d. C. La palabra Mitla es de origen náhuatl y procede del vocablo *mictlán*, que significa “Lugar de los muertos” o “Inframundo”. El sitio se ha convertido en centro de atracción turística que demanda bienes y servicios, entre ellos productos artesanales.

El antecedente de la producción artesanal se encuentra en los pueblos mesoamericanos. Alejandra de Ávila (1997a) señala que los textiles más antiguos conocidos, la talla y el decorado de madera, la escultura en piedra y la orfebrería con el diseño de joyas de gran belleza de Mesoamérica provienen de Oaxaca. Destreza que no pasó desapercibida entre los conquistadores que muy pronto la utilizaron dirigiéndola hacia la construcción de sus templos, la explotación de las minas de oro y plata, la explotación ganadera y agrícola; los talleres semifabrilares y en cuanta empresa económica y productiva se presentó en esa época (Hernández-Díaz *et al.*, 2001; De Ávila, 1997b).

El trabajo textil descansaba en el telar de cintura, cuya representación e imagen se encuentra en el *Códice Florentino* del siglo xvi y su producción era básicamente para autoconsumo. Con la conquista española se introdujo el ganado ovino y con ello se inició el trabajo con lana, utilizando la misma técnica que para trabajar el algodón, realizada por mujeres.

A partir de 1920 la producción textil artesanal se dirige paulatinamente al mercado asociado con el turismo. Esta transformación descansó en la integración –a través del comercio– de productos y materias primas entre las que se encuentran hilos, cuentas, agujas, así como productos agrícolas y forestales, con lo que se estableció un sistema eficiente de intercambio y un con-

junto de rutas para la comercialización (Parsons, 1936). Con las expectativas de un nuevo mercado, la actividad artesanal textil de Mitla toma un auge importante y tiende a diversificarse.

A partir de 1940 la producción se empieza a masificar con el uso del telar de pedal, instrumento en el que levas o pedales mueven las urdimbres (hilos que se extienden en el telar) por donde pasan las tramas (hilos que se tejen por encima o debajo de la urdimbre). Introducido por los españoles durante la conquista, este tipo de telar contribuye a mejorar el proceso, tejer más rápido y abaratar los costos de producción. Este artefacto lo llevó un norteamericano llamado Frizel, en la década citada.

Traía un telar, el norteamericano, y entonces entraron dos muchachos de acá a aprender a tejer y empezó a dar trabajo a la gente, empezó a tejer con pura lana, hacía rebozos y ahí comenzó a salir ese trabajo de la artesanía, y esos dos señores que aprendieron salieron y compraron un telar y entonces empezaron a trabajar el algodón, uno metió lana y otro algodón y así empezó la gente aquí, yo empecé a trabajar el telar como en 1965...

(Pedro, 70 años, Mitla, septiembre de 2005)

De esta manera tiende a mercantilizarse una actividad que, de acuerdo con los testimonios, se dirigía principalmente al autoconsumo, basada en el uso del telar de cintura y el trabajo femenino, para pasar a la producción para un mercado local emergente. El ascenso de la actividad artesanal textil ocasionó un cambio importante en las actividades productivas de la comunidad, las cuales originalmente se dirigían sobre todo a la agricultura y el comercio.

Hubo un tiempo en que la gente de Mitla se dedicó mucho al comercio de abarrotes y a la arriería, y por los años cuarenta y cincuenta empezaron a tener más demanda las prendas artesanales y es cuando la gente de Mitla comienza a dejar la arriería y se dedica de lleno a la producción de artesanía textil.

(Gildardo, 42 años, Mitla, septiembre de 2005)

Con el telar de pedal se comienzan a elaborar nuevas artesanías, como los rebozos de lana o algodón, y se introducen nuevos diseños y prendas en los que plasman representaciones prehispánicas como las grecas típicas de la zona arqueológica de Mitla. Hacia la década de 1970 el rebozo era la principal prenda que producían, pero también empiezan a hacer chamarras, cami-

sas, pantalones y suéteres, entre otros. Con la masificación de la actividad textil comienza un gradual crecimiento de los talleres y mayor demanda de fuerza laboral, animada por la creciente venta de suéteres de lana, asimismo se experimenta con estampados de tintes químicos y nuevos diseños.

Así, paulatinamente la actividad artesanal sufre cambios asociados con la utilización de nuevos materiales, como lana. Posteriormente, la introducción del telar de pedal permite aumentar la producción y dirigirla al mercado local, a su vez favorecido por el turismo. Este proceso trajo como consecuencia cambios en la organización de las actividades productivas del territorio, pasando del comercio a la producción artesanal textil, lo que se observa en la composición de las actividades económicas actuales: la PEA dedicada a las actividades primarias representa 21.16%, al sector secundario 43.17% y al terciario 34.62% (INEGI, 2001). La economía del municipio no descansa en las actividades agrarias pues presentan pocas opciones de ingreso, los cultivos principales son el maíz y el frijol, dirigidos al autoconsumo. De esta manera la economía se concentran en las manufacturas, especialmente en la producción textil que concentra 30.92% de la PEA y el comercio asociado al turismo con 17.98% (INEGI, 2001).

La producción artesanal es muy diversa en la ciudad de Oaxaca y en Valles Centrales, donde, en esta última región, se han logrado consolidar con una identidad local dos territorios: Teotitlán del Valle y San Pablo Villa de Mitla. La diversidad artesanal de Oaxaca tiene su antecedente en la producción textil de los grupos etnolingüísticos mesoamericanos.

La permanencia y los cambios experimentados durante el siglo XX han conllevado transformaciones de los procesos organizacionales asociados con la actividad artesanal, combinando medios de producción nuevos y tradicionales, con la integración de lana y fibras nuevas, reorganizando e innovando procesos, conservando e integrando nuevos diseños y una dinámica generacional de nuevos productos y nuevos mercados, muchos de ellos asociados *in-situ* a un turismo creciente y diversificado en sus demandas.

La etnocompetitividad tiene relaciones e impactos locales que la sustentan y transforman, por ejemplo, en un conjunto de funciones que la hacen primordial económicamente: es fuente de ingresos pues genera empleos, articula la economía local con la regional y la nacional, y sin duda también contribuye como impulsora de turismo. Se trata de una actividad de reproducción cultural basada en una producción textil ancestral, pero también

modernizada que al insertarse en el mercado se ha transformado. Socialmente articula redes para la comercialización que en el ámbito local se concentra en un mercado artesanal y en una red de tiendas de cobertura territorial.

3. Los mercados y la artesanía textil

El incremento de la producción artesanal por la demanda en el mercado ha ocasionado cambios en la especialización de la producción, la introducción de innovaciones, e incluso la quiebra económica de ciertas unidades productivas por la competencia. Como se señaló, inicialmente la producción artesanal estaba dirigida al mercado local, pero cada vez más tiende a expandirse comercialmente con diversas consecuencias.

Entre los elementos que han alterado la producción comercial típica y artesanal se identifican la comercialización extralocal, la desregulación del comercio en 1994 con el inicio del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) y la formación de redes sociales para la comercialización. El primer elemento se encuentra asociado con el comercio extralocal de la producción de suéter de lana, el cual se vendía a comerciantes de Santa Ana Chiautempan, Tlaxcala, con una amplia demanda que ocasionó cierta especialización de la producción local durante varios años. Sin embargo, los compradores eran productores y comerciantes regionales de prendas textiles, pero no con la técnica para la producción del suéter, por lo que en su momento procuraron y lograron conocerla y utilizarla para una producción propia. Finalmente, al adquirirla terminaron sus relaciones comerciales con Mitla, lo que posteriormente ocasionó transformaciones y cambios organizacionales para adecuarse a las nuevas circunstancias.

Hubo un tiempo en que se produjo el suéter de lana que comenzó a tener mucha demanda por otros lugares y todo el pueblo de Mitla empezó a hacer suéter, venían carros de seis toneladas de Puebla a acaparar todas las prendas, pero no faltó uno de los paisanos que les enseñó la técnica a los de Tlaxcala y fue cuando ellos empezaron a producir el suéter allá y ya no había necesidad de venir a Mitla a comprar. Ahora ya se invirtió la cosa porque ellos vienen a vender las prendas acá, en Mitla.

(Gildardo, 42 años, Mitla, septiembre de 2005)

La difusión del conocimiento entre localidades no se da por la cercanía, sino por la interacción comercial, lo cual ocasionó en el centro difusor la desarticulación de las actividades productivas y en el receptor la consolidación de la producción del suéter.

El segundo factor fue la liberalización del comercio con la entrada en vigor del TLCAN y, en cierta forma, el consecuente tráfico de productos textiles importados de Guatemala y Ecuador presentados como artesanía local a bajos precios, que ocasionaron la quiebra económica de numerosas unidades productivas. Este proceso implicó la existencia de agentes locales, comerciantes e intermediarios dispuestos a integrarse a la venta de productos, en particular la producción de dichos países de camisas, pantalones, vestidos, faldas, chalecos, bolsas y rebozos por debajo de los precios locales, mientras de China se obtiene manta a bajos precios.

El surgimiento de un sector especializado en la comercialización, a partir de la década de 1990, señala la creciente división del trabajo en la actividad textil artesanal y su dependencia creciente del mercado. Los comerciantes mezclan los productos que elaboran artesanos locales con los textiles importados, lo cual es favorable para ellos pues los adquieren a un precio muy por debajo de los que se producen en el municipio, promoviendo la falsa artesanía.

Las fuentes tempranas novohispanas nos indican que muchas características del comercio indígena prehispánico se asimilaron en la época de la Colonia. Así, encontramos continuidad en las rutas y en sus implicaciones socioculturales al considerar a los mercados indígenas no sólo en su aspecto económico sino como nexo social entre etnias, lenguas y culturas. Continuidad que se enriqueció con nuevas rutas y con las nuevas mercancías del mundo no indígena asimiladas por las comunidades (Sánchez, 1999).

Este hecho explica cómo desde hace más de una década el mercado textil de Mitla comercializa textiles guatemaltecos, práctica que se relaciona con las largas peregrinaciones que realizaban los mitleños a Guatemala por motivos religiosos y a su regreso llevaban consigo productos textiles de Guatemala. Pero con la entrada en vigencia del TLCAN los volúmenes de producción aumentaron y se sumaron otros países como Ecuador y China.

En cuanto a la formación de redes sociales para la comercialización, se trata de una respuesta de los artesanos o productores textiles a la intermediación en busca de mercados alternati-

vos, proceso asociado a la crisis económica de 1995 y la profundización de la migración.

Yo tenía mis telares y empecé a moverlos de nuevo, tenía tres debajo de una sombra hecha de láminas. Fui con el mismo patrón que me compraba y le dije que comenzáramos de nuevo, pero de repente la materia prima empezó a subir de precio, el doble, y no salía pues, ya no le ganabas nada, entonces el comprador ya no podía comprármelo más caro. Le dije a mi esposa, vamos a venderlo y salí a venderlo a Oaxaca y sí se vendía pero lo malo es que era puro fiado, me daban un poco y me quedaban a deber hasta la otra semana pero no me quedaba otra más que aceptarlo. Nunca te pagaban todo completo y el que me compraba mucho ahora me pedía poca mercancía, y no salía y como él lo revendía tampoco le salía. Pues ni modo, me dije, entonces yo tenía un hermano en cabo San Lucas y familiares en Puerto Vallarta y a ellos se los mandaba...

(Roberto, 44 años, Mitla, septiembre de 2005)

El comercio extralocal se va construyendo mediante una red social animada por el parentesco y la solidaridad que permite la comercialización, lo cual genera demanda y la reactivación de la producción local. Esta red de comercialización rebasa el ámbito nacional, como lo señala en siguiente testimonio.

Una parte de la población se va a Estados Unidos, la mayoría está en Seattle, otros en Los Ángeles, otros en Carolina del Norte y en la misma República Mexicana muchos viven en Puerto Vallarta, Mazatlán, Cancún, Ixtapa, Veracruz, en el Distrito Federal. La gente de Mitla de alguna manera es muy atrevida, yo mismo comencé a viajar después de que ya no trabajaba los telares y empecé a comercializar la ropa que hacíamos aquí, la llevaba a Acapulco, Cancún y ahí se vende muy bien y también en Cabo San Lucas.

(Antonio, 32 años, Mitla, septiembre de 2005)

El transporte de artesanía se ve favorecido por las vías de comunicación terrestre y aérea, bajo la modalidad de paquetería con pago a destino que ofrecen varias compañías, y que hoy están presentes en Mitla. Los artesanos han creado una red de comercio que cubre destinos turísticos importantes, sobre la base de las relaciones familiares de parentesco y solidaridad, rompiendo los límites locales. También han establecido conexiones con tiendas especializadas para colocar sus prendas.

Estas nuevas áreas de comercio provocan a su vez la especialización de la producción de acuerdo con su destino, por ejemplo,

en los ámbitos local y regional (mercado artesanal Benito Juárez de Oaxaca) se orienta hacia los rebozos, mientras que en el nacional (Puerto Vallarta) se dirige a las camisas, cuyas ventas en ambos casos se relaciona con los ciclos vacacionales de los turistas.

El turismo y un mercado creciente han favorecido el incremento de la producción artesanal territorial, lo que contribuye a su valor etnocompetitivo. El crecimiento de la demanda artesanal ha ocasionado cambios en la especialización de la producción, la introducción de innovaciones y cambios organizativos en los procesos productivos y en las redes de comercialización. Se identifican como factores externos específicos que han ocasionado transformaciones internas: la desregulación del comercio en 1994 con el inicio del TLCAN, la dinámica de comercialización extralocal y la formación de redes sociales de comercialización.

Las relaciones de mercado tienden a subordinar la dinámica productiva, a establecer una forma de organización productiva con la división del trabajo y la especialización, así como a provocar su quiebra económica. Estas características son similares a cualquier unidad productiva de régimen capitalista. Sin embargo, lo notable del comportamiento social y económico es la capacidad de respuesta de los artesanos para reiniciar procesos de inserción en el mercado y no desaparecer, a través de integrar redes sociales de comercialización que constituyen un componente central de la competitividad territorial.

4. Las innovaciones artesanales

La segunda respuesta de los artesanos para entrar en el mercado es la innovación. En la actualidad casi se ha suprimido el uso de la lana, quedando sólo el algodón como materia prima y la incorporación reciente de materiales de fibras sintéticas. En las últimas dos décadas, las unidades artesanales han diversificado sus productos con mejoras notables en su presentación final. La producción se orienta a camisas, vestidos, blusas, pantalones y se comienzan a producir cortinas, rebozos y servilletas.

En la última década las mejoras que introdujeron son materia prima de primera calidad, costura y tejidos más cuidados, la utilización de peines más cerrados, del número 30 al 40, con los que se obtiene una mejor la calidad en el tejido y la retención en el rollo de tela. También han mejorado la presentación de las camisas y pantalones, en el caso de las primeras experimentan haciéndoles diferentes tipos de cuellos y en cuanto a los pantalo-

nes ahora los hacen de vestir, a los rebozos le incorporan nuevos estampados y tejidos, producto de su creatividad e invención como el tejido de galleta, cocol y nochebuena, lo cual constituye un elemento de identificación y presentación en el mercado.

Las personas de Mitla crean su propio estilo, desde la forma hasta el bordado son específicos de cada artesano, por ejemplo, nosotros tenemos nuestro propio estilo de producción y ése lo vendemos aquí y mandamos para Vallarta, aunque han venido de otros estados, como Colima y el Distrito Federal, y nos han comprado.

(Gildardo, 42 años, Mitla, septiembre de 2005)

La familia se convierte en el espacio de aprendizaje e innovación, que inicia desde la niñez al involucrarlos en el trabajo del taller artesanal, el cual va adquiriendo su propia fama y prestigio de acuerdo con la calidad, creatividad y estilos de las artesanías. Las innovaciones se dirigen a una mayor calidad del producto, pero también a los estilos y creaciones gestadas en las unidades productivas que constituyen un conocimiento propio que se preserva como un elemento que las identifica pero también las posiciona en el mercado. El conocimiento es un patrimonio que conservan y reproducen estableciendo límites a su difusión, pues desde su perspectiva la enseñanza o capacitación de personas diferentes a los miembros de la familia puede ocasionar pérdidas y competencia.

Yo empecé a enseñar como en el 68-70. Venían muchos porque yo tenía seis telares y cada sábado venían a hacer puntas y duraban mucho tiempo, por lo menos trabajaban unos cinco años conmigo y después venían otros. Algunos seguían trabajando en los telares aquí y compraban sus propios telares, otros se iban a los Estados Unidos y es competencia porque son los que dan barato. Por eso ahora hay gente que no quiere enseñar, porque al aprender echan a perder tela, las prendas salen defectuosas y ellos no pierden nada, al contrario, se les paga. Ahora se le da trabajo al que sabe y el que no pues no trabaja.

(Pedro, 70 años, Mitla, septiembre de 2005)

La difusión del conocimiento de la producción textil es un factor que dinamiza la economía y la producción y se ha extendido a otras comunidades, por ejemplo, desde 1970 y finales de 1990 a través de la capacitación de mestizos de la agencia municipal de Xaaga y los mixes. Los primeros actualmente se encuentran con una producción sostenida dirigida a los mercados loca-

les, los segundos están en un lento y gradual crecimiento de la actividad artesanal textil de muy buena calidad; la localidad más importante es Tlahui Tontepek.

El conocimiento local es el impulsor de la actividad artesanal textil y ha marcado su tradición en las últimas seis décadas, constituyéndose en un patrimonio para dinamizar la economía, generar empleo e ingresos. Pero la tradición textil de Mitla no inicia con la llegada del telar de pedal, pues su antecedente es una producción para el autoconsumo con el mismo principio de entrecruzado de hilos pero con herramientas más rudimentarias, como lo fue el telar de cintura.

El conocimiento local textil que poseen los artesanos de Mitla no sólo ha sido el motor principal impulsor de la economía local, sino el elemento que favoreció la valoración de elementos patrimoniales heredados y recreados de generación en generación, que ha posibilitado la reproducción y la innovación de su riqueza cultural.

El paso de la producción para autoconsumo a una para mercado invariablemente modifica los criterios estéticos y de calidad que han cambiando de acuerdo con las dinámicas del mercado. La diversidad de productos en el mercado de diferentes orígenes, la producción industrial y la integración de materiales sintéticos, como sucedió recientemente, desdibuja el proceso local, pero el factor que las identifica y distingue es su diseño y valor estético con la posibilidad de venta entre segmentos sociales de la población y el turismo que los valora y las adquiere, lo que vuelve especialmente valiosa la capacidad de innovación y creatividad de los artesanos.

5. Características sociales y productivas de las unidades productivas textiles

Las unidades productivas de artesanía textil organizan el trabajo a partir de la unidad doméstica campesina e indígena, donde se desempeña la multiactividad como estrategia de reproducción, entre éstas la artesanía, el comercio, la agricultura y la migración. Sin embargo, en los últimos años un sector importante ha venido incorporando en forma creciente la contratación de fuerza de trabajo sobre la base de un mayor número de telares por unidad productiva e incremento de la demanda. De acuerdo con estimaciones de productores locales, pues no existe censo al res-

pecto, existen alrededor de 300 unidades de producción textil, las cuales llegan a tener de uno a diez telares de pedal.

En general los medios de producción de que disponen, independientemente del tamaño del taller, son: telares de pedal y muy escasamente telares de cintura, máquinas de coser, una urdidora y una redina. La materia prima la suministran proveedores locales, sobre todo para los pequeños talleres, la cual adquieren, a su vez, con proveedores en los estados de Puebla, Tlaxcala y Estado de México.

La división del trabajo en las unidades productivas ha cambiado en las últimas dos décadas, considerando que los hombres además de la actividad del tejido se han involucrado en la costura, trabajo que antes sólo hacían mujeres. Por su parte, los niños se dedican a llenar las canillas que se usan en el proceso de tejido.

Esta reorganización productiva se relaciona con el incremento de la demanda, que permite mantener la producción textil alrededor de 10 meses al año, demandando no sólo fuerza laboral de toda la familia, sino también para contratarla, en especial aquéllas unidades artesanales familiares que han evolucionado a pequeños talleres.

La producción textil está diferenciada de acuerdo con la temporada: en los meses de noviembre a agosto se presenta una demanda fuerte, pero durante septiembre y octubre disminuye considerablemente, sin duda asociada a los ciclos del turismo. Esto ocasiona el cierre temporal de los talleres más pequeños, con uno o dos telares, obligando a sus miembros a integrarse como trabajadores en las unidades con mayor capacidad productiva, por el número de telares disponibles. Con esto, los pequeños talleres logran algunos ingresos que les permiten mantenerse y ahorrar un pequeño capital para iniciar nuevamente sus labores artesanales hacia finales de octubre.

La familia ha sido y es la base de la organización productiva textil, considerando que en su seno se gestiona y recrea el proceso de organización productiva, se adoptan innovaciones y estilos y se transmite el conocimiento, todo lo cual se convierte en un factor de etnocapacidad, mantenido en cierta forma como un patrimonio familiar y de prestigio de la unidad productiva. Asimismo, a partir de la familia se organiza la comercialización de la producción textil, enfrentándose y llegando a acuerdos frente a la competencia entre los productores, en la búsqueda de mejores ingresos o beneficios, principalmente para las unidades familiares.

Hay mucho egoísmo por la fuerte competencia que existe en el mercado, cada quien quiere ganar más campo de venta, entonces, por alguna razón, cuando alguien produce cierto tipo de ropa o modelo y ven que se está vendiendo, todo mundo quiere hacerlo y como no existe ninguna patente ni nada, están libres para hacerlo. Así, cuando se empieza a producir se debe cuidar con mucho celo el tipo de prenda que están sacando, pero no dura mucho porque como sea la competencia empieza a producirla.

(Gildardo, 42 años, Mitla, septiembre de 2005)

Este comportamiento, muy cercano a un modelo de racionalidad estratégica, limita la cooperación entre los artesanos para emprender acciones de colaboración y solidaridad, con fines explícitos para promover y consolidar una organización gremial territorial.

Por otra parte, la comercialización de la artesanía comprende varios circuitos y agentes sociales que establecen relaciones de cooperación, negociación y subordinación: *a)* la red de comercialización que establecen los artesanos con familiares que residen a lo largo de la costa mexicana, *b)* la red de comercialización local y venta directa en los mercados artesanales de Tule, Oaxaca, Mitla, Tlacolula y Teotitlan y *c)* la venta a intermediarios por pedidos específicos donde están presentes relaciones de negociación y subordinación.

Este conjunto de elementos y relaciones moldea el funcionamiento de las unidades productivas, las cuales asumen ciertas características sociales y económicas, entre ellas el número de telares, su presencia en los mercados, la contratación de fuerza de trabajo y los ingresos económicos derivados de la actividad artesanal, como se observa en el cuadro 1.

En general, las unidades productivas que descansan en la fuerza laboral familiar poseen menos telares de pedal que las que contratan empleados, a excepción de la unidad 9, donde se observa una variación de los ingresos de \$ 6,000.00 a \$ 30,000.00. Probablemente entre los factores de diferenciación de las unidades productivas se encuentre el número de telares, la disponibilidad de fuerza de trabajo contratada o familiar y con ello el volumen de producción.

Estas unidades han evolucionado durante los últimos 12 años con la incorporación de nuevas técnicas y diseños, influenciados por el mercado y la creatividad de los miembros de la unidad familiar. Estos elementos impactaron de manera contradictoria la producción textil: por una parte el quiebre económico de al-

Cuadro 1
Características productivas e ingresos económicos de las
unidades productivas textiles

<i>Unidades productivas</i>	<i>Número de telares</i>	<i>Contrata fuerza</i>	<i>Presencia en los mercados</i>	<i>Ingresos brutos (pesos/mes)</i>	
			<i>Local</i>	<i>Regional</i>	<i>Nacional</i>
1	5	No	Sí	Sí	30,000.00
2	7	Sí	Sí	Sí	28,000.00
3	5	Sí	Sí	No	20,000.00
4	5	Sí	Sí	Sí	20,000.00
5	5	Sí	Sí	No	15,000.00
6	3	No	Sí	Sí	13,000.00
7	3	No	Sí	Sí	13,000.00
8	3	Sí	Sí	No	12,000.00
9	4	Sí	Sí	Sí	8,000.00
10	1	No	Sí	No	6,600.00
11	3	Sí	Sí	No	6,000.00

Fuente: Elaboración propia.

gunas, pero también su recomposición, reinserción y diversificación de los mercados, con un aumento en sus ingresos. Así, diez unidades incrementaron sus ingresos cuando incorporaron nuevos diseños a sus productos.

Los diseños artesanales que han incorporado son: tejidos no-chebúena 73%, cocol 55%, cocol combinado con pepenado 46%, deshilado 36% y galleta 18%. La principal ventaja obtenida es la exclusividad en el diseño y el incremento en sus ingresos (entre 10 y 30%). Asimismo han incluido técnicas que les permiten reducir los costos de producción de 5% hasta 15%. Entre los principales productos textiles con incorporación de nuevos diseños destacan los rebozos, camisas, servilletas, chalinas y cortinas, posicionándose en los mercados artesanales de Oaxaca, Mitla y Puerto Vallarta.

Los resultados permiten concluir que en un lapso de 10 años las unidades domésticas campesinas-indígenas, e incluso algunas emergentes de mestizos, en Mitla lograron diversificar sus productos textiles e incrementaron sus ingresos cuando mejoraron aspectos del proceso productivo y generaron nuevos diseños, posicionándose y ampliado su presencia en los mercados. Este proceso descansa en el conocimiento local para procesar y crear nuevos diseños y mejoras técnicas en el proceso productivo, pues la base de medios productivos, principalmente del telar de pedal, se ha mantenido desde su introducción en el municipio de San Pablo Villa de Mitla.

Con las innovaciones destaca la capacidad de respuesta y cambio que generaron los artesanos en la producción, asociando a la capacidad típica campesino-indígena que desarrollan un patrón de multiactividad como base de estrategias específicas de reproducción –a partir de sus recursos y medios– para reorganizarse, innovar e insertarse en diversos mercados mediante el desarrollo y dinamismo de redes sociales.

De esta manera, la etnocompetitividad está asociada no sólo a la competitividad social, sino también, en forma dinámica y compleja, a diversos factores temporales y territoriales como la reorganización de la división del trabajo, la búsqueda de mejoras en la productividad, las innovaciones en diseños, materias primas, procesos y productos, entre otros.

Es importante destacar la visión incluyente de lo local en un mercado dinámico y global. Sin embargo, la insuficiencia de iniciativas integradoras desde la perspectiva gremial y de las redes sociales se consideran necesarias para aprovechar las oportunidades etnocompetitivas y su consecuente valoración como componente de una estrategia pertinente para el desarrollo social.

Conclusiones

Este análisis permite reconocer que la producción artesanal en Mitla, Oaxaca, ha integrado diversos factores que conforman una etnocompetitividad funcional. Dicha etnocompetitividad se analiza a través de la permanencia y consolidación de una identidad territorial, atribuida en forma sistemática y generosa por el turismo tanto internacional como nacional; la valoración de la identidad territorial y la recreación de una competitividad social por las características estéticas de los productos artesanales y la modalidad prácticamente artesanal del proceso productivo; la combinación de factores locales entre los que destaca el conocimiento tradicional y la creatividad; en interacción e integración con elementos culturales extralocales como nuevos diseños y demandas del mercado.

La etnocompetitividad tiene relaciones e impactos locales que la sustentan y transforman, por ejemplo, en un conjunto de funciones que la hacen primordial en lo económico y local, la generación de empleos, la dinamización de la economía territorial y la creación de redes sociales para la comercialización. El crecimiento de la demanda artesanal ocasionó cambios en la especialización de la producción, la introducción de innovaciones y cam-

bios organizativos en los procesos productivos y en las redes de comercialización.

Los resultados sugieren considerar que el análisis y comprensión son limitados debido a la compleja dinámica de diversos factores temporales y territoriales como: la reorganización de la división del trabajo, la búsqueda de mejoras en la productividad, las innovaciones en diseños, materias primas, procesos, productos, la visión incluyente de lo local, así como la insuficiencia de iniciativas integradoras desde la perspectiva gremial y de las redes sociales, las cuales se consideran estratégicamente necesarias para aprovechar las oportunidades etnocompetitivas, entre otros.

Bibliografía

Aurier, Philippe, Fatiha Fort y Lucie Sirieix (2005), “Exploring terroir product meaning for the consumer”, *Anthropology of Food*, 4, <http://edition.cens.cnrs.fr/revue/aofood/2005/v/n4/011357ar.html>, 15 de enero de 2007.

Ávila, Alejandra de (1997a), “Un huipil colorado: tiempos del textil oaxaqueño”, en Margarita Dalton, Verónica Loera y Chávez Castro (coords.), *Historia del arte de Oaxaca*, Gobierno del Estado de Oaxaca-Instituto Oaxaqueño de las Culturas, México, pp. 60-90.

Ávila, Alejandra de (1997b), “Los textiles de Oaxaca en contexto”, en Kathryn Klein (ed.), *El hilo continuo: la conservación de las tradiciones textiles de Oaxaca*, The Getty Conservation Institute-Fomento Cultural Banamex, México, pp. 42-55.

Boisier, Sergio (2001), “Sociedad del conocimiento, conocimiento social y gestión territorial”, Pontificia Universidad Católica de Chile, Santiago, 35 pp., www.bcn.cl/.../documentos_pdf.2006-11-08.6496403228/archivos_pdf.2006-11-15.6650005425/archivo1/baja_archivo, 10 de diciembre de 2006.

Conapo (Consejo Nacional de Población) (2001), *Índices de Marginación 2000*, Conapo, México.

Cook, Scott y Leigh Binford (1995), *La necesidad obliga. La pequeña industria rural en el capitalismo mexicano*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México.

Diskin, Martin y Scout Cook (1989), *Mercados de Oaxaca*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes-Instituto Nacional Indigenista, México.

García, Néstor (1990), *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, Grijalbo, México.

Gobierno del Estado de Oaxaca (2004). *Plan Estatal de Desarrollo Sustentable 2004-2010*, Gobierno del Estado de Oaxaca, México.

González, Luz María (1997), *Crónicas diversas de artesanos oaxaqueños*, Instituto Oaxaqueño de las Culturas, México.

Haudry, Roberto (2003), “Productos con identidad territorial”, Foro Nacional de Políticas de Estado para el Desarrollo Rural, Lacatunga, Ecuador, Fidaamérica, www.rimisp.org/getdoc.php?docid=6503, 15 de febrero de 2006.

Hernández, José de la Paz, María Luisa Domínguez-Hernández y Areli Orquídea Ramos-Sánchez (2002), “Canales de distribución y competitividad en artesanías”, *Espiral*, Revista de la Universidad de Guadalajara, 25, México, pp. 143-164.

Hernández-Díaz, Jorge, Gloria Zafra, Thelma Ortiz y Alfonso Hernández (2001), *Artesanías y artesanos en Oaxaca. Innovaciones de la tradición*, Instituto Estatal de Educación Pública de Oaxaca, México.

INEGI (Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática) (2001), *xii Censo General de Población y Vivienda 2000*, INEGI, México.

INEGI (Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática) (2002), *Sistema de Cuentas Nacionales de México. Producto Interno Bruto por entidad federativa, 1993-2000*, INEGI, México.

Instituto Oaxaqueño de las Artesanías (2005), *Diagnóstico del sector artesanal*, Dirección de Investigación y Desarrollo Artesanal, México.

LEADER II (2000), “La competitividad social. Construir una estrategia de desarrollo territorial con base en la experiencia de leader”, *Cuadernos de la Innovación*, 6, fasc. 2, Observatorio Europeo LEADER, <http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rural-es/biblio/com-soc/contents.htm>, 15 de enero de 2006.

Müller, Geraldo (1995), “El caleidoscopio de la competitividad”, *Revista de la CEPAL*, 56, Santiago de Chile, pp. 137-148.

Navarro, Hermilio (2005), “La protección comercial de ‘Cotija’ mediante las marcas, la certificación agroecológica y la denominación de origen: opciones para el desarrollo territorial y patrimonial”, documento de trabajo, Colegio de Postgraduados, México.

Novelo, Victoria (1976), *Artesanías y capitalismo en México*, Instituto Nacional de Antropología e Historia, México.

Novelo, Victoria (2002), “Ser indio, artista y artesano en México”, *Espiral*, Revista de la Universidad de Guadalajara, 25, México, pp. 165-178.

Parsons, Elsie (1936), *Mitla town of the souls and other zapoteco-speaking pueblos de Oaxaca, Mexico*, University of Chicago Press, Chicago, Estados Unidos.

Porter, Michel (1988), *Estrategia competitiva. Técnica para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*, Continental, México.

Ramírez, Luis (1986), *Chilchota: un pueblo al pie de la sierra*, Colegio de Michoacán-Gobierno del Estado de Michoacán, México.

Sánchez, Carlos (1999), “El comercio indígena en Oaxaca entre colonia y república”, *América Latina en la Historia Eco-*

nómica, Revista de Fuentes e Investigación, 12, Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora, México, pp. 71-84.

Recibido: 24 de enero de 2006.

Reenviado: 14 de mayo de 2007.

Liberado: 16 de enero de 2008.

Diosey Ramón Lugo-Morin. Es estudiante de doctorado en el Colegio de Postgrados, Campus Puebla; hizo la licenciatura en la Universidad Central de Venezuela, donde obtuvo el grado de ingeniero agrónomo en la especialidad de desarrollo rural; tiene una maestría en ciencias por el Colegio de Postgrados. Actualmente es candidato en el Sistema Nacional de Investigadores de Venezuela (PPI) y miembro investigador de la Red Venezolana de Conocimiento Económico del Banco Central de Venezuela. Su línea de investigación actual son las dinámicas productivas locales. Recientemente obtuvo el Premio Nacional de Investigación Laboral 2006 (2º). Entre sus publicaciones destacan: “Una reflexión teórica al desarrollo de líneas de acción estratégicas orientadas al campesinado mexicano actual”, *Mad*, 16, Universidad de Chile, Santiago de Chile, pp. 35-46 (2007); “Evaluación del riesgo agroambiental de los suelos de las comunidades indígenas del estado Anzoátegui, Venezuela”, *Ecosistemas. Revista científica y técnica de ecología y medio ambiente*, año XVI, 1, Asociación Española de Ecología Terrestre, pp 59-69 (2007); “Aves de caza del grupo indígena Eñepa de Guaniamo, Venezuela”, *Ecosistemas: Revista científica y técnica de ecología y medio ambiente*, año XVI, 2, Asociación Española de Ecología Terrestre, pp. 91-102 (2007); “Economía indígena y estrategias de reproducción del grupo indígena Warao. Cayapa”, *Revista Venezolana de Economía Social*, VII(13), Universidad de Los Andes, Venezuela, pp. 59-75 (2007).

Javier Ramírez-Juárez. Es doctor y maestro en ciencias agrícolas por el Colegio de Postgrados; hizo estudios de licenciatura en la Universidad Autónoma Chapingo (UACH). Actualmente es investigador nivel II en el Sistema Nacional de Investigadores (SNI) y líder de la línea de investigación desarrollo rural sustentable del Colegio de Postgrados. Sus líneas de investigación actuales son: sujetos sociales en el desarrollo rural territorial, rurali-

dad y campesinado. Entre sus publicaciones destacan: “El sistema de usos y costumbres bajo el poder económico y político local en Matatlán Oaxaca”, en J. Hernández (coord.), *Ciudadanías diferenciadas en un estado multicultural*, México, Siglo XXI, pp. 131-150 (2007); “Territorialidad y conflicto por el agua en Axocopan, Atlixco”, en V. Vázquez, D. Soares, A. de la Rosa y A. Serrano (coords.), *Gestión y cultura del agua*, Instituto Mexicano de Tecnología del Agua-Colegio de Postgraduados, México, pp. 169-192 (2006); “Lógica socioeconómica regional y pobreza rural: la ruralidad en el Valle de Puebla y la cordillera del Tentzo, México”, en J. Luzón y Ch. Stadel (coords.), *Transformaciones regionales y urbanas en Europa y América Latina*, Universidad de Barcelona, Barcelona, pp. 209-219 (2003).

Hermilio Navarro Garza. Es doctor-ingeniero por el Instituto Nacional Agronómico París-Grignon (1984), donde también obtuvo el master con especialización en agricultura orgánica (1980). Hizo la maestría en ciencias en el Colegio de Postgraduados (1978) y la licenciatura en la Escuela Nacional de Agricultura Chapingo (1972). Actualmente es miembro del Sistema Nacional de Investigadores, nivel I, asimismo es representante académico del Instituto de Socioeconomía, Estadística e Informática ante el Conacyt-Padrón Nacional de Posgrado y profesor-investigador titular en el Campus Montecillo del Colegio de Postgraduados. El consorcio de cuatro universidades europeas, en el marco de la red Erasmus-Mundus lo invitó como profesor de la maestría internacional en desarrollo rural (IMRD) durante un cuatrimestre en 2005. Los últimos 15 años ha coordinado la Red Mesoamericana para el Desarrollo de la Agricultura Regional (Remidar) y el grupo de investigación enfocado a las transformaciones territoriales de las agriculturas urbana/periurbana: recursos y organización. Entre sus publicaciones recientes se encuentran: “Transformations urbaines-rurales, ressources et agriculture périurbaine”, VRM, Réseau Universitaire d’Études Urbaines et Régionales, <http://www.vrm.ca/> (2006); “Transformations in periurban agriculture: case study in the north and northeast of the Metropolitan zone of the Valle de México”, memoria, European Research and Action Network on Intra or Periurban Agricultural Space, Fiordo, S.r.l., Milán, pp. 55-62 (2005); “Evaluación de cinco especies vegetales como cultivos de cobertura en Valles Altos de México”, *Revista Fitotecnia Mexicana*, 30(2), Sociedad Mexicana de Filogenética, A.C., México, pp. 151-157 (2007); *Agri-*

cultura campesina-indígena, patrimonio y desarrollo agroecológico territorial, Diamante, México (2004).

Néstor Estrella-Chulim. Es PhD. del Departamento de Agronomía de la Universidad del Estado de Iowa, Estados Unidos. Hizo la licenciatura en la Escuela Nacional de Agricultura de Chapingo, donde obtuvo el grado de ingeniero agrónomo, y la maestría en ciencias en el Colegio de Postgraduados de Chapingo. Actualmente es profesor-investigador adjunto del Colegio de Postgraduados, Campus Puebla. Coordina el comité de publicaciones del campus y un programa de doctorado conjunto entre el Colegio de Postgraduados y la Universidad Politécnica de Madrid. Sus líneas de investigación-docencia-vinculación son: sistemas complejos, contaminación ambiental, métodos de indagación y divulgación del conocimiento. Entre sus publicaciones más recientes destacan: *Enfoques de la pobreza rural en México*, LunaArena, México (2007); “Escuelas de campo y adopción de ecológica agrícola”, *Ecosistemas. Revista científica y técnica de ecología y medio ambiente*, año XVII, 2, Asociación Española de Ecología Terrestre, Madrid, pp. 94-102 (2008); “Evolución y efectos en la concesión del agua subterránea en una entidad del altiplano mexicano”, en N. Amaya, y M. García (comps.), *Gestión integrada de los recursos hídricos*, Universidad Externado, Colombia (2008).