

LA CERAMICA TALAVERA COMO UNA PRÁCTICA CULTURAL ARTESANAL: ENTRE LO ANSESTRAL Y LOS NUEVOS HIBRIDISMO ARTISTICOS.

Elaborado por: Leidy Yohana Patiño Lozada¹

Dirigido por: Carolina Garzón Medina

"La cultura es la suma de todas las formas de arte, de amor y de pensamiento, que, en el curso de siglos, han permitido al hombre ser menos esclavizado"

André Malraux

Resumen

Este ensayo tiene como objetivo comprender el significado de la práctica cultural de la cerámica talavera desde una visión del consumo cultural, reconocida a nivel nacional e internacional, por su amplia tradición, transmitida de generación en generación. Estos aspectos hereditarios han permitido que la cerámica de talavera haya adquirido diversos estilos, colores, formas y técnicas que ayudan a potencializar la imagen del Estado de Puebla de Zaragoza y sus artesanos. El turista que visita la ciudad de Puebla siempre lleva en su pensamiento la cerámica Talavera por ser un icono importante, destacado a nivel mundial por este Estado.

Palabras claves: artesanías, cultura, talavera, marketing, prácticas

A lo largo de los años la cerámica ha conjugado la utilidad y belleza de los grandes elementos que el hombre emplea en su vida diaria. Por este motivo la cerámica talavera a través de su historia ha logrado que las personas entiendan un poco más acerca de su cultura, procedencia y sus avances tecnológicos. Este arte se desarrolló en Puebla debido a toda la fuente y cantidad de arcilla que allí había, pues es el elemento principal para la elaboración de esta cerámica tan reconocida a nivel mundial.

La cerámica integra una identidad social que los hace reconocidos, por ser el talavera poblano una de las mejores y la más recordada por sus orígenes y desarrollos en América Latina. Aunque México tiene también un reconocimiento encaminado hacia la gastronomía, la religiosidad y la

¹ Estudiante Facultad de Mercadeo, Universidad Santo Tomás. Aspirante título profesional en mercadeo

tradición; también resalta las labores realizadas para el direccionamiento de esta técnica hacia el éxito.

Este arte es un símbolo territorial que está reconocido y que todas las personas que visitan México especialmente la ciudad de Puebla, sienten la necesidad y alegría de adquirir esta cerámica ya que es representativa y sus diseños nos dan un poco más de esa cultura que lleva de fondo. Por esta razón muchas familias se transfieren entre ellos este arte, debido al amor que siente por esta cultura y la procedencia que lleva años de historia.

La cerámica talavera tiene una vigencia exquisita pues ella nos muestra diferentes actitudes sociales guiadas por formas, proporciones, decoraciones y antigüedad, estos factores hicieron que en algún momento el talavera fuera exquisita y una poco elitista.

Es por esto que la mejor manera de conocer esta cultura e historia de trasfondo es visitando la ciudad de Puebla, mirando a los ojos los artesanos y ver ese amor que sienten por ese arte tan maravilloso que los identifica, siendo así mismo auténticos y diferenciador de su cultura.

Pero no solo es describir la cultura del talavera, es también conocer como el marketing cultural hace de este arte algo que une a muchos países, pues el talavera fue fundada en España pero a la vez migra hacia otros países donde realmente forjan y se vuelve un producto multicultural, el cual no puede pasar por desapercibido y son productos icónicos de la región que une todas esas culturas ancestrales y a la vez las modifica según la región en donde las fabrican.

Con base en lo anterior surgen diversas inquietudes en torno a la cual giran las reflexiones del presente ensayo ¿Qué representa las prácticas artesanales de la cerámica talavera en el modo de vida de la sociedad poblana? ¿en qué medida las prácticas artesanales de la talavera poblana han orientado el consumo y la identidad cultural de locales y visitantes extranjeros?

El objetivo principal de este escrito está en función de comprender el significado la compra y el consumo de la cerámica de talavera dentro del mercado turístico poblano, para entender el sentido de esta como identidad cultural y atractivo turístico artesanal.

En línea con lo anterior, la cerámica talavera es una práctica artesanal que nació en el siglo XVI bajo la influencia musulmana; esta cerámica fue difundida en América luego de la conquista española; el talavera policromo producida desde el siglo XVI, se destaca por su decoración pintada con excelentes detalles que lograron convertir estas piezas en artículos de lujo, tanto en su país de origen como en América a partir de la segunda mitad del siglo XVII. Los motivos que se pueden apreciar en platos y tazones muestran la influencia, en primer lugar, del Renacimiento Italiano, y más tarde del Barroco, reflejadas en el tratamiento de escenas complejas de paisajes, con figuras antropomórficas y zoomórficas representadas con una viva paleta de colores (Lioni, Macioci, & Martinez, 2014).

Después de esto con la llegada de Cristóbal Colón a América la cerámica tuvo un papel fundamental para el modo de vida occidental europeo que la sociedad colonial buscaba reproducir en el nuevo continente. El intercambio que se produjo entre los puertos de Sevilla y América con respecto a la producción cerámica no se debió a la ausencia de alfarería indígena sino a las preferencias y costumbres españolas. No obstante, la producción de vajilla utilitaria comenzó a realizarse desde mediados del siglo XVI por los pobladores españoles de la Ciudad de México, debido a la gran demanda y las tardanzas de los embarques comerciales (Lioni, Macioci, & Martinez, 2014).

Luego de estos acontecimientos y el nacimiento de la ciudad de Puebla en 1531 se intensificó la producción de esta cerámica, llegando a la ciudad, debido a los yacimientos de arcilla que había en la región y por los empleados pre hispanos que habitaban esta ciudad. La ciudad de Puebla fue el lugar ideal para el emplazamiento de los talleres cerámicos. Estos talleres se fundaron debido a la cercanía que tenía la ciudad con dos rutas comerciales que atravesaban el asentamiento, una proveniente de Ciudad de México que concluía en Veracruz; y otra que comenzaba en el mismo punto y se desviaba a Oaxaca y Guatemala (Martinez & Ortega, 2011). Estas rutas lo que hacían era beneficiar a los comerciantes y productores que acaparaban el mercado.

De esta forma llega la cerámica talavera a Puebla, para quedarse y hacer de ella una fuente de trabajo y fuente de vida para los artesanos poblanos. La creatividad cultural que subyace en esta tradición alfarera se despliega en dos planos, uno es el de la producción de los enseres y el otro su función cultural culinaria, lo que muestra la capacidad de los sujetos para conferir significados a sus tradiciones utilizándolas como formas de resistencia y para contrarrestar las desigualdades sociales a través de la creatividad cultural (Mintz & Good Eshelman , 2011)

Puebla y sus artesanos son hoy en día un escenario de intercambio cultural y experiencial, las cuales hacen de la ciudad un lugar de transformación y dinámicas que se fusionan en torno a lo turístico, lo gastronómico y lo artesanal buscando reafirmar ese sentido de pertenencia de los mismos ciudadanos y turistas. Al respecto la Secretaria de Cultura de Puebla (2015) reveló en un estudio que realizaron que la ciudad de Puebla tiene una diversificada oferta cultural para deleite de todos sus visitantes y los que en ella habitan. Con base en esto, se reafirma lo expuesto por Thompson (2006) al referir que la cultura es el conjunto de creencias, costumbres, hábitos, prácticas, valores, etc., de un grupo en específico en un contexto histórico, pero que sin embargo la cultura puede ir cambiando, según los hábitos de cada quien, es algo que está en constante cambio. Por lo que es importante destacar el papel de la cultura en la construcción de la identidad de los pueblos o de las comunidades, ya que con ella se adquieren, modifican o perpetúan los hábitos, saberes, costumbres y prácticas de consumo en este caso.

Sin embargo en Puebla actualmente existe una tendencia creciente en los diversos grupos y segmentos sociales a desplazar sus actividades de consumo cultural y prácticas ancestrales de la artesanía de talavera de los espacios públicos y tradicionales, hacia nuevos lugares virtuales y periféricos, la esfera individual y privada y el ámbito doméstico. Ello se debe al gran crecimiento y fragmentación urbana de las últimas décadas, pero, fundamentalmente, a una amplia y diversificada oferta de bienes y servicios culturales provenientes de distintos medios de comunicación y nuevas tecnologías digitales que han impactado de manera determinante el territorio (Hernández, Yescas, & Domínguez, 2007).

En línea con lo anterior García Canclini (1989) refiere que producto de los mismos hibridismos culturales el sentido de lo estético ha venido cambiando de connotación, ya que el autor mismo hace referencia a la oposición directa de lo popular, lo clásico, lo ancestral, con lo moderno, innovador, que mediado por la digitalización y los medios de comunicación, han trastocado sustancialmente el valor de las prácticas ancestrales, ya que si bien el gobierno local y los entes gubernamentales se han enfocado y han ayudado a los artesanos a que el talavera poblano, sea un producto conocido a nivel mundial; y que las personas que visitan la ciudad quieran siempre llevarse esta artesanía simbólica, llena de historia y antepasados, sin embargo los mismos fenómenos migratorios, la multiculturalidad y diversidad de manifestaciones artísticas han conllevado a lo que en palabras de Lipovertsky & Serroy (2015) se denomina la transestetización del capitalismo artístico, ya que si bien la cerámica de talavera es una práctica artesanal, con un legado y una historia, hoy en día se está viendo afectada por la integración generalizada del arte, del look y de la sensibilidad afectiva en el universo consumista, muchas de ellas piezas copiadas o replicas promocionadas en internet, que hacen parte del universo caótico en que deambula la abundancia de diseños, estilos, formas, imágenes, pero de las que no se reconoce su historia, ni su valor cultural, pero si su valor comercial.

En palabras de López (2015) la cerámica de Talavera siempre se la ha identificado por sus característicos azul cobalto y anaranjado. El intenso azul cobalto se encuentra en las series “azules” fabricadas desde el siglo XVI y XVII (“esponjada”, “jaspeada”, “punteada”, “mariposas”, “helechos”, “golondrinas”, etc.) y, con una especial importancia en los paneles de azulejos donde el azul aparece en los perfiles remarcando el dibujo, lo que concede más contraste y luminosidad a la composición, aspectos que a pesar de las fragmentaciones culturales y sociales que persisten ampliamente no solamente en México, sino a nivel de América Latina, aún se mantienen, ya que como lo sustenta Alonso (2005) las prácticas de consumo ocupan el eje articulador entre los procesos de producción y reproducción social y entorno a este se produce y reproducen las distintas formas en que se orienta el poder, la dominación y la distinción.

En línea con lo anterior, la calidad de los diseños y de las piezas producidas a nivel de la cerámica de talavera, adquieren todo un valor estatutario y de distinción, ya que adquirir vajillas, porcelanas

y otros objetos decorativos, representan más allá de su valor en términos pecuniarios (porque en si son costosas, por el trabajo manual, de detalle y precisión) el refuerzo mismo de la emulación (Veblen, 2000) ,ya que quien adquiere una pieza artesanal, busca en muchas ocasiones ostentar lo que otras ya han adquirido, por el valor cultural que traen consigo.

La ciudad de Puebla es hoy en un escenario de intercambio tan fuerte como lo es la misma Ciudad de México, al estar dentro del grupo de las grandes urbes de la Republica de México, por lo mismo en ella convergen diferentes culturas e ideologías, las cuales conforman nuevas identidades y hacen que el turismo sea diversificado, por lo que el turismo de artesanías, está dentro de los principales atractivos de la ciudad, mostrando a locales y extranjeros el proceso de creación de una pieza de cerámica de talavera, el papel que cumple la familia y su legado como empresas que se constituyen por tradición, con lo que el sello de calidad y de identidad se garantiza, para con ello persuadir a la compra y adquisición de estas como recuerdo de su visita, esto en palabras de García Canclini (sf, citado por Moebus, 2008) citado por implica el mestizaje, el sincretismo, la transculturización, criollización de una sociedad híbrida, que se mueve en las atemporalidades de lo antiguo y el disfrute exacerbado de lo posmoderno, en la que se entrelazan el papel y la influencia de las nuevas tecnologías, con lo religioso del mismo arte, que en palabras de Giddens (1996), hace parte de los movimientos de “desencaje” donde los espacios sociales se desconectan de las prácticas sociales y simbólicas que a priori les son constitutivas, produciéndose de este modo la desocupación de estos mismos espacios.

En conclusión es importante destacar que la Cerámica de talavera es un patrimonio cultural, que identifica a Puebla en esencia, ya que es una forma de expresión cultural que desde luego ha venido movilizand o el mercado turístico cultural como parte de la experiencia del visitante y también como artículos de recuerdo (Bustillos & García, 2018). Si bien fuertes procesos de hibridación y multiculturalidad han trastocado el estilo de vida de la sociedad poblana, la cerámica de Talavera como manifestación artística y cultural, con un amplio legado producto de los procesos de colonización española principalmente y con gran arraigo y apropiación en su técnica por parte de familias de artesanos mexicanos, se mueve hoy por hoy entre el significado de su historia y su legado y las nuevas tecnologías, con el consumismo creciente de una sociedad superflua,

digitalizada, que trasiega de paso entre los diferentes lugares que visita y de las cuales busca conservar un recuerdo, un objeto simbólico como parte de lo que ostenta y muestra a su contexto social próximo.

Referencias

- Mintz, S., & Good Eshelman, C. (2011). *Comida, Cultura y Modernidad en Mexico*. Mexico DF.
- Alonso, L. (2005). *La era del consumo*. Madrid. Obtenido de <http://designblog.uniandes.edu.co/blogs/dise2307/files/2014/10/Era-del-consumo-Alonso.pdf>
- Bustillos, G., García, L. (2018). *Artesanías: entre lo material y lo inmaterial. La cerámica de Talavera las máscaras de madera tallada de Tlaxcala*. Yucatán, México: Ponencia presentada en el Tercer Encuentro Nacional de Gestión Cultural .
- García Canclini, & citado por Moebus, 2008. (s.f.). *SCIELO*. Obtenido de Hibridismo cultural: ¿clave analítica para la comprensión de la modernización latinoamericana? La perspectiva de Néstor García Canclini: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-01732008000200003
- García Canclini, N. (1989). *Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Grijalbo Mexico.
- Geertz, C. (1989). La interpretacion de las culturas. En *La descripción densa: hacia una teoría interpretativa de la cultura*. Obtenido de http://personal.us.es/dflorido/uploads/Actividad%20docente/HistoriaAntropologia/PracticaHTA_4Geertz.pdf
- Giddens, A. (1996). Una interpretacion de la globalización. *Red de revistas científicas de America Latina*, PP 55- 66. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/607/60715117007.pdf>
- Hernández, J., Yescas, M., & Domínguez, M. (2007). Factores de éxito en los negocios de artesanía en México. Instituto Politécnico Oaxaca. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/212/21210404.pdf>
- Lioni, D., Macioci, V., & Martinez, P. (2014). *Cerámica Talavera en España y México; Explicación y contextualización de la creación de la Talavera*. Obtenido de http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/66251/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1
- Lipovetsky, G., & Serroy, J. (2015). *La estetización del mundo*. Barcelona: EDITORIAL ANAGRAMA.

- Lopez, M. (2015). *Técnica y estética de la cerámica de Talavera de la Reina*. Madrid. Obtenido de <https://eprints.ucm.es/34376/1/T36699.pdf>
- Martinez, T., & Ortega, R. (2011). la producción de talavera de puebla y san pablo del monte, Tlaxcala: un sistema productivo local en transformación. *Revista pueblos y frontera digital*, PP 198-235. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/906/90621701008.pdf>
- Secretaria de Cultura Ciudad de México. (2015). *Encuesta de Consumo Cultura*. Informe, Mexico. Obtenido de <https://www.cultura.cdmx.gob.mx/storage/app/uploads/public/57d/ae0/3ee/57dae03ee044f499541451.pdf>
- Thompson, J. (2006). "El concepto de cultura" en Ideología y cultura moderna. Teoría social crítica en la era de comunicación de masas. En U. A. Metropolitana (Ed.). Mexico.
- Veblen, T. (2000). *TEORÍA DE LA CLASE OCIOSA*. Ediciones elaleph.com. Obtenido de http://archivo.argentina.indymedia.org/uploads/2012/10/teoria_de_la_clase_ociosa.pdf