

## *Economía y Arte Folklórico en el Marco de la Vida Social de los Grupos Indígenas de México*

*Por Jorge MARTINEZ RIOS. Del  
Instituto de Investigaciones Socia-  
les de la Universidad Nacional Au-  
tónoma de México.*

EN estas páginas trataremos de encontrar la correlación existente entre la economía local y familiar de las comunidades indígenas mexicanas y una forma de la conciencia social de esos grupos: el arte. Pero aclaramos de antemano que consideraremos únicamente el arte inmerso en el tiempo, guiado por la tradición y que está presente, es decir, el arte folklórico. Otra parte de la investigación la constituye el estudio del contacto de la estructura de la comunidad indígena —concebida históricamente, dinámicamente, en transición—, con los elementos, grupos e instituciones de la economía capitalista, y la incorporación de la misma al sistema económico nacional.

*Hipótesis de trabajo.* Esquemáticamente, vamos a considerar tres etapas de la economía local y familiar, cada una de las cuales tendrá su expresión formal en un tipo de arte folklórico, de acuerdo con nuestra hipótesis de trabajo, la cual considera que existe una correlación entre la economía del grupo y sus expresiones culturales.

*¿Qué es el folklore? ¿Cuáles son su contenido y forma?* Aunque no es nuestro propósito el incursionar en el terreno conceptual de la ciencia folklórica, es necesario que adoptemos un concepto que aprenda de la mejor manera posible el hecho folklórico y precise cuál es su contenido y forma, para así, tener una idea consecuente de lo que es el arte folklórico en el nivel de la sociología y evitar la anarquía de los conceptos

sociológicos y su contenido, ya que, conforme al consejo del distinguido sociólogo francés Emile Sicard si bien se “parte de hechos que en su forma bruta pueden ser estudiados por otras disciplinas en diferentes planos, estos son transformados en hechos científicos para el sociólogo, quien debe construirlos de acuerdo con su actitud”. De esta manera, es el plano desde donde enfocamos el folklore artístico de los indígenas, el que nos dará la visión sociológica de su estructura y cambio. Por otra parte, nuestra actitud no será meramente descriptiva, ya que tratamos de estudiar el problema social que nos ocupa, con vistas a apuntar una solución científica del mismo.

Quizás una de las definiciones que mejor expresen lo que “es el folklore”, es la del Dr. Ralph Steele Boggs, quien afirma que el folklore “es un núcleo completo de cultura tradicional o modos de convivencia convencionales del pensamiento y la acción humana, creado informalmente dentro de un grupo de personas para sí, pero aceptado de una manera suficientemente extensa para haber adquirido uso corriente, y durante un tiempo suficientemente largo para haber obtenido rasgos tradicionales, tales como el del anonimato del autor y pautas histórico-geográficas de variantes de formas básicas”.<sup>1</sup>

Si nos referimos a su contenido y forma, podemos afirmar que tiene estos dos elementos antagónicos, unidos sintéticamente: a) el elemento tradicional, y b) el elemento novedoso.

Hay así, un elemento sedimentado, producto de las generaciones pasadas y un elemento que siempre se está creando y sintetizando dialécticamente con el anterior, el cual es producto de las generaciones presentes.

Oswaldo R. Cabral, al estudiar las supervivencias en el folklore dice: “que si para ciertos autores las supervivencias constituyen la base del folklore, éstas no son sino afloraciones de los conocimientos sedimentados que, a pesar de todo el adelanto de la civilización, de todo el proceso de la cultura, emergen a la superficie, para la satisfacción del alma humana —como una necesidad imperiosa—, para el rescate de una inexplicable y permanente necesidad psicológica.”<sup>2</sup> Así se está señalando la importancia del pasado no institucionalizado en la mente humana, la

1 Boggs, Ralph Steele: *El Folklore, Definición, Ciencia y Arte*. Imprenta Universitaria. México, 1944, p. 3.

2 Cabral, Oswaldo R.: *Cultura e Folclore*. Edição da Comissão Catarinense de Folclore. Brasil, 1954.

que tiene necesidad de expresar lo que en una época fue actual y hoy pertenece al pasado.

El argentino Alfredo Poviña, nos dice que "si bien el folklore participa de la tradición y es su nota más saliente, no se identifica totalmente con ella" y por esto "se diferencia de lo estrictamente tradicional. Es un conjunto de hechos vivientes, actuales, que aunque llevan la condición de sacar su fuerza del pasado, de traer la marca de la antigüedad, existen vitalmente, tienen realidad y vida presente. Son supervivencias del pasado".<sup>3</sup> En México, son los elementos de una cultura marginal, que, aunque están cada vez más aculturados por las victorias de una sociedad más desarrollada, quieren los grupos que detentan esos elementos culturales que sean presentes, aunque para ello acepten los elementos nuevos que, integrados al todo, se expresan en el hecho folklórico, el cual se concreta, en una de sus formas, en el arte.

El problema así presentado tiene, en el México contemporáneo, el doble matiz que le impone el que, por una parte, esos elementos sean el producto de mentalidades propias, distintas de las del llamado mundo occidental, y, por la otra, que sean expresión de una diferencia en el desarrollo histórico de la mentalidad de grupos que tienen instituciones económicas, sociales y culturales distintas.

El folklore se compone de lo caduco y de lo nuevo. Arranca del pasado y se expresa en el presente. Es la expresión sintética de una continua contraposición de elementos culturales generacionales que los crean o descubren.

Pero las supervivencias analizadas sociológicamente, lo son, nos dice Juan Liscano: "en cuanto vistas desde el plano de los grupos superiores, consideradas desde el propio ambiente popular, son simples vivencias."<sup>4</sup>

El criterio de este autor nos parece exagerado, ya que pensamos que también en el propio ambiente en que se producen, se puedan establecer los miembros de ese grupo, arroja resultados menos palpables para la mentalidad de ellos. Se trata, más bien, de una diferencia de grado y no de esencia. De esta manera, la afirmación del Dr. Poviña es cierta en cuanto "el folklore es propio de las sociedades civilizadas, en cuanto existe en ellas la relación de superior a inferior... en cuanto en esa vinculación comparativa no se trata de una relación valorativa, sino puramente

3 Poviña, Alfredo: *Teoría del Folclore*. Editorial Assandri. Córdoba, Argentina, 1953, p. 29.

4 Liscano, Juan: "Folklore y Cultura". *Revista Venezolana de Folklore*. N° 2. Tomo I. Julio-diciembre. 1947. Caracas, Venezuela.

situacional, de lo que está en una posición por debajo de lo que está en situación más alta".<sup>5</sup> Situación que opera cuando se enfrentan los elementos culturales que tienen para cada grupo social un determinado valor específico, y una significación propia de clase. De este modo si bien muchos autores consideran erróneamente que el folklore es exclusivo de las clases populares —las que tienen un bagaje cultural diferente del de las clases altas— aquéllas podrán considerar conscientemente un hecho que únicamente se manifieste en las clases altas como un hecho folklórico en el momento que puedan manejar los elementos conceptuales en el plano de la ciencia folklórica. Así, son las relaciones que se establecen entre los grupos las que dan mayor o menor grado de folkloricidad a uno de ellos. Y, en su contacto, roto el movimiento propio que el folklore tiene en cada grupo para sí, queda abierto el pórtico para que se opere un cambio más intenso en él, que aquel que pudiera ser resultado del proceso natural de desarrollo.

En un plano de estricta visión sociológica, diríamos con el Dr. Boggs que "el folklore vive más pleno, más puro y más naturalmente apartado de la cultura erudita y sus grandes organizaciones concentradas y uniformadas".<sup>6</sup>

Es en contacto con otras esferas de lo social como se apunta uno de los elementos fundamentales en el cambio que se opera en el proceso del contenido y la forma del folklore, alterando su senda natural, a tal grado, que algunos autores como Cabral afirman que la "tradición, cualquiera que sea su edad, en el tiempo de su duración también puede entrar en retroceso y en decadencia, principalmente cuando es conservada en sociedades de adelantada cultura y civilización, pues sufre el choque casi continuo de nuevos elementos introducidos en su tipo cultural".<sup>7</sup>

Pero, recordemos que la aculturación, si bien como apunta Cabral, puede conducir a resultados negativos, cuando opera la selectividad de los elementos de dos o más culturas en relación, conduce a una mejor expresión de los elementos que participan en esa relación: v. gr.: en el arte barroco del México colonial están plasmados los mejores elementos del alma estética india y española, en su contenido y forma.

La forma, por otra parte, representa la concepción que de "su circunstancia", tiene el artista o el grupo a que pertenece tratado concretamente. Algunas veces consistirá en representaciones realistas de la natu-

5 *Op. cit.*, p. 25.

6 *Op. cit.*, p. 8.

7 *Op. cit.*, p. 107.

raleza; estilizaciones de figuras animales o vegetales; figuras geométricas; líneas de puntos distribuidas de manera adecuada; figuras simbólicas, etc. Formas todas ellas que presentan el sentido rítmico y la simetría propios del estilo de cada grupo indígena, las cuales tienen, en su juego dialéctico, el germen de la creación constante de nuevos estilos, y que modifican el contenido mismo del folklore que nos ocupa.

De esta manera, podemos decir que el arte folklórico, como expresión de la cultura humana, es aquella manifestación estética que producida por modos convencionales del pensamiento y la acción humana, y creada informalmente dentro de un grupo de personas, ha sido producido, aceptado y consumido de una manera extensa y corriente dentro del mismo grupo y en zonas marginales de otros que colindan con él. Arte cuyo contenido y forma lo componen, en una unidad sintética en movimiento, los elementos tradicionales y novedosos, que corresponden a grupos sociales en diferente estado de aculturación, y en cuya producción intervienen agentes técnicos y culturales, individuales y sociales, del grupo y de fuera de él.

Este arte folklórico tiene en las comunidades indígenas mexicanas un contenido y una forma que varía de acuerdo con la estructura particular que guarda en un momento de su historia el grupo familiar, ya que, como dice Franz Boas en su obra sobre el arte primitivo, "cada cultura debe entenderse como un producto histórico, determinado por el ambiente social y geográfico en que cada pueblo ha sido colocado, y por la manera como desarrolla el material cultural que llega a su poder como aporte del exterior o como fruto de su propia actividad creadora".<sup>8</sup> Este criterio es particularmente operante en nuestra realidad si consideramos las características diferenciales de cada uno de los grupos de nuestro país, puesto que unos presentan etapas de desarrollo muy alejadas, como el grupo *seri*, frente al *yaqui*; otros ocupan zonas desérticas como los *otomíes* del Valle del Mezquital o los *mixtecos* de la zona montañosa, mientras que pequeños núcleos de *huastecos* en Veracruz, de *mexicanos* de Puebla, de *zapotecas* del Valle de Oaxaca y el Istmo, etc., habitan tierras feraces; multitud de poblaciones aborígenes arrojan elevadas cifras de monolingüismo en los Estados de Guerrero, Chiapas, Oaxaca, etc., en tanto otras son bilingües; algunos están concentrados en zonas que tienen una gran densidad de población indígena como ocurre en la "zona centro" del país y la "zona del Pacífico sur", mientras otros viven en zonas

8 Boas, Franz: *Arte Primitivo*. Fondo de Cultura Económica. México, 1941, p. 10.

en que dicha población es menos densa como la "Pacífico norte"; la cercanía de centros de turismo nacional e internacional, el acceso a las comunicaciones, su inclusión o exclusión de proyectos de índole integral como los de la cuenca del río Papaloapan o los del río Tepalcatepec, etc. son también factores de diversificación del enorme complejo en que se mueve uno de los grupos que vamos a estudiar: el productor indígena de arte folklórico.

Hablamos de "uno" de los grupos, porque en las consideraciones sociológicas de la obra de arte tiene que tomarse en cuenta el grupo que la produce, el que la consume y el que en algunos casos sirve de intermediario entre ambos, sea comerciante en arte, productor, etc. Grupo socioeconómico este último que en el desarrollo de los estilos de arte folklórico desempeña desde hace algún tiempo un papel preponderante, y el cual, la mayoría de las veces, ha conducido a la degeneración del arte que nos ocupa.

*La función económica del folklore.* Hemos dicho que cada etapa económica de la familia y del grupo indígena tiene una expresión formal en el arte folklórico que produce, pero precisa no olvidar que, inversamente, el folklore, como lo ha señalado el Dr. Lucio Mendieta y Núñez "determina en las sociedades de total cultura empírica, ciertos aspectos de la producción y el consumo. En efecto, la producción trata de satisfacer necesidades sociales, y éstas, en buena parte, nacen de hábitos y costumbres de la población sobre alimentos, vestidos, objetos de carácter folklórico, supersticiones etc." Esta función social que tiene el folklore ha sido denominada por el mismo autor "función económica del folklore."<sup>9</sup>

En México, la vida del indígena, producto del desarrollo histórico del grupo social a que pertenece, presenta ciertas características esenciales, tanto económicas como culturales. Su economía tiene un sistema, leyes y principios particulares distintos de los que operan en el sistema de economía capitalista. En lo cultural, su vida transcurre sujeta a cánones tradicionales, gestados o introducidos en la época precolombina o en la colonial. La estructura de las poblaciones aborígenes está condicionada por factores materiales de existencia y por supervivencias culturales que, por una parte hacen difícil todo progreso y, por otra, han sido factores fundamentales para el mantenimiento de esos grupos en el estado social más bajo.

<sup>9</sup> Mendieta y Núñez, Lucio: *Valor Sociológico del Folklore*. Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad Nacional de México. México, p. 68.

*Las etapas de la comunidad indígena mexicana.* Estas etapas económicas que postulamos son:

1. Etapa con sistema económico de producción *familiar y autosuficiente* (Bienes de consumo, se inicia el cambio);
2. Etapa con sistema económico de producción *mercantil* (Bienes de consumo y de cambio);
3. Etapa con sistema económico de producción por *empresas* (Bienes de consumo, de cambio y venta de fuerza de trabajo).

Si bien hemos hablado de tres etapas en la economía familiar indígena, agregamos que, desde el punto de vista de las relaciones de producción, no es posible encontrar formas puras en cada comunidad. Casi siempre que existe una, en ella está larvada la siguiente y cuando tiene plena vigencia, conserva elementos de la anterior.

La primera etapa, la más primitiva, está representada en el México precolombino por los grupos que basaban su economía en la recolección de frutos, la caza y la pesca (como los *seris* de la isla de Tiburón del Golfo de California, los *huaves* de la región lacustre de Tehuantepec, los *lacandones* de las selvas de Chiapas) así como por aquellos que fundaban su economía en la agricultura de espeque y que ocupaban las vertientes montañosas y las costas tropicales de Mesoamérica (al sur de Sinaloa y desde el Pánuco hasta la península de Yucatán) como los *huastecos* y los *totonacos*; y, en general, por aquellas comunidades alejadas de los centros de civilización de las llamadas altas culturas mesoamericanas, como Teotihuacán, Tula, Tenochtitlán, Palenque, Chichén-Itzá, Uxmal; Monte-Albán, Zaachila, etc.

En la Colonia y el México Independiente estas formas económicas subsisten, y a los grupos antes mencionados se agregan aquellos que fueron desplazados hacia las montañas o hacia los lugares más inhóspitos, los cuales por su aislamiento presentan en el México contemporáneo las formas económicas y culturales más atrasadas. Reducidos por el mololingüismo y el alejamiento de los centros mestizos a una condición que es poco más que la sociedad "folk" de que nos habla Redfield,<sup>10</sup> exhiben en su forma más acabada el último vestigio de la reacción a la aculturación e integración nacionales.

<sup>10</sup> Redfield, Robert: *Yucatán: Una Cultura de Transición*. Fondo de Cultura Económica. México, 1944, p. 408.

En estos grupos cuya economía de consumo es expresión de una realidad agraria (fraccionamiento progresivo de la tierra y empobrecimiento de la misma) el arte producido se reduce a la fabricación de prendas de vestido, objetos de adorno, utilería etc., cuyo contenido y forma folklórica están dados por individuos de la misma área cultural, y por consiguiente, se identifican con su arte al cual estiman y comprenden. En estas condiciones, los elementos nuevos que se introducen en el arte son mínimos. La acción plenamente conservadora de estas comunidades no hace posible que surjan nuevas formas de arte de una manera rápida; el cambio social es lento y esta lentitud del cambio social se refleja en las expresiones culturales de contenido y forma artísticas. Las relaciones de producción en esta etapa económica son las de padres a hijos con el dominio familiar sobre los instrumentos de producción. La producción misma, en pequeña escala, permite la dedicación consagrada al objeto que el mismo productor va a usar o a cambiar con elementos sociales de las áreas marginales a su grupo. En esta economía, la crítica casi no opera, pues no existen marcadamente las relaciones de superior a inferior en un plano económico de comparación, o en un plano cultural de gusto artístico. En dicha etapa, los intermediarios no existen, y los productores trabajan para satisfacer sus propias necesidades o bien trabajan de encargo para una clientela conocida y determinada. Todo lo anterior hace que el objeto de arte folklórico conserve los elementos integrativos de que ya hemos hablado anteriormente.

La segunda etapa, con un sistema económico de producción mercantil, con bienes de consumo y de cambio, aparece en los centros urbanos de los grandes Estados confederados, establecidos en el altiplano de Anáhuac, el sur de México y la península de Yucatán. Su expresión grupal más típica, es la aparición de la organización de los comerciantes, los cuales tenían en Tenochtitlán un gran centro de producción artística de arte plumaria, de cerámica, de textiles, de orfebrería, etc. Los productos de estas artesanías eran llevados hasta otras áreas culturales como la mixteco-zapoteca, la maya, etc., por los *pochteca* (o comerciantes), quienes tenían en Cholula un gran emporio comercial.<sup>11</sup> Organización ésta de comerciantes que fue frecuente en otras culturas mesoamericanas.<sup>12</sup>

11 Acosta Saignes, Manuel: *Los Pochteca, Ubicación de los Mercaderes en la Organización social tenochca*. Acta Anthropologica 1 (1). Junio de 1945. México, 55 pp.

12 Para los mercaderes de México, véase: Sahagun, Fr. B. de: *Historia General de las Cosas de la Nueva España*. Tomo II. Libro Nono, pp. 335-394. Edi-

Estos comerciantes estaban en íntima relación con el grupo productor de arte, *vgr.* en Tenochtitlán, con los *amantecas*, artesanos que fabricaban mosaicos y adornos de pluma. Por otra parte, establecían contactos con las aristocracias sacerdotal y guerrera de su área cultural y de las vecinas, estableciéndose por estas relaciones una comunicación social intensa entre productores y consumidores por intermedio de los *Pochteca*.

Estas relaciones sociales permiten en una forma palpable el cambio del contenido y la forma en los objetos de arte. La existencia de una clase culta como la de los sacerdotes y guerreros —*pipiltin* o nobles—, frente a la de los plebeyos —*mecehualtin*—, y el nacimiento de una clase social “intermedia” como eran los *pochteca* y los *amanteca*, da el tono en la misma sociedad azteca, para el cambio en el arte.

Las guerras de conquista fueron asimismo factores de difusión de estilos de arte, de técnicas o de cambio de objetos simplemente. En algunos casos, se llegó al extremo ejemplificado por la tumba 7 de Monte Albán, en la que, como demostró Alfonso Caso, con la arquitectura, decoración, urnas funerarias, vasos, metates, lápidas, etc., de origen zapoteca, coexistían la orfebrería mixteca destinada a honrar los restos de varias personalidades mixtecas.

Los presentes que a reyes como Ahuizotl, hicieron los pueblos subyugados, son muestra también de la difusión de objetos artísticos, impuesta por la dominación política.<sup>13</sup> Otras veces los reyes hicieron llamar a artistas de otros pueblos con el objeto de fundar nuevos oficios *vgr.*, los orfebres llamados por los príncipes *alcolhuas* y *aztecas*, quienes fundaron estas artesanías en Texcoco y Tenochtitlán.<sup>14</sup>

Aunque la mayoría de las veces el cambio en el arte no fuera el resultado de una actividad política como la citada, era, sin embargo, producida por una “acción social” difusora de elementos estéticos en la cerámica, escultura, arquitectura etc., y en todas las manifestaciones de arte indígena. Los artistas de las diferentes áreas culturales matizaban siempre los elementos nuevos que recibían del exterior. Así Vaillant,

torial Pedro Robredo. México, 1938. Para los comerciantes mixtecas, consúltese: Dahlgren de Jordan, B.: *La Mixteca, su Cultura e Historia prehispánica*. Colección Cultura Mexicana. N° 11. México, 1954, p. 241.

13 Para los presentes que los principales de Huaxaca dieron a Ahuizotl, véase: Tezozomoc, Hernando de A.: *Crónica Mexicana*. Editorial Leyenda, 1954. Capítulo LXXVII, p. 365.

14 Ixtlixóchitl, Fernando de A.: *Relaciones*, p. 289.

que nos habla del contraste del estilo generalmente rectilíneo del dibujo mesoamericano con los motivos curvilíneos en la decoración de la cerámica azteca dice que parece ser más que una simple coincidencia, el hecho de que comience con la fecha tradicional de la difusión de la escritura pictórica de los pueblos mixteca.<sup>15</sup>

De esta manera, la división del trabajo, el sistema económico de producción mercantil, la división en clases sociales, el aumento en la intensidad de las relaciones sociales de una área cultural con otras, etc., son elementos que influyen poderosamente en la participación del arte folklórico indígena en el nuevo mundo.

Pero es en las ciudades de los Estados confederados en donde, por la explotación intensiva de la tierra a base del cultivo de tierras húmedas, lacustres o de riego, aparece la creciente especialización de las artesanías. Merced a dicha explotación intensiva, ya no se produce únicamente lo que se va a consumir sino que, gracias a un excedente de tiempo, se puede producir para cambiar. Importa considerar además que en este cambio no sólo se recibe una mercancía que tiene el mismo valor socialmente considerado sino que, cuando se trata de otros objetos, estos llevan elementos culturales diferentes de los creados por la comunidad que realiza el cambio, los cuales en ésta forma se difunden.

Existe una clase social portadora de los elementos tradicionales del saber "popular", la cual produce por imitación y creación sus objetos de arte y sus estilos; frente a ella, existe la aristocracia sacerdotal y guerrera, portadora del saber "culto" de la época. Es posible entonces hablar de la relación de "superior" a "inferior". El inferior que conserva la tradición popular y la expresa en los objetos que crea y en los cuales él introduce nuevos elementos formales a medida que se va desarrollando como grupo. Los objetos que le son propios están dados por el sentido de la división clasista de la sociedad prehispánica. Así, había ropas especiales para los llamados *macchuales* en contraste con las usadas por los sacerdotes, capitanes, caciques y principales. Otras veces el vestido y los adornos eran la expresión de un origen clánico distinto o de la pertenencia a un grupo ocupacional diverso.

Esta diferencia de objetos en uso, de tradiciones alrededor de ellos, de elementos formales y de contenido distintos que no tienen la misma operancia en todos los grupos componentes de la sociedad prehispánica va a crear el arte folklórico de la época. Arte marginal que resulta de

15 Vaillant, Georges C.: *La Civilización Azteca*. Fondo de Cultura Económica. México, 1955, p. 193.

la oposición entre el arte tradicional y el arte nuevo, cada uno de los cuales corresponde a contenidos sociales diferentes.

Pero, a pesar de los elementos novedosos en el arte americano que han sido introducidos por aculturación y selección, tanto la mentalidad de las diferentes clases sociales de un complejo cultural como la correspondiente de otro, responde en general a una misma concepción del mundo y de la vida que consiste como dice Rodolfo Kusch, "en el predominio del todo sobre la parte, de lo colectivo sobre lo individual" y que responde ante todo a una visión de lo humano como absoluto frente a otro absoluto que era el espacio natural de América. Visión que se mantiene rígidamente subordinada a lo telúrico y a lo agrario."<sup>16</sup>

La transculturación entre los complejos culturales mesoamericanos se había llevado a cabo, lenta, gradualmente, sin crisis de gran magnitud en tanto que una crisis profunda es la nota saliente de la aculturación indígena americana por el europeo. La crisis en la estructura y cambio de las instituciones indígenas, como expresión de un choque de fuerzas materiales y culturales opuestas se manifiesta: en la distribución de la población indígena, y blanca; en los sistemas de propiedad de la tierra con las dos formas prehispánicas que subsistieron, la colectiva y la privada que se identificaban con el ejido y el usufructo particular español respectivamente. Desde el punto de vista laboral como desde otros muchos, los grupos indígenas se encontraban inmersos en un sistema diferente que los afectaba en su calidad de productores y consumidores;<sup>17</sup> a consecuencia de esa crisis en los años ulteriores a la Conquista, en el aspecto industrial no artístico, sólo se les ve dominar como afirma el Dr. Silvio Zavala en el sector de las industrias propias o indígenas, y en las más humildes de las europeas<sup>18</sup> vgr., la cordelería hecha a mano, la fabricación de metates o de cerámica burda, etc., las cuales desde entonces están destinadas a desaparecer con el avance del industrialismo; en el aspecto industrial artístico, hubo un repliegue hacia las comunidades más aisladas.

El estado de cosas que privaba en la Nueva España había cambiado de súbito la compleja organización prehispánica de los comerciantes y

16 Kusch, Rodolfo: "Anotaciones para una Estética de lo Americano". *Comentario*. N° 9. Buenos Aires. Dic. de 1955, p. 71.

17 Zavala, Silvio y Miranda, José: "Instituciones Indígenas en la Colonia". En *Métodos y Resultados de la Política Indigenista*. Ediciones del Instituto Nacional Indigenista. México, 1954, p. 42.

18 *Op. cit.*, p. 47.

artesanos, la cual al no poder subsistir con la categoría de prestigio que tuvo se empezó a disolver, individualizándose. La política religiosa y económica, creada por el nuevo orden no permitía la continuación del proceso del arte indígena prehispánico en cuanto arte de vencido que era; menos aún podía permitir que las antiguas tendencias plásticas del gran arte indígena se pudieran llegar a actualizar pues, como dice Miguel Othón de Mendizábal "la Conquista paralizó el ejercicio de las artes vernáculas..." sustituida bruscamente o extinguida del todo, la tradición estética indígena se refugió en las artes menores, las que, por la pobreza de sus materiales quedaron reducidas a llenar exclusivamente las necesidades de los vencidos, en la indumentaria y el pobre menaje doméstico.<sup>19</sup>

Sin embargo, a pesar del aislamiento relativo de las industrias indígenas, las nuevas técnicas de producción están negando a las anteriores. La industria colonial de los españoles niega la industria de los indígenas cuando ésta no aprovecha los elementos técnicos de la nueva cultura en su totalidad. Así, se afirma que si bien el uso del vidriado se generalizó rápidamente, en cambio el torno del alfarero no llamó la atención y el indígena continuó usando el molde, fabricando su cerámica a mano. En la industria textil apareció el uso de la lana, pero, a pesar de las ventajas mecánicas y la rapidez de la rueca, el tejedor indio prefirió continuar hilando con malacates, útiles para fibras duras como las de los agaves. Cuando se mecanizó la industria de las hilaturas como primer paso a la gran industrialización, el artesano aprovechó en parte este trabajo mecánico, pero nunca abandonó su propio hilado, ni su propio telar de cintura.<sup>20</sup>

La producción continúa siendo familiar así como las relaciones de producción. En ella intervienen los elementos de la familia que aportan elementos culturales semejantes. El consumo se reduce a las estrictas necesidades del grupo. Cuando hay objetos excedentes se colocan en un mercado cuya característica primordial es lo raquítrico de la demanda, la que está relacionada con la estratificación social que priva en la Colonia y con la escasa o nula movilidad horizontal de los indígenas fuera de sus áreas culturales.

Con respecto a la estratificación social, se ha señalado que los estratos sociales indígenas de la época colonial eran los siguientes,

19 Mendizábal, Miguel Othón de: *Obras Completas*. Tomo IV, p. 202.

20 Rubín de la Borbolla, Daniel F.: Artículo publicado en "México en la Cultura" suplemento dominical del diario *Novedades*. Núm. 361. Feb. de 1956.

1. El de la aristocracia, compuesto por,

a. La antigua aristocracia o nobleza propiamente dicha, que estuvo constituida por caciques y principales, y

b. La nueva aristocracia, que tuvo como integrantes a los gobernadores, superiores y a los plutócratas (labradores, industriales y comerciantes ricos). Todo este grupo se derivó del estrato inferior.

2. El del común de los macehuales, compuesto por,

a. Los independientes económicamente, pero de pocos recursos; es decir, los labradores, comerciantes y artesanos pobres, y

b. Los dependientes económicamente, esto es, los indios-laborios (obreros) y naborios (criados).<sup>21</sup>

De tal manera que la estratificación social de la colonia se nos presenta como múltiple y compleja al considerar que, mezclados con los estratos indígenas arriba citados, se encontraban aquellos que agrupaban a los españoles y a las llamadas "castas". Para nuestros propósitos, debemos agregar que, a pesar de que existía una pseudoaristocracia formada por los indígenas arriba citados, se encontraban aquellos que agrupaban a los pánicos, con lo cual cayó por tierra la demanda que antes del período colonial hacían los miembros de esta clase a los artesanos indígenas, quienes quedaron reducidos al consumo interno de sus productos de arte.

Esta situación en la producción y en el consumo de los objetos de arte folklórico era poco favorable para que se operaran cambios dentro de los grupos que los producían, y esta situación continuó, sin cambios apreciables en el México independiente, hasta iniciada la Revolución Mexicana, como veremos más adelante.

Si en la etapa mercantil de la época precolombina, iniciada en los centros urbanos de las altas culturas, principia a intensificarse el cambio del contenido y la forma de los objetos del folklore artístico y en la Colonia y el México independiente se aportan los medios de continuarlo con la introducción de nuevas técnicas y de nuevos elementos culturales que proporciona la llamada cultura occidental, es a la etapa mercantil de

21 Zavala, Silvio: *Op. cit.*, p. 59.

producción de la época post-revolucionaria y a la etapa de producción por empresas de nuestros días, a las que creemos debe atribuirse, entre otras causas, los cambios, que el folklore artístico ha experimentado en los últimos cincuenta años. Desde luego, esta afirmación no quiere decir que se considere cancelada la etapa anterior de producción familiar y autosuficiente, sino que en el contacto de los sistemas económicos y de los grupos sociales inmersos en ellos es en donde encontramos las causas del cambio en el arte folklórico. Por el contrario, la nota más frecuente en la economía de las comunidades indígenas es precisamente la subsistencia de esa primera etapa cuyas características económicas fundamentales, a juicio del Instituto Nacional de Indigenistas Mexicano son:

a. Su sujeto económico principal es colectivo, no individual, (la familia, y, a veces la comunidad toda).

b. Está localizada generalmente en tierras de acentuada pobreza agrícola

c. Es una economía agrícola de auto-consumo.

d. Opera en comunidades aisladas por carecer de modernas vías de comunicación.

e. Utiliza técnicas atrasadas de tipo prehispánico.

f. Tiene un nivel mínimo de capitalización.

g. Es de bajo nivel de productividad.

h. Su dinámica económica descansa en necesidades elementales.

i. La división del trabajo está en ciernes.

j. La retribución dada al trabajo se basa en la reciprocidad regulada por patrones tradicionales y no en el salario.

k. Está sometida a influencias culturales tradicionales de tipo mágico religioso, de prestigio, etc., que ponen obstáculos a la utilización de la actividad económica.

l. Forma parte de un sistema económico regional con un epicentro de estructura feudal.<sup>22</sup>

Frente a esa realidad indígena se encuentra otra que es la mestiza o nacional. Las relaciones de la comunidad indígena con las áreas culturales que están a su alrededor, han sido estudiadas por la moderna

<sup>22</sup> *Boletín Acción Indigenista*. Instituto Nacional Indigenista. México. Noviembre de 1955. N° 29. 4 pp.

antropología, que nos dice que en las comunidades indígenas se pueden reconocer matices en el proceso transcultural, de tal manera que éstas van adquiriendo una fisonomía propia como resultado de la unidad sintética, socio-económica, que va dando nuevas modalidades a la vida en comunidad. Así, es palpable la dinámica de la comunidad indígena productora de objetos de arte folklórico; ésta deja de ser indígena para ser cada vez más coloreada por los elementos que se adoptan tomándoles de una cultura diversa de la propia y que se adaptan al nuevo medio espacio-temporal y económico-cultural.

La antropología moderna y la sociología regional que consideran a la comunidad como formando parte de un *sistema intercultural*, han otorgado y reconocido el énfasis debido a la interdependencia socio-económica de esa comunidad indígena, respecto al núcleo ladino en rededor del cual gira.<sup>23</sup>

Por otra parte, también se considera en el estudio de las relaciones de las comunidades de cultura "folk" y los centros urbanos, que lo "folk" y lo urbano no son conceptos polares, sino partes de la definición de un cierto tipo socio-cultural de la cual la sociedad preindustrial es un punto focal. Lejos de destruir a la sociedad "folk", este tipo de unidad urbana es una precondition de su existencia. Y esto aclara por qué (como los antropólogos han descubierto en la práctica) para describir una sociedad "folk" es preciso conocer en grado tan considerable la historia, la estructura y el contenido de la cultura nacional incluyendo a las ciudades.<sup>24</sup>

De esta manera, al alejarnos cada vez más de la comunidad indígena en donde residen los grupos productores de arte folklórico, nos vamos encontrando con grupos sociales que por tener una estructura espacio-temporal y económico-social diferente, presentan grados de aculturación diversos con respecto a la llamada cultura occidental. Estos grupos se van ensanchando y las áreas en que se mueven horizontal-

23 Aguirre Beltrán, Gonzalo: *Teoría de los Centros Coordinadores*. Edición del Seminario de Problemas Científicos y Filosóficos. Universidad de México. México, 1955. Este trabajo fue presentado previamente al Quinto Congreso Nacional de Sociología reunido en Guanajuato en el año de 1954, al que convocara el Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México, y se publicó asimismo, antes de presentarse al Seminario de Problemas Científicos y Filosóficos de la propia Universidad en *Estudios Sociológicos*. Vol. v. Tomo 1, pp. 315-75.

24 Foster, Georges: "¿Qué es una Cultura Folk?". *Ciencias Sociales*. Unión Panamericana. Washington. Octubre de 1953. Vol. iv. N° 23.

mente también, hasta abarcar las fronteras políticas de la nación e inclusive cruzarlas.

En la etapa de producción familiar y autosuficiente, las características que presentan el grupo productor de arte, el arte producido y el grupo consumidor difieren poco en la época prehispánica, la colonial y la independiente.

En cambio, la etapa mercantil moderna se diferencia de las de la época prehispánica y colonial en:

- a. El crecimiento progresivo del grupo que produce.
- b. El crecimiento también progresivo del grupo que consume.
- c. La existencia de mentalidades diferentes en cada uno de esos grupos, diferencia que se encuentra larvada en la colonia.
- d. La aparición de un grupo intermediario que tiene un concepto del trabajo y del valor monetario distinto del comerciante de la época anterior a la Conquista. A diferencia del anhelo de prestigio derivado del hecho de ser *pochteca*, aparece el afán de lucro del comerciante actual.
- e. El crecimiento de las áreas en donde circulan los objetivos artísticos.
- f. La preveración del arte folklórico.
- g. El surgimiento, a partir de la etapa mercantil moderna, de una nueva; la de la producción por empresas, en la que el grupo productor se va convirtiendo paulatinamente en un artesanado que únicamente tiene que ofrecer su fuerza de trabajo, con lo cual se llega plenamente a la etapa económica del capitalismo.

El grupo indígena productor, que ha participado como fuerza económicamente activa en la producción —agricultura, minería, etc.—, el consumo y la prestación de servicios, ahora ha ingresado a la economía nacional e internacional con la venta, directa o indirecta, en cierta escala de los objetos que produce.<sup>25</sup>

Es difícil precisar cuándo ingresa al sistema económico mercantil moderno, el grupo indígena productor de arte folklórico; sin embargo podemos decir que se introduce a él cuando aparece la aceptación social e individual de los objetos producidos, aceptación que desde luego se considera fuera de su órbita primitiva y que socialmente considerada

<sup>25</sup> Para mayor información, ver Anuario del *Banco Nacional del Comercio Exterior de México*. 1949, 1953 y 1954.

ha producido la demanda; demanda que en su aparición y desarrollo se explica en parte por un interés académico en las culturas diferentes de la occidental (manifiesto en estudios, establecimiento de escuelas e institutos, publicaciones, exposiciones) y por un estímulo político de raíces sociales y finalidades educativas de promoción.

Los factores que podemos señalar como fundamentales en la aparición de la demanda son:

1. El interés mundial que despertó por motivos y fines muy diversos en cada caso y en cada escuela antropológica o sociológica, el estudio de las poblaciones marginales con respecto a la llamada cultura occidental, se explica en el caso de México, en donde la ciencia del hombre, al decir de un antropólogo mexicano, nació "en el momento en que un movimiento social de tono revolucionario trastocaba la estructura y los valores de la sociedad mexicana. La necesidad de construir una organización social más justa y un nuevo sistema axiológico que diera cohesión a una cultura en peligro de desintegración, imprimió a la disciplina naciente una orientación eminentemente práctica e integrativa".<sup>26</sup>

Sin embargo, en México, ya desde antes de la Revolución, numerosos arqueólogos y antropólogos extranjeros se dieron a la tarea de estudiar el pasado prehispánico y el, en esos momentos, presente etnológico de México, contribuyendo a poner así las bases para una comprensión de la estética indígena. Los objetos que fueron a dar a los museos europeos y norteamericanos, las obras de eminentes americanistas Kinsbourg, Bra sseur, Spinden, Nuttal, etc. son un ejemplo del enorme afán de despertar un pasado, afán del que, los mexicanos que estaban en posición de hacerlo carecían por estar mirando a Europa, pues como decía Manuel Toussaint: "Ninguna expresión de arte, así se tratase de arquitectura, pintura, escultura, o grabado podía ser legítima si no se encontraba dentro de los cánones académicos."<sup>27</sup> Y con ello se quiere decir cánones europeos occidentales de raigambre clásica. etc.

2. *El movimiento docente y de investigación antropológica*, que se inicia en México de manera sistemática con los cursos de Arqueología,

26 Aguirre Beltrán, Gonzalo: "Teoría de la Investigación Intercultural". *Ciencias Sociales*. Unión Panamericana. Washington. Marzo de 1956. N° 37, vol. VIII, pp. 1-26.

27 Toussaint, Manuel: "El Arte Popular en México". En *México en la Cultura*. S. E. P. México, 1946, p. 297.

Etnología y Antropología que impartían en los inicios del siglo Nicolás León y Jesús Galindo y Villa, en el Museo Nacional; en 1910 se continúa con la creación en México de la Escuela Internacional de Arqueología y Etnografía Americanas, de la que fueron directores, Edward Seler, Franz Boas, George Engerand, Alfred M. Tozzer y Manuel Gamio. Esta escuela funcionó hasta 1920. Después de más de tres lustros, en 1938, se crea el Departamento de Antropología de la Escuela Nacional de Ciencias Biológicas del Instituto Politécnico Nacional, finalmente, con el nombre de Escuela Nacional de Antropología e Historia y dependiendo ya del Instituto del mismo nombre, cristaliza el interés que en las aulas del Museo Nacional había despertado don Nicolás León, por los problemas de nuestra población indígena. De ella, en forma lenta pero segura, las áreas de interés por el indio y por lo indio se han extendido a otros sectores, sociales en general y gubernativos en especial.

3. *La fundación de Institutos para la investigación de la realidad indígena y social*, en general, en el campo nacional e internacional, cuyos estudios y publicaciones han contribuido a la comprensión científica del problema; entre ellos se cuentan el Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad Nacional de México, fundado en 1930 y reorganizado en 1939 por el Dr. Lucio Mendieta y Núñez, el Instituto Indigenista Interamericano que nació en 1942 bajo la dirección del Dr. Manuel Gamio, y el Instituto Nacional Indigenista que fue creado en 1950 y que dirige en Dr. Alfonso Caso. La labor de todos estos institutos ha despertado particular interés al encuadrar los problemas indígenas en marcos más amplios, regionales o nacionales.

4. Las sociedades científicas que reúnen a estudiosos de la antropología mexicana y en las que desde 1910 encontramos una dirección ya científicamente marcada, de entre las cuales mencionaremos a la *Sociedad Indianista Mexicana*, de la ciudad de México, la cual creó sociedades estatales y locales, fundó un *Boletín Preparatorio de la Sociedad Indianista Mexicana*, organizó un congreso en 1911 y desapareció más tarde; la *Sociedad Mexicana de Antropología*, fundada en 1937 y el *Consejo de Lenguas Indígenas*, creado en 1939 (estas dos últimas sociedades subsisten en la actualidad), etc.

5. Entre las publicaciones sistemáticas que por su radio de acción permitieron una difusión de lo indígena dentro y fuera del país, mencionaremos: Los *Anales del Museo Nacional* (se publican desde 1877), el

*Boletín Preparatorio de la Sociedad Indianista Mexicana, México antiguo*, “Revista Internacional de Arqueología, Etnografía, Folklore, Prehistoria Historia Antigua y Lingüística mexicana” (desde 1919). *Etnos* (que fundó Manuel Gamio en 1920 y que dejó de aparecer en 1925). la *Revista Mexicana de Estudios Antropológicos*, órgano de la Sociedad Mexicana de Antropología (desde 1937), el *Boletín Bibliográfico de Antropología Americana* (desde 1937), la *Revista Mexicana de Sociología* (dirigida por su fundador Lucio Mendieta y Núñez desde 1939), órgano del Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad Nacional de México, *América Indígena* y el *Boletín Indigenista*, órganos del Instituto Indigenista Interamericano, así como otras publicaciones del mismo Instituto, del Instituto Nacional Indigenista y las de los alumnos de la Escuela Nacional de Antropología (*Yan y Tlatoani*), etc.

6. *La Política Oficial* se inicia, de manera directa, con la creación de la Dirección de Antropología —la primera del continente— en la Secretaría de Agricultura y Fomento, y cuyo primer director fue Manuel Gamio; dicha política se inicia asimismo con la creación del Departamento de Asuntos Indígenas que asume las funciones de la antigua Dirección de Antropología en 1936 y, finalmente, con la creación de los Centros Coordinadores, resultado de la teoría y la práctica de la escuela antropológica mexicana, conocida con el nombre de “indigenismo mexicano” y en el cual han tomado relevante participación los miembros del Instituto Nacional Indigenista (jefaturado por Alfonso Caso a quien ha secundado eficazmente Gonzalo Aguirre Beltrán), de la Escuela Nacional de Antropología e Historia y de otras instituciones de cultura superior de México.

Gracias a todo este movimiento académico, no menos que al movimiento social revolucionario en el que tuvo considerable participación el indio, fue naciendo el gusto hacia los productos indígenas mexicanos, de parte de aquellos grupos que estaban situados fuera de la órbita regional de lo indio; primera manifestación oficial de esto fue la exposición que inauguró el Presidente de la República, General Alvaro Obregón en el centenario de la consumación de la Independencia mexicana, en el año de 1921, y que fue organizada por Jorge Enciso, Gerardo Murillo (Dr. Atl) y Roberto Montenegro. El Dr. Atl publicó en ese mismo año dos volúmenes con el título de *Las Artes Populares en México*.

Más tarde, se organizó una exposición que se llevó a Brasil y a la Argentina en 1922, y otra, más tarde, que se llevó a Los Angeles. En 1934, se presentó en la ciudad de México una exposición de arte poplar, entre

cuyos objetos se encontraban aquellos que habían formado parte de las exposiciones etnográficas del Museo Nacional.

En 1930 y 1931 se organizó una exposición viajera a los Estados Unidos de América, la cual comprendía objetos de arte de diversas épocas, realizada por la *American Federation of Arts*, la cual recorrió: New York, Boston, Pittsburg, Cleveland, Washington, Milwaukee, Louisville y San Antonio. En 1940, se exhibieron objetos de arte popular en el Museo de Arte Moderno en New York. Todo esto contribuyó a dar a conocer en el vecino país del norte, y a crear en él una corriente de admiración hacia los objetos de nuestro patrimonio artístico, la cual fue canalizada por las corrientes turísticas que vienen a nuestro país.

De importancia no menor para la demanda que puedan tener en el futuro los objetos de arte folklórico y popular fue la exposición de “Dos Siglos de Arte Mexicano” que se presentó en París, Estocolmo, New York y la ciudad de México. Finalmente, mencionaremos la exposición permanente de arte popular que funciona en el Museo de Artes Populares de la ciudad de México y que dirige Daniel Rubín de la Borbolla.

Las exposiciones etnográficas también contribuyeron grandemente. Citaremos, al respecto, la Exposición Etnográfica de la Universidad Nacional, organizada por su Instituto de Investigaciones Sociales, la cual se presentó —entre otras finalidades— con el objeto de ofrecer a quienes se interesaban por los problemas sociales del indígena mexicano, un material de investigación metódicamente obtenido.

Además de los factores antes citados, debe mencionarse la fundación de museos o la anexión de salas a los ya existentes, en las cuales se exhiben objetos de arte indígena.

La creación dentro de la esfera gubernativa y como parte de la política que sigue el gobierno mexicano para lo que se ha llamado “la industria del turismo”, de un *Departamento de Turismo* que desarrolla una intensa propaganda que directa o indirectamente da a conocer los objetos de nuestro arte folklórico, y la aparición de las agencias privadas de turismo que contribuyen asimismo por esta vía al mismo fin, son hechos que deben mencionarse.

De esta manera, se fue creando una nueva actitud hacia los objetos de nuestro arte, y de manera especial hacia los objetos producidos por las comunidades indígenas, y se empezó a escribir sobre las técnicas usadas, los materiales, las normas, etc., del arte indígena. Los lectores de estos trabajos —no podemos llamarlos investigaciones en general— sufrieron

desde un principio la valoración muy subjetiva del escritor en favor o en contra de dichos objetos, valoraciones que tienen gran importancia en el desarrollo de la demanda social.

Hasta aquí, nos hemos ocupado de algunos de los factores que motivaron o estimularon la demanda de los objetos de arte folklórico, la cual tuvo, como todo fenómeno social, su tiempo de gestación y su momento de aparición, distintos en los diferentes grupos sociales que componen el sector de los consumidores; así, los diferentes factores que antes mencionamos, estaban dirigidos, por la índole de los círculos sociales y culturales a los que corresponden, principalmente a los grupos de la clase media y alta, de manera que los grupos de las clases populares quedaban fuera de esta órbita de influencia; el consumo de arte folklórico o la demanda por estas últimas se explica por otros motivos o en función de esos factores, pero en forma indirecta.

Brotada la demanda social, fué progresando desde el mercado raquí-tico de una comunidad indígena al centro mestizo del que la misma forma parte, para pasar al plano de la economía nacional e internacional. En el último de estos planos están comprendidos de manera preponderante los Estados Unidos de América y el Canadá, según se desprende de los informes del Banco de Comercio Exterior de México.

*La acción de la demanda sobre la sociedad, y el arte folklórico.*—En este juego de funciones y variables sociales, la demanda considerada en general ha conducido de manera mediata e inmediata a la diferenciación de productor, consumidor e intermediario, y a la aparición de una actitud crítica frente al arte folklórico, actitud que ejerce un cierto control social sobre la producción.

I. Ha contribuído a la diferenciación social como nunca antes se había manifestado, entre el productor de arte folklórico, el consumidor de dicho arte y el intermediario entre ambos. Esta diferenciación parece palpable cuando se tipifica cada uno de los grupos antes mencionados como a continuación lo hacemos.

Consideramos como características sociológicas del productor de arte folklórico el que:

a. Pertenece a una comunidad relativamente simple en la que el cambio opera lentamente.

b. Tiene la cultura de la comunidad, y ésta tiene una amplitud condicionada por factores geográficos y culturales (principalmente lingüísticos).

c. Cuando habita su comunidad, acepta lo transmitido sin agregar casi nada novedoso.

d. Pertenece a grupos que, por dificultades de orden cultural —monolingüismo—, no han desarrollado una amplia movilidad horizontal.

e. En cuanto a la movilidad vertical, ésta es poco menos que imposible. La gran mayoría desempeña funciones de agricultor junto con las de productor de arte, en condiciones en que el empuje demográfico y la explotación de la tierra son adversas.

f. El carácter folklórico de las sociedades indígenas — resultado del aislamiento relativo en que se han desarrollado, hasta el presente de manera especial en los pueblos etnocéntricos, destaca en éstos su cualidad de gentes locales más bien que de miembros de una comunidad más amplia.<sup>28</sup>

g) Como grupo, está en una situación de competencia con otros grupos productores en la lucha por los mercados y la satisfacción de la demanda.

h) En su comunidad y frente a un innovador, guarda una actitud de recelo.

i) Pertenece a una familia cuyas características son similares a las de la familia en la etapa patriarcal, en que el espíritu familiar es la tradición de la raza, hay orgullo del prestigio de los antepasados y hay apego al patrimonio; así, un gran número de pequeñas poblaciones aborígenes no son sino “familias-pueblo”, es decir, tienen una estructura familiar.

j) Como artesano, al igual que otros en el continente, se ve obligado a prostituir su obra cuando en el mercado local o internacional se le paga por sus productos un precio muy bajo, con el que no alcanza a cubrir sus necesidades primarias por una parte y, por otra, que le obliga a emplear materiales de menor costo y calidad, y a rebajar cualitativamente la obra; prostitución contenida dentro de ciertos límites por la acción crítica que la misma demanda ejerce.

k) Cuando finalmente pasan a la condición de artesanos de una empresa pre-industrial de arte folklórico, se inicia la desintegración de la

28 Para la familia campesina, véase: Halbwachs, M.: *Las Clases Sociales*. Fondo de Cultura Económica. México, 1944. Tomo I, p. 39.

familia, con las consecuencias sociológicas correspondientes de desajustamiento social.

Como características sociológicas del consumidor de arte folklórico, conviene apuntar:

a) Tiene una distribución espacial ilimitada. Puede ser de carácter local, regional, nacional o internacional. Lo importante es que puede reaccionar con un interés creciente o decreciente ante los objetos de nuestro "arte nacional". El campo de variación comprende: desde un indígena *huichol* que consume las bolsas que se producen en su propia casa, al *snob* que compra el mismo objeto en una tienda de Nueva York.

b) Tiene características históricas muy diversas: puede pertenecer a grupos cuyos antepasados ya usaban los mismos objetos (por ejemplo, los *alpexiles* zapotecas que se usan en San Bartolo Coyotepec, del Estado de Oaxaca que son representativos de la cerámica primitiva que usaron los pueblos que se asentaron en el Valle de Oaxaca), o a grupos que por primera vez están en contacto con objetos de este tipo.

c) Su conocimiento del objeto varía, desde el que tiene al ver cómo éste se produce lentamente ante su vista, hasta el que adquiere al través de la propaganda que en ocasiones le ha conformado hasta hacerle aceptar un objeto como si fuera un modelo indígena original (como las lacas de Uruapan modificadas hasta aparecer checoslovacas).

d) Su goce estético tiene asimismo expresiones variadas: está dado por la comprensión del objeto tal y como es y en cuya formación del juicio de valor únicamente interviene el conocimiento de la "circunstancia" que rodea al objeto, con lo cual se identifica auténtica y espontáneamente con él (vgr. el *huichol* frente al simbolismo de sus tejidos, o el *mazateca* frente al "motivo de la mariposa"), o porque siente emoción frente al objeto por razones puramente intelectuales (vgr. la opinión de un matemático frente a las series matemáticas que se pueden obtener por abstracción del grecado de un sarape de Teotitlán del Valle).

e) Reúne, en la adquisición de los objetos, condiciones económicas que van desde el trueque realizado en el mercado mestizo de un centro indígena, hasta el giro o el cheque bancario.

f) Su actitud práctica le lleva a usar un determinado objeto como simple adorno de la indumentaria o a hacer de él un medio para cumplir con una función distinta de la que originalmente tiene (vgr. una sirena

de loza negra de Coyotepec, Oax., usada con reformas al modelo original como base para una lámpara eléctrica).

g) Pertenece a grupos en donde el uso de ciertas prendas puede estar dado por la moda o bien en los que su uso llega a ser tan necesario desde el punto de vista social que, de no usarlas, se le consideraría un desajustado social.

Como características sociológicas del comerciante en arte folklórico, deben anotarse:

a) Su situación espacial está determinada por los puntos de concentración en la intensidad del mercado. Se le encuentra en las ciudades mexicanas de reconocido valor turístico: México, Guadalajara, Cuernavaca, Taxco, Oaxaca, Morelia, Puebla, Mérida, Toluca, Monterrey, Veracruz, etc., y en las ciudades fronterizas del país, así como en centros creados especialmente para el turismo, como Acapulco.

b) Tienen remota analogía con la organización de los *pochteca*, pero, a diferencia del prestigio que buscaban aquéllos, únicamente se guían por el afán de lucro.

c) Racialmente, pertenecen a los grupos mestizos y blancos y raramente al de los indígenas.

*El intermediario:*

d) Es factor de gran valor sociológico en la comunicación social que se establece entre el productor y el consumidor y en el establecimiento de la moda.

e) Es el más poderoso de los factores sociales que incitan a los elementos productores en la creación de nuevas formas y estilos.

f) Está en una situación de competencia con otros comerciantes por la lucha de los mercados, por lo que trata, cada vez que puede, de lanzar objetos novedosos.

g) Pertenece a la clase lucrativa, positivamente privilegiada en relación con los dos grupos anteriores. Su posición florece sobre el suelo de la economía del mercado nacional e internacional.<sup>29</sup>

h) Como capitalista que es, no invierte dinero sino en aquellos productos que le hacen ganar el máximo, adulando al público para la venta de los mismos.

<sup>29</sup> Idea que tomamos de Weber, Maz: *Economía y Sociedad*. Fondo de Cultura Económica. México, 1944. Tomo I, p. 319.

i) Cuando se asocia con otros comerciantes, la fuerza de cohesión entre ellos es el interés material, la ambición de riqueza.

j) Jurídicamente, “las formas de estos grupos están establecidas por la ley y son limitadas, pero los negocios a que pueden dedicarse no lo son, pues las nuevas formas que ellos piden y la continua expansión del mercado abre nuevos caminos a las inversiones capitalistas”.<sup>30</sup>

k) La acción que ejerce el productor capitalista o el comerciante sobre el artesano que vende su fuerza de trabajo es una típica acción weberiana, ya que está orientada primariamente hacia otros fines —el desarrollo de formas novedosas en el arte folklórico— su desarrollo tiene en cuenta la contextura real de lo económico y aplica de hecho la acción como medio.<sup>31</sup>

Si esta acción es expresión del grupo de los comerciantes, distinta de la de los dos grupos restantes, el desarrollo del arte folklórico está definido por las oposiciones concretas de tendencias e intereses económicos de un grupo que pisotea la cultura de otro.

Esta diferenciación social que hemos tipificado considera a la demanda para aprovecharla en interés o beneficio particular de su grupo, de ahí que, en la mayoría de las veces, la crítica desinteresada hacia los objetos de nuestro arte esté contrapesada por la propaganda de los comerciantes que consideran a dichos objetos como productos comerciales que lanzar al mercado como los demás productos no artísticos y con los mismos procedimientos.

Hay, sin embargo, productores de buen gusto que saben escoger entre las hipótesis formuladas por los consumidores, las que a causa de su prestigio y gracias al mecanismo de las barreras y los niveles, terminan por extenderse a los medios más amplios. Es quizás lo que ha sucedido con las figuras de sirena de la famosa cerámica negra de Coyotepec. Los objetos con esa figura mitológica presentaban hasta hace algunos años un rostro caucásico y actualmente algunos productores-comerciantes las presentan con características faciales de india zapoteca. He aquí un buen ejemplo de crítica aprovechada en favor del arte indígena.

Señalaremos que la crítica opera desde el momento en que el objeto artístico se sitúa fuera de la comunidad indígena y va recorriendo áreas

30 Idea que tomamos de Mendieta y Núñez, Lucio: *Teoría de los Agrupamientos Sociales*. Cuadernos de Sociología. Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad Nacional. México, p. 183.

31 Weber, Max: *Op. cit.*, p. 59.

cada vez más alejadas del centro de producción y entrando en relación con grupos de diferente sentido estético. De esta manera, el producto artístico es objeto de opiniones favorables y desfavorables, ya sea en su modo de presentación o en el modo de producción.

Pero, en el seno mismo de la comunidad productora, estos cambios pueden ocurrir, como dice Boas, "por la producción misma y gracias a la creciente destreza técnica y al perfeccionamiento de los instrumentos".<sup>32</sup>

En la demanda, además, es de gran importancia recordar que se hace desde el ángulo social en que está colocado el que consume (esto es evidente cuando el consumo se correlaciona con el valor de los objetos: la cerámica y la cestería corrientes son de uso común entre nuestro pueblo en un plan funcional; no ocurre así con objetos cuyo trabajo acumulado exige la mayor perfección posible). Un sociólogo francés nos dice que "ciertas épocas nos presentan el ejemplo de un arte producido por y para un grupo social muy restringido"<sup>33</sup> Ejemplo de esto son las blusas bordadas con chaquira que se fabrican en la zona costanera de Oaxaca y Guerrero y que alcanzan un precio muy elevado; otras veces son objeto de menor precio pero de una extravagancia tal que sólo son consumidos por un sector del turismo estadounidense.

De esta manera, podemos formular la hipótesis de que: la circulación de los objetos de arte folklórico indígena, desde el punto de vista de su valor, está correlacionada con la circulación de las *élites* y es directamente proporcional a su demanda por las diferentes clases sociales. Hay un arte para el pueblo y un arte para *snobs*; éstos tienen una función sociológica de gran importancia: difunden frecuentemente ciertas novedades artísticas que todavía parecen demasiado chocantes a otros sectores sociales.

Finalmente, la demanda que actúa como fuerza social, ha conducido a la enorme variación que no es proceso natural en el arte indígena que busca en sus mismas fuentes los motivos de cambio, sino que, por el contrario, agrega, yuxtapone, sintetiza, etc., elementos tan extraños que pervierten la obra de arte. No juzgamos desde el punto de vista estético; quremos hacer juicios de realidad, por lo que simplemente señalaremos que la forma no corresponde al contenido social del cual proviene, sino que es mezcla de los intereses grupales del productor y del comerciante, quienes modifican la forma.

32 *Op. cit.*, p. 13.

33 Francastel, Pierre: "Art et Sociologie". *L'Année Sociologique*. Paris. Troisième Serie: 1940-1948. Tomo II, p. 492.

Las lacas de Uruapan no se hubieran modificado hasta parecer checoslovacas, si el indígena o el mestizo que las hacían no se hubieran visto urgidos a hacerlo por la presión económica de un mercado no controlado socialmente; es así como presentan en un lado diseños simétricos y alegóricos, siempre en los mismos colores; en otro, un sobrecargo de dibujos y colores chillantes e incongruentes (rosas azules y pájaros australianos).

En los sarapes de Teotitlán del Valle, Oax., el afán de lucro de los comerciantes los ha llevado a presentar estos objetos con dibujos de las ruinas arqueológicas de Monte-Albán como diseño, etc.

*El arte folklórico y el cambio.* Hasta aquí hemos presentado muy brevemente la realidad de un arte que cambia, impelido por fuerzas exteriores a su proceso interno, además de las que lleva en sí mismo como imagen teórica de una realidad social circundante en movimiento.

Efectivamente, los grupos indígenas de México, a medida que se han ido aculturando, se han elevado a estadios económico-culturales que, por tener cualidades diferentes del que originalmente tenían, les han impuesto relaciones de producción igualmente diferentes. Estas relaciones de producción se reflejan de manera dinámica en la transformación del arte folklórico. Para nosotros, el cambio en él es una expresión de la existencia. Para nosotros se trata esencialmente de esto; no opinamos como otras personas que no ven en el cambio mismo de las técnicas, de la mayor aculturación del indígena, de la diferencia en los estadios económicos citados y de las diferentes relaciones sociales que se establecen en ellos, la imagen de una realidad múltiple que se mueve en términos de funciones y variables sociales.

En 1921, en su obra *Las Artes Populares en México*, el Dr. Atl decía "las industrias indígenas no pueden ni transformarse ni mejorarse: son lo que son", y agregaba, "ni se pueden modificar ni adaptarse a las necesidades contemporáneas"... "gustemos de las obras del pueblo tal y como son. No pretendamos cambiarlas, transformarlas, alegando un espíritu de progreso: el progreso es otra cosa".<sup>34</sup>

En estas palabras se presenta al arte aislado de la realidad social en la que está inmerso; son quizás las palabras de quien ve lo estético únicamente. En el plano de la sociología no se puede hacer lo mismo. En 1955, treinta y cuatro años después de las anteriores afirmaciones, el Director del Museo Nacional de Artes e Industrias Populares de la

34 Atl, Dr.: *Las Artes Populares en México*. Cultura. Librería México, 1921. T. I, p. 47.

Ciudad de México, Dr. Daniel Rubín de la Borbolla, con motivo de un artículo de Raúl Salinas intitulado *Manual Arts in Ecuador*, hace las siguientes afirmaciones: “el mejoramiento técnico de una artesanía manual es justificable y necesario siempre que no coarte la libre expresión tradicional”, opinión que compartimos, pero agrega “*ni modifique la forma y el decorado del objeto que produce*”; “es recomendable cuando evita desgaste innecesario de energía humana *siempre que el producto no cambie*”<sup>35</sup> (subrayado nuestro).

Esta visión estática del arte no opera en la realidad que estamos estudiando. Si las técnicas y los instrumentos de producción están cambiando, si los individuos que producen el arte se están aculturando cada vez más, si las relaciones de producción están transformándose, etc., este cambio se reflejará en el contenido y la forma del arte folklórico.

Finalmente expresaremos nuestra opinión con respecto al cambio que necesariamente se opera en el arte, con respecto a las relaciones de producción a las modificaciones posibles y permisibles en el contenido y forma de ellas y a las formas de control social que pueden el Estado o los particulares interesados a ejercer en el arte producido para una demanda informe. La sustentamos en las tesis siguientes:

1. La estructura económico-cultural de las comunidades indígenas mexicanas y la de los grupos que producen objetos artísticos se refleja en los objetos de arte. El desarrollo del arte folklórico indígena presenta el estado actual, no por condiciones de tipo racial del grupo del cual es expresión, sino por pertenecer a grupos sociales económicamente débiles y poco aculturados con respecto a la llamada cultura occidental.

2. El arte folklórico que producen estos grupos indígenas es el resultado de la marginalidad, de los elementos materiales y culturales que manejan. Es la comparación con otros elementos de otras culturas la que lo define como folklórico.

3. El arte folklórico de nuestros días surgió al plano de la aceptación nacional e internacional desde el punto de vista del gusto estético, cuando las condiciones culturales, sociales y económicas lo permitieron.

4. Si bien el arte folklórico de los grupos indígenas les es exclusivo, en el momento en que adquiere una profundidad social mayor y recorre áreas geográficas y sectores económico-culturales distintos de los del cen-

35 Rubín de la Borbolla, Daniel F.: “La Situación de las Artes Populares en Ecuador”. *América Indígena*. Vol. xv. N° 1. Enero de 1955, p. 72.

tro productor en que fue creado, adquiere la cualidad de arte popular, calidad que le da la difusión social.

5. El arte folklórico indígena puede ser objeto de cambio en las comunidades en donde es creado y en donde los productores del mismo le impriman elementos nuevos pero que estén identificados: con la tradición que se hace presente, con un potencial que se realiza o actualiza. De tal manera que su calidad, referida al contenido y a la forma, a pesar del cambio, sigue siendo folklórica.

6. El arte folklórico deja de serlo, para convertirse en arte de Estado o de una empresa financiera, cuando en su contenido o en su forma se imprimen elementos extraños a la tradición de donde ha emergido, como resultado del interés mercantil o político que sobre él tiene un grupo determinado.

7. Las industrias artísticas indígenas sí se pueden transformar. La tónica de esta transformación la deben dar los elementos que tengan verdadera validez folklórica.

8. Los cambios en la estructura económico-social de la comunidad indígena y del grupo productor, y los cambios en las cualidades de las relaciones de producción, se reflejan en el arte producido. De este modo, la mayor aculturación de los grupos indígenas de México se reflejará en la transformación del arte folklórico, el que perderá su carácter de tal para transformarse en arte popular mexicano, cambio que será independiente de la voluntad del grupo productor indígena.

9. Las ciencias sociales pueden colaborar en ese cambio, planificándolo. Si bien el cambio de la cualidad del arte indígena es una expresión de las condiciones sociales existentes, la orientación de estas condiciones se reflejará en el arte. La sociología, la antropología, el folklore, la economía, etc., son algunas de las ciencias que pueden colaborar en ese cambio de una manera científica haciendo que el contenido y la forma del arte indígena correspondan al estado de desarrollo del grupo productor, el cual ayudado financiera y técnicamente por el Estado seleccionará, sin coacción, los juicios de valor estético de acuerdo con los cánones de belleza que él mismo crea y desarrolla.

10. La tesis anterior implica una política a seguir con los otros grupos sociales que se encuentran en relación con el productor, ejerciendo un control social sobre ellos; este control social se debe manifestar: en

cuanto se ejerza sobre los consumidores, en forma de educación, y, en cuanto se ejerza sobre los comerciantes, de una manera jurídica, con el objeto de proteger en este último caso el derecho que tienen los indígenas de colocar en el mercado sus productos en situaciones mercantiles favorables para ellos y dentro de una posibilidad de expresión fiel de la propia cultura.

11. Los controles sociales a los que hemos aludido deberán planearse por sociólogos, quienes deberán dar las bases para el desarrollo de una política científica en el terreno del arte nacional.