

## Turismo, alfarería y trabajo femenino en el Pueblo Mágico de Metepec, México<sup>1</sup>

Laura Paola Vizcaino-Suárez\* Rocío Serrano-Barquín\*\*

Graciela Cruz-Jiménez\*\*\*

Universidad Autónoma del Estado de México (México)

María José Pastor-Alfonso\*\*\*\*

Universidad de Alicante (España)

**Resumen:** La ciudad típica de Metepec, Estado de México, se ha convertido en un destino de turismo cultural debido a su producción alfarera. El objetivo del artículo es examinar el trabajo de las mujeres en la alfarería y su relación con el turismo de Metepec, desde la perspectiva de género. La investigación es etnográfica, de sondeo y descriptiva. Para la recogida de datos se emplearon técnicas cualitativas (observación participante, entrevistas semi-estructuradas). La mayoría de los alfareros en Metepec son varones; sin embargo, las mujeres han adoptado tareas esenciales para la producción de artesanías y la venta dirigida al mercado turístico. Estas aportaciones no son reconocidas socialmente debido a las dinámicas de género y a las diferencias de poder en los contextos familiar y comunitario. La investigación contribuye al conocimiento sobre turismo y género en México y visibiliza las aportaciones de las mujeres en los contextos turísticos locales.

**Palabras Clave:** Turismo; Alfarería; Perspectiva de género; Mujeres artesanas; México.

### Tourism, pottery and women's work in the Magical Town of Metepec, Mexico

**Abstract:** The typical city of Metepec, in the State of Mexico, has become a cultural tourism destination mainly due to its pottery production. The purpose of this paper is to examine women's work in pottery production and its relationship with tourism from a gender perspective. The research is ethnographic, exploratory and descriptive. Qualitative techniques were employed for data collection (participant observation and semi-structured interviews). Even though the majority of artisans in Metepec are male, women have adopted essential tasks in pottery production and participate actively in the sale of crafts for the tourism market. Women's work is not always visible or socially recognized due to the prevailing gender dynamics and the differences in power within the family and community contexts. The research contributes to the body of knowledge on tourism and gender in Mexico and aims to make women's contributions visible in local tourism contexts.

**Keywords:** Tourism; Pottery; Gender perspective; Women artisans; Mexico.

### 1. Introducción

Según cifras de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, 3.8 millones de personas trabajan en el sector turístico mexicano, lo que equivale al 8.3% del total de la población ocupada en el país. El 59% de las personas empleadas en el subsector de alojamiento y restaurantes son mujeres (INEGI,

\* Candidata a Doctora en Estudios Turísticos en la Facultad de Turismo y Gastronomía de la Universidad Autónoma del Estado de México; E-mail: paola.vizcaino.suarez@gmail.com

\*\* Profesora Investigadora del Centro de Investigación y Estudios Turísticos, Facultad de Turismo y Gastronomía, Universidad Autónoma del Estado de México; E-mail: rocioserba14@gmail.com

\*\*\* Profesora Investigadora del Centro de Investigación y Estudios Turísticos, Facultad de Turismo y Gastronomía, Universidad Autónoma del Estado de México; E-mail: gracicj@hotmail.com

\*\*\*\* Profesora Titular en el Departamento de Humanidades Contemporáneas e Investigadora en el Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas, Universidad de Alicante; E-mail: mariajopastora@gmail.com

2015). A pesar de la significativa participación de las mujeres en el sector turístico, pocos estudios se han adentrado en el análisis de dicha participación en los contextos locales donde se desarrolla el turismo. En el contexto mexicano, se detecta la necesidad no solo de examinar las políticas públicas de desarrollo turístico desde la perspectiva de género, sino también de realizar recomendaciones para la integración de los objetivos de la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres, a partir de las experiencias concretas de mujeres que participan como productoras

en actividades turísticas y relacionadas (Bergareche y Vargas, 2010; Díaz Carrión, 2012; Gámez, Ivanova y Wilson, 2011). La investigación sobre turismo y género, aporta conocimientos sobre las experiencias vividas de las mujeres, con la finalidad de orientar de manera más precisa las políticas y programas de desarrollo turístico.

El objetivo de este estudio es examinar el trabajo que realizan las mujeres en la producción alfarera y el turismo de Metepec Pueblo Mágico desde la perspectiva de género (división del trabajo por género, espacios de trabajo diferenciados, relaciones desiguales de poder entre mujeres y varones, diferentes niveles de participación y reconocimiento en los ámbitos público y privado). La investigación cualitativa permite profundizar en las experiencias vividas por las mujeres y revelar sus percepciones sobre las relaciones de género y las dinámicas de poder al interior de los talleres de producción familiar, en los espacios de comercialización de artesanías dirigidas al mercado turístico, y en las interacciones con turistas y agentes del desarrollo turístico local. El documento se organiza en los siguientes apartados: antecedentes de la investigación, metodología, resultados y conclusiones.

## 2. Turismo y trabajo femenino desde la perspectiva de género

La perspectiva de género tiene sus antecedentes en los marcos teóricos feministas surgidos en el siglo XX, los cuales conceptualizan a las relaciones de género como relaciones de poder jerarquizadas entre mujeres y varones. Las relaciones de género se encuentran insertas en sistemas sociales y culturales de diferenciación sexual, racial, étnica o de clase que produce desigualdades y reproduce la discriminación y opresión de las mujeres o de otros grupos marginados en los contextos locales y globales (Cobo, 2014). La década de 1990 marcó el inicio de un creciente interés sobre el análisis de las dimensiones de género en el turismo (Kinnaird y Hall, 1994; Swain, 1995). La adopción de marcos teóricos feministas y de género en la investigación turística ha abierto nuevos ámbitos de estudio más allá de las cuestiones económicas, hacia el análisis de las prácticas subjetivas de individuos, grupos y organizaciones que participan en los procesos de desarrollo turístico (Apostolopoulos, Sömnez y Timothy, 2001; Swain, 2015).

La literatura sobre turismo y género muestra un creciente interés por el análisis de las relaciones desiguales de poder entre mujeres y varones en el trabajo productivo (Ferguson, 2009; Sinclair, 1997); el tipo de oportunidades que encuentran las mujeres en los sectores relacionados con el turismo (Gentry, 2007; Tucker, 2007); y los impactos del trabajo turístico remunerado en la vida de las mujeres (Boonabaana 2014; Duffy et al., 2015; Moswete y Lacey, 2015). A pesar de las oportunidades que ha abierto el turismo alrededor del mundo para que las mujeres se incorporen al empleo remunerado, tanto la investigación académica como los reportes publicados por organizaciones de desarrollo internacional han documentado persistentes desigualdades de género en las industrias relacionadas con los viajes y el turismo, incluyendo: discriminación de género, segregación ocupacional, brecha salarial y menores oportunidades de capacitación y promoción (Baum, 2013; OMT, 2013; Sigüenza, Brottons y Huete, 2013).

Este cuerpo de investigación plantea una pregunta central: ¿la participación de las mujeres en la producción turística, contribuye a cambiar las ideologías y roles de género dominantes? En algunos contextos, el turismo puede facilitar la renegociación de roles de género tradicionales (Díaz Carrión, 2012; Ferguson, 2010; Fernández y Martínez, 2010); mientras que en otros, el turismo tiende a reforzar dichos roles (Gentry, 2007) o incluso a exacerbar la explotación de las mujeres, como en el caso del turismo sexual (Fuller, 2012; Munshi, 2006). Si bien la participación de las mujeres en el turismo depende de factores relacionados con el contexto sociocultural y los valores e ideologías de género locales, existe consenso en la literatura con respecto al rol que tiene el turismo como generador de oportunidades de empleo remunerado para las mujeres (Ferguson, 2010; Fernández y Martínez, 2010; Díaz Carrión, 2012). Las mismas autoras advierten que las mejoras económicas que pueden experimentar las mujeres mediante el trabajo productivo en el turismo no necesariamente modifican las relaciones de poder subyacentes en el ámbito laboral y doméstico. Más allá de los intercambios comerciales, “el turismo, como factor de cambio, está modificando diversos elementos propios de la identidad” (Pastor-Alfonso, 2007: 208). La continua interacción de la población local con los turistas contribuye a modificar los

discursos y las prácticas de género (Swain, 1995). Así, el turismo puede abrir nuevos espacios sociales y productivos tradicionalmente negados a las mujeres de las poblaciones receptoras (ver Díaz Carrión, 2012; Tucker, 2007).

La literatura sobre turismo y género se centra en la caracterización de las diferencias de género y las desigualdades en el trabajo turístico que afectan a las mujeres en mayor proporción que a los varones. A pesar del amplio rango de estudios de caso y análisis en destinos turísticos internacionales, no se ha prestado suficiente atención a la capacidad de negociación, toma de decisiones o formulación de estrategias que realizan las mujeres con relación a su participación en el turismo. Boonabaana (2014) señala que gran parte de la literatura describe con detalle las limitaciones y beneficios del trabajo turístico para las mujeres; pero no examina las negociaciones que llevan a cabo las mujeres sobre su participación en el turismo y los roles de género. El turismo no se impone de manera ineludible sobre sujetos pasivos e impotentes (Bergereche y Vargas, 2010). Los roles e identidades de género pueden someterse a cuestionamiento y transformación. Cuando se analizan las experiencias vividas, se observa que las mujeres rebaten las relaciones de género dominantes mediante la movilización, la agencia y la resistencia (Pantoja, 2014). Para profundizar nuestro conocimiento de la agencia de las mujeres, es importante distinguir entre las estrategias pre-existentes, de las prácticas que emergen con relación al turismo (Bergereche y Vargas, 2010). Se requiere adoptar un enfoque que se centre en la manera en que las mujeres experimentan su participación en el turismo (Díaz Carrión, 2010) y analizar los impactos del trabajo turístico en las prácticas (materiales) y los discursos (simbólicos) de género (Boonabaana, 2014).

### 3. Trabajo femenino en el contexto mexicano

El concepto de sexo se refiere a las características anatómicas, biológicas y fisiológicas que diferencian a los seres humanos y los definen como mujeres o varones; mientras que el género se refiere al conjunto de ideologías, creencias y atribuciones sociales que se construyen en cada cultura y período histórico basado en las diferencias sexuales (Lamas, 2002). La diferencia física ha servido para definir el acceso al trabajo por sexos, así “el trabajo es uno de los fundamentos de la división genérica de la sociedad y la cultura, aun cuando varía la relación específica entre sexo y tipo de actividad permitida, obligada o prohibida” (Lagarde, 2011:140). La construcción social de los roles y estereotipos de género en México ha caracterizado a los hombres como proveedores, jefes de familia y tomadores de decisiones; mientras que a las mujeres se les ha asignado el trabajo reproductivo (cuidado de los hijos y trabajo doméstico). Loría (1997) señala que cuando el trabajo productivo es considerado una responsabilidad masculina, los hombres se encuentran en una posición de control y gestión de los recursos económicos y tecnológicos que están ligados al ejercicio del poder público y privado. Por otro lado, el trabajo de las mujeres en el hogar es de consumo inmediato y por consiguiente invisible, de poco o nulo valor económico y social. Incluso las mujeres que participan del trabajo productivo y remunerado – en cada vez mayores proporciones – siguen siendo las principales responsables del trabajo reproductivo no remunerado (*ibid*, 1997). Los roles y estereotipos de género se reproducen en el mercado de trabajo.

El mercado laboral mexicano se caracteriza por una marcada segregación ocupacional. Según la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (INEGI, 2015), la distribución de la estructura ocupacional por sexo durante el tercer trimestre del 2015, fue de 62% varones y 38% mujeres. Las ocupaciones que concentran a más del 80% de las mujeres que trabajan fuera del hogar incluyen: empleadas de ventas, dependientas en comercios, artesanas, obreras, empleadas de servicios y trabajadoras domésticas. Por su parte, el 58% de los varones tienen empleos como trabajadores agrícolas, artesanos, obreros, comerciantes, vendedores y albañiles. Adicionalmente, el mercado laboral mexicano presenta discriminación por género en los procesos de contratación. La Encuesta Metropolitana sobre Remuneraciones (INEGI-INMUJERES, 2003) con información de aproximadamente 2,700 establecimientos formales privados de los sectores industrial, comercio y servicios para las tres áreas metropolitanas más importantes del país (Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey), muestra la preferencia de los empleadores para contratar personal del sexo masculino (más del 64% de las empresas) sobre personal del sexo femenino (34% de las empresas). Los empleadores encuestados enlistan la “mayor resistencia física”, “mayor adaptabilidad al horario” o “que no se considera una labor propia del sexo femenino” como principales motivos para contratar a empleados varones; mientras que la decisión de emplear a mujeres tiene que ver con “mayor responsabilidad”, “habilidades específicas” y “mayor destreza”.

El turismo es uno de los sectores con una significativa participación de las mujeres en México. Las mujeres representan más del 57% de la fuerza laboral en el subsector de alojamiento y restauración

y el 45% en los sectores relacionados con el turismo, como la producción y venta de artesanías y alimentos en destinos turísticos (INEGI, 2015; SECTUR-COLMEX, 2011). El mercado laboral turístico en México responde a la división sexual del trabajo, lo que produce desigualdades de género tales como: segregación ocupacional basado en los roles tradicionales de género; mayor representación de las mujeres en trabajos con menor estatus y remuneración; mayor proporción de las mujeres en trabajos de medio tiempo; menores oportunidades de capacitación y promoción; y menores salarios por hora en comparación con los varones en posiciones similares (SECTUR-COLMEX, 2011). Las mujeres también participan en el sector informal como vendedoras en la mayoría de los destinos: desde los complejos turísticos costeros (Gámez, Ivanova y Wilson, 2011), hasta los destinos de turismo étnico (Bayona, 2013).

#### 4. Globalización y desarrollo turístico en México

México ha sido catalogado como país en desarrollo o país emergente (Dabat, 1994), con una posición global históricamente vinculada a Latinoamérica, por lo que respecta a una historia colonial común y una evolución semejante como entidades independientes de España, y más tarde perteneciente a la esfera norteamericana (Coll-Hurtado y Córdoba, 2006). Durante los últimos cincuenta años, las transformaciones socioeconómicas más significativas incluyen: un crecimiento demográfico acelerado; una modificación de la distribución geográfica del país que llevó a una urbanización desequilibrada; un proceso de industrialización a partir del modelo de “sustitución de importaciones” que corrió en paralelo con la atracción de migrantes poco cualificados que encontraron una salida en el sector terciario y la migración; y la aplicación de ajustes estructurales promovidos por organismos de desarrollo internacionales (Banco Mundial) agudizaron la tendencia hacia el sector terciario, donde se inserta el turismo (*ibid*, 2006).

Históricamente, el desarrollo del turismo en México se centró en el aprovechamiento de los recursos costeros del país, así como del clima cálido durante todo el año para atraer al creciente mercado de sol y playa (Clancy, 2001). A mediados de 1990, con la saturación del modelo tradicional de sol y playa, el gobierno transfirió la gestión de los complejos turísticos costeros a los inversionistas privados y asumió la diversificación del desarrollo turístico bajo formas alternativas de turismo que permitieran la creación de nuevos productos relacionados con el patrimonio natural y cultural, con el objetivo de ganar competitividad y sustentabilidad (Benseny, 2007). En el año 2001, el gobierno federal creó el Programa Pueblos Mágicos como una de las principales políticas para la creación de nuevos productos turísticos basados en el patrimonio cultural. Poco más de una década después, el pueblo típico de Metepec se integra dentro de esta política nacional, donde la actividad terciaria – incluyendo al comercio y los servicios turísticos – emplea al 74% de la población económicamente activa, seguida de la actividad secundaria – donde se insertan los talleres artesanales (25%) y una muy baja presencia de la actividad primaria (1%) (Plan de Desarrollo Municipal de Metepec, 2016).

#### 5. Producción alfarera y turismo en Metepec

El municipio de Metepec, Estado de México, es un destino de producción de artesanías en barro con gran reconocimiento nacional e internacional. La producción alfarera en Metepec data de la época prehispánica y adoptó nuevas formas de elaboración con la influencia de la conquista española, la evangelización y la Colonia (Schneider, 2001). Hasta mediados del siglo XX, la alfarería de Metepec se centraba principalmente en la producción de cazuelas y otros utensilios de uso doméstico (jarrones, jarros, loza y floreros) y a lo largo de los años, ha ido incorporando objetos ornamentales y de cualidades artísticas (McAllister, 2001). La artesanía de barro más reconocida en el municipio es el “Árbol de la vida” (Figura 2), resultado de la mezcla de propósitos rituales y decorativos para mostrar la coexistencia entre pasajes bíblicos y la flora y fauna locales.

La producción de barro en Metepec se realiza por lo general en pequeños talleres familiares, donde los miembros mayores transmiten los conocimientos sobre la preparación del barro, quema y decorado a los miembros menores de la familia. La mayoría de los artesanos activos son varones y la tradición suele transmitirse por la línea paterna (Schneider, 2001). Las mujeres han aprendido tareas específicas para la producción y venta de artesanías en barro, pero sus contribuciones no siempre son visibles debido a la falta de reconocimiento por parte de los miembros varones de los talleres artesanales y

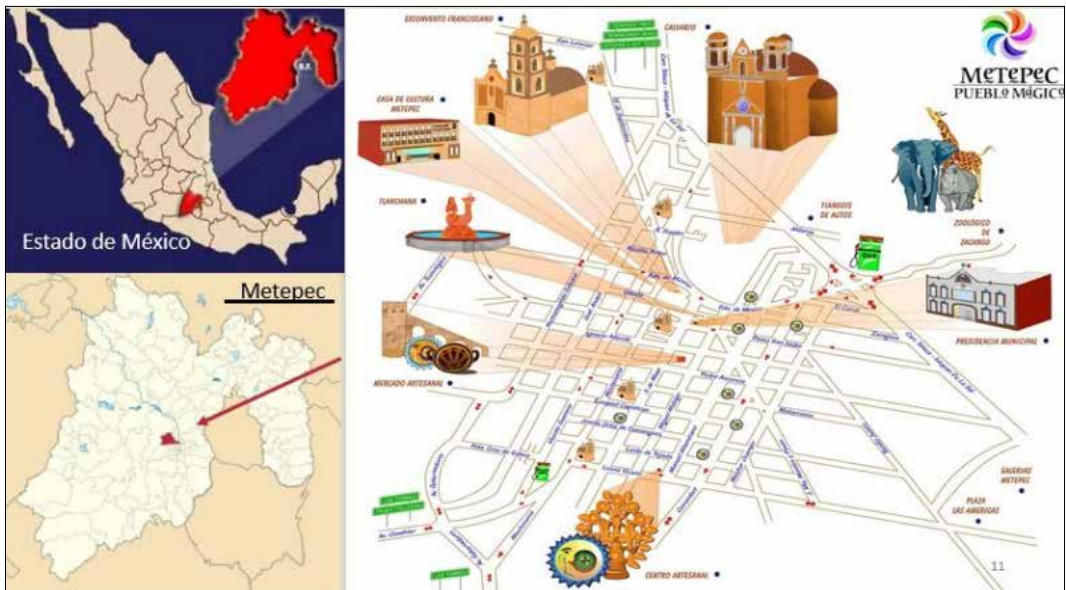
por la sociedad en general. El estatus social como artesano se adscribe generalmente a los miembros varones y jefes de los talleres.

En los talleres familiares existe una marcada división del trabajo por género. Los varones suelen realizar el trabajo “físicamente demandante” que incluye preparar y moler el barro, cernirlo, moldearlo y quemarlo. Por su parte, las mujeres y los menores (niñas y niños) se especializan en la elaboración de figuras pequeñas o “miniatura” para adornar piezas de mayor tamaño, como los árboles de la vida. También se especializan en el pintado y decorado de las piezas en crudo. Hay mujeres que realizan todo el proceso de producción de las artesanías en barro debido a circunstancias particulares, como por ejemplo: mujeres viudas que se vuelven jefas del taller familiar o mujeres originarias de otras regiones del país donde la tradición alfarera se transmite de madres a hijas. Además de las tareas que requieren “trabajo fino”; las mujeres han mostrado capacidades significativas en la venta de las artesanías producidas en los talleres familiares. La venta de artesanías en barro satisface la demanda de turistas, mayoristas e intermediarios.

En las dos últimas décadas, la ciudad típica de Metepec ha atraído a un mayor número de visitantes con intereses culturales debido a su producción de artes populares: cerámica, cestería, herrería y cerería (Dirección de Cultura de Metepec, 2015). Las festividades locales también atraen a turistas nacionales e internacionales en diferentes épocas del año. Las celebraciones más destacadas incluyen la Semana Santa en marzo; la Feria agrícola de San Isidro Labrador en mayo; el Festival Cultural de la Quimera en octubre; el Día de Muertos en noviembre y las celebraciones de Navidad en diciembre (Schneider, 2001).

La preservación de las tradiciones y festividades legendarias en los seis barrios centrales que conforman la ciudad típica de Metepec, fue reconocido por la Secretaría de Turismo de México a través del Programa Pueblos Mágicos (PPM) en el año 2012 (SECTUR, 2012). Desde su incorporación al PPM, Metepec ha recibido fondos estatales y federales para inversión en infraestructura y promoción turística. Uno de los proyectos de mejora de infraestructura turística para el período 2014-2015 fue la rehabilitación del Mercado de Artesanías. El Mercado se construyó en 1999, con el objetivo de dar un espacio a productores artesanos de barro para vender sus piezas utilitarias y ornamentales directamente a la clientela local, así como a los visitantes nacionales y extranjeros. Desde entonces, se ha consolidado como un espacio para la comercialización de artesanías dirigidas al mercado turístico (Dirección de Cultura de Metepec, *op. cit.*).

**Figura 1: Localización de Metepec.**



**Figura 2: Árbol de la vida**

**Fuente:** Ayuntamiento de Metepec.

Según las estadísticas municipales, de un promedio de 400 mil personas que se desplazan a Metepec anualmente, el 70% son visitantes que no pernoctan, con estancias de hasta 8 horas durante los fines de semana, con motivaciones de compras y cultura y un gasto de tipo medio. El 30% restante corresponde a turistas – principalmente de negocios – con pernoctación promedio de 2 noches y gasto alto o muy alto. Los visitantes provienen de otros municipios del Estado de México (Toluca, Ecatepec, Tejupilco, Tenancingo) y de la zona metropolitana de la ciudad de México; los turistas nacionales provienen sobretodo de la zona centro y occidente del país (Morelos, Querétaro, Guanajuato, Guerrero y Jalisco); mientras que los turistas internacionales provienen de los Estados Unidos, Europa (Alemania, Francia, España y Gran Bretaña) y en menor medida, Sudamérica (Argentina y Brasil) (Honorable Ayuntamiento de Metepec, 2010).

## 6. Metodología

El trabajo de campo para este estudio se realizó en el casco histórico de Metepec, donde se localizan más de un centenar de talleres familiares de producción de artesanías en barro, además del Mercado de Artesanías y las principales calles comerciales donde concurren turistas y residentes. Los métodos de investigación cualitativa empleados en este estudio incluyeron: datos recolectados durante las visitas al Mercado Artesanal y a los talleres familiares, conversaciones informales, entrevistas semi-estructuradas, en profundidad, observación participante y la revisión de literatura especializada. Para los propósitos del estudio, las artesanías de barro se definen como figuras, esculturas, piezas ornamentales y utilitarias elaboradas en barro y ofrecidos a la venta a los turistas en espacios diseñados para su comercialización. Las artesanías de barro de Metepec incluyen: árboles de la vida, ángeles, vírgenes, cruces, soles, eclipses, mariposas, sirenas, sahumerios, nacimientos, cazuelas, jarrones, ollas y loza utilitaria.

El trabajo de campo se realizó desde principios de agosto a mediados de noviembre de 2015. Intentar determinar el número total de mujeres que trabajan en la producción y venta de artesanías de Metepec fue una tarea difícil. En conversaciones informales con funcionarios municipales, se detectó que las propias autoridades municipales no distinguen entre productores artesanos y personas que no son productoras pero que se dedican a la comercialización y venta de artesanías (intermediarios y revendedores) con la finalidad de evitar conflictos entre ambos grupos. La producción artesanal en Metepec se realiza por lo general en talleres familiares, ubicados en casas habitación en donde se necesita un alto nivel de confianza para poder acceder.

En la primera etapa de observación y conversaciones informales con informantes locales, se determinó acotar el universo de estudio a las mujeres que tienen un local o que trabajan como empleadas en el Mercado de Artesanías, ya que al ser considerado un espacio turístico en Metepec Pueblo Mágico, respondía mejor a los objetivos de investigación. En el Mercado de Artesanías un total de 89 locatarios

**Tabla 1: Informantes de las entrevistas semi-estructuradas.**

<b>Característica</b>	<b>Número</b>	<b>Frecuencia (%)</b>
<b>Género</b>		
Femenino	16	88.9%
Masculino	2	11.1
<b>Lugar de origen</b>		
Metepec	11	61.1%
Toluca	1	5.5
Almoloya	1	5.5
San Mateo Atenco	1	5.5
Naucalpan	1	5.5
Ciudad de México	1	5.5
Guadalajara	1	5.5
Guerrero	1	5.5
<b>Edad</b>		
30 a 34	1	5.5%
35 a 39	1	5.5
40 a 44	3	16.7
45 a 49	2	11.1
50 a 54	1	5.5
55 a 59	2	11.1
60 a 64	2	11.1
65 a 69	3	16.7
Sin respuesta	3	16.7
<b>Estado civil</b>		
Soltera(o)	2	11.1%
Casada(o)	9	50.0
Divorciada(o) o separada(o)	2	11.1
Viuda(o)	4	22.2
Sin respuesta	1	11.1
<b>Nivel máximo de estudios</b>		
Sin estudios formales	2	11.1%
Primaria	2	11.1
Secundaria	1	5.5
Preparatoria o equivalente	2	11.1
1-3 años de estudios técnicos	2	11.1
Licenciatura completa	3	16.7
Sin respuesta	6	33.3

**Fuente:** elaboración propia a partir del trabajo de campo.

registrados (57 varones y 32 mujeres), gestionan 95 locales donde se exhiben y venden artesanías de barro, en su mayoría producidas en los talleres familiares de Metepec. Como no se busca representatividad estadística, sino información rica y diversa sobre las experiencias de las mujeres, se estableció una muestra mínima de 16 mujeres que trabajan en alguna etapa de la producción y venta de artesanías de barro. Se realizaron entrevistas semi-estructuradas con 18 informantes (16 mujeres y 2 varones) que son titulares o trabajan en un local del Mercado de Artesanías de Metepec. La Tabla 1 detalla las características de las y los informantes. Las preguntas de las entrevistas se centraron en datos demográficos, producción y venta de artesanías, dinámicas de género y opinión sobre la relación entre artesanía y turismo.

De las conversaciones informales y las entrevistas semi-estructuradas surgieron dos categorías con respecto a la participación de las mujeres en la producción y venta de artesanías en Metepec: a) mujeres que son miembros activos en un taller familiar de producción artesanal y comercializan parte importante de su producción en el Mercado de Artesanías; y b) mujeres que tienen vínculos directos con miembros activos de un taller familiar, se especializan en el decorado y pintura de artesanías en crudo y se centran en la venta en los locales del Mercado. Se empleó el muestreo con

propósito para seleccionar 5 mujeres informantes, en su mayoría oriundas de Metepec, mayores de 40 años, y que lideran sus propios talleres o son muy activas en la producción artesanal para realizar entrevistas en profundidad (Patton, 2015). Las entrevistas en profundidad son un método valioso para obtener información que nos permita un mayor entendimiento del mundo de las y los informantes (Hesse-Biber y Leavy, 2006). La perspectiva de género informó las entrevistas en profundidad con la finalidad de: a) obtener mayor entendimiento de las experiencias de las mujeres; b) profundizar sobre los cambios a través de su participación en la producción artesanal y el turismo cultural; y c) generar conciencia sobre las relaciones de poder – incluso entre la entrevistadora y las personas entrevistadas. El diseño de investigación fue flexible y permitió realizar adaptaciones conforme se recababan y se analizaban los datos, para contrastarlos con las preguntas de investigación y los fundamentos teóricos.

Se emplearon métodos de análisis etnográfico para transcribir e interpretar las notas de las conversaciones informales y la observación participante. Se siguieron las recomendaciones de Hesse-Biber y Leavy (2006) para el análisis inductivo de las transcripciones de las entrevistas semi-estructuradas y en profundidad, incluyendo la lectura de los datos textuales, identificación de temáticas, comparación, codificación e interpretación. De una primera etapa de codificación, emergieron tres grandes temáticas. Luego cada una de estas temáticas se recodificó para identificar subtemas y categorías emergentes. Los incidentes concretos se contrastaron con los conceptos teóricos que fundamentan la investigación (Hesse-Biber y Leavy, 2006). Los resultados de investigación se presentan a continuación.

## 7. Resultados de investigación

El propósito de las entrevistas semi-estructuradas fue obtener información sobre las contribuciones de las mujeres a la producción de artesanías de barro y el turismo de Metepec. Los talleres familiares de alfarería se caracterizan por una estructura patriarcal, donde los varones suelen dirigir los talleres, se reconocen como transmisores de la tradición a otros miembros de la familia y aunque la producción requiere de la participación de las mujeres en tareas especializadas como pintar y decorar las piezas de barro, las mujeres no suelen recibir reconocimiento por su trabajo. Las entrevistas confirmaron que existe una división de la vida y el trabajo por género. En algunos casos, esta división se presenta de manera más marcada que en otros y conlleva una serie de limitaciones a la participación de las mujeres en la toma de decisiones al interior de los talleres familiares y en el contexto social más amplio. La observación participante y las entrevistas revelaron algunas categorías que pueden modificar las relaciones de poder entre mujeres y varones como: el estado civil de las mujeres (las mujeres viudas o separadas, por ejemplo, tienden a adoptar las funciones que solían ser del ámbito exclusivo de los maridos); el nivel de estudios formales de las mujeres (a mayor nivel educativo, las mujeres mostraron mayor capacidad para exigir equidad en las relaciones de pareja y en el ámbito laboral); y la procedencia (las mujeres que no son originarias de Metepec y que no vienen de familias de artesanos, muestran diferentes expectativas con respecto a las relaciones de género, el trabajo artesanal y la actividad turística). Los nombres de las mujeres y hombres informantes se cambiaron para mantener su anonimato.

### *El trabajo de las mujeres en la alfarería de Metepec*

La definición más importante que surge de las entrevistas es la de “artesano” o “artesana” como la persona que realiza todo el proceso de trabajo en barro: desde moler los bloques de barro, cernirlos en un polvo fino, hacer la mezcla con agua y plumilla, amasar el barro, modelar las piezas, quemarlas, así como pintar y decorar las piezas terminadas. Una de las informantes proporcionó la siguiente definición: *ser artesana consiste en hacer cosas con el barro con las manos* (Alma, 2015. Entrevista personal). Esta definición excluye como artesanas a las personas que se especializan en las tareas de pintado y decorado de piezas finalizadas y probablemente sea una de las razones por las que no se da reconocimiento a las mujeres que realizan este tipo de contribuciones.

Los dos informantes varones se auto-definen como artesanos, lo cual confirma que el reconocimiento social tradicionalmente se adscribe a los productores varones. En cambio, de las 16 mujeres informantes, únicamente 6 se auto-definen como artesanas; otras pocas (4) mencionan que trabajan algunos procesos de la artesanía pero no se consideran artesanas y el resto de mujeres (6) se especializa en pintar y



decorar las piezas que elaboran familiares varones y se dedica de tiempo completo o a tiempo parcial a estas labores.

Con respecto al aprendizaje de la tradición alfarera, las mujeres informantes pueden clasificarse en dos grupos: a) mujeres originarias de Metepec, que pertenecen a familias que se han dedicado a la alfarería durante generaciones (5); y b) mujeres originarias de Metepec o de otras localidades, que han incursionado en el oficio a raíz de su matrimonio con varones que pertenecen a familias de tradición alfarera. Un caso aparte es el de una informante originaria del estado de Guerrero, quien ha desarrollado sus habilidades trabajando en otros talleres y luego se independizó para formar su propio taller.

En las publicaciones especializadas en artes populares, se enfatiza la transmisión patrilineal de la tradición alfarera en Metepec, es decir, de padres a hijos varones; por ello era de gran interés escuchar las experiencias de aprendizaje de las mujeres que trabajan en la producción alfarera. El recuento que más se asemeja a la información publicada sobre la alfarería en Metepec, es el de uno de los informantes varones, quien ha sido entrevistado en varias ocasiones sobre su trabajo como artesano. Su visión parece predominar entre los artesanos varones mayores de 50 años:

*[...] la tradición alfarera me viene de mis abuelos y bisabuelos [varones]. Ellos se dedicaban a hacer ollas y cazuelas... Los conocimientos se transmitían de padres a hijos [varones], porque las mujeres y las niñas se dedicaban a sus quehaceres del hogar y solo ayudaban a adornar [es decir, a pintar y a decorar las piezas terminadas] (Saúl, 2015. Entrevista personal).*

Según este informante, la tradición alfarera es exclusiva de los varones y el trabajo de las mujeres es una contribución menor. El otro informante varón, menor de 50 años, proporciona un recuento mucho más matizado: *Aprendí las técnicas de batido, amasado y moldeado del barro de mis padres [papá y mamá]. Mi madre era cazuelera y le entraba a todo el proceso del barro... A mí me llamó más la escultura y la elaboración de piezas ornamentales (Martín, 2015. Entrevista personal).*

Las historias de las mujeres sobre el aprendizaje del oficio responden a diferentes experiencias de vida. Las informantes que vienen de familias artesanas de Metepec, recuentan que ya desde niñas jugaban con el barro y observaban cómo trabajaban los adultos: *aprendí a trabajar el barro desde niña, yo sola, observaba a los mayores y agarraba el barro... me ponía a jugar y así empezaba a hacer mis propias figuras (Adolfina, 2015. Entrevista personal).* Las informantes locales o foráneas que se casaron con artesanos de Metepec comenzaron a ayudar a sus maridos en la elaboración de piezas de barro y aprendieron las técnicas ya sea observando el trabajo de sus maridos o mediante las enseñanzas directas de estos: *ya cuando me casé, me ponía a ver cómo trabajaban mi marido, mi suegro y mis cuñados... yo aprendí por mi cuenta, observando... (Celia, 2015. Entrevista personal).*

La mayoría de las mujeres informantes trabajan de tiempo completo en la producción y venta de artesanías de barro, por lo que sus labores diarias giran en torno a atender los locales del Mercado de Artesanías donde venden las piezas de producción familiar. Las mujeres suelen ser las responsables de abrir los locales por las mañanas, atender a la clientela (mayoristas y turistas nacionales o extranjeros) y vender las artesanías que se encuentran en exhibición. En los ratos en los que no llegan visitantes, aprovechan para elaborar piezas pequeñas o adornos para piezas más grandes; así como pintar y decorar las piezas terminadas. Muchas de ellas son las únicas responsables de atender la venta en los locales, mientras los maridos o hermanos varones trabajan en los talleres. La jornada de estas mujeres transcurre desde la apertura de los locales en el Mercado de Artesanías, entre las 9:00 y las 11:00 horas, hasta el cierre entre las 18:00 y las 19:00 horas. Según las informantes, los locales abren de lunes a domingo, aunque en las visitas se detectó que no todos los locales abren diario.

Las mujeres viudas o separadas han adoptado todas las responsabilidades que antes recaían en los maridos, además de las tareas que se les asignan tradicionalmente a las mujeres (labores domésticas y cuidado de los hijos). Este grupo de mujeres participan en todos los procesos de la producción del barro, así como en la apertura de los locales y la venta de artesanías. Además, al tener o heredar la categoría de "locatarias" también asisten a las juntas y reuniones que convoca la mesa directiva del Mercado de Artesanías. En ocasiones, las mujeres acuerdan con otras mujeres de la familia (hijas, hermanas o cuñadas) la rotación de días para abrir y atender los locales. Esta estrategia es más común entre las mujeres que pertenecen al mismo taller artesanal: *mi mamá y yo nos rotamos cada dos días para abrir el local. Los días que yo vengo al Mercado, mi mamá se queda en el taller trabajando [en la producción de artesanías] (Nuria, 2015. Entrevista personal).* También se dan los casos en que el trabajo de producción

y venta de artesanías no es el principal sustento de la familia y las mujeres atienden los locales en el tiempo libre que les queda después de cumplir con el resto de sus labores, ya sea en el hogar o en otro empleo remunerado. En un caso excepcional, una de las informantes mantiene un empleo nocturno como obrera en una fábrica del corredor industrial de Toluca y abre su local en el Mercado de Artesanías de Metepec todos los días de 11:00 a 18:00 horas.

Desde el análisis de las prácticas simbólicas, llama la atención el lenguaje que utilizan las mujeres para describir el trabajo que realizan. Muchas de ellas emplean la expresión “ayudar” a la persona que funge como principal productor de artesanías (el marido o un hermano varón): *ayudo a mi hermano a pintar y a decorar las piezas que él elabora* (Lorena, 2015. Entrevista personal); o bien: *por las noches, ayudo a mi marido a terminar alguna pieza en el taller de la casa* (Damaris, 2015. Entrevista personal). La expresión “ayudo a” parece restar importancia al trabajo que realizan las mujeres, sin el cual no se podría finalizar el proceso de producción de artesanías para su venta al público. Solo una informante se expresó constantemente y de manera asertiva de sus contribuciones en el taller familiar como “trabajo”: *mi marido y yo nos repartimos el trabajo, dependiendo de lo que vamos a hacer en el taller y de los pedidos que tengamos* (Alma, *op. cit.*).

El trabajo en el Mercado Artesanal y la atención a los turistas y demás clientela, no exime a las mujeres de cumplir también con las tareas que socialmente se les suele asignar al interior de las unidades domésticas, como: preparar los alimentos para los miembros de la familia, limpiar, lavar, planchar, entre otras. Las mujeres con hijos pequeños también están al pendiente de la crianza y en muchas ocasiones las niñas y niños salen de la escuela y pasan las tardes en los locales, jugando, haciendo tareas escolares o ayudando a sus mamás o abuelas con pequeñas labores. Es común que las hijas o hijos adolescentes y jóvenes, que siguen estudiando, contribuyan en tareas de elaboración de piezas pequeñas, pintado, decorado o venta en el local.

**Figura 3: Turistas en el Mercado de Artesanías.**



**Fuente:** trabajo de campo.

**Figura 4: Artesana pintando.**

**Fuente:** trabajo de campo.

### ***Dinámicas de género, espacios de trabajo, especialización y reconocimiento***

Las dinámicas de género producen una diferenciación de los espacios de trabajo, la especialización en las tareas de producción y venta de artesanías y un desigual reconocimiento a las contribuciones realizadas por mujeres y varones. Los principales espacios de trabajo de las mujeres informantes son los locales del Mercado de Artesanías, el taller familiar y el hogar, donde se realizan una combinación de tareas de producción alfarera, tareas domésticas y cuidado de personas dependientes. Los locales del Mercado suelen reconocerse como los espacios principales de trabajo para las mujeres que se dedican de tiempo completo a la producción y venta de artesanías de barro. Los locales han ganado un lugar especial entre las informantes; ya que para muchas de ellas representan un espacio de autonomía, libertad e incluso de distracción ante la rutina del hogar. Las mujeres mayores de 50 años reflexionan sobre el antes y el después de su incorporación al trabajo en el Mercado: *a mí me gusta venir a abrir el local todos los días, aunque no haya ventas o las ventas estén bajas... yo ya no me hallo en mi casa* (Jesusa, 2015. Entrevista personal). Hay un gran sentido de orgullo cuando las mujeres son las propietarias de los locales, bien porque lo heredaron de sus maridos o porque lo adquirieron con sus propios medios. En los locales del Mercado se exhiben las piezas elaboradas en los talleres de producción familiar, donde contribuyen varios miembros incluyendo a las mujeres, por lo que este espacio cumple la función de mostrar el trabajo que ellas son capaces de hacer. Finalmente, los locales son el espacio de interacción con la clientela, que puede ser vecina de Metepec, visitante de otras partes del país o turistas extranjeros.

En cuanto a la especialización, es común que los miembros varones de los talleres realicen todo el proceso de producción de artesanías – incluyendo las labores físicamente demandantes como cargar bultos, moler el barro, amasar y armar los hornos de quemado – y que las mujeres se dediquen a las tareas que requieren destreza y detalles finos, como el pintado y decorado de las piezas. Sin embargo, las entrevistas revelan experiencias mucho más diversas por parte de las informantes. Se puede clasificar a las mujeres que participan en la producción de artesanías en tres grupos: 1) mujeres que realizan todo el proceso de producción (las artesanas, según la definición de las informantes); 2) mujeres que se dedican a la elaboración de miniatura (piezas pequeñas o adornos para piezas más grandes) y además pintan y decoran; 3) mujeres que se especializan en el pintado y decorado de piezas elaboradas por los miembros varones de sus familias. En el primer grupo, las mujeres muelen el barro, lo ciernen, preparan la masa con agua y plumilla, moldean las piezas, las dejan secar y las queman en el horno de los talleres familiares. Cuando las mujeres son las principales productoras en el taller familiar, son

ellas las que dirigen el proceso y sus hijas, hijos y las parejas de estos les ayudan en tareas específicas. En estos casos, sobresalen las mujeres viudas, quienes han adoptado la posición de jefas de taller y propietarias de los locales en el Mercado; aunque también hay mujeres casadas que no son oriundas de Metepec y han llegado a dirigir sus propios talleres. Las mujeres en este grupo expresan su preferencia por el trabajo de moler, amasar y moldear el barro, por encima de las tareas de pintado y decorado: *yo prefiero trabajar el barro, meter las manos, amasar, hacer figuras... no se me da bien lo de pintar* (Celia, *op. cit.*). El grueso de las informantes forma el segundo grupo, es decir, mujeres que trabajan en talleres liderados por miembros varones de la familia (maridos, suegros o hermanos). En el tercer grupo, las mujeres han decidido especializarse en el pintado y decorado de piezas producidas por miembros varones de sus familias por motivos personales (edad avanzada o enfermedad); como estrategia para aumentar los ingresos familiares mediante la terminación y venta de piezas, sin comprometer los tiempos que requieren las etapas de trabajo con el barro; o bien, debido a la distribución de funciones dentro del taller familiar, para agilizar los tiempos de producción. Finalmente, las mujeres de los tres grupos cumplen una función fundamental en la venta de artesanías dirigida al mercado turístico, ya que en su mayoría son las encargadas de abrir y atender los locales a tiempo completo o media jornada.

En Metepec, el reconocimiento como artesano de barro se suele adscribir a los miembros varones que lideran la producción en los talleres familiares. Este reconocimiento responde a unas dinámicas complejas que se deben examinar en el contexto sociocultural de Metepec, ya que en otros destinos culturales del país, las mujeres tienen reconocimiento como alfareras (ejemplo: las mujeres de Amatenango del Valle, Chiapas). Las informantes de los talleres de Metepec, consideran que hay dos razones por las que las mujeres no se dedican con la misma frecuencia que los varones al trabajo artesanal: 1) el machismo que permea todas las relaciones sociales en la comunidad; y 2) la naturaleza del trabajo con barro, que es físicamente demandante. Algunas mujeres comentan que a partir de su trabajo fuera del hogar, han logrado establecer relaciones más equitativas con sus maridos: *Cuando mis hijos eran pequeños y yo me quedaba en casa, mi marido iba al Mercado y vendía sus artesanías... pero cuando mis hijos crecieron y yo me encargué de abrir el local, ya mi marido tuvo que ayudarme. Cuando no estoy, él hace la cama y se calienta la comida* (Jesusa, *op. cit.*). Para algunas mujeres, la producción y venta de artesanías es una tarea familiar, donde participan ellas, los maridos, las hijas y los hijos: *Mi marido y yo trabajamos en equipo, nos ayudamos mutuamente para sacar adelante los pedidos* (Damaris, *op. cit.*). Finalmente, las informantes menores de 45 reflexionan sobre los cambios generacionales en las relaciones de género: *Antes se esperaba que las mujeres cuidaran a los hijos y que no trabajaran fuera de casa, pero ahora la necesidad obliga a las mujeres a trabajar fuera, incluso a edad avanzada, como mi mamá* (Nuria, *op. cit.*).

### **Turismo y comercialización de las artesanías en barro**

Las mujeres mayores de 60 recuerdan que Metepec solía ser un pueblo rural, donde las principales actividades eran la agricultura y la alfarería: *Antes aquí había pura milpa* [tierras que se destinan al cultivo del maíz]. *No llegaban los turistas, no había centros comerciales, ni tanta tienda* (Adolfina, *op. cit.*). Hacia 1960 comenzó el proceso de urbanización que transformó a Metepec en un municipio urbano-residencial de gran peso económico y demográfico en la Zona Metropolitana de Toluca, en la región centro del país (Serrano-Barquín, *et al.*, 2009). La consolidación del corredor industrial Toluca-Lerma y la construcción del aeropuerto de la ciudad de Toluca posicionaron a Metepec en un lugar clave del proceso de metropolización (Aguilera y Corral, 1992). El incremento de la conectividad por vía terrestre, facilitó el acceso a Metepec desde diferentes puntos de la región centro y desde la ciudad de México, que es el principal centro emisor de turistas en el país. En palabras de una de las artesanas: *Ahora pasa mucha gente por Metepec. [Los turistas] vienen y aprenden sobre las tradiciones de nuestro pueblo, de las artesanías* (Adolfina, *op. cit.*).

Con la integración de Metepec al Programa Pueblos Mágicos de la Secretaría de Turismo de México, las informantes consideran que han llegado a más visitantes extranjeros, sin embargo, hace falta consolidar una oferta variada de actividades artísticas y culturales: *hacen falta más espectáculos, más atracciones en el centro, talleres para niños los viernes, sábados y domingos para que venga más gente* (Socorro, 2015. Entrevista personal). Para las mujeres que trabajan en la producción y venta de artesanías, la alfarería sigue siendo el motor de Metepec y es la actividad que le da identidad al pueblo. Las informantes consideran que el turismo cultural ha sido una oportunidad para comercializar la producción de artesanías de barro y les interesa que las autoridades municipales ayuden a difundir el trabajo que ellas y sus familias realizan. La constante interacción con visitantes de otras localidades

y regiones, así como de otros países, ha sido una experiencia gratificante: *yo creo que ahí sí tengo un tesoro, conozco muchísima gente: muy humilde, de clase media y clase alta. Esto me ha ayudado a salir más, a crecer como persona* (María, 2015. Entrevista personal).

Los talleres de alfarería de Metepec producen artesanías todo el año. Las ventas se incrementan con la llegada de turistas en las vacaciones de Semana Santa; durante celebraciones como las Fiestas de San Isidro Labrador en mayo; el festival cultural de la Quimera en octubre; el Día de Muertos en noviembre y la temporada de Navidad en diciembre. Durante el resto del año, las ventas repuntan en puentes y fines de semana. La venta de artesanías está estrechamente vinculada con la estacionalidad de la actividad turística del municipio: *No siempre se gana bien con la artesanía, es un trabajo difícil, porque si no llegan turistas, no hay ventas* (Estela, 2015. Entrevista personal). Los ingresos de las familias alfareras dependen en gran medida de la llegada de visitantes o bien, de la capacidad para captar clientes fijos, como tiendas de artesanías, mayoristas, revendedores, o incluso empresas de hostelería (para piezas utilitarias). Las mujeres siempre han ocupado un lugar destacado en la venta de la producción artesanal dirigida al mercado turístico. Al tener una mayor presencia en los espacios de venta como el Mercado de Artesanías o las calles comerciales de Comonfort y Paseo San Isidro en el centro histórico de Metepec, las mujeres han desarrollado habilidades comerciales, de comunicación y atención a visitantes.

La interacción con turistas ha permitido que las mujeres identifiquen patrones, necesidades y gustos que impactan en la producción artesanal como: diferentes diseños, tamaños, colores y opciones de embalaje. *Los turistas por lo general llevan piezas pequeñas o medianas para llevarlas de recuerdo. Así las pueden transportar y nos piden que las empaquemos con periódico para que no se rompan* (Andrea, 2015. Entrevista personal). Otra informante comentó que siempre está atenta a las preferencias de la clientela y que el tipo de artesanía que buscan los visitantes varía por temporada: *En primavera piden más las macetas y jardineras. En el Festival de la Quimera, los niños piden los cochinitos de barro. En Día de Muertos se venden las catrinas, los candelabros y los sahumerios... Las cruces y los árboles de la vida se venden todo el año* (Nuria, *op. cit.*). Otro elemento que identifican las informantes en sus experiencias de venta son los precios que los visitantes están dispuestos a pagar: *Cuando se trata del precio, todos los clientes regatean... y más los extranjeros... pero al final los turistas pagan precios [al menudeo] más altos que los mayoristas* (Socorro, *op. cit.*).

La estacionalidad de la actividad turística, así como los vaivenes económicos obligan a las familias artesanas a buscar una combinación de estrategias de comercialización. Algunas familias que solían ser productoras han detectado mayores oportunidades económicas al especializarse en la compra y reventa de artesanías, convirtiéndose en parte de la clientela fija de otras familias productoras. Este tipo de relaciones comerciales entre familias productoras y familias revendedoras suelen ser complejas, revelan diferencias de poder (político y económico) y en muchos casos, han generado una competencia desleal por el reconocimiento y los apoyos públicos a la producción artesanal, así como desconianza y divisiones al interior del colectivo artesanal (Trabajo de campo, 2015). Se considera en este trabajo que las relaciones que se establecen entre los miembros de las familias artesanas en cuanto a su organización empresarial, tanto para la creación de los productos como para la venta o reventa de los mismos, así como los contactos con las organizaciones sociales y políticas, son nexos de gran peso y valor desde la perspectiva de género, por lo que se presentarán en un artículo que se publicará próximamente.

### **Mujeres, desarrollo artesanal y programas turísticos**

Las labores diarias en la producción y venta de artesanías, así como en las tareas domésticas y cuidado de dependientes, dejan poco tiempo para que las mujeres participen en organizaciones ligadas a la gestión del desarrollo artesanal y al turismo cultural de Metepec. Para la mayoría de las mujeres informantes, el ámbito más cercano de participación colectiva es la asamblea de locatarios del Mercado de Artesanías. Únicamente las mujeres titulares de locales (n=37), que representan el 39% del total de locatarios, cuentan con voz y voto en las reuniones que convoca la mesa directiva, generalmente dirigida por varones mayores de 50 años con una amplia red de vínculos institucionales. Las entrevistas revelan que, en las juntas y reuniones, las mujeres locatarias no suelen expresar abiertamente sus opiniones sobre la gestión del Mercado para no entrar en confrontación con los líderes y grupos que ostentan mayor poder político. Para una de las informantes, los miembros de la mesa directiva velan más por sus intereses personales que por los intereses colectivos: *aprovechan las circunstancias para su beneficio... son políticos y abusivos* (Guadalupe, 2015. Entrevista personal). Otra informante declara que las dinámicas de género imperantes entre las familias de artesanos y las diferencias de poder entre

los miembros del colectivo artesanal limitan la participación activa de las mujeres: *por lo mismo de que es un gremio que sí es muy misógino, [a las mujeres] no se les permite que se organicen* (Alma, *op.cit.*).

Con relación al programa turístico Pueblos Mágicos, solo una de las informantes es miembro de la asociación ciudadana que se creó para dar seguimiento a las acciones de mejoramiento de imagen urbana y rehabilitación de espacios turísticos – incluyendo la remodelación del Mercado Artesanal entre octubre 2014 y marzo 2015. Según esta informante, el proyecto de remodelación del Mercado *se les presentó a los artesanos que tienen local* (Alma, *op.cit.*). Inicialmente, surgieron muchas dudas sobre la idoneidad del proyecto, debido principalmente a que la remodelación conllevó el cierre de locales durante meses con mucho movimiento de visitantes (octubre-diciembre). Al término de las obras, la mayoría de las mujeres entrevistadas evaluaron la remodelación de manera positiva. Por ejemplo, una informante considera que: *los locales quedaron más bonitos y se crearon áreas más agradables para caminar* (Nuria, *op.cit.*). Un reto pendiente tras la remodelación del Mercado es la difusión entre la población residente y los visitantes. Para una de las informantes, se debe promover al Mercado de Artesanías como el principal espacio de venta directa de los productores de barro de Metepec: [Por desconocimiento], *los vecinos de Metepec mandan a la gente a [la calle] Comonfort; pero ahí casi todos son revendedores; compran a los productores artesanías en crudo por un precio bajo, luego pintan y decoran las piezas para revenderlas a un precio mucho más alto a los turistas* (Romina, 2015. Entrevista personal).

## 8. Conclusiones

La alfarería es una actividad con gran tradición histórica entre los pobladores de Metepec, Estado de México. En las dos últimas décadas, la producción de artesanías en barro se ha convertido en uno de los principales atractivos de Metepec para un segmento de turistas y visitantes con intereses culturales, por lo que en el 2012 se incorporó el centro histórico al programa Pueblos Mágicos de la Secretaría de Turismo de México. Aunque existe una extensa bibliografía especializada en artes populares sobre la tradición alfarera de Metepec, rara vez se ha visibilizado el trabajo que realizan las mujeres, así como los vínculos de este trabajo con el turismo. Este estudio adoptó la perspectiva de género para examinar el trabajo de las mujeres en la producción y venta de artesanías de barro dirigida al mercado turístico. Los métodos cualitativos de investigación revelaron que las mujeres contribuyen en un rango amplio de tareas relacionadas con la producción artesanal, destacando la elaboración de adornos, pintado y decorado de las piezas con la finalidad de hacerlas más atractivas para los turistas. El trabajo de las mujeres es fundamental en los procesos de venta directa al público y son ellas las que han desarrollado habilidades comerciales, de comunicación y de atención a visitantes; mientras los padres, maridos o hermanos pasan la mayor parte del tiempo en los talleres. Las mujeres desarrollan estrategias para mejorar los ingresos de los talleres familiares e identifican las necesidades y preferencias de su clientela. Cuando interactúan con los turistas, obtienen información sobre: a) los diseños, tamaños y colores que resultan más atractivos; b) el tipo de artesanías que tienen mayor demanda por temporada; y c) el rango de precios que los visitantes están dispuestos a pagar. Entre las mujeres que dirigen sus propios talleres, es evidente que toda esta información impacta la producción dirigida al mercado turístico. Más allá de los intercambios comerciales, el turismo ha permitido a las artesanas socializar con una diversidad de personas fuera de su entorno inmediato. Estas interacciones han servido para ampliar y “enriquecer” el mundo de las mujeres.

Si bien la organización patriarcal de los talleres artesanales y la división de la vida y el trabajo por género circunscribe la participación de las mujeres en la producción alfarera, muchas de ellas han tenido la oportunidad de desarrollar sus habilidades creativas, comerciales y sociales en los espacios desarrollados para el turismo (ejemplo: Mercado de Artesanías). Las mujeres han ido consolidando su presencia en este tipo de espacios públicos turísticos, lo que les ha permitido incrementar su capacidad de negociación para adoptar roles anteriormente reservados a los varones, en caso de separación o viudez, como dirigir sus talleres artesanales, ser titulares de locales en el Mercado de Artesanías o participar en ferias y concursos con las piezas elaboradas por ellas. Así las mujeres han ganado algunos espacios materiales pero también simbólicos, como la auto-definición como “artesanas”, aunque es un título que se sigue adscribiendo a los varones. Persisten áreas en donde la participación de las mujeres se ve restringida por las dinámicas de género imperantes y las diferencias de poder entre grupos del colectivo artesanal. Estas diferencias son evidentes al interior de las organizaciones que representan a dicho colectivo (ejemplo: los miembros de la mesa directiva del Mercado de Artesanías suelen ser varones mayores de 50 años con una amplia red de

vínculos institucionales); así como en las asociaciones ligadas al desarrollo del turismo cultural (solo una mujer artesana es miembro de la asociación Pro Pueblo Mágico de Metepec). Este es un punto que requiere mayor análisis y que se debe incorporar en futuros estudios sobre la participación de las mujeres en los contextos turísticos locales.

## Bibliografía

- Aguilera, Jesús; Corral, Alma.  
1992. *La producción de suelo urbano a través de fraccionamientos en el Estado de México (1946-1992)*. México: Universidad Autónoma del Estado de México.
- Apostolopoulos, Yiorgos; Sönmez, Sevil; Timothy, Dallen J.  
2001. *Women as producers and consumers of tourism in developing countries*. Westport: Praeger.
- Baum, Thomas.  
2013. *International Perspectives on Women and Work in Hotels, Catering and Tourism*. Geneva: International Labour Organization. [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---gender/documents/publication/wcms\\_209867.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---gender/documents/publication/wcms_209867.pdf) (10:01:2015).
- Bayona, Eugenia.  
2013. "Textiles para turistas: tejedoras y comerciantes en los Altos de Chiapas". *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 11(2): 371-386.
- Benseny, Graciela.  
2007. "El turismo en México. Apreciaciones sobre el turismo en espacio litoral". *Aportes y transferencias*, 11(2): 13-34.
- Bergareche, Ana; Vargas, Esperanza.  
2010. "Nuevos desafíos, renovadas miradas: algunas propuestas al debate sobre género, desarrollo y turismo en el Pacífico mexicano". *Revista México y la Cuenca del Pacífico*, 13: 75-102.
- Boonabaana, Brenda.  
2014. "Negotiating gender and tourism work: Women's lived experiences in Uganda". *Tourism and Hospitality Research*, 14(1-2): 27-36.
- Clancy, Michael.  
2001. "Mexican tourism: export growth and structural change since 1970". *Latin American Research Review*, 128-150.
- Cobo, Rosa.  
2014. "Aproximaciones a la teoría crítica feminista". En Boletín del Programa de Formación, no. 1, año 1. Perú: CLADEM.
- Coll-Hurtado, Atlántida; Córdoba y Ordóñez, Juan.  
2006. "La globalización y el sector servicios en México". *Investigaciones geográficas*, 61: 114-151.
- Dabat, Alejandro.  
1994. *México y la globalización*. México: UNAM.
- Díaz Carrión, Isis Arlene.  
2010. "Ecoturismo comunitario y género en la reserva de la biosfera de los Tuxtlas (México)". *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 8(1): 151-165.
- Díaz Carrión, Isis Arlene.  
2012. "Turismo de aventura y participación de las mujeres en Jalcomulco, México". *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 10(5): 531-542.
- Duffy, Lauren; Kline, Carol; Mowatt, Rasul; Chancellor H. Charles.  
2015. "Women in tourism: Shifting gender ideology in the DR". *Annals of Tourism Research*, 52: 72-86.
- Ferguson, Lucy.  
2009. "Analysing the gender dimensions of tourism as a development strategy". Working Paper No. pp03/09. Madrid: ICEI, Universidad Complutense de Madrid.
- Ferguson, Lucy.  
2010. "Turismo, igualdad de género y empoderamiento de las mujeres en Centroamérica". *Papeles de relaciones ecosociales y cambio global*, 111: 123-133.
- Fernández, María José; Martínez, Luz Adriana.  
2010. "Participación de las mujeres en las empresas turísticas privadas y comunitarias de Bahías de Huatulco, México. ¿Hacia un cambio en el rol de género?" *Cuadernos de turismo*, 26(26): 129-151.

- Fuller, Norma.  
2012. "Género y turismo: una relación ambigua." Ponencia presentada en el IV Encuentro de Turismo Responsable Turismos y Mujeres: impactos sociales, ambientales y económicos. San Sebastián, España.
- Gámez, Alba; Ivanova, Antonina; Wilson, Tamar D.  
2011. "Género y comercio informal en destinos turísticos. El caso de las vendedoras de playa en Baja California Sur, México". TURyDES, 4(9). <http://www.eumed.net/rev/turydes/09/giw.htm>
- Gentry, Kristine M.  
2007. "Belizean women and tourism work: Opportunity or impediment?" *Annals of Tourism Research*, 34(2): 477-496.
- Gibson, Heather.  
2001. "Gender in tourism: Theoretical perspectives". En Apostolopoulos, Y.; Sönmez, S. y Timothy, D. J. (Eds.), *Women as producers and consumers of tourism in developing regions* (pp. 19-43). Westport: Praeger.
- Hesse-Biber, Sharlene; Leavy, Patricia.  
2006. *The Practice of Qualitative Research*. 2nd ed. New York: Sage.
- Instituto de Información Geográfica, Estadística y Catastral del Estado de México (ICEGEM).  
2013. *Estadística Básica Municipal Metepec*. Toluca, México: ICEGEM.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).  
2015. *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo*. México: INEGI. [http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/Proyectos/encuestas/hogares/regulares/enoe/\(10:03:2015\)](http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/Proyectos/encuestas/hogares/regulares/enoe/(10:03:2015)).
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI); Instituto Nacional de las Mujeres (INMUJERES).  
2003. *Encuesta Metropolitana sobre Remuneraciones*. México: INEGI-INMUJERES. [http://estadistica.inmujeres.gob.mx/formas/tarjetas/Encuesta\\_de\\_remuneraciones1.pdf](http://estadistica.inmujeres.gob.mx/formas/tarjetas/Encuesta_de_remuneraciones1.pdf) (18:01:2015).
- Kinnaird, Vivian; Hall, Derek.  
1994. *Tourism: A Gender Analysis*. Chichester: John Wiley & Sons.
- Lamas, Marta.  
2002. *Cuerpo, diferencia sexual y género*. México: Taurus.
- Lagarde y de los Ríos, Marcela.  
2011. *Los cautiverios de las mujeres*. Madrid: Horas y horas.
- Loría, Cecilia.  
1997. *Mujeres y hombres en la escuela y la familia. Estereotipos y perspectiva de género. Guías para talleres breves*. México: SEP-Comisión Nacional de la Mujer.
- McAllister, Linda.  
2001. "Suave misticismo del barro". *Artes de México* (30): 47-53.
- Moswete, Naomi; Lacey, Gary.  
2015. "Women cannot lead: Empowering women through cultural tourism in Botswana". *Journal of Sustainable Tourism* 23(4): 600-617.
- Munshi, Indra.  
2006. "Tourism processes and gender relations: Issues for exploration and intervention". *Economic and Political Weekly* 41(42): 4461-4468.
- Organización Mundial del Turismo (OMT).  
2013. *Global Report on Women in Tourism 2010*. Madrid: OMT. <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284414789> (10:01:2015).
- Pantoja, Clara.  
2014. "Relaciones de género y participación social de mujeres peruanas inmigrantes en la Región Metropolitana de Chile". *Revista Sociedad y Equidad*, 6:189-213.
- Patton, Michael.  
2015. *Qualitative Research & Evaluation Methods. Integrating Theory and Practice*. 4th ed. New York: Sage.
- Pastor Alfonso, María José.  
2007. "Una apuesta por la sostenibilidad y la proyección de la identidad cultural. Turismo alternativo en pequeñas comunidades latino-americanas". *Anales del Museo de América*, 15: 207-216.
- Schneider, Luis.  
2001. "Tradición y fantasía del barro". *Artes de México* (30): 30-45.
- Serrano-Barquín, Rocío; Hernández, Silverio; Serrano-Barquín, Rebeca.  
2009. "Harmonic tourism, factor of sustainable development in the city of Toluca, Mexico". *Theoretical and Empirical Researches in Urban Management*, 4(13): 5-24.



Sigüenza, María Carmen; Brotons, Matilde; Huete, Raquel.

2013. "The evolution of gender inequality in tourism employment in Spain". *Rotur: Revista de Ocio y Turismo*, 6: 182-200.

Sinclair, Thea (Ed.).

1997. *Gender, work and tourism*. London: Routledge.

Secretaría de Turismo (SECTUR).

2012. "Nombra SECTUR a Metepec como Pueblo Mágico". Boletín Informativo 184/2012. México: SECTUR.

Secretaría de Turismo (SECTUR); El Colegio de México (COLMEX).

2011. *Análisis Económico del Mercado Laboral en el Sector Turístico: Hacia una Política Pública para la Igualdad entre Mujeres y Hombres*. México: SECTUR-COLMEX.

Swain, Margaret.

1995. "Gender in tourism". *Annals of Tourism Research*, 22(2): 247-266.

Swain, Margaret.

2015. "Tourism and gender: An evolving agenda". *Tourism Recreation Research*, 28(2): 7-11.

Tucker, Hazel.

2007. "Undoing shame: Tourism and women's work in Turkey". *Journal of tourism and cultural change*, 5(2): 87-105.

## Notas

- <sup>1</sup> Este artículo se enmarca dentro del proyecto "Turismo y género en el Estado de México, situación actual y perspectivas" con clave 3828/2014/CIA. Forma parte del programa de Doctorado en Estudios Turísticos de la Universidad Autónoma del Estado de México, con fondos del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología de México (CONACYT).

*Recibido:* 08/05/2016

*Reenviado:* 06/08/2016

*Aceptado:* 07/08/2016

*Sometido a evaluación por pares anónimos*