



Revista Pueblos y Fronteras Digital

ISSN: 1870-4115

pueblosyfronteras@correo.unam.mx

Universidad Nacional Autónoma de México

México

Moctezuma Yano, Patricia
LA MUJER EN LA ALFARERÍA DE TLAYACAPAN, MORELOS: RETROSPECTIVA ETNOGRÁFICA
DE UN OFICIO

Revista Pueblos y Fronteras Digital, vol. 6, núm. 9, junio-noviembre, 2010, pp. 223-246

Universidad Nacional Autónoma de México

Distrito Federal, México

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90616141009>

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

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

LA MUJER EN LA ALFARERÍA DE TLAYACAPAN, MORELOS:
RETROSPECTIVA ETNOGRÁFICA DE UN OFICIO

Patricia Moctezuma Yano
moctezumapaty@hotmail.com

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS,
MÉXICO

RESUMEN

El presente avance etnográfico sobre la apertura de espacios laborales para hombres y mujeres en Tlayacapan tiene por objetivo dar a conocer la valoración cultural y económica de la alfarería entre las nuevas generaciones. Se analiza el impacto que ha tenido la introducción de figuras de ornato en la diversificación productiva y comercial de la entidad básicamente en dos procesos laborales de gran trascendencia: 1) las nuevas formas de inserción laboral femenina, y 2) el taller-tienda como forma organizativa innovadora de perfilar la producción alfarera hacia el futuro.

Palabras clave: inserción laboral femenina, eslabones productivos, diversificación económica.

ABSTRACT

The objective of this preliminary ethnographic paper on the expansion of labor opportunities for men and women in Tlayacapan is to present the cultural and economic valuation of pottery making among new generations. I analyze the impact from the introduction of decorative figures in productive and commercial diversification in the locality, on basically two highly important labor processes: 1) new forms of women's labor insertion, and 2) the workshop-store as an innovative organizational form for pottery production in the future.

Key words: women labor insertion, productive links, economic diversification.

INTRODUCCIÓN

El oficio alfarero en Tlayacapan, Morelos, se reconoce como una actividad eminentemente masculina. Sin embargo, la historia nos da testimonio de la participación femenina. Es a partir del año 2000 cuando aparece la mujer en el escenario productivo artesanal bajo tres opciones, a saber: 1) vendedora, 2) empleada en taller, y 3) dueña de taller.

Estas modalidades de inserción laboral femenina no se pueden entender sin prestar atención a dos grandes procesos que han favorecido el desarrollo productivo y comercial artesanal: 1) la apertura de la carretera que conecta Tlayacapan con el exterior, inaugurada a finales de los ochenta, y 2) el papel que han jugado los intermediarios y productores de figuras de ornato en la apertura de espacios laborales entre las nuevas generaciones y sobre todo para las mujeres.

El propósito de esta presentación se centra en el segundo punto, y el objetivo es avanzar en la descripción etnográfica de tan importante suceso en la historia laboral de esta legendaria tradición alfarera morelense. Resulta interesante destacar que la participación de las mujeres en el desarrollo comercial y productivo pasa inadvertida dado que el varón está a la vanguardia del trabajo artesanal.

Sin embargo, al avanzar en nuestra investigación sobre la alfarería de Tlayacapan, la cual iniciamos hacia principios del año 2007, observamos que la mujer siempre ha estado presente en esta actividad económica y que a lo largo de la historia laboral de este oficio la mujer ha tenido diferentes lugares, desde uno preponderante y reconocido socialmente hasta pasar desapercibida no obstante su contribución al desarrollo alfarero.

Son multitud los factores que han intervenido en esta disímil apreciación del trabajo femenino, por lo que en este análisis vamos a centrarnos en un fenómeno de reciente aparición: la contratación de mano de obra femenina para la decoración de figuras de ornato y las implicaciones sociotécnicas que esto ha tenido en la producción y comercio artesanal. Para conocer el impacto que ha tenido dicha contratación, hacia mediados de 2007 realizamos una encuesta entre 50 mujeres: 32 empleadas y 18 mujeres que, solas o en pareja, encabezan un taller-tienda donde se contrata mano de obra femenina. Hacia 2008, de esa encuesta elegimos los casos más representativos y

tomamos una muestra de 25 trabajadoras y 7 dueñas de taller para realizar entrevistas de profundidad con el fin de conocer la historia laboral artesanal de las participantes.¹

Descubrimos que la contratación de mano de obra femenina extrafamiliar para decorar figuras de ornato es en sí mismo un proceso de gran complejidad que no sería posible analizar por completo en esta presentación, y por lo tanto vamos a estudiarlo únicamente en relación con el papel que ha tenido en el desarrollo comercial y productivo de la alfarería.

Veremos cómo la participación de los alfareros y los intermediarios en innovaciones técnicas para producir nuevos artículos, como las figuras de ornato, ha contribuido a la diversificación productiva y comercial de la alfarería a través de tres procesos interrelacionados: 1) la contratación de mano de obra femenina, específicamente para el decorado de las piezas; 2) el desarrollo de unidades productoras, como la que denominamos taller-tienda; 3) y el comercio de artículos cerámicos como alternativa para generar ingresos, sobretodo para las mujeres.

Avanzar en la etnografía del papel que está teniendo la contratación de mano de obra femenina en el quehacer artesanal tlayacapense nos permitirá ejemplificar lo que laboralmente acontece en general en el ámbito rural del país; y nos referimos a cómo los alfareros se alejan cada vez más de la lógica económica enfocada al autoaprovechamiento, en donde el binomio alfarería-agricultura fue hasta la década de los setenta la base para la reproducción socioeconómica de las familias campesinas.

El incremento de actividades laborales no vinculadas con la agricultura en el ámbito rural va en aumento en todo el país, y como sustitutos se han multiplicado los empleos relacionados con el sector servicios y el comercio (Arias 2009), así como el jornalero en cultivos comerciales (Sánchez 2006). En Tlayacapan se suma a estas opciones la contratación de mano de obra para decorar figuras.

Este cambio ocupacional de alguna manera ha puesto en entredicho la continuidad de la producción tradicional de enseres de cocina. De hecho entre las nuevas generaciones la comercialización de objetos cerámicos ha cobrado mucha importancia postergando a un segundo plano la manufactura. La compra-venta de figuras ha conllevado a la apertura de espacios laborales para los jóvenes varones y en general para las mujeres de distintas edades, opciones que de alguna manera han venido a replantear las relaciones laborales en el ámbito inter e intra género y también de

manera intergeneracional, o sea, entre los alfareros adultos y los ancianos respecto a los menores. Ahora bien, para ilustrar estos cambios vayamos a conocer algo acerca de estos artesanos y su legendario oficio.

TLAYACAPAN Y SUS ARTESANOS

San Juan Tlayacapan se localiza al noreste del estado de Morelos y pertenece a la región conocida como Los Altos.² Al igual que otras tradiciones alfareras del país, los artesanos basaban su subsistencia en el cultivo de maíz y frijol, y como cultivo comercial se acostumbraba el cacahuete y el jitomate. Hacia los ochenta cobraron importancia otros, como la calabaza y el tomate, pero estos han sido inaccesibles para los artesanos por muchas razones, además del costo y los riesgos que traen consigo dichas hortalizas.

La mayoría de los agricultores se concentran en tres grandes barrios: el de Santa Ana, El Rosario, y en el barrio de Texcalpa se ubican los artesanos de nuestro estudio. Además de estos tres grandes barrios existen al menos 32 capillas que delimitan territorialmente el pueblo (Morayta 2003, Barbosa 2005). Bajo este criterio barrial se trazan fronteras espaciales y se reparten obligaciones y tareas en torno a las mayordomías, la limpieza y la vigilancia del pueblo.

La alfarería es un saber masculino y se hereda, como cualquier otro bien, de padre a hijo. Actualmente en el pueblo se trabajan un sinnúmero de objetos cerámicos que podemos clasificar en tres grandes grupos, de acuerdo con su historia productiva y características técnicas, y son: 1) los enseres de cocina tradicionales; 2) la alfarería ritual, con dos subgrupos: a) la esmaltada en negro, b) las figuras policromas; y desde esta década 3) las figuras de ornato de barro y, en menor proporción, de cerámica.

Las figuras, piezas que nos ocupan ahora, están elaboradas con barro o cerámica, sus diseños contemplan formas zoomorfas: lagartijas, mariposas, ranas; fitomorfas: manzanas, peras, girasoles, alcatraces, nochebuenas; y diversos objetos: canastas, portaretratos, marcos, bases y pantallas para lámparas, etc. Se venden por mayoreo a través de diversos intermediarios, quienes a su vez surten a los dueños de tiendas que venden mercancías mexicanas para el turismo, ya sea en los aeropuertos o bien en centros comerciales de ciudades turísticas del país como Guerrero, Oaxaca, Puebla, Estado de México, Yucatán. Digamos que su circuito comercial rebasa el ámbito

regional y abarca el interestatal e incluso el internacional, dado que el turismo los compra en calidad de souvenir para recordar algo representativo de México. De modo que estas piezas llegan a Estados Unidos, Canadá, Japón, Europa, entre los principales.

En contraparte tenemos los enseres de cocina, que ha sido la producción tradicional y data desde tiempos prehispánicos, claro, con sus obvias adecuaciones de uso. Son los varones quienes hacen estas piezas en tamaños grandes para preparar platillos típicos en convivios de muchos comensales, llámense las mayordomías, graduaciones y fiestas familiares —bautizos, bodas, etc.—. Es decir, su circuito comercial es más bien regional entre personas de similares hábitos culinarios a los tlayacapenses.³ Su proceso productivo es complejo, técnicamente hablando, demanda mucho espacio para poder secar las piezas así como un horno grande, motivos por los cuales ahora muchos jóvenes prefieren hacer figuras decorativas de barro dado que su elaboración es más sencilla y económica, además de no requerir tanto espacio. De hecho ha sido tan exitosa la producción de figuras que ahora a los artesanos que las hacen se les denomina «figureros», para diferenciarlos de aquellos productores de enseres.

Las figuras generalmente las realizan los varones, dado que la mujer está ocupada en sus quehaceres domésticos. No obstante, algunas mujeres se han aventurado a hacer figuras, pero de pequeño tamaño, siempre y cuando cuenten con el apoyo de algún pariente varón para meter las figuras en el horno; siendo éste el caso, es usual que cumplido el proceso la mujer, ayudada por otras congéneres en su casa, pinte las figuras para luego llevarlas a vender.

LA MUJER EN LA ALFARERÍA DE TLAYACAPAN

Como ya señalamos, el oficio alfarero se considera culturalmente un quehacer masculino. Sin embargo, la historia nos revela que hasta la década de los setenta la mujer era alfarera de tiempo completo y se especializaba en la manufactura de enseres de cocina para el diario cocinar, o sea, en piezas pequeñas y medianas. Así las cosas, la mujer trabajaba para autoproverse y otro tanto para vender, completando la producción de enseres grandes que trabajaban los varones para ofrecerlos en los tianguis de la región, como Yecapixtla, Yautepec, Cuautla, Ocuituco, entre los destacados. Con el tiempo los enseres de barro de uso cotidiano, afirman las artesanas, han ido perdiendo utilidad debido en gran medida a la introducción del plástico y el peltre.

De aquel pasado alfarero de la mujer prevalece en sus manos la elaboración de enseres pequeños y medianos —ollas, jarros y cazuelas— esmaltados en negro para decorar ofrendas que se llevan a cabo durante los meses de septiembre y octubre, o para venderlos en la celebración de Todos Santos.⁴ Cabe señalar que en dicha producción todavía se observan las reminiscencias de una complementariedad laboral entre géneros a la manera de la tradicional división del trabajo entre hombres y mujeres: donde los varones elaboraban las piezas pesadas y las mujeres las de menor tamaño. Y, en el caso de la loza negra, dicha complementariedad consiste en que la mujer manufactura las piezas y el varón las esmalta y quema, para por último la mujer encargarse de venderlas.

Digamos que en la loza negra la mujer ha conservado su papel, pero en la elaboración de enseres tradicionales ahora solo los hombres los trabajan y en ciertos casos las mujeres en casa ayudan a tareas vinculadas con su manufactura, esto es: sacuden las piezas, ayudan a rasparlas, acarrearlas al horno, pero de una u otra manera la participación femenina es mínima y sobretodo no está ni social ni económicamente reconocida, incluso por ellas mismas.

Sin embargo, en el transcurso de la última década la elaboración de figuras decorativas y la compra de las mismas para ser decoradas ha traído consigo la apertura de espacios laborales para las mujeres como empleadas en decorar objetos cerámicos.

Otra opción, por cierto muy restringida, es que una mujer, contando con el apoyo financiero de algún familiar generalmente varón, instale un taller y contrate a algunas familiares o vecinas para trabajar en fases relativas al decorado de las figuras.

Se suman a estas opciones el papel preponderante que desde la década de los setenta está teniendo la mujer en torno a la comercialización de artículos cerámicos, tanto locales como de otras tradiciones alfareras, a saber: del estado de Puebla; de Dolores Hidalgo, Guanajuato; de Capula y Tzintzuntzan, en Michoacán; del Estado de México; de entidades alfareras tapatías como Tlaquepaque y Tonalá, y de los objetos de barro que venden los vecinos de los pueblos alfareros de la cabecera municipal de Cohuecán, principalmente de San Bartolo.

A estas opciones se añade otra más. Algunas mujeres, no necesariamente descendientes de familias artesanas, improvisadamente con muy pocos recursos compran pinturas y figuras de ornato para pintar y vender; digamos que se trata de una

estrategia de autoempleo para generar ingresos. Esta opción ha sido muy acogida ya que permite a las amas de casa en sus ratos libres dedicarse a pintar y vender piezas.

De tal manera que la decoración y comercialización de figuras de ornato han dado cabida a la mujer de cuatro maneras: 1) tres de ellas relacionadas con el ámbito productivo: a) empleada, b) autoempleada, c) jefa de taller; y 2) la restante relacionada con el comercio, como vendedora o intermediaria de objetos cerámicos a menudeo y mayoreo.

IMPLICACIONES LABORALES, PRODUCTIVAS Y COMERCIALES DE LA PARTICIPACIÓN FEMENINA EN LA ALFARERÍA

Ahora bien, sabemos que la mujer en Tlayacapan desempeña un papel complementario o secundario y se da por sentado que está obligada a ayudar a su marido en el quehacer artesanal. Sin embargo, la presencia de las figuras decorativas y la loza procedente de otros sitios de la República han permitido que algunas mujeres tomen la iniciativa de dedicarse a la comercialización de los productos cerámicos.

Esta disposición femenina para la venta cobra vigor a partir de la presencia de los intermediarios foráneos, quienes llegaban a cargar enseres y de paso —hacia finales de los setenta— cuando empezaron a introducir figuras decorativas —de barro y cerámica— procedentes de otras tradiciones alfareras. Incluso, tomando en cuenta el ingenio alfarero de los tlayacapenses, no faltó alguno que sacó el molde de ciertas figuras y comenzó a reproducirlas; así fue cómo se propagó la elaboración de dichas piezas.

Entre los intermediarios que introdujeron las figuras de barro sobresalen aquellos dueños de talleres productores de figuras de barro líquido o bien cerámica, ubicados en la periferia de la ciudad de Cuernavaca, colonias La Independencia, La Jolla, y Tres de Mayo. Otros proveedores de figuras de barro son los vecinos alfareros de San Bartolo, Cohuecán.

Por su parte, las mujeres tuvieron la ocurrencia de pintar y decorar las figuras de distintas maneras para ofrecerlas por piezas a los visitantes de fin de semana y por mayoreo a los intermediarios. De esta manera la mujer empieza a desenvolverse en varios sentidos: 1) al entablar acuerdos con los intermediarios, 2) al contactar

acaparadores nuevos; y, desde luego, 3) al comerciar con los turistas, desarrollándose más la venta a menudeo en la esfera local.

Ciertamente, como la mujer no estaba ocupada en la manufactura como el hombre fue ella la que tomó una mayor iniciativa en esto de la venta, pero el incremento de las figuras en el mercado también obedece a que su decoración es relativamente fácil y de bajo costo. A la figura se le puede decorar con pinturas Vinci, o bien darle un fondo claro utilizando yeso, u oscuro si se aplica chapopote; y ya encima de esa base se arreglan los objetos de distintas maneras para variar sus funciones y estilos; así, por ejemplo, una base de barro se puede utilizar para incorporar una lámpara: el vendedor la manda electrificar, en el pueblo hay revendedores que ofrecen pantallas de tela o papel orgánico, y así sucesivamente el alfarero arma y vende la pieza dando la apariencia de que toda su elaboración se llevó a cabo en su taller. Otro ejemplo es el de los jarrones, que una vez pintados la empleada los decora con cordeles de mecate en distintos acabados que pasa a ofrecer a los talleres de distintos revendedores, luego adornan la pieza y pueden otorgarla otras posibilidades de uso, como colgarla.

De esta manera el objeto que se exhibe puede llevar consigo la participación de dos o más productores en su elaboración: desde quien la manufactura, aquél que la decora, y en nuestro caso quien la vende. Digamos que la presencia de varios involucrados en la elaboración de una mercancía artesanal ha traído consigo diversos procesos laborales y productivos:

- 1) Es una alternativa ocupacional al interior del pueblo, importante sobre todo para aquellos(as) a quienes se les dificulta salir a trabajar.
- 2) Se da la presencia de otros «manufactureros» de objetos artesanales pequeños que se utilizan como insumos para decorar ciertas piezas y variar así los estilos y usos de los objetos.
- 3) Se amplía el circuito comercial de las figuras de ornato de barro y cerámica en los ámbitos regional y estatal; y tomando en cuenta que estas piezas también se crean como suvenires, los productos alfareros de Tlayacapan llegan ahora también al ámbito internacional.

- 4) Se presenta la flexibilidad para que varios productores desempeñen ciertas fases de un proceso productivo, colaborando para terminar un objeto, como el caso mencionado de las lámparas.

La interrelación de estos participantes puede ser casual o formal, con acuerdos eventuales o a largo plazo; en donde se involucran actores con distintas condiciones socioeconómicas y diferente experiencia productiva y comercial artesanal; así, por ejemplo, la relación que se establece entre los artesanos de Tlayacapan con sus vecinos alfareros y campesinos de San Bartolo Cohuecán; y en otro contexto los dueños de los talleres de las colonias periféricas a Cuernavaca, quienes en su mayoría tienen un pasado agrícola, pero olvidado por completo por efecto de la urbanización.

Sin agotar aquí la complejidad de procesos productivos y comerciales que se han desarrollado rápidamente en la última década en la alfarería de Tlayacapan, vemos ahora dos factores que han favorecido estos cambios: 1) el papel más activo de la mujer, en términos laborales y comerciales, y 2) el desarrollo de una unidad productora, que llamamos taller-tienda.

LA MANO DE OBRA FEMENINA Y EL DESARROLLO DEL TALLER-TIENDA

Para comprender los cambios que se han suscitado en la producción y el comercio artesanal de Tlayacapan precisamos abordar el desarrollo que ha tenido una unidad productora que denominamos taller-tienda.

Resulta que entre las nuevas generaciones de artesanos, aquellos que están consolidando su grupo doméstico y por lo tanto cuentan ya con la participación laboral de los hijos, se enfrentan en la actualidad a la disyuntiva de elegir especializarse en la elaboración de un solo tipo de objeto cerámico, ya sea figura decorativa o artilingio de cocina, o bien elegir alternar entre uno y otro proceso productivo; elección que depende no solo del dominio técnico del artesano y sus recursos financieros para invertir en la producción, sino también de los recursos humanos de que disponga; verbigracia, la mano de obra familiar presente para el quehacer alfarero.

Ante la creciente carencia de los padres para heredar a cada uno de sus hijos un terreno suficiente en donde edificar una casa y un taller con horno, muchos artesanos de

las nuevas generaciones han optado por rentar un local y montar un taller donde compran figuras y contratan mujeres para decorarlas.

En este tipo de taller se contrata mano de obra preferentemente femenina. Es común ofrecer trabajo a parientes bajo el principio de ayuda mutua, pero no exclusivo; es más, incluso se da trabajo a jóvenes procedentes de pueblos vecinos como San Andrés y Totolapan, ajenos al quehacer alfarero.

Este empleo predominantemente femenino suele ser de carácter eventual con un sueldo por día o a destajo, según prefiera el dueño; en algunos talleres se ocupan también varones por lo regular adolescentes para desempeñar tareas que requieren fuerza física, como acarrear piezas o material para trabajar, y uno que otro labora como decorador. La mayoría de las trabajadoras tiene entre 15 y 21 años, suelen ser solteras y sin compromisos domésticos, aunque hay excepciones de madres solteras o separadas.

La mayor parte de los que han generado un taller-tienda son varones y descendientes de familias artesanas; algunos de ellos manufacturan parte de las piezas que decoran y completan mediante la compra. Otros dueños de taller no hacen pieza alguna, sólo se proveen de las figuras para decorarlas. Este hecho es de suma trascendencia ya que cuestiona la posible continuidad de los varones como productores de enseres de cocina. Cabe aclarar que algunos dueños de este tipo de taller son hombres del pueblo sin antecedentes artesanos e incluso algunos proceden de sitios vecinos, de esta manera simulan ser artesanos cuando en realidad son revendedores de figuras pintadas.

Como bien se puede apreciar se requiere de cierto capital para instrumentalizar dos posibles estrategias en la conformación de un taller- tienda, a saber: 1) contratar mano de obra femenina para la decoración, y 2) comprar figuras en lugar de manufacturarlas. Ambas estrategias han permitido que los dueños de un taller aparenten frente al público consumidor que son productores, que incorporan mano de obra para decorar las figuras en distintos estilos y con distintas funciones para abarcar así una mayor gama de consumidores.

Digamos que la contratación de mano de obra femenina extrafamiliar va de la mano de la estrategia productiva-comercial de los artesanos para diversificar su producción. Se trata de una estrategia a través de la cual el productor compra figuras de

ornato sin acabado alguno para precisamente darle algún terminado en diversos estilos, con lo que puede atraer más compradores.

Así las cosas, el taller-tienda «productor» de figuras se diferencia del taller productor de enseres porque contrata mano de obra extrafamiliar y compra las piezas ya hechas, por lo mismo no necesita ningún saber técnico ni organizativo, y su consolidación está sujeta a los cambios del consumo cultural de las piezas de ornato que necesariamente observa mayores fluctuaciones que la demanda de los enseres típicos orientados a un sector consumidor muy específico.

Lo cierto es que la oferta laboral femenina para la decoración de figuras y la generación como consolidación de una unidad productora como el taller-tienda son dos procesos que han incidido en cambios laborales, técnicos y organizativos de gran envergadura, cuyo impacto se manifiesta en el pueblo en la constante apertura de locales donde se exhiben cualquier cantidad de objetos decorativos, a tal grado que difícilmente algunos turistas se enteran de la existencia de los enseres de cocina representativos de la tradicional alfarería tlayacapense. Con todos estos cambios, el que nos ocupa ahora es el de la apertura de espacios laborales para las mujeres, veamos en detalle.

EL EMPLEO FEMENINO

Y EL DESARROLLO PRODUCTIVO DE LAS FIGURAS DE ORNATO

La decoración de figuras de ornato ha brindado oportunidades laborales a distintos tipos de mujeres. Las empleadas suelen ser en su mayoría solteras, digamos en un rango de edad de 15 a 25 años, sin responsabilidades de madre ni esposa, de ahí que puedan desempeñar una jornada larga de horas continuas. Algunas provienen de familias artesanas del pueblo, aunque también hay chicas ajenas que nada tenían que ver con todo el quehacer alfarero, incluso algunas son de lugares diferentes como San Agustín y Oaxtepec.

El aprendizaje para decorar las piezas es relativamente sencillo, se trata de repetir tareas decorativas de fácil ejecución aunque con esmero; así, por ejemplo, la decoradora aprende a bañar la pieza en un color determinado, teniendo cuidado de aplicarlo de manera homogénea en toda la superficie de la misma. Otra tarea decorativa usual es colorear cierta área de alguna pieza en distintos colores y con pinceles de diferente grosor; así para decorar una mariposa de barro, la empleada pinta las alas con un cierto pincel y color, y la cabeza y las antenas con un pincel más delgado y en otro

color, con el objeto de resaltar la diferencia entre la cabeza y el cuerpo de la figura zoomorfa. Con la finalidad de ampliar la gama de estilos las decoradoras añaden a las piezas algún objeto de ornato; supongamos el caso de un jarro ya pintado al que la empleada le amarra un cordel de mecatillo para resaltar el cuello del mismo.

Si bien en términos técnicos el trabajo de empleada decoradora es sencillo, su jornada laboral puede ser muy pesada. Suelen trabajar de tiempo completo, ocho horas, y recién contratadas aceptan un sueldo fijo por día digamos alrededor de \$80.00. Si aprenden bien entonces ya se les paga a destajo entre \$100.00 y \$200.00, dependiendo de su destreza, el volumen de piezas a decorar y de su relación laboral con quien dirija la tienda-taller.

Las empleadas decoradoras suelen cambiar constantemente de uno a otro taller-tienda buscando siempre el mejor pago a destajo, cuestión que enoja mucho a los patrones porque una y otra vez deben enseñar a nuevas trabajadoras. Mas su mayor disgusto respecto a esta rotación laboral es que las jóvenes se van llevándose con ellas una serie de secretos técnicos que pueden pasar a otros productores.

Aunado a lo anterior, la rotación laboral entre estas chicas es usual dado que muchas de ellas se salen de trabajar para iniciar sus estudios o contraen compromisos maritales o/y de procreación de hijos.

Todos estos factores sociales y sociodemográficos los retoman de pretexto algunos patrones para argumentar frente a las trabajadoras los bajos sueldos o los inconvenientes de algún aumento o prestación. Así las cosas, la eventualidad laboral entre las trabajadoras decoradoras es lo que predomina, lo que favorece la nula o escasa existencia de derechos laborales y mejores condiciones de trabajo para estas jóvenes.

Mas del lado del productor también vemos que se enfrenta a ciertas condicionantes, como las fluctuaciones en la demanda por los cambios en el consumo en ciertas temporadas o el desuso de ciertos objetos cerámicos. Así, tenemos que a lo largo del año se observa una mayor demanda en cuatro periodos: Navidad, Semana Santa, Todos Santos y las vacaciones de verano. Aproximadamente dos meses antes de cada uno de estos periodos el productor debe incrementar la producción para cubrir la prevista demanda, para lo cual contratará empleadas temporales. Las jóvenes, ávidas por conseguir trabajo, aceptan sueldos aún más bajos que los usuales, digamos un 15% menor; así el sueldo a destajo por día puede variar entre \$75.00 y \$160.00 pesos.

Esta eventualidad del empleo conlleva a muchos incumplimientos por parte de los empleadores en lo que se refiere al pago de horas extra de trabajo, o simplemente al pago puntual del sueldo a las trabajadoras. Aunado a lo anterior, los dueños suelen presionar a las empleadas para que aprendan nuevos decorados; las empleadas entonces deben dominar el decorado de las piezas que se trabajan a lo largo de todo el año, y además estar dispuestas a aprender nuevos estilos de terminado; así, por ejemplo, una decoradora debe estar apta para que en Navidad decore figuras de flores de Noche Buena, ángeles, estrellas, y esferas; para Semana Santa tendrá que decorar cruces de barro, rostros de Jesús Cristo; en vísperas de Todos Santos, decorará figuras de calabaza, brujitas, candelabros; y el resto del año arreglará figuras zoomorfas y fitomorfas, jarros y cazuelas.

De esta manera, si bien es cierto que el empleo de decoradora ha abierto espacios laborales para las mujeres, incluso más allá del mismo pueblo de Tlayacapan, lo cierto es que se trata de un trabajo mal pagado y sin prestaciones laborales. Ante este hecho, habría que preguntarse si realmente la situación laboral de la mujer en el caso de las empleadas decoradoras se puede considerar como una oportunidad laboral. O más bien estamos frente a un paliativo ocupacional, en donde nuevamente la mujer se autoexplota con tal de cumplir en su función de proveedora del hogar, sin mayor beneficio social ni laboral hacia el género femenino entre familias de bajos recursos.

Ahora, bien hemos visto algunas desventajas y beneficios del empleo femenino como decoradora, pero hay otras formas en que la mujer se ha insertado laboralmente en el quehacer artesanal de las figuras. Otra de estas formas la representan las mujeres que recurren a la decoración de figura como forma de autoempleo.

Por lo regular se trata de amas de casa, o sea mujeres ocupadas con responsabilidades propias de su género —ser madre y esposa—; aunque también hay solteras que ya han pasado su etapa reproductiva y que aún viven con sus padres o algún hermano(a), quienes necesitadas de ingresos económicos incursionan en la compra y decoración de figuras para vender. Unas y otras, las solteras y las casadas, en su mayoría provienen de familias de artesanos, aunque poco a poco se sabe de más mujeres del pueblo sin esta tradición, y de sitios cercanos, que también han incursionado en esta estrategia laboral femenina.

Recurrir a la decoración de figuras como autoempleo ha sido muy atractivo entre las mujeres debido a que les permite realizar el trabajo en el ámbito doméstico sin descuidar así sus quehaceres cotidianos domésticos. Además es un trabajo que requiere de muy poca inversión para comprar materiales, digamos las figuras mismas, pinceles y colores.

Estas mujeres cuentan con el apoyo de sus familiares para improvisar un espacio en casa donde puedan adecuar un área donde decorar y exhibir los objetos cerámicos que ofrecen. La mayoría de las piezas las venden a intermediarios por mayoreo, tanto acaparadores locales como foráneos, lo que les va quedando lo venden por menudeo a los turistas que visitan Tlayacapan los fines de semana.

Algunas de ellas trabajan entre semana como empleadas en el sector servicios, usualmente de cocineras, lavanderas, etc., otras son maestras, secretarias o empleadas en alguna estética o restaurante; en sus ratos libres decoran figuras para obtener ingresos complementarios a su sueldo. Así, podemos considerar que el trabajo de las mujeres como decoradoras a manera de autoempleo sí observa posibilidades de gestarse como opción laboral que traiga consigo una mejor situación ocupacional para las mujeres.

Ahora bien, vayamos a la tercera forma laboral femenina que se desprende de la producción de figuras de ornato. Se trata de aquellas mujeres cuya situación socioeconómica les permite generar un taller-tienda, que por cierto son una minoría.

De una muestra de 30 unidades de taller-tienda, 52% está a cargo de una pareja, 37% de un hombre, y solo 11% a cargo de una mujer. Si se trata de una pareja, lo más común es que uno de los cónyuges se encargue de lo relacionado con el comercio y otro de supervisar el trabajo de las empleadas. Es usual encontrar que también los hijos ayuden a sus padres en sus ratos libres, suelen apoyar en el decorado de las piezas, o bien con tareas como compra de material, acomodo de figuras, etcétera.

Y solo 11%, aproximadamente, de los taller-tienda en el pueblo, está encabezado por una mujer, pero esto no quiere decir que la figura masculina se encuentre fuera de este tipo de taller, ya que para la generación y consolidación del mismo la mujer requiere del apoyo económico de algún pariente, quien por cierto suele ser varón, dado que en un contexto cultural como el de Tlayacapan el hombre es el responsable de generar ingresos y quien por lo tanto dispone de algo de capital para apoyar a la interesada; también hay madres que apoyan en términos financieros la iniciativa de

alguna hija, incluso hay casos de mujeres emparentadas, cuñadas o hermanas, que mutuamente se apoyan para lograr su cometido.

En el caso de un taller-tienda encabezado por una mujer hay que tomar en cuenta que la interesada debe contar con el apoyo de sus congéneres para delegar parte de sus obligaciones caseras y poder así atender el negocio, incluso entre solteras, dado que culturalmente se sobreentiende que toda mujer ayuda en lo doméstico.

Esta opción de generar talleres tienda en manos de las mujeres es muy importante en lo que respecta a relaciones intragénero femenino; ya que pone en acción nuevos discursos de desigualdad cotidiana y laboral en el diario acontecer femenino, trayendo como consecuencia nuevas formas de segregación bajo criterios económicos, generacionales: las más pudientes frente a las más necesitadas, las adultas frente a las jóvenes, la dueña frente a sus empleadas, entre otras posibles relaciones genéricas asimétricas.

Por último, tenemos el caso de las mujeres que han encontrado la forma de vendedoras para abrirse camino. Esta opción abarca a mujeres de distintas edades y estados civiles, aunque como es una actividad que implica cierta inversión es más usual que las vendedoras sean ya adultas y con cierta trayectoria en la búsqueda de ingresos, digamos superan los treinta años.

De una muestra de treinta mujeres, solteras y casadas, dedicadas a la venta de cerámica, 65% eran de familias descendientes de artesanos y 35% mujeres ajenas a la alfarería e incluso al pueblo, o sea, algunas vendedoras no son oriundas de Tlayacapan.

Aquellas mujeres que proceden de algún hogar artesano incluyen en su lista de mercancías lo que en casa se produce además de comprar objetos cerámicos a diversos intermediarios.⁵ Las mujeres sin relación alguna con familiares artesanos se surten también con esos acaparadores y con los artesanos del pueblo.

Las vendedoras compran objetos cerámicos por mayoreo y medio-mayoreo a distintos intermediarios. En cuanto a la venta, el menudeo a los turistas es la principal forma, sin descartar uno que otro acaparador que les compra por mayoreo.

Es importante señalar que cuando la venta de cerámica para las mujeres se convierte en una fuente de ingresos importante es usual que el hombre se integre también al comercio. Por otra parte, no hay que descartar la posibilidad de que la iniciativa de vender surja de una pareja. Así, tenemos el caso de las parejas jóvenes,

quienes tanto uno como el otro suelen desempeñar algún trabajo en cierto sitio cercano al pueblo, generalmente en el sector servicios —mozo, jardinero, cocinera, afanadora—, y para completar su sueldo los fines de semana venden cerámica además de bebidas y refrigerios.

Observamos así cambios intergeneracionales relevantes en torno al comercio de las mercancías cerámicas. Mientras que en las generaciones pasadas muchas parejas del pueblo hacían loza y salían a venderla a los tianguis de la región; ahora las parejas ya no necesariamente hacen loza, simplemente se surten de figuras y enseres con diferentes proveedores, improvisan un puesto, y esperan el fin de semana para ofrecer a los turistas la mayor variedad posible.

OBSERVACIONES FINALES

Las cuatro formas de ocupación laboral femenina aquí descritas nos ejemplifican las modificaciones que están observando algunas tradiciones ocupacionales como la alfarería de Tlayacapan. Sobresale la ausencia, total o parcial, de la actividad agrícola, el incremento del comercio y el desempeño de algún trabajo en el sector servicios (Arias 2009); y, como vimos en el caso de las mujeres de nuestra muestra, el empleo se relaciona con la decoración de figuras de ornato.

Como señalamos, en un taller familiar productor de enseres de cocina el hombre es quien encabeza la producción, no se reconoce ninguna relación laboral vertical respecto a las mujeres simplemente porque la colaboración femenina no se considera como trabajo, sino que se visualiza como una obligación más que debe toda esposa a su marido o toda hija a su padre, según el caso. En cambio, en el taller-tienda, donde se contrata mano de obra extrafamiliar, se han desarrollado nuevas relaciones laborales; así, por ejemplo, el jefe de un taller mantiene una relación laboral vertical con sus empleadas, y lo mismo sucede en el caso de una mujer jefa de un taller respecto a sus trabajadoras, una asimetría es lo que se traza en términos genérico-laborales.

Ahora bien, la falta de reconocimiento cultural y social de la participación de la mujer en la producción de enseres domésticos en manos de los hombres es una actitud usual en muchas tradiciones ocupacionales en el ámbito rural donde prevalece la forma organizativa del taller familiar (Wilson 1990, Mies 1998, Moctezuma 1998, Arias 2000), lo interesante en el caso de Tlayacapan es que a pesar de haberse gestado una

forma organizativa del trabajo distinta a este tipo de taller, esto no necesariamente ha brindado a la mujer un reconocimiento laboral que la beneficie, de hecho se contrata a las empleadas bajo condiciones laborales muy precarias. Sin embargo, en lo que respecta a la venta de productos artesanales vemos cómo la mujer sí está teniendo un papel nuevo y muy exitoso, ampliamente documentado en el ámbito rural, sobresaliendo el papel de las mujeres para generar ingresos como comerciantes (Arias 2009).

Otro tipo de relación laboral que ha trastocado la nueva producción de figuras decorativas son las relaciones laborales intergeneracionales, de padre a hijo, de tío a sobrino, de abuelo a nieto, etc., partiendo del hecho que en un contexto cultural como el de Tlayacapan la herencia del oficio se trasmite como cualquier otro bien a través del patrilineaje, esto es, los derechos que marca la pertenencia al linaje del padre. En la manufactura de enseres tradicionales, dada la dificultad técnica de su elaboración, el proceso de aprendizaje es lento y muy supervisado por parte de un varón hacia otro usualmente distanciado por una generación, como lo señalan las relaciones filiales arriba mencionadas.

En cambio, la elaboración de figuras no requiere de una enseñanza tan pormenorizada, de modo que es factible incluso que alguien sin grandes conocimientos artesanos tome la iniciativa de hacer figuras. Si hacia futuro se perfilara como más exitosa la elaboración de estas piezas, postergando a un segundo plano los enseres de cocina, cabría la pena preguntarse si las relaciones de filiación seguirían siendo importantes en la transmisión del oficio artesano.

Lo único cierto hasta el momento es que entre las nuevas generaciones los varones tienen menos posibilidades de heredar un terreno y por lo tanto la posibilidad de generar un taller, pero al mismo tiempo los jóvenes tienen más libertad de elegir ser o no artesanos, y en el caso de elegir serlo pueden mantenerse activos en la producción artesanal de manera distinta a como lo dicta la costumbre: el taller familiar productor de enseres típicos; en cambio, actualmente se puede optar por otra forma organizativa como el taller-tienda, donde la participación laboral familiar es más bien optativa que obligatoria, donde se elaboran objetos cerámicos no tradicionales ni culinarios, como lo son precisamente las piezas de ornato.

Por otra parte, si bien es cierto que las relaciones de parentesco en el quehacer artesanal, se trate de un taller familiar o un taller-tienda, son muy relevantes en la

organización del trabajo, sucede que poco a poco la contratación de fuerza de trabajo extrafamiliar asalariada va tomando importancia, incluso se contratan trabajadores que no tienen relación alguna con Tlayacapan y su alfarería, lo cual nos habla de la expansión que está teniendo la alfarería como oferta laboral en la región.

Otra de las consecuencias que ha traído consigo el desarrollo de la contratación de mano de obra femenina asalariada y la apertura del taller-tienda es que se ha agilizado la comercialización artesanal en varios sentidos. Como estrategia comercial, algunos jefes de taller se surten de figuras para ya únicamente decorarlas; entrelazándose así unidades productoras de muy distintas condiciones socioeconómicas y productivas no necesariamente de la misma entidad artesana.

En lo que respecta a cuestiones técnicas, ciertamente la generación de un nuevo tipo de objeto cerámico, como las figuras de ornato, y la especialización genérica en las fases relativas al decorado, nos hablan de cierto avance técnico-organizativo, aunque todavía no repercute en una mejora de condiciones laborales para las mujeres.

No obstante, estos avances del desarrollo artesanal sí se pueden considerar como tales; se vislumbran en el terreno de lo comercial dado que la intermediación y el comercio han rebasado el ámbito regional, que durante años dictó la circulación de las mercancías artesanales tlayacapenses. Ahora las figuras de ornato, ya en tiendas de artesanías de todo el país, se encuentran en esferas de consumo internacional; aunque, claro, los consumidores las compran como suvenir, ignorando quiénes son sus productores, por tanto los alfareros no reciben el crédito de su labor.

Pero si bien no hay un reconocimiento directo al alfarero en esta entidad artesana, sí la están tomando en cuenta tanto intermediarios como consumidores, a tal grado que Tlayacapan se está postulando como centro de acopio y distribución de objetos cerámicos tanto locales como foráneos. En esta coyuntura, algunos inversionistas dedicados al comercio de artesanías están abriendo locales para ofrecer mercancías en nuevos rubros, como muebles hechos de madera o fierro, ropa de manta, dulces típicos, joyería de plata, canastos y productos de mimbre, entre la variedad.

Llama la atención el impacto que la intermediación comercial y la producción de figuras han traído consigo en la lógica laboral que subyace el quehacer artesanal; empezando por el distanciamiento que los actuales alfareros tienen de la agricultura por efectos de la privatización de las tierras y las crisis agrícolas. Las oportunidades de

estudio y empleo distinto al artesanal son ya una constante entre las jóvenes generaciones, aunque en recientes fechas se suma el empleo de las jóvenes en el taller-tienda y el comercio de mercancías artesanales.

Señalamos lo anterior porque en distintas tradiciones alfareras se está observando un incremento de la contratación de mano obra extrafamiliar asalariada en los talleres familiares, por cierto enfocada a desempeñar específicas fases de cierto proceso productivo bajo el criterio de género. Este hecho es relevante porque nos habla de una especialización en la división sexual del trabajo; de igual manera se registra cierta tendencia a estandarizar las fases que integran algún proceso productivo artesanal, incrementando la tecnificación de la ejecución de las mismas; así, por ejemplo, se utilizan moldes de yeso en lugar de moldes de barro para el diseño de las piezas, y el molde de yeso requiere de menos trabajo manual para el trabajador porque la figura se impregna y despega más fácil, aunque se dice que los moldes de barro siguen siendo mejores porque marcan con más detalle las líneas de las figuras.

Mas, como el ejemplo anterior lo muestra, esta tecnificación no necesariamente va de la mano de una mejor calidad técnica; tal tecnificación busca principalmente incrementar el volumen y variedad de piezas, llevando a un segundo lugar la valoración cultural de cierta técnica artesanal. Esta tendencia no solo se reconoce entre los productores de figuras de Tlayacapan sino incluso en tradiciones alfareras de otros países; así por ejemplo en el pueblo de Raquira, Colombia, antaño los alfareros hacían enseres de cocina adecuados a su tradición culinaria; de una década a la fecha han venido desplazando esta producción por la elaboración de figuras decorativas, como alcancías de personajes de Walt Disney.

Diversos estudios han señalado esta tendencia (Duncan 2004, Price 2004); testimonio de estos cambios son entidades artesanas tapatías como Tonalá, cuya alfarería bruñida ha sido muy valorada por su belleza y técnica de elaboración que data de tiempos prehispánicos del occidente de México. En estos tiempos muy pocos visitantes conocen la alfarería tradicional, y llegan a comprar cualquier cantidad de objetos artesanales de todos los rubros posibles; de tal manera que coexisten la forma organizativa tradicional del taller familiar productor de cerámica con las grandes empresas productoras de mercancías artesanales elaboradas de manera muy tecnificada y bajo una compleja especialización laboral y organizativa (Moctezuma 2001).

Tlayacapan todavía no observa todos estos cambios, pero es posible que por sus antecedentes artesanos y la promoción turística de sus atractivos, entre otros la cerámica, aunado al éxito que ha tenido la intermediación comercial, no es difícil de imaginar que tomen lugar procesos similares a los suscitados en Tonalá.

La producción de figuras de ornato ha traído consigo una serie de innovaciones técnicas, organizativas y comerciales muy importantes en la historia de la alfarería como tradición ocupacional. Por un lado, se observa la tendencia a cierto empobrecimiento técnico. Por otro, los alfareros experimentan nuevas maneras de organizar el trabajo y formas de comercializar sus creaciones, en donde cada día el turismo aparece como el sujeto más importante en el consumo cultural; hecho de suma trascendencia si tomamos en cuenta que la alfarería en la historia de los pueblos campesinos ha tenido una función de autoaprovisionamiento de enseres de uso cotidiano, función que tiende a debilitarse.

BIBLIOGRAFÍA

- Arias, Patricia, 2000, «De villa a ciudad dividida». En *Tonalá, una aproximación a su estudio*, Beatriz Núñez, pp. 13-41. El Colegio de Jalisco, México.
- 2009, *Del arraigo a la diáspora: dilemas de la familia rural*. Porrúa/CUCSH-Universidad de Guadalajara, México.
- Barbosa, Alma, 2005, *Cerámica de Tlayacapan, estética e identidad cultural*. Universidad Autónoma del Estado de Morelos, México.
- Barta, Eli, 2004, «Al encuentro de la ceramistas de Mata Ortiz». En *Creatividad invisible: Mujeres y arte popular en America Latina y el Caribe*, compilado por Eli Barta, pp. 147-179. Universidad Nacional Autónoma de México, México.
- Basave, Agustín, 1953, «Artes populares jaliscienses». *Historia Mexicana*, n. 9, pp. 69-86. México.
- Bonfil, Paloma y Blanca Suárez (coords.), 2001, *De la tradición al mercado: microempresas de mujeres artesanas*. PEMSA/GIMTRAP, México.
- De Good, Catherine, 2005, «Trabajando juntos como uno: Conceptos nahuas del grupo doméstico y de la persona». En *Familia y parentesco en México y Mesoamérica*, compilado por David Robichaux, pp. 275-329. Universidad Iberoamericana, México.
- Duncan, Ronald, 2004, «El arte popular de las mujeres en La Chamba, Colombia». En *Creatividad invisible: Mujeres y arte popular en America Latina y el Caribe*, compilado por Eli Barta, pp. 181-216. Universidad Nacional Autónoma de México, México.

Hernández Casillas, Horacio, 1996, *La artesanía de Tonalá Jalisco*. INAH, México.

(Colección Regiones de México.)

Martínez Corona, Beatriz, 2000, *Género, empoderamiento y sustentabilidad: una experiencia de microempresa artesanal de mujeres indígenas*. GIMTRAP, México. (Serie PEMSA2.)

Mies, María, 1998, «Dinámica de la división sexual del trabajo y la acumulación del capital. Las trabajadoras del encaje de Narsapur, India». En *Estrategias femeninas ante la pobreza*, coordinado por Florencia Peña Saint, pp. 31-53. INAH, México.

Moctezuma Yano, Patricia, 1998, «La mujer en la conformación de talleres artesanales en Tonalá». *Revista Estudios Jaliscienses*, n. 32, pp. 19-34. El Colegio de Jalisco, México.

2002, «La subversión de lo indígena en las fronteras de la tradición popular». *Revista Estudios Jaliscienses*, n. 44, pp. 18-35. El Colegio de Jalisco, México.

Morayta, Miguel, 2003, «Presencias nahuas en Morelos». En *La comunidad sin límites: estructura social y organización comunitaria en las regiones nahuas*, coordinado por Saúl Millán y Julieta Valle, , tomo II, pp. 19-101. INAH, México.

Price, Sally, 2004, «Siempre algo nuevo: modos cambiantes en una cultura tradicional». En *Creatividad invisible: Mujeres y arte popular en America Latina y el Caribe*, compilado por Eli Barta, pp. 29-51. Universidad Nacional Autónoma de México, México.

Robichaux, David, 2002, «El sistema familiar mesoamericano: testigo de una civilización negada». En *La antropología sociocultural en el México del milenio*, Guillermo de la Peña, pp. 107-153. FCE/INI/Conaculta, México.

Sánchez Saldaña, Kim, 2006, *Los capitanes de Tenextepango: un estudio sobre la intermediación cultural*. Porrúa/UAEM, México.

Santos Corral, María Josefina, 1996, «Los talleres manufactureros y su interrelación con otros tipos de organización del trabajo en Tonalá, Jalisco». *Boletín del Archivo General del Estado de Guanajuato*, nueva época, n. 9, pp. 42-50, marzo-junio. México.

Téllez Infantes, Anastacia, 2001, «Trabajo y representaciones ideológicas de género. Propuesta para un posicionamiento analítico desde la antropología cultural». *Gaceta Antropológica*, n. 17, pp. 1-17. Universidad de Alicante, España.

Wilson, Fiona, 1990, *De la casa al taller: mujeres, trabajo y clase social en la industria textil del vestido en Santiago Tangamandapio*. El Colegio de Michoacán, México.

Notas

¹ Este proyecto sobre la alfarería de Tlayacapan se está realizando con financiamiento PROMEP; se me otorgó como profesora-investigadora del departamento de Antropología de la Universidad Autónoma del Estado de Morelos.

² La raíz etimológica de Tlayacapan proviene del náhuatl: Tlalli = Tierra; Yaka-tl = nariz, punta, frontera; Pan = sobre o encima, entonces podría traducirse como «sobre la punta o nariz de la tierra».

Tlayacapan colinda al norte con el municipio de Tlanepantla, al suroeste con Yautepec, al este con Totolapan y Atlatlahuacán, y al oeste con Tepoztlán.

³ Los enseres de cocina se hacen bajo pedido y su venta es más bien por menudeo. Algunos artesanos también trabajan sin pedido de por medio porque surten a intermediarios que llevan las piezas a sitios circunvecinos.

⁴ Actualmente en el barrio de San Ana hay alguna que otra mujer que hace figuras zoomorfas y antropomorfas bañadas en un fondo blanco hecho a base de yeso y adornadas de múltiples colores; piezas que se utilizan en las prácticas de curación de padecimientos espirituales de sesgo mesoamericano. Con esta misma técnica se producen candeleros de figura de ángel para decorar las ofrendas en la celebración de los fieles difuntos de 1 y 2 de noviembre.

⁵ La cerámica que se oferta en Tlayacapan procede del estado de Puebla, Michoacán, Estado de México, y de Tlaquepaque, Jalisco.

Fecha de recepción: 10 de agosto de 2009.

Fecha de aceptación: 25 de febrero de 2010.