

ARTESANÍAS AGROALIMENTARIAS: IMPORTANCIA DEL CONCEPTO Y SU DIFUSIÓN EN LOS MEDIOS

Aguilar López, Ericka Rocío (1), Del Carpio Ovando, Perla Shiomara (2)

1 [Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Universidad Autónoma de Baja California] | [ericka.aguilar@uabc.edu.mx]

2 [Universidad de Guanajuato, Campus Celaya-Salvatierra, Departamento de Estudios Sociales] | [shiomarartesania@gmail.com]

Resumen

Este artículo tiene como objetivo principal analizar el uso y apropiación del concepto de artesanía agroalimentaria en espacios culturales tales como exposiciones, ferias y casas artesanales a nivel nacional. Se hace alusión aquí al concepto de artesanías agroalimentarias porque el término artesanal denomina un empleo particular de habilidades y destrezas manuales, con el auxilio de instrumentos rudimentarios, para producir un bien o un objeto de consumo que cumple múltiples funciones (cotidiano, ritual, decorativo, ceremonial o suntuario) y los alimentos de la cocina tradicional de nuestro país cumple con estas características. Se acudió a una metodología cualitativa cuya técnica ha sido la revisión documental, audiovisual y la realización de un diario de campo. Se consultaron y analizaron diferentes fuentes impresas y digitales. Los resultados indican que dentro de los principales problemas que enfrentan quienes realizan artesanías, se encuentran: la competencia con la producción industrial, falta de apoyos, el fenómeno de brecha generacional en torno al aprendizaje del oficio, necesidad de capacitación, desconocimiento a canales de difusión para promover en el mercado sus productos, otros. En las conclusiones se subraya que, en nuestra sociedad, se requiere de acciones encaminadas a difundir y promover el valor histórico, cultural, económico y social de las artesanías, especialmente, desde edades tempranas (en la población infantil, por ejemplo).

Abstract

This article's main purpose is to analyze the use and appropriation of the concept of agricultural food craft in cultural spaces such as lectures, fairs and artesanal houses nation wide. The concept of agricultural food crafts is alluded to because the term handicraft designates a particular use of skills and manual dexterity, with the aid of rudimentary instruments, to produce an asset or an object of consumption that fulfills multiple functions (daily use, ritualistic or sumptuary) Food made in the traditional cuisine of our country meets these characteristics. A qualitative methodology whas used, whose techniques have been the documentary and audiovisual review as well as making a field diary. Different printed and digital sources were consulted and analyzed. The results indicate that the main problems faced by craftsmen are: the competition with industrial production, the lack of support, the phenomenon of the generation gap regarding the learning of the trade, the need for training, the lack of knowledge of broadcasting channels to promote their products in the market, etc. It requires an awareness from an early age through the medias.

Palabras clave

Artesanías; Gastronomía; Publicidad; Comunicación.

INTRODUCCIÓN

Artífices y artesanías

Dentro de las primeras aproximaciones, desde el ámbito de las Ciencias Sociales, hacia el hecho culinario sobresale, desde la antropología, el texto de Lévi Strauss (1964): “*Lo crudo y lo cocido*”. El autor propone que los cambios provocados en la comida al cocer los alimentos eran el paso de una forma de civilización a otra, mismo que se podía ver todavía en ciertas sociedades primitivas. Éstas al cocer alimentos y transformarlos, penetraban los terrenos de la cocina, una tarea universal presente en cualquier sociedad (Lévi-Strauss, 1964) [1]. Más tarde señaló que aunque las sociedades occidentales le habían dado a la cocina un aspecto calibrador con el que pretendían mediar a las demás, el intento no haría efecto, ya que cada una desarrollaba sus propios requerimientos (Lévi-Strauss, 1968) [2]. Sus seguidores fueron acentuando definitivamente el papel importante de la cocina en las civilizaciones para afirmar categóricamente que al aderezar los alimentos el devenir del hombre cambió (Cordón, 1980) [3].

Lo anterior, nos permite, pues, señalar que a partir de las tensiones, permanencias y transformaciones en el ámbito de los alimentos, podemos analizar el devenir histórico de la humanidad, pues, han estado presentes desde tiempos remotos. En las culturas prehispánicas, por ejemplo, se tienen registros antropológicos [4] que narran la importancia del alimento como parte esencial de la supervivencia y desarrollo de las comunidades. Inclusive después de la conquista se hace referencia de la incorporación de alimentos de otro origen que fueron añadidos a la cocina como parte de un proceso de adaptación y que ahora forman parte de la identidad cultural debido a la necesidad inherente de transmitir conocimientos a las generaciones futuras.

Hasta el día de hoy muchas de estas creaciones siguen vigentes, sin embargo, debido a la globalización surgió una brecha generacional que se encuentra en desarrollo, por diversos motivos, como lo son: la industrialización de productos en serie, la creciente pérdida de transmisión de conocimientos y la falta de difusión de las

artesanías en medios publicitarios que ponen en riesgo la preservación, transmisión y difusión del concepto de artesanía agroalimentaria. Montalvo y Del Carpio (2017) [5] entrevistaron en Urireo (comunidad de Salvatierra, Guanajuato), a 15 artesanas dedicadas a la producción de tortillas. Estas mujeres señalaban como sus principales preocupaciones: la competencia con la producción industrial, la falta de apoyos, el acceso a programas y financiamiento, organización entre las integrantes del gremio, el desinterés de las jóvenes por aprender el oficio, el impacto de éste en la salud de quienes se dedican a hacer tortillas, el esfuerzo y tiempo en la dedicación de la elaboración del producto que no compensa el ingreso que les reporta, entre otras problemáticas como el fenómeno de brechas generacionales y la migración de los jóvenes al país vecino. Como indica Turok (2005) ante el fenómeno de brechas generacionales en torno a los oficios artesanales caen en desuso prácticas y saberes comunitarios [6]. Y como indica Marín de Paleen (1976) [7], antes los herederos de estas prácticas y saberes recibían las artesanías como parte de su cultura de forma orgullosa, sin embargo, cada vez son más las personas que por motivo de discriminación, exclusión y por los bajos ingresos que reporta el trabajo artesanal, abandonan el oficio o no muestran interés en aprenderlo como menciona Del Carpio (2012) [8].

Por otra parte, y como sugiere Sennett (2009), es necesario entender en términos más amplios al concepto de artesanías. Al igual que el artesano que talla la madera, que la mujer que borda un textil o que el alfarero que meticulosamente va obsesivamente cuidando los detalles de su obra, así es que se encuentran también las manos expertas en la cocina. Como indica este autor: “Toda artesanía se funda en una habilidad desarrollada en alto grado” (p. 32) [9]. Y la cocina tradicional cumple también dicha característica. Al analizar otras definiciones también observamos que el alimento de la cocina tradicional cumple características propuestas para objetos de otras ramas artesanales. Obsérvese, a continuación, la definición propuesta por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) [10], instancia que indica que:

“Los productos artesanales son los producidos por artesanos, ya sea totalmente a mano, o con la

ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado. Se producen sin limitación por lo que se refiere a la cantidad y utilizando materias primas procedentes de recursos sostenibles. La naturaleza especial de los productos artesanales se basa en sus características distintivas, que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, simbólicas y significativas religiosa y socialmente”.

Bajo esta definición podemos considerar a los alimentos realizados en la cocina tradicional como artesanías agroalimentarias. Alejo, Herrera y Ruiz (2012) en *“Artesanías agroalimentarias. Alternativas posibles en el sur de Guanajuato”*, indican que si se consultan las fuentes lingüísticas y a diferentes instancias que registran información respecto a las unidades de producción y sus productos, “lo cierto es que no se encontrará algo llamado ‘artesanía agroalimentaria’”. Y continúan señalando que “si acaso, lo más cercano podría ser la forma artesanal como práctica productiva a cargo de sectores sociales concretos en territorios que persisten en los márgenes externos del progreso” (p.15) [11]. Nos sumamos a la propuesta de estos autores, quienes defienden el concepto de artesanías agroalimentarias porque el término artesanal denomina un empleo particular de habilidades y destrezas manuales, con el auxilio de instrumentos rudimentarios, para producir un bien o un objeto de consumo que cumple múltiples funciones (cotidiano, ritual, decorativo, ceremonial o suntuario) y cumplen los alimentos de la cocina tradicional las mencionadas características. Por ello, surge la necesidad de promover el concepto de artesanía agroalimentaria no sólo desde la academia sino desde acciones que promuevan la revalorización de los artesanos y sus productos, en el contexto nacional e internacional.

La importancia cultural e histórica de la cocina mexicana permitió que la UNESCO le otorgara la distinción de patrimonio cultural intangible en el 2010. Este reconocimiento hace referencia a expresiones, conocimientos y técnicas que requieren instrumentos o artefactos que se transmiten de forma generacional en su entorno y que son reconocidos como propios e identitarios en un grupo social. Para que estas expresiones

culturales sean consideradas patrimonio, deben cumplir cuatro características: 1) Tradicional, contemporáneo y viviente al mismo tiempo; 2) Integrador; 3) Representativo y debe estar 4) Basado en la comunidad. Difundir y promover la importancia y riqueza de la cocina tradicional de nuestro país resulta vital para valorarla, para sentirnos orgullosos de ella y, sobre todo, para promover la dignificación del trabajo que realizan mujeres dedicadas a la creación de alimentos en la que nos comparten sus saberes comunitarios [12].

De la difusión del concepto agroalimentario en canales y espacios de comunicación

Las difusiones de las artesanías agroalimentarias se hacen presente en la realización de ferias y exposiciones artesanales, ya que son espacios públicos generados con el afán de promover con fines educativos o de comercialización, los productos artesanales. Cabe destacar que hay una diferenciación muy marcada entre el concepto feria y exposición. Para la Real Academia Española (RAE) el término de feria se refiere a una instalación donde se exponen los productos de un solo ramo industrial o comercial, para su promoción y venta. Por el contrario, a una exposición la define como una presentación pública de artículos de la industria o de las artes y las ciencias con fines comerciales o culturales [13]. La importancia de escoger correctamente uno de estos dos canales de comunicación para un producto agroalimentario recae en uno de los cinco axiomas de la comunicación propuestos por Marshall McLuhan (1994) [14], quien señala que: “el medio es el mensaje” por ende se puede tomar como canal de comunicación una feria artesanal es, una artesanía, o una casa artesanal, donde la artesanía sufre un proceso de cambio de “producto comercial” a “producto con valor cultural que puede ser comercializado”.

Las casas artesanales son una parte fundamental como canal de comunicación para la difusión de las artesanías, ya que la participación de cada casa funge como elemento importante para el reconocimiento cultural de los habitantes de cada estado. Según el Sistema de Información Cultural

(SIC) existen 175 casas registradas distribuidas en 29 de los 32 estados de la república.

En nuestro país, la instancia federal encargada de las artesanías y de los artesanos es el Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART), el cual trabaja de manera conjunta con las Casas de las Artesanías en los estados. Los programas que opera Fonart, están encaminados a diferentes vertientes, éstos son: Capacitación integral y/o asistencia médica, apoyos para impulsar la producción, apoyos para impulsar la comercialización, apoyos para la promoción artesanal en ferias y exposiciones, concursos de arte popular, apoyos para la salud ocupacional y por último apoyos para proyectos artesanales estratégicos

MATERIALES Y MÉTODOS

Esta investigación fue realizada mediante el enfoque cualitativo cuya técnica ha sido la revisión documental y audiovisual, la realización de un diario de campo y la observación participante. Se consultaron y analizaron diferentes fuentes impresas y digitales (artículos científicos, páginas institucionales, periódicos digitales y sitios web con temáticas referentes al concepto artesanías, ferias agroalimentarias y casas de artesanías). El carácter de nuestro estudio es cualitativo, pues, como señala Ruíz (2012) éste posee un mayor realismo social de contenido para la investigación social, permitiendo realizar variables clave y comparabilidad de resultados más próximos a la realidad [16]. La técnica fue la revisión documental, la cual según Martínez (2002) [17] consiste en realizar una búsqueda exhaustiva de documentos que permite conocer el “estado de la cuestión” del objeto de estudio a fin de evitar la repetición o la duplicidad ingenua, se trata de un “paquete técnico” que involucra muchas acciones, decisiones, saberes, estrategias y recursos.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Respecto a las artesanías agroalimentarias se realizó un ejercicio documental que consistió en revisar las ramas artesanales que se ofertan en las Casas de las Artesanías en nuestro país, mediante FONART [18] y el Sistema de Información

Nacional SIC [19]. Una reflexión valiosa, al respecto, es que en ninguna de las Casas de las Artesanías se acude al término de “artesanía agroalimentaria”. De las 161 casas consultadas, 13 sí ofertan alimentos que, por su forma de elaboración, podríamos denominar artesanales. Allí se encuentran, por ejemplo, la cajeta, el chocolate y los dulces tradicionales (ver imagen 1).

IMAGEN 1: Ubicación de las Casas de las Artesanías en el contexto nacional, que ofertan alimentos artesanales.



Referente a las ferias artesanales consultadas se

Fuente: Elaboración propia a partir de la revisión documental realizada.

escogieron con base en la presencia de actividades relacionadas con la gastronomía y cultura culinaria de nuestro país. Se consultaron las páginas oficiales de los eventos encontrados en espacios digitales. Respecto a la consulta del uso del término de artesanía agroalimentaria en ferias artesanales y exposiciones, se encontró que tampoco se utiliza dicho término en la publicidad o carteles de difusión de estos eventos. A los alimentos hechos de manera artesanal se hace alusión bajo el nombre de “gastronomía” o “comida tradicional” (como podemos observar en la imagen 2).

IMAGEN 2: Publicidad de la Expoferia del pan y la talabartería en Oaxaca.



Fuente: VivaOaxaca, 2017 [20]

Los medios de comunicación que se pueden utilizar para dar a conocer los eventos se muestran en la tabla 1, la cual pretende realizar una comparativa entre la accesibilidad, dependiendo su variabilidad de objetivos y la variabilidad de objetivos, es decir, la facilidad de acceso y el objetivo del medio. Además, muestra que tipo de medios se especializan en temáticas, lo cual nos puede ayudar a percibir de mejor forma el mensaje, como se mencionó anteriormente respecto al axioma de McLuhan “el medio es el mensaje”.

TABLA 1: Medios de comunicación utilizados para la difusión de eventos artesanales

Variables o criterios de clasificación de los medios	COMUNICACIÓN DE MASAS	
	Variabilidad de objetivos: ALTA (medios no especializados)	Variabilidad de objetivos: BAJA (medios especializados)
Accesibilidad ALTA	Radio, Prensa “de masas”, Televisión, revista	Cine, disco, libro, revista
Accesibilidad BAJA	Revista Tv “de pago”	Cine, Disco, Libro, Vídeo Revista, Tv “de pago”
Accesibilidad libre	Internet (con límite tecnológico)	

Fuente: Elaboración propia a partir de la literatura revisada [21]

Por último, la revisión documental realizada permite señalar que no existe un registro formal y oficial de todas las ferias y exposiciones que en el país se realizan de las ferias artesanales o exposiciones. Una fuente posible es la Secretaría de Turismo en los estados, sin embargo, en este momento de nuestro análisis no hemos centrado la atención en este aspecto. Esperamos en futuros trabajos poder presentar reflexiones al respecto.

CONCLUSIONES

Las artesanías agroalimentarias son un reflejo de la cultura que nos permite realizar un registro histórico sobre la construcción de una imagen simbólica que se reproduce por necesidad de forma generacional y que de forma inevitable trasciende geográficamente como elemento identitario de diversos grupos sociales, difundiendo a su vez, las tradiciones y costumbres en un espacio- tiempo determinados.

La importancia de mantener la transmisión de estos conocimientos de forma activa mediante las instituciones de forma inicial y las ferias o eventos artesanales de forma secundaria bajo el concepto indicado, podría ayudar a visibilizar y reconocer a las artesanías agroalimentarias pero, sobre todo, a quienes realizan y protagonizan la elaboración de estos alimentos en nuestras comunidades. Los medios de comunicación son una herramienta que se puede utilizar para fomentar los productos agroalimentarios artesanales, se sugiere centrar la atención a transmitir la preservación de estas tradiciones mediante los niños que son un sector vulnerable y que son atraídos por las nuevas tecnologías. Desde el ámbito de la publicidad y mercadotecnia resulta valioso emprender acciones que permitan promover y revitalizar las artesanías de nuestro país y, especialmente, reconocer públicamente lo valioso que resultan los artesanos y artesanas como herederos de elementos culturales e identitarios de nuestro país, pero también como impulsores de las economías locales y comunitarias. Una forma de aprovechar estos recursos digitales sería fomentar las artesanías agroalimentarias mediante la televisión y el internet. Sin duda, muchas acciones al respecto podemos emprender.

AGRADECIMIENTOS

Al Programa Delfin, en el marco del XXII Verano de la Investigación Científica y Tecnológica del Pacífico 2017, por permitirme participar en el programa durante este verano. A la Dra. Perla Shiomara del Carpio Ovando por compartirme su entusiasmo para realizar esta investigación y brindarme su apoyo emocional A mis padres por apoyarme y permitirme viajar hasta Salvatierra, Guanajuato para realizar esta investigación.

REFERENCIAS

- [1] Lévi-Strauss, C. (1964). *Le cru et le cuit*. Mitologiques. París: Librairie Plon
- [2] Lévi-Strauss, C. (1968). El origen de las maneras de mesa. *Mitologías* 111. México: Siglo XXI.
- [3] Cordón (1980). *Cocinar hizo al hombre*. Ed. Tusquets: Barcelona.
- [4] De Tapia, E.M.; Yrizar, D. M.; Morales, E. I. & Morán, C. (2014). Los orígenes prehispánicos de una tradición alimentaria en la cuenca de México. *Anales de Antropología*. Vol. 48, pp. 97-121
- [5] Montalvo, M.; del Carpio, P (2017) Oficios artesanales: el caso de la elaboración de tortillas de uireo, en salvatierra, guanajuato. *Jóvenes en la ciencia*. México: Vol. 3, p. 77
- [6] Marín de Paalen, I. (1976). *Las Etno-artesanías*. Historia general del Arte. México: Ed. Hermes: México.
- [7] Turok, M. (2005) Morelia casa de las artesanías de Michoacan. *Ukata, Revista de los artesanos michoacanos*. 4-10
- [8] Del Carpio, Perla (2012). Entre el textil y el ámbar: Las funciones psicosociales del trabajo artesanal en artesanos tsotsiles de La Ilusión, Chiapas, México. *Revista Athenea Digital*. Universidad Autónoma de Barcelona, 12 (2), 185-198.
- [9] Sennett, R. (2009). *El artesano*. Barcelona: Anagrama.
- [10] Unesco (1997). Simposio UNESCO/CCI La artesanía y el mercado internacional: comercio y codificación aduanera, Manila, 6-8 de octubre de 1997. Consultado el 07 de julio de 2015, obtenido desde: <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/creativity/creative-industries/crafts-and-design/>
- [11] Alejo, S.; Herrera, C. y Ruiz, G. (2012). *Artesanías agroalimentarias. Alternativas posibles en el sur de Guanajuato*. Puebla: Altres Costa-Amic Editores y Universidad de Guanajuato.
- [12] UNESCO (2009). *Texto de la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial*, en I Disposiciones generales, UNESCO, Editor: París.
- [13] RAE (2001). *Diccionario de la lengua española*. Madrid: RAE.
- [14] McLuhan, M. (1994). *Understanding media : the extensions of man*. Cambridge, Mass.: MIT.
- [15] FONART s/f.. *Vertientes del fondo nacional para el fomento de las artesanías*. México disponible en: <https://www.fonart.gob.mx/web/in dex.php/programas-sociales>
- [16] Ruiz, J. (2012). *Metodología de la investigación cualitativa*. Bilbao: Serie de Ciencias Sociales.
- [17] Martínez, S (2002) *Guía de apuntes básicos para el docente de la materia de técnicas de investigación en Grupo Emergente de Investigación Oaxaca México*, recuperado de: oax.net/sam/Apuntes.pdf
- [18] FONART s/f. *Institutos y Casas de artesanías*. En Concursos Fonart. México disponible en: https://www.fonart.gob.mx/web/images/pdf/CASAS_ARTESANIAS.pdf
- [19] SIC s/f. *Casas de artesanías por estado*. México. Disponible en: http://sic.gob.mx/lista.php?table=casa_artesania&disciplina=&estado_id=0
- [20] Vive Oaxaca (2017). *Actividades 2017 de las ferias artesanales, gastronómicas y expos, de semana santa en Oaxaca*. ViveOaxaca.org Recuperado de: <http://www.viveoaxaca.org/2017/03/SemanaSantaExpos.html>
- [21] Trinidad, M (s.f). *Los medios de comunicación de masas: Desarrollo y tipos*. Universitat de Barcelona. Recuperado de: www.aliat.org.mx/.../comunicacion/Medios_de_comunicacion_masiva.pdf