

R E V I S T A D E L C I D A P

49

artesanías de américa



ARTESANIAS DE AMERICA

Es una publicación del Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares, CIDAP, con sede en Cuenca, Ecuador

CIDAP

Claudio Malo González
Director
Joaquín Moreno Aguilar
Subdirector de Publicaciones
Raúl Córdova León
Subdirector Administrativo
María Leonor Aguilar de Tamariz
Subdirectora de Promoción Artesanal
Alicia Dávila de Mera
Diseño y diagramación
Diana Delgado de Cobos
Levantamiento de textos

CENTRO INTERAMERICANO DE ARTESANIAS Y ARTES POPULARES, CIDAP

CONSEJO DIRECTIVO

José Vicente Maldonado
*Ministro de Industrias, Comercio, Integración
y Pesca del Ecuador*
Luis Serrano
Director Encargado de la Oficina de la OEA en Quito
Diana Sojos de Peña
*Representante del Ministerio de Relaciones
Exteriores del Ecuador*
Fausto Segovia Baus
*Representante de las Instituciones Culturales y Científicas
del Ecuador (Ministerio de Educación y Cultura)*
Alejandro Corral Borrero
*Prefecto Provincial del Azuay Representante de las
Autoridades e Instituciones de la Provincia.*

Apartado postal 01-01-1943
Cuenca - Ecuador
Telefax: 831450
Teléfono 829451 - 840919
Tiraje: 2.000 ejemplares

Portada:
Artesanía en piedra:
Gran premio XIV Feria Internacional
de Artesanías - Autor: Patricio Garbi,
de Alta Gracia, Córdoba

El Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares (CIDAP) se estableció mediante acuerdo del Gobierno del Ecuador y Organización de los Estados Americano (OEA) en el cual se determinaron las obligaciones de las partes. Los principales objetivos del CIDAP son:

- Formar técnicos en las diferentes especialidades en los campos de las artesanías y el arte popular, a través de cursos interamericanos, regionales y nacionales.
- Servir de centro de investigación, información u divulgación de la defensa, promoción y desarrollo de las artesanías y las artes populares.
- Prestar servicios de asistencia técnica a los gobiernos y entidades públicas o privadas de los Estados Miembros de la OEA.
- Organizar una Biblioteca especializada y un Centro Documental de Artesanías y Artes Populares que reúna, conserve, clasifique, distribuya y atienda las necesidades de transferencia de todo conocimiento y tecnología artesanales.
- Reunir, conservar, registrar inventarios de formas, diseños y motivos decorativos de las artesanías americanas y de las materias primas, herramientas, equipos y técnicas empleadas en el pasado o en la actualidad.
- Organizar el Museo de las Artes Populares de América que contenga las muestras artesanales nacionales y regionales de todo el Continente para exhibición documental y de enseñanza y para exposiciones circulantes.
- Organizar laboratorios experimentales y prestar servicios técnicos al artesanado, a solicitud de los Estados Miembros.

El CIDAP presta servicios a la comunidad americana mediante cursos y seminarios, cooperación técnica, investigaciones, publicaciones, exposiciones, actividades museográficas, biblioteca y centro de documentación.

Las ideas expresadas son de exclusiva responsabilidad de los autores. El CIDAP agradece a quienes colaboraron en este número. A la vez, solicita a Instituciones y lectores el envío de ensayos, noticias, artículos, material gráfico, etc, para próximas entregas. Dirigirse a: Departamento de Publicaciones, CIDAP, Apartado 01-01-1943, Cuenca Ecuador. El CIDAP se reserva el derecho de publicación.

Esta publicación es subvencionada por la OEA

R E V I S T A D E L C I D A P

artesanías de américa

No. 49



Centro Interamericano de Artesanías y
Artes Populares, CIDAP. Abril de 1996

contenido

Nota editorial

4

Diseño, tecnología y comercialización

Artesanías, diseño, calidad y mercado.

CLAUDIO MALO GONZÁLEZ

5

La innovación tecnológica como elemento de competitividad en el sector artesano.

HERNESTO ORLANDO BENAVIDES

23

"Integralidad de la formación en diseño, gestión empresarial y gestión comercial del titular artesano ante los mercados europeos"

PEDRO MARTÍNEZ MASSA

33

Comercialización y competitividad

"Calidad, certificación de producto y normativa técnica como factores de competitividad"

KAREN OLSEN DE FIGUERES

45

Artesanía y desarrollo integral

"La artesanía de los colectivos más necesitados, políticas de desarrollo integral"

HECTOR LOMBERA CUADRADO

73

Investigación y documentación

Sistema de investigación y documentación de la artesanía de Iberoamérica"

VICENTE BLANCO

89

Información bibliográfica

Arte y Cultura Popular Claudio Malo González

ANDRES ABAD MERCHAN

107

Una vida, muchas vidas, memorias de Alfonso Soto Soria

CLAUDIO MALO GONZÁLEZ

114

nota editorial

La problemática de las artesanías en un mundo altamente industrializado es difícil y compleja. Los optimistas de la Revolución Industrial dieron la extremaunción al artesanado, pero no han conseguido emitir su partida de defunción. Al contrario, subsisten las artesanías dando señales de robustecimiento a escasos años del ingreso al tercer milenio. Es innegable que la industria copa la oferta de satisfactores de necesidades, no solo en los lugares en donde se ha fortificado, sino en el tercer mundo ofreciendo al consumidor objetos más baratos y muchas veces más funcionales. Un recipiente de plástico, desde un punto de vista estrictamente utilitario, aventaja a una cesta, por baratas que sean las que se producen en el Extremo Oriente.

Pero las artesanías se proyectan hacia otra dimensión del ser humano: la estética. Además de razonar y producir sistemáticamente objetos, el hombre es el único animal capaz de elaborar obras de arte y gozar de su contemplación. Quien compra artesanías, en la inmensa mayoría de los casos -en la totalidad en los países del primer mundo- lo hace porque contienen elementos estéticos y porque, a diferencia de los artefactos industriales, testimonian vívidamente la presencia del hombre. Los objetos artesanales a esta altura de los tiempos han adquirido el carácter de suntuarios, siendo sus consumidores personas que cuentan con algún excedente económico para satisfacer necesidades que van más allá de las elementales.

Las políticas artesanales de producción, promoción y distribución tienen que considerar este tipo de consumidores y adecuar las artesanías a sus exigencias, sin renunciar a la identidad cultural que portan ya que en ella reside buena parte de su atractivo. En un mundo como el que vivimos, no es posible dar las espaldas a las técnicas y estrategias de comercialización artesanales. Es necesario detectar con la mayor precisión su espacio en el mercado y, mediante el diseño, introducir las modificaciones que las tornen más atractivas. La mayor parte de artículos de esta entrega de Artesanías de América, hacen referencia a la problemática de comercialización de artesanías mediante experiencias en algunos países del universo iberoamericano.

diseño, tecnología y comercialización

CLAUDIO MALO GONZALEZ

ARTESANIAS, DISEÑO, CALIDAD Y MERCADO

ADAPTACION DE LA CALIDAD Y LOS DISEÑOS DE LAS PRODUCCIONES ARTESANAS A LAS NECESIDADES DE LOS MERCADOS. UNA POLITICA DE CALIDAD TOTAL PARA LAS ARTESANIAS IBEROAMERICANAS

El espacio de las artesanías

Al borde del tercer milenio, cuando la industria provee a la mayor parte de mundo bienes utilitarios, las artesanías persisten tercamente contradiciendo a quienes profetizaron su extinción arrolladas por el avance avasallador de la industrial. Cuando se consolida la gran revolución tecnológica se opera una polarización entre lo utilitario y lo estético vinculándose lo primero a la industria y lo segundo al arte. Se da una producción masiva y en serie de satisfactores de necesidades en la que la máquina asume el protagonismo. La produc-

ción se caracteriza por la rapidez y la eficiencia inundando los mercados. El artista se torna crecientemente individualista y, como reacción contra la producción en serie, elabora obras únicas enfatizando, a veces hasta la manía, en la originalidad como requisito de su creatividad. Las artesanías quedan, aparentemente, en una tierra de nadie al carecer de la precisión, practicidad y eficiencia de los objetos industriales y de la exclusividad de las piezas únicas que caracterizan a las obras de arte.

Octavio Paz, en su ensayo "El Uso y la Contemplación" aborda este problema en los siguientes términos:

"El destino de la obra de arte es la eternidad refrigerada del museo; el destino del objeto industrial es el basurero. La artesanía escapa al museo, y objeto único sino una muestra. Es un ejemplar cautivo, o un ídolo. La artesanía no corre parejas con el tiempo y tampoco quiere vencerlo. Los expertos examinan periódicamente los avances de la muerte en las obras de arte: las grietas en la pintura, el desvanecimiento de las líneas, el cambio de los colores, la lepra que corroe lo mismo a los frescos de Ajanta que a las telas de Leonardo. La obra de arte, como cosa, no es eterna. ¿Y como idea? También las ideas envejecen y mueren. Pero los artistas olvidan con frecuencia que su obra es dueña del secreto del verdadero tiempo: no la hueca eternidad sino la vivacidad del instante. Además, tiene la capacidad de fecundar los espíritus y resucitar, incluso como negación, en las obras que son su

*descendencia. Para el objeto industrial no hay resurrección: desaparece con la misma rapidez con que aparece. Si no dejase huellas sería realmente perfecto; por desgracia, tiene un cuerpo y, una vez que ha dejado de servir, se transforma en desperdicio difícilmente destructible. La indecencia de la basura no es menos patética que la de la falsa eternidad del museo. La artesanía no quiere durar milenios ni está poseída por la prisa de morir pronto. Transcurre con los días, fluye con nosotros, se gasta poco a poco, no busca a la muerte ni la niega: la acepta. Entre el tiempo sin tiempo del museo y el tiempo acelerado de la técnica, la artesanía es el latido del tiempo humano. Es un objeto útil pero que también es hermoso; un objeto que dura pero que se acaba y se resigna a acabarse; un objeto que no es único como la obra de arte y que puede ser reemplazado por otro objeto parecido pero no idéntico. La artesanía nos enseña a morir y así nos enseña a vivir".*¹

1 1981, In/mediaciones, Barcelona, Seix Barral S.A. Págs. 22 y 23.

En los países subdesarrollados aún se encuentran importantes sectores de población en los que -sobre todo en las áreas rurales- los artesanos elaboran objetos para satisfacer sus propias necesidades (vestimenta, muebles, herramientas de labranza) pero cada vez es mayor el número de quienes compran los mismos en ferias y mercados y que son de procedencia industrial. Pretender la preservación de las artesanías compitiendo con la industria para satisfacer necesidades cotidianas del ser humano, es enfrentar una muy desigual batalla en la que en mayor o menor tiempo se perdería. Es entonces importante, tratar de conocer con la

mayor claridad posible cuál es el espacio que tienen las artesanías en una sociedad industrializada y consumista para, en función de ese espacio, llevar adelante acciones que contribuyan a su permanencia y robustecimiento.

La definición del espacio artesanal hay que buscarla tomando en consideración el enorme poder del mercado en nuestros días, las características de los que compran artesanías, que pretenden al hacerlo, cual es el área en los deseos y formas de vida del ser humano que la industria no puede cubrir para, alentando la producción, mantener ese espacio y, de ser posible, ampliarlo.



Lo útil y lo suntuario

Hay necesidades prioritarias de cuya satisfacción depende la subsistencia misma del hombre (alimento, vestuario, vivienda, salud) y a su satisfacción dedica la mayor parte de su tiempo y sus recursos. Pero una vez satisfechas, si cuenta con algún excedente, trata de satisfacer otro tipo de apetencias que de una manera u otra tornan la vida más placentera: diversiones, confort, recreación. En una

sociedad consumista como es la nuestra se tiende a acumular objetos innecesarios por el simple placer de tenerlos, impulsados por una especie de compulsión a la compra o a estar al día con los últimos modelos de objetos, desechando a los que se posee aunque estén en condiciones plenas de satisfacer las necesidades para las que se adquirió.

Es también innato al ser humano la tendencia al embellecimiento de las personas y de los entornos en los que vive o en los que realiza sus actividades de trabajo. La adquisición de obras de arte elitista cumple con este propósito, estando dispuestas las personas a hacer muy fuertes erogaciones de dinero de acuerdo con el prestigio y la fama del artista. Además de obras de arte siente satisfacción el hombre adornando sus entornos, colocando en ellos objetos cuya función es decorar. En adición a racional y elaborador de objetos, es el hombre un "animal artístico" en la medida en que goza de la contemplación de la belleza. Los bienes que cumplen con este propósito estarían ubicados en el ámbito de lo suntuario en la medida en que debe contarse con pequeños o grandes excedentes para adquirirlos.

Las artesanías se caracterizan por la coexistencia de lo útil y lo bello; a diferencia de las obras de arte cuya única razón de ser es expresar belleza para satisfacción de los contempladores, en las artesanías, además de su naturaleza utilitaria, casi siempre hace presencia alguna forma de belleza, de adorno que nada o casi nada tiene que ver con su funcionalidad. Los contenidos utilitarios y estéticos varían en las diferentes artesanías según el uso a que estén destinados. Una olla de barro tradicional hecha para cocinar tiene muy pocos elementos estéticos ya que lo importante es que cumpla con el propósito para el que fue elaborada. En una joya en cambio lo estético es esencial pues su razón de ser es adornar a la persona que la lleva. En la vestimenta la proporción de estos dos elementos varía según la clase del vestido y la ocasión en que va a ser usado.

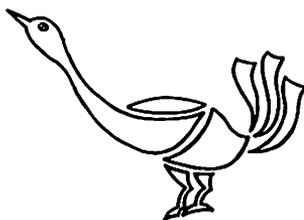
La concentración de recursos económicos en el mundo actual es abismalmente desigual. Si cuantificamos el número de habitantes de los países desarrollados y el de los subdesarrollados, si hacemos un cálculo similar de la cantidad de riqueza que se encuentra en unos y otros, obtendríamos cifras espeluznantes en el

sentido de que una minoritaria parte de la población acumula la mayor parte de los recursos. En los propios países subdesarrollados la situación es muy parecida; la gran mayoría de la población vive en niveles de pobreza y pobreza extrema, mientras que en un elevadísimo porcentaje de la riqueza se concentra en un grupo humano para cuya cuantificación porcentual sobran los dedos de las manos.

Cierto es que en el universo del subdesarrollo aún hay significativos grupos que adquieren artesanías para satisfacer sus necesidades porque son más baratas que los productos industriales o porque no tienen acceso a ellos, pero las cifras en este proceso de producción y compra son tan pequeñas que tienen poca importancia en las economías globales. Más aún, la difusión de los objetos industriales es cada vez mayor con el consiguiente desplazamiento de los artesanales. El fierro enlozado primero y luego el plástico han desplazado los utensilios de comida y como recipientes para portar y trasladar agua a los de cerámica ya que resultan más baratos, son más livianos y no tienen el limitante de la fragilidad. La creciente expansión en los sectores urbanos

y rurales de servicios como la electricidad y el gas amenazan casi con la extinción a las viejas ollas de barro que se utilizaban para cocinar en cocinas en las que la llama envolvente se adecuaba a la forma de los recipientes. Cocinas eléctricas o a gas requieren de otro tipo de ollas de base plana siendo mucho más funcionales las de metal, sea hierro o aluminio.

Lo anotado en el párrafo anterior me lleva a concluir que las artesanías encuentran mercado en el espacio de lo suntuario y cada vez menos en el de lo utilitario. Los países subdesarrollados aspiran a producir artesanías como excedentes para venderlas en los países altamente desarrollados cuyos habitantes están en condiciones de pagar precios mejores o, por lo menos, tratar de colocarlas en los grupos que controlan la mayor parte de la riqueza de los propios países. En términos globales, el más alto porcentaje de consumidores de artesanías se encuentra en los estratos medios y altos de la población los mismos que cuentan con dinero para dedicarlo a lo suntuario. Buena parte de las artesanías son adquiridas por estos grupos como adornos para decorar personas y casas, teniendo la ventaja de -por regla general- ser



mucho más baratas que las obras de arte. Aunque se trate de objetos que satisfagan alguna necesidad como vestimentas, cartapacios o maletines -por citar unos pocos ejemplos- éstas artesanías añaden a lo estrictamente funcional contenidos estéticos.

Artesanías, identidad y mercado

No cabe negar por ningún concepto que en las artesanías el factor tradición juega un muy importante papel, que en ellas hace presencia la sabiduría del pasado que los padres transmiten a los hijos. Que los motivos simbólicos son portadores de contenidos culturales propios de las comunidades que las elaboran. Que uniendo los dos elementos son estos objetos muy buenos portadores de la identidad cultural que debe ser preservada y protegida frente a la avalancha de cambios de la sociedad

global. Pero no tiene sentido soslayar el hecho de que la supervivencia de las artesanías está sujeta a la atracción que ejerza en el mercado y que, por las razones que anoté hace poco, los compradores se encuentran en los sectores medios y altos especialmente de los países desarrollados. Esta situación aparentemente es contradictoria; si se modifican las artesanías para satisfacer las apetencias del mercado, se corre el riesgo de traicionar, o lo que sería peor, renunciar a la identidad cultural. Si se pone excesivo celo en la preservación de la identidad, puede ocurrir que la demanda sea tan baja que impida ampliar los mercados de consumo con las consiguientes consecuencias negativas para los artesanos productores.

Creo que no caben posiciones extremistas; ni el preservacionismo a ultranza ni el inmediatismo en el co-

mercio favorecen la subsistencia y el robustecimiento artesanal. Conozco casos de personas que han pretendido mantener sin modificación alguna inclusive los procesos tradicionales alegando que innovaciones tecnológicas atentan contra la autenticidad. El ceramista tradicional deshacía los terrones de arcilla para preparar la pasta a garrotazos o valiéndose de mazos lo que implicaba enorme esfuerzo físico, mucho tiempo y efectos limitados. Los molinos de bolas realizan el mismo proceso en tiempos menores con mejores resultados y con enorme ahorro de esfuerzo físico. No faltaban quienes se lamentaban de estas innovaciones ya que afectan a la autenticidad del trabajo y rompen una vieja tradición. Posiciones de este tipo serían como renegar porque las computadoras han arrinconado a la tradicional máquina de escribir.

En una reunión internacional sostenía alguien que lo importante era producir, cuando se tocaba el tema de lo difícil -y a veces imposible- que es satisfacer pedidos muy elevados por limitaciones en la capacidad de producción de ciertas artesanías, a guisa de ejemplo decía que si le solicitaban miles de huipiles de Yucatán y no

podía conseguirlos allí, no vacilaría en mandarlos a confeccionar en Bolivia si es que allí hubiera gente dispuesta a hacerlos.

Como los compradores de antigüedades, hay personas que adquieren artesanías para coleccionarlas partiendo de la idea de que mientras más tradicional y antigua sea y mientras más complicados y rudimentarios los procedimientos para hacerlas tienen más valor. Pero ni de lejos estos compradores de rarezas constituyen la mayor parte de los mercados de consumo artesanal, se asemejarían más a los coleccionistas de piezas arqueológicas que por mucho dinero que inviertan en ellas son muy pocos y responden a un mercado en el que ya no existe la producción.

Si las artesanías son objetos actuales, si es que lo que se pretende es ampliar su demanda, a gusto o disgusto hay que considerar cuales son las motivaciones de los compradores para adquirirlas tomando en cuenta que la autenticidad es uno de los atractivos, pero que esa autenticidad tiene que estar adecuada a las condiciones de los cambios sociales y culturales que van desde las innovaciones en las modas de vestir, la reduc-

ción de espacios en casas y departamentos de habitación y los veleidosos gustos.

No creo que innovaciones sociales necesariamente acaben con la tradición. Las culturas no son estáticas sino dinámicas. Si lo tradicional fuera un valor supremo e intocable, para bien o para mal la humanidad no habría evolucionado. A mayor o menor ritmo el cambio ocurre en toda colectividad debido, en buena parte a las relaciones que se establecen con otros grupos humanos y al intercambio de experiencias de diversa índole esencial al coexistir de los hombres. En estas modificaciones de las artesanías, en esta búsqueda de soluciones ideales en las que se mantenga la presencia cultural de los objetos, es decir su autenticidad, y se logre atractivo suficiente en el gran público comprador el diseño juega un papel fundamental.

Diseño y Artesanías

No pretendo enfrascarme en largas disquisiciones acerca del significado de diseño, su razón de ser y el papel que juega en la sociedad contemporánea. Por su brevedad parto

de la definición propuesta por Víctor Papenek en su obra *Diseñar para el Mundo Real: "Esfuerzo consciente para establecer un orden significativo"*. Si aceptamos la condición de *habilis* como distintivo entre el animal y el hombre, no exageramos al afirmar que el ser humano hizo presencia en la tierra diseñando como lo denuncian los restos de artefactos materiales que están junto a los huesos de los más antiguos homínidos. Al trabajar las rudimentarias lascas, ciertamente pretendía modificar a los pedazos de piedra para que cumplan con una función, es decir se introducía en el elemento natural un nuevo orden con una finalidad o significado.

En este sentido el hombre es un diseñador nato y a lo largo de la historia ha estado permanentemente modificando de manera diversa los materiales de su entorno para dar a los objetos finales un nuevo tipo de ordenamiento. Ciertamente es que el diseño como carrera se inicia en las universidades tardíamente en relación con el derecho, la medicina y otras profesiones, respondiendo a planteamientos de la Revolución Industrial, pero es innegable que las incontables innovaciones en la elaboración de

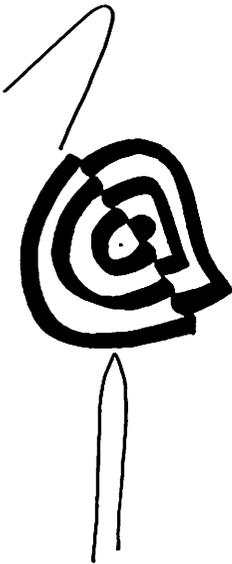
objetos, obedecen a procesos de diseño. En nuestros días diseñan los graduados en esas escuelas de estudios superiores, pero también muchas otras personas, en mayor o menor grado.

El artesano es, muy frecuentemente, un diseñador espontáneo en la medida en que no ha hecho carrera sistemática en esas disciplinas. Su creatividad (requisito esencial al diseñador) se manifiesta en las innovaciones que introduce en sus obras y en la flexibilidad para adaptarlas a cambiantes condiciones como uso de nuevos materiales, nuevas maquinarias y herramientas. Pero no todo artesano es creativo, los hay -y mu-

chos- que son ejecutores de modelos propuestos por otros o que fincan su “profesionalismo” en su habilidad, a veces asombrosa, para copiar.

En el libro *Diseño y Artesanía*, nacido de experiencias acumuladas en una decena de cursos interamericanos de Diseño Artesanal organizados por el Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares (CIDAP) y que lo escribimos cinco personas que participamos en ellos en calidad de profesores, cité a manera de ejemplo la posición de alguno de los alumnos, que la reproduzco:

“En uno de los cursos Interamericanos para Artesanos artífices que llevó a cabo el CIDAP, un artesano-joyero de indiscutible habilidad y pericia arguyó con insistencia acerca de cuan innecesarios eran los ejercicios en el área de morfología para, partiendo de elementos naturales o artificiales, realizar los procesos de cambio que culminaban con una propuesta de diseño. Con un catálogo de joyas de Florencia en sus manos pretendía reforzar su argumentación alegando que no tenía sentido perder su precioso tiempo en este tipo de ejercicios si



existían ya modelos hechos. A la contraargumentación del profesor respondió: "deme los materiales y las herramientas y le demostraré que puedo reproducir exactamente cualquier pieza del catálogo".²

De esta posición del joyero podemos sacar unas pocas conclusiones:

- 1) Detrás de toda pieza está un diseño, no importa si elaborado por un profesional o por algún integrante de una comunidad que ponía en práctica su talento natural.
- 2) En el campo de las artesanías estos diseños son reproducidos por personas con oficio que les permite realizar este trabajo.
- 3) En el universo artesanal las piezas no se repiten con la rígida precisión de la máquina propia de la industria.
- 4) El artesano que reproduce los modelos puede introducir cambios, aunque sean pequeños, condicionados por su imaginación, variaciones en los materiales de los que dispone o innovaciones técnicas.
- 5) Si se recurre a la secuencia diseñador profesional artesano ejecutor, tiene el segundo que tener alguna formación en diseño -adquirida académicamente o

a base de experiencia- para interpretar adecuadamente lo que se le propone. La excelencia del artesano puede medirse por su capacidad técnica en la realización, su creatividad o los dos elementos.

No pretende este trabajo discutir si conviene o no respetar la espontaneidad del artesano muchas veces portador del espíritu colectivo de una comunidad o si es que el profesional del diseño es el llamado a introducir los cambios convenientes, o en qué medida el uno puede aprender del otro. Lo que sí considero de trascendental importancia es la intervención del diseño para poner a tono las artesanías tradicionales con las apetencias del comprador condicionadas por las exigencias del mercado. Ateniéndonos a la definición de Papanek el trabajo artesanal implica modificaciones en la materia empleada mediante el trabajo, es decir esfuerzo consciente, debiendo el orden significativo responder adecuadamente a lo que el usuario o poseedor final de la pieza aspira.

En una sociedad como la que vivi-

² 1990, Malo, Claudio y otros, Diseño y Artesanía, Cuenca, CIDAP, Pág. 36.

mos en la que el factor mercado juega un papel de inmensa importancia y en la que las artesanías, para garantizar su subsistencia, deben producirse para ser vendidas en cantidades elevadas y a precios razonables, es de enorme importancia considerar qué es lo que los compradores en potencia prefieren para que las piezas finales porten esas apetencias. No se trata de incentivar únicamente la producción de artesanías “a la carta” o artesanías de aeropuerto que tan pobre significación tienen, pero al igual que en los productos industriales, tiene la producción que planificarse considerando qué necesidades quiere satisfacer el público comprador y qué atractivos contienen los productos ofrecidos.

Los objetos de la industria tienen la ventaja de contar con el poder persuasivo del aparato propagandístico que puede inclusive crear nuevas necesidades. Las artesanías en cambio parten de diferentes planteamientos de los grupos consumidores ya que pretenden satisfacer deseos que

la industria no está en condiciones de hacerlo siendo el poder de la propaganda mucho menor.

¿Qué buscan las personas al comprar artesanías en los países desarrollados y en los estratos medios y altos de los subdesarrollados? El comprador de obras de arte busca belleza expresada en piezas únicas por grandes maestros -quien adquiere reproducciones lo hace con criterios similares renunciando a la distinción de exclusividad que conlleva el original-. Lo hace para adornar entornos residenciales o de trabajo. Los que compran artefactos de la industria lo hacen para satisfacer necesidades prácticas de la manera más eficiente posible, de allí la tendencia, a veces compulsiva a cambiarlos cuando aparecen los mismos objetos con innovaciones prácticas.

El comprador de artesanías, en los grupos humanos que he mencionado, lo hace para contar con un objeto cuyo contenido estético -en sentido lato- sea de mucho peso³. Los colec-

-
- 3) En la obra de arte, como se la entiende en nuestros tiempos, es esencial la casi total libertad del artista para que su creatividad no tenga limitaciones. En las artesanías la creatividad está condicionada por el uso que se pretenal objeto en la medida en que lo útil y lo bello coexisten.

cionistas de objetos cuya esencia es la antigüedad o la lejana procedencia en relación con conglomerado humano en que viven son una reducida minoría cuyo peso en el mercado artesanal es muy pequeño. La mayor parte de compradores pretenden con estas artesanías adornar algún entorno, incluyendo la propia persona. Influye también el que sea hecho a mano como reacción a la repetitividad de lo producido en serie ya que el protagonismo del ser humano en el objeto final y no el de la máquina ejerce atractivo en ciertos grupos. El contenido cultural en sentido antropológico, es decir el testimonio de formar parte de un grupo humano diferente, mientras más exótico mejor, es otro factor que ejerce atractivo.

En el caso de las artesanías se podrían añadir otros elementos motivadores variables según los grupos compradores como los materiales de que están hechas. En los últimos años se habla de un “mercado verde” en el que cuenta mucho si los objetos están hechos con materias naturales, si los colores, en caso de necesitarse teñido, provienen de tintes naturales. En menor grado influye el hecho de si las técnicas son rudimentarias y tradicionales.

Los elementos que he señalado son variables y sujetos a relatividad, el contenido belleza depende de muchas variables como la armonía de colores, formas y materiales, la composición, también la rareza suele influir como lo demuestra el hecho de que personas descubren belleza en muy antiguas máquinas de escribir o planchas que se calentaban con carbón -por citar un ejemplo- y las usan como adornos siendo evidente que quienes las fabricaron jamás imaginaron otorgarlas este valor.

Con bastante frecuencia se tiende a incorporar, por parte de vendedores y compradores, lo estético a objetos utilitarios como es el caso de las



populares mochilas que si son artesanalmente hechas y llevan testimonios de presencia cultural popular como tejidos, añaden al factor uso el de belleza y a veces rareza y exclusividad; algo similar podemos decir de prendas de vestir, portafolios, billeteras, carteras de mujer, etc.

Es muy importante la intervención del diseño para añadir a las artesanías tradicionales variaciones que respondan a las preferencias de los mercados teniendo cuidado de no afectar seriamente a la identidad cultural de que son portadoras ya que, muy frecuentemente, en ella reside gran parte de su atractivo. Variaciones en tamaños, colores y -hasta cierto punto y según los casos- en formas no debe interpretarse como traición a la identidad cultural ni entreguismo, sino más bien como cambios propios de las permanentes modificaciones de las culturas.

También el diseño juega un muy importante papel en la elaboración de prototipos que respondan a nuevos objetos aceptados y solicitados por el público urbano (portachequeras, canguros) y que sean hechos con materiales artesanales y con técnicas propias de este quehacer. Los riquísimos

y variados textiles artesanales de Guatemala, que estuvieron y están vinculados mayoritariamente a la vestimenta de las múltiples etnias indígenas de ese país, sirven hoy para hacer ropa urbana occidental, manteles y servilletas, bolsos, etc.

Los contenidos belleza y funcionalidad son muy importantes en el diseño. En algunos casos predomina lo primero si es que la finalidad del objeto artesanal es adornar como sería el caso de los tapices, gobelinos, alfombras, bordados, joyería. Cuando se trata de objetos satisfactores de necesidades como portafolios, mochilas, prendas de vestir, estuches, lo segundo juega un papel preponderante.

Debe también el diseño tomar muy en cuenta el público comprador al que los productos están dirigidos. La joyería cuyo costo es alto dado el precio de los materiales llamados nobles que utiliza, tiene su mercado (por lo menos en nuestros días) casi exclusivo en mujeres de clase media y alta y de edad madura. La necesidad de adorno del cuerpo es esencial al ser humano, pero más intenso en las mujeres. Esta necesidad puede satisfacerse de diferentes maneras recu-

riendo los sectores económicos débiles a otro tipo de adornos más baratos. Los jóvenes tienden a caracterizarse por la informalidad en vestido y adorno pudiendo prescindir de lo segundo o recurrir a alternativas más baratas como la bisutería. Diseñar joyas para jóvenes recurriendo a oro, plata o piedras preciosas conllevaría el riesgo de encontrar un minúsculo y nada rentable espacio de mercado.

El embalaje es otro elemento que debe considerar el diseñador en las artesanías. Puede este elemento tener un sentido eminentemente práctico o puede ser un atractivo adicional que pesa en la motivación del comprador. Mucho depende de los lugares de expendio y de los públicos, pero no cabe olvidar que el contenido presentación juega un importante papel en la sociedad urbana actual. En el universo de las artesanías podemos encontrar un importante filón de posibilidades para mediante este tipo de producción proveer de embalajes que tornen más atractivos a los objetos artesanales.

El diseño abarca un inmenso campo, es creatividad condicionada a la utilización y consumo de objetos por parte de los usuarios. En la sociedad

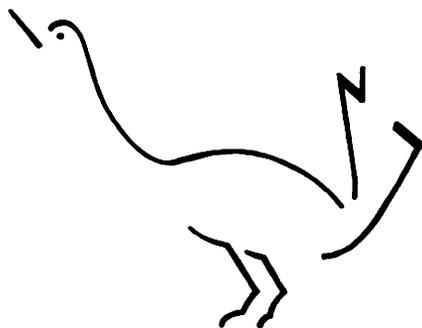
de nuestros días, tan compleja y diversificada debe entenderse al diseñador -no importa en este caso si de carrera o espontáneo- como un intermediario entre los condicionamientos a los que está sometido el productor y las necesidades primarias o secundarias que motivan al comprador para adquirir objetos. Las peculiaridades de las artesanías no pueden estar exentas de este tipo de intermediación.

Artesanías y calidad

Mi ciudad, Cuenca del Ecuador, fungía y funge de tener una especial devoción por los valores culturales en el sentido tradicional del término. Hasta hace algunas décadas (quizás hasta la de los cincuenta) se consideraba que la poesía era la más prístina forma de expresión cultural abundando cultores de toda categoría. En las polémicas inevitables, para calificar a un poeta de muy malo se lo llamaba "artesano del verso".

El explicable entusiasmo por los logros y posibilidades de la Revolución Industrial llevó a generalizar una muy dudosa idea: lo producido por la máquina era de buena calidad y lo hecho artesanalmente de mala

habiendo el arte ganado su propio espacio de excelencia. Esta idea no ha desaparecido y es uno de los obstáculos que tenemos que tratar de vencer quienes nos hemos dedicado a trabajar por la revalorización y robustecimiento de las artesanías. Hay que hacer todo lo posible para desterrar del gran público esta idea ya que la buena o mala calidad no es patrimonio de ninguna área de la creatividad humana. Objetos industriales, artesanales y artísticos los hay de buena mediocre y pésima calidad. Pero es también de enorme importancia demostrar con hechos que las artesanías que se ofrecen en venta en el mercado son de buena calidad



mediante sistemas de control eficientes y conciencia en los artesanos para empeñarse en trabajar objetos de buena calidad.

La calidad nace de una relación entre el objeto producido y el consumidor. Es buena si es que las expectativas de lo comprado responden a lo que se esperaba y mejor aún si es que las supera. Quien ofrece un producto tiende a hablar de sus bondades, entre ellas de su durabilidad. La calidad es mala cuando entre lo ofrecido, lo esperado por quien compró y el resultado hay un déficit. Se habla también de buena o mala calidad cuando aparecen en los objetos cualidades o defectos vinculados al uso. Este término está muy de moda en la sociedad contemporánea y se aplica también a servicios, incluida la educación, hablándose insistentemente de calidad total como meta, entendiéndose por tal la ausencia de defectos y la perfecta coherencia entre lo ofrecido y hecho y el servicio prestado y el rendimiento.

La perfección y precisión relativas de los objetos industriales avalados por la máquina llevó, en comparación con los artesanales, a pensar en deficiencias cualitativas de

los segundos. Pero si uno de los atractivos de las artesanías es precisamente que es hecha a mano, la calidad en el sentido de cercanía a la perfección no cabe entenderla en relación con la industria sino más bien con los propios procesos y materiales de la artesanía. Quien compra artesanías lo hace sabiendo lo que son y valorando las peculiaridades de este tipo de producción, por lo que mejora de calidad hay que entenderla como un mayor acercamiento a lo que, en las distintas ramas, los artesanos ofrecen y el público espera.

Puede la calidad fallar debido al fraude cuando se ofrece artículos con defectos ocultos que el comprador no está en condiciones de detectar vendiendo “gato por liebre” y poniendo en práctica lo que en varios países latinoamericanos se conoce con el nombre de “viveza criolla”. La población de Chordeleg gozaba de merecida fama por la habilidad de sus artesanos para elaborar joyas de plata con técnica de filigrana, creciendo día a día el número de turistas que llegaban hasta allá para comprar estas piezas. Lamentablemente aparecieron avivados que hacían estas joyas con hilo de cobre y las vendían, luego de un débil baño, como si fue-

ran de plata a precios más bajos. Ciertamente el engaño duró por un tiempo y la viveza criolla logró muy elevadas ganancias relativas, pero la filigrana de Chordeleg adquirió la fama de falsificada desapareciendo los compradores y haciendo que paguen justos por pecadores.

Si hablamos de control de calidad es de enorme importancia que, en lo relacionado con los materiales, se garantice al comprador la autenticidad de los mismos creando conciencia en los artesanos y sistemas de verificación por parte de los intermediarios, en la medida en que la venta directa al público desde los talleres tiende a disminuir.

Avances científicos y tecnológicos aplicables a la industria deben trasladarse, en la medida de lo posible, a las artesanías. La firmeza de los colores, por ejemplo, es importante cuando está de por medio el teñido. Hay prendas de vestir y textiles artesanales que deslumbran al comprador por su colorido, pero luego decepcionan cuando los colores empalidecen o la pieza se destiñe generando frustraciones que tienden a ser generalizadas a todo producto artesanal. En muchos casos la aplicación de

sistemas modernos nacidos de la industria pueden solucionar este tipo de problemas al igual que tratamientos previos en las materias primas que garanticen su protección contra rápidos deterioros.

En la cerámica es preciso superar el descrédito de la tradicional, proveniente del uso de colorantes y vitrificantes con contenidos de plomo que tornan a las piezas peligrosas tanto para los que las trabajan como para los usuarios. Solucionar este problema requiere de investigaciones, búsqueda de alternativas y persuasión a los artesanos. Es digna de aplauso la labor realizada en México por FONARTE que ha culminado exitosamente.

La calidad tiene también que ver con los niveles de maestría trasladados a las piezas. En un mismo tipo de artesanía los grados de perfección varían en la medida en que cada objeto puede tener diferentes grados de acercamiento a los ideales técnicos los mismos que dependen de las aptitudes de los artesanos, por una parte,

y del empeño puesto en lograr esa calidad. Es conveniente esforzarse en cambiar la mentalidad del artesano en el sentido de que lo que tiene mayor calidad goza de más apetencia y se vende a mejores precios y con más rapidez. A veces, con el afán de producir más y vender más piezas, se descuida la finura del producto. Organizaciones públicas y privadas comprometidas con el desarrollo artesanal deberían establecer sistemas de control para garantizar la calidad o establecer categorías en las mismas para la venta⁴.

Otro elemento importante es el acabado, es decir los detalles finales que deben tener las artesanías. A veces, aunque el producto reúna todas las condiciones de calidad, puede ser objetado por los compradores por detalles que si bien no afectan a la esencia misma del objeto deterioran la impresión final. Como en los casos anteriores las medidas deben partir del propio artesano como también de las instituciones encargadas de fomentar la comercialización.

1) Para la exportación de sombreros de paja toquilla, las casas exportadoras en el Ecuador cuentan con estos sistemas basados en los conocimientos nacidos de la experiencia de los agentes compradores que adquieren las piezas directamente del artesano tejedor.

Conclusión

No hay consenso sobre si el factor calidad está incluido en el diseño. Hay quienes creen que un buen diseñador tiene que tomar muy en cuenta al controlar el proceso de realización elementos que tienen que ver con calidad. Otros piensan que son dos esferas distintas, que el diseñador elabora las propuestas y que la calidad compete al realizador. No pretendo discutir ni tomar partido sobre este problema.

Lo que es de gran importancia para salir adelante con éxito del problema de las artesanías en nuestro tiempo, es tomar muy en cuenta el destino de estos productos y los condicionamientos manifiestos o subyacentes del comprador. Es indispensable tomar en cuenta al gran mercado y organizar la producción pensando en él. El consumo de artesanías para satisfacer necesidades inmediatas disminuye día a día y su peso en el problema producción y consumo es cada vez menos significativo. Gústenos o no, la mayor parte del consumo artesanal está en el espacio de lo suntuario, en el sentido amplio de este término, y hacia él debe enrumbarse la producción. El diseño

y el control de calidad juegan un importantísimo papel en cuanto parten de un conocimiento de las apetencias del consumidor.

La calidad total se logrará cuando las artesanías respondan positivamente a las motivaciones que para su adquisición tienen los integrantes del gran mercado, fundamentalmente de los países desarrollados y los sectores medios y altos de los subdesarrollados y cuando la calidad de los objetos cumpla con todas las normas de excelencia que en lo referente a materiales, procesos y detalles deben tener. Artesanías muy bien diseñadas pueden no tener aceptación por defectos de calidad, a la vez que aquellas que cumplen todas las normas de calidad pueden no ser atractivas por deficiencias en el diseño. Si hablamos de calidad total tenemos que reconocer la concurrencia armónica de ambos factores. ■

LA INNOVACION TECNOLOGICA COMO ELEMENTO DE COMPETITIVIDAD EN EL SECTOR ARTESANO

“TECNOLOGIA, DESARROLLO DE PRODUCTO Y DISEÑO EN ARTESANIA”

Introducción

El presente trabajo ha sido elaborado con el propósito de presentar, en el “Quinto Seminario Iberoamericano de Cooperación en la Artesanía”, la experiencia de Artesanías de Colombia en el campo de la innovación, la adopción de tecnología y el desarrollo de nuevos productos.

Es preciso mencionar que las acciones contextualizan los intereses de la Empresa y la necesidad del sector artesanal de mejorar la competitividad, dando mayor importancia a la calidad, a la productividad y a la diferenciación.

Estos propósitos se han realizado principalmente a través de eventos como INCONTRO, en el cual participaron artesanos y diseñadores europeos y colombianos, en la búsqueda de nuevos productos, conservando la tecnología tradicional. INTERDESIGN: taller realizado con diseñadores extranjeros, colombianos y la participación de artesanos, en el cual se trabajó la artesanía para la decoración de interiores.

Igualmente, a través del Laboratorio Colombiano de Diseño para la Artesanía y la Empresa, diseñadores

y artesanos, mediante el trabajo conjunto en talleres de creatividad, se han dedicado a desarrollar productos utilizando nuevas tecnologías.

I. El sector artesanal en la economía colombiana

En Colombia, la producción artesanal tiene una gran significación, según las estadísticas, un 15% de la población ocupada en la industria manufacturera trabaja utilizando técnicas tradicionales, 260.000 personas producen con destino al intercambio local, nacional o internacional.

Esta cifra no incluye la población de mujeres campesinas, amas de casa y jornaleras, quienes en algún momento de su vida realizan actividades complementarias, orientadas a la producción de objetos artesanales para el autoconsumo.

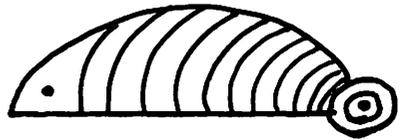
La producción artesanal se desarrolla en condiciones de marginalidad económica y social y se caracteriza por el uso de una tecnología tradicional cuyos costos son irrelevantes. Otra característica es la organización en unidades familiares, a

través de las cuales los artesanos derivan el sustento.

No obstante lo anterior, la actividad artesanal genera empleo, contribuye al PIB, genera divisas y permite involucrar personas y familias, quienes se vuelven dependientes económicamente de la artesanía, pese a la informalidad en la que se da la producción y distribución de los productos.

II. Contexto general

En los últimos años el país cambió su modelo proteccionista por uno de apertura, (globalización e internacionalización de la economía) lo cual nos llevó a competir con productos de otras latitudes y por consiguiente a examinar los supuestos que sustentaban el esquema anterior que consideraba una mano de obra barata y materias primas en abundancia.



Esta situación permitió constatar la existencia, en otros países, de mano de obra con costos inferiores, así como la escasez de un gran número de materias primas y la extinción de otras.

A la postre el Estado redefine sus responsabilidades y ofrece mejores condiciones para que la población colombiana encuentre los senderos del desarrollo económico y social.

Es preciso comprender que la competencia no es de naciones y que el sector compite local, regional, nacional e internacionalmente.

El nivel de competitividad que requiere el país supone un trabajo que permita superar las ventajas comparativas estáticas en beneficio de unas ventajas comparativas dinámicas.

Hace unos años, cuando no se era consciente de los límites de la transformación de los recursos naturales, sólo se pensaba en obtener un beneficio, hoy, por el contrario, lo que importa es mirar cómo nuestro país coloca en el mercado productos con mejor valor agregado, a cuyas materias primas se les suma el uso adecua-

do de tecnología y cuyo diseño y calidad sean elementos que potencien y multipliquen la generación de valor, consecuencia del uso de nuestra mano de obra.

III. Artesanías de Colombia

Artesanías de Colombia, entidad de Economía Mixta, en la cual hay participación del Gobierno y del Sector Privado, adscrita al Ministerio de Desarrollo Económico, lidera este proceso de desarrollo expuesto anteriormente, convirtiéndose en el ente, a través del cual, el Estado invierte en el sector artesanal para crear las condiciones socioeconómicas que le permitan una inserción adecuada en la economía de mercado.

Siguiendo el supuesto según el cual el desarrollo económico se logra en la medida en que el país invierta en la formación de capital humano, investigación, desarrollo y adopción de tecnologías, Artesanías de Colombia ha formulado las siguientes estrategias:

Formación: A través de ésta se busca calificar a los artesanos colombianos en el mejoramiento de la téc-

nica, la adaptación de nuevas tecnologías y la gestión administrativa del taller. De esta forma se pretende, en el mediano plazo, lograr un manejo empresarial desenvuelto, en el contexto de la economía de mercado.

Organización de la producción: Para reducir costos de transacción en una economía familiar como es la producción artesanal, y generar mayores volúmenes, es necesario crear redes de producción por oficios.

Lo anterior se consigue organizando la producción en empresas asociativas o comunitarias, cualquiera sea su naturaleza, puesto que así se logra disminuir el costo de los insumos y facilitar el nivel de interlocución.

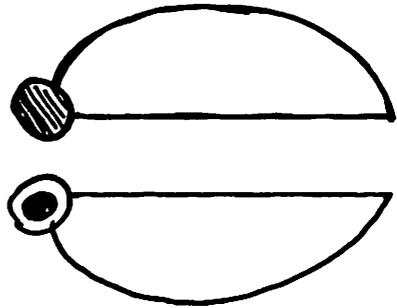
Concertación Interinstitucional: La concertación interinstitucional permite que las Empresas del Estado eliminen el papel protagónico y den lugar al concepto de cooperación pública, privada y de las instituciones académicas -centros de educación e investigación- con el fin de conseguir las condiciones indispensables para crear los factores de éxito.

Diseño y desarrollo de productos: el diseño aplicado a la producción artesanal ha sido preocupación de la Empresa desde sus inicios y ha sido pionera en el país en este campo.

Comercialización: Artesanías de Colombia, a través de sus puntos de venta, comercializa la artesanía tradicional e impulsa nuevos productos.

La Empresa ha introducido el concepto de franquicia para la venta de artesanía y cuenta con líneas de crédito para apoyar la producción y comercialización.

La modernización de Artesanías de Colombia implicó abandonar el concepto de Empresa mesiánica, según el cual al artesano había que proporcionarle todo para ayudarlo a salir de la situación de miseria en la que se encontraba, y reemplazarlo



por aquel que considera a los artesanos como los artífices de su propio desarrollo.

A partir de ese momento, en la Empresa se cambió el concepto de equidad utilizado en la distribución de recursos para las regiones atendidas, por el de asignación de recursos con base en proyectos evaluados como viables, exitosos y de impacto.

De acuerdo con esta convicción es claro para Artesanías de Colombia que los modelos no se repiten, razón por la cual se crea nuestro modelo propio.

IV. Estrategias de competitividad y desarrollo

Según Shumpeter

“Uno de los orígenes principales del desarrollo económico es el desarrollo de nuevos productos, la mejoría de los actuales, y el cambio de los procesos de producción, distribución y venta, es decir, el desarrollo tecnológico y la adecuación a cada circunstancia”.

Para nadie es objeto de duda el hecho de que la habilidad para incor-

porar innovación en los productos sea un factor importante para alcanzar la competitividad de los sectores o de las regiones, como tampoco lo es el hecho de que la competitividad se incremente gracias al trabajo y a la producción de los mejores.

Es indispensable saber qué piensa el consumidor, identificar si hay o no oportunidades en el mercado, y entender a tiempo necesidades y expectativas que aún no han sido resueltas. De esta manera surgen las nuevas ideas para las propuestas novedosas.

A. Innovación y desarrollo de productos

La introducción de artículos de producción artesanal a una economía globalizada, exige que los objetos se adecuen a las exigencias del mercado y que se invierta en el conocimiento de la demanda.

Durante muchos años, en Colombia se pensó que el problema del producto y del diseño era responsabilidad exclusivamente de Diseñadores, esto hacía que muchas veces un producto bello tuviera problemas de comercialización por el costo. Si ade-

más de la presentación, era aceptable en el precio, normalmente tenía problemas de funcionalidad, lo cual ponía de presente la necesidad de una solución interdisciplinaria, en la cual se involucraran Diseñadores, expertos en Marketing, Ingenieros y especialistas del área social, con el fin de adecuar el producto a las necesidades del consumidor.

Un producto debe tener las especificaciones de uso, debe incluir detalles técnicos y formales, debe poseer acabados, debe ser el producto de la utilización de buenos materiales y excelentes procesos de producción, así como de las políticas de impacto ambiental. Finalmente, el producto presta un servicio e importa por su calidad (acabados) apariencia (forma, color y textura), durabilidad y costos.

B. Innovación tecnológica

Por tecnología entendemos el uso del conocimiento para aumentar la producción y en el caso de la artesanía, la adecuación o mejoramiento de procesos, orientados a elevar la productividad.

Se debe reconocer la importancia que tiene la tecnología en los procesos de desarrollo, de cuyo manejo dependen las posibilidades de mejorar la explotación de los recursos.

Es muy importante acompañar la innovación de la tecnología y la adopción de ésta, de una eficiente gestión. En nuestro caso, se trata de aprovechar la tecnología tradicional sin renunciar al uso de nuevos conocimientos para su desarrollo.

La innovación exige habilidades para emprender e impulsar una idea; tecnología también es utilizar los sistemas de información para invertir en proyectos rentables; es diseño asistido por computador, de manera que diseñadores y artesanos puedan interactuar y acelerar procesos de creación; es utilizar nuevos métodos de mercadotecnia y experimentar con nuevos materiales.

La tecnología es también el conjunto de procesos físicos, mentales, técnicos y mecánicos con los que se elaboran ciertos productos; es, en pocas palabras, el conjunto de conocimientos que se aplican en la producción.

La innovación tiene que ver con la implantación de nuevos conocimientos en un producto o proceso.

Es aquí donde el tema del conocimiento debe jugar un papel importante como fuente para el intercambio, en donde lo universal contribuya a lo local y éste, a su vez, encuentre un espacio hacia donde trascender.

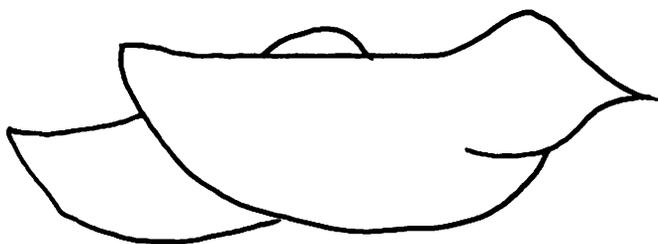
C. Concertación

El desarrollo económico es una tarea de todos y por lo tanto preocupa al estado y a la sociedad civil.

Frente a las instituciones de la sociedad civil como son las ONG, la Empresa ha entendido el papel especial que pueden jugar en el desarrollo; no obstante se requiera fortalecer su capacidad de liderazgo y mejorar las condiciones institucionales.

Las ONG son entes con asiento en la región, con vocación de servicio, con capacidad humana y técnica, con quienes nos hemos asociado para promover el desarrollo. Estas instituciones se han convertido en aliados junto con los cuales la entidad ejecuta sus programas y proyectos, logrando la apropiación de los mismos por parte de las comunidades, la permanencia en el tiempo y de esta manera, creando una gran red de servicios de apoyo.

Para precisar, podemos decir que la red generada por Artesanías de Colombia es una de las más importantes del país; ha permeado los niveles nacional y local, con lo cual el campo de aplicación de las políticas cubre todo el territorio, logrando fortalecer entidades de apoyo regional, local y organizaciones de base, en la ejecución de los proyectos, con un alto compromiso social.



En el tema del desarrollo, quizás lo más importante es la sostenibilidad social, que garantiza la permanencia en el tiempo y permite que la propia comunidad gestione sus proyectos en sitios en donde las agrupaciones de base tienen particular importancia.

Vale decir que cuando se habla de participación se hace alusión a la toma de decisiones, las cuales afectan la vida diaria del artesano y la vinculación a procesos locales.

V. Política de diseño y desarrollo de productos

Como parte de la política de Artesanías de Colombia para promover el desarrollo, se crearon, al interior de la Empresa, una Unidad de Diseño y Desarrollo de productos y las Unidades del Laboratorio Colombiano de Diseño de Armenia y Pasto.

Los Laboratorios, establecidos mediante convenios interinstitucionales, para generar productos de mayor valor agregado, han facilitado la combinación de la tecnología y del diseño asistido por computador con la creatividad y la habilidad de arte-

sanos y diseñadores para lograr nuevos resultados.

La estrategia de los laboratorios se enmarca dentro del propósito de contribuir al desarrollo del sector artesanal, elevando la competitividad con calidad, a través de procesos integrados de innovación y diseño.

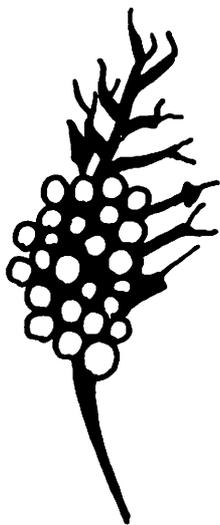
Las acciones estratégicas hacia el diseño y desarrollo de productos empleados por la Empresa, están dirigidos en dos sentidos: hacia la producción y hacia el mercadeo.

Con respecto a la producción se han realizado talleres como Interdiseño en los cuales los diseñadores nacionales y extranjeros han interactuado con artesanos en la búsqueda de nuevos productos; talleres de creatividad y pensamiento con los cuales se rescata y se recrea el producto; giras educativas que no son otra cosa que el intercambio de experiencias con otros artesanos sobre la técnica y el oficio; asesoría y asistencia técnica, con la cual se acompaña el proceso de innovación en la producción.

Las acciones estratégicas del mercado se han desarrollado a través de Expoartesanías y Unidades

Exportadoras, en Convenio con PROEXPORT, cuyo propósito es la penetración de mercados previamente elegidos; otra es la introducción de nuevos canales de comercialización como las Franquicias y los Contratos de distribución, además de la participación en ferias, exposiciones, rondas de negocios y misiones comerciales.

Se han definido líneas de acción hacia el artesano, mediante concursos, con los cuales se busca vincular a diseñadores y estudiantes al sector. Además se realizan seminarios especializados sobre la problemática de la actividad artesanal.



La ejecución de estos proyectos requiere información sobre el mercado, que se consigue con estudios, proyecciones del mismo y tendencias.

El proceso tiene como soporte las bases de datos de las cuales la más importante que tiene la Entidad es el Censo, investigación de nuevos materiales con los que se busca lograr mayor competitividad.

En el desarrollo de proyectos los laboratorios trabajan en dos etapas claramente definidas: la preparación del proyecto y el desarrollo del mismo

La primera, requiere del conocimiento de la demanda y de la oportunidad de producción con lo que se define el producto y el segmento hacia el cual está dirigido.

La segunda se adelanta en equipos interdisciplinarios que interactúan con la comunidad.

Los resultados iniciales se prueban y evalúan como proyectos piloto antes de iniciar la producción.

Los artesanos aprenden haciendo e interrelacionando el conocimiento

empírico con el técnico y el científico. De esta manera mejoran las condiciones de producción, mientras que los diseñadores aprenden ese SABER de los artesanos y articulan su conocimiento a las expresiones culturales y de identidad nacional.

Creo que nunca antes Colombia había desarrollado tan claras y tan precisas estrategias para mejorar el producto y aumentar la competitividad del sector; y por ende mejorar las condiciones de vida de los artesanos de Colombia.

Los artesanos son conscientes de esta realidad y participan, las instituciones regionales y locales apoyan el proceso y con la administración de

Cecilia Duque Duque, Artesanías de Colombia se compromete con esta política de largo plazo.

Finalmente sea esta la oportunidad para agradecer la invitación a compartir nuestras experiencias a Don Rafael Rivas de Benito, a Don Vicente Blanco Pérez y felicitar a entidades como el Ministerio de Minas de Energía, Agencia Española de Cooperación Gobierno de Canarias y Cabildo Insular de Tenerife, Fundación Española de la Artesanía y Centro de Documentación e Investigación de la Artesanía de España y América; por apoyar y generar espacios para la reflexión y la proyección de lo que debe ser la artesanía en nuestros países. ■

“INTEGRALIDAD DE LA FORMACION EN DISEÑO, GESTION EMPRESARIAL Y GESTION COMERCIAL DEL TITULAR ARTESANO ANTE LOS MERCADOS EUROPEOS”

LA FORMACION CONTINUA DE LOS TITULARES ARTESANOS:

Hasta hace muy pocos años aplicar el concepto de formación continua a los talleres artesanos, hubiera parecido una paradoja. De una parte se supone que el artesano ejerce un oficio en el que el aprendizaje es constante y nunca acaba. De otra parte habría de suponerse que ese aprendizaje permanente no precisaría, dada la perfección del oficio y sus técnicas en sí mismo, de mayores elementos de perfeccionamiento que los que demandase el propio aprendizaje.

Incluso cabría indicar que la formación continua es un concepto nuevo en el conjunto de las actividades industriales y empresariales, habiéndose generado en países que, como Francia, Reino Unido o Alemania, unían a una larga cultura industrial la necesidad de conceptualizar nuevos elementos de transmisión a los trabajadores de la necesaria actualización de procesos y técnicas.

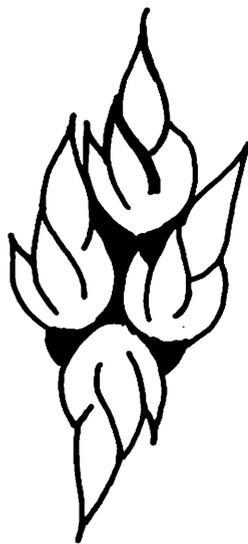
En este sentido la consolidación

en Alemania de la "Formación Dual", en Reino Unido de los sistemas "Open Learning" o en Francia de la aplicación de nuevas técnicas a través de organismos como la Chambre de Metiers de La Vaucluse o del Instituto Superior de los Oficios, es una muestra palpable de la exigencia que para la formación continua, aplicada a la pequeña empresa y a la artesanía, han creado las administraciones públicas en conjunción con el sector privado y sus demandas.

No es aventurado expresar que la formación continua, tal y como se conoce en Europa, surge tras la reconstrucción de la Postguerra Mundial, hacia mediados de los años 60, una vez que la entonces incipiente Tercera Revolución Industrial, unida a las primeras crisis económicas, de alcance continental, determinan la necesidad de comenzar a concebir cambios profundos en la formación de los trabajadores. Desde ese momento germinal, comienza a entenderse que la formación ya no debe ser un hecho acumulativo de experiencias, sino que por el contrario han de actualizarse de una manera continua los conocimientos técnicos del trabajador. La destreza nacida de la experiencia seguirá siendo un valor pri-

mordial, pero esa destreza ha de integrarse en una puesta al día permanente de las nuevas técnicas. De ahí la necesidad de la formación continua.

En el mundo de la Artesanía hablar de formación continua, como ya se ha indicado, puede parecer algo contradictorio. Sin embargo, con toda probabilidad, es el sector artesano uno de los más necesitados de la formación continua, por cuanto su necesidad de continuar el trabajo y el taller requiere, de modo imprescindible, conocer con la perfección posible los avances técnicos vinculados a su oficio, como garantía para el mantenimiento de las mejores cualidades del mismo.



En este sentido puede ser oportuno recordar a Pablo Neruda, quien en su poema "Oda y Germinaciones", expresaba lo siguiente:

*"Y aquí sobrevivimos,
puros, con la pureza que nosotros
creamos,
más anchos que la tierra que no
pudo extraviarnos,
eternos como el fuego que arderá
cuanto dure la vida"*.

LA ARTESANIA ANTE LOS MERCADOS EUROPEOS

Ante las condiciones de un mercado global existen diferentes respuestas, en especial cuando son expresiones de promoción publicitaria de la industria que aplica economías de escala. Y no deja de ser curioso que esta economía de escala aplique para su identificación como empresa elementos, signos, símbolos y emblemas de lo más alejado a ella, como son las expresiones de la poesía, de la música, de la cultura o de la tradición. Pueden señalarse varios ejemplos como los siguientes:

MUEBLES IKEA:

Indica ante el posible comprador

de sus muebles la expresión: "...no busque, encuentre". La mayor afirmación del genio de Pablo Picasso fue la estima de su valor al afirmar "yo no busco, encuentro".

LAMPARAS OSRAM:

Indica en su publicidad: "Luz, más luz, con lámparas Osram". Goethe muere siendo sus últimas palabras "luz, más luz".

RELOJES ROLEX:

De un modo abusivo su dirección publicitaria utiliza la "Luthería" para conseguir una política de comunicación que promocióne un producto industrial a través de los valores de la artesanía más genuina.

VIENA CIUDAD DE NEGOCIOS

La política institucional de inscripción de Viena como ciudad de negocios ante sus visitantes profesionales, incluye siempre, en mensajes publicitarios, una referencia a la continuidad de varios talleres artesanos con más de 100 años de antigüedad en actividades de vidrio, porcelana y construcción de pianos.



VINO VIÑA ALBALI:

La promoción de este vino incluye en su mensaje publicitario la referencia a una mesa adornada con manteles de encaje de Malinas, vajilla de Sajonia y cristalería de Bohemia.

Todos estos ejemplos, y otros muchos más, expresan la creciente utilización por los publicistas del mensaje más noble y acabado que origina la tradición cultural europea, a fin de provocar una actitud positiva de compra hacia los productos y servicios de las empresas para quienes trabajan. Esto, además de ser una depurada técnica publicitaria, significa incidir en los valores que para una población, aproximadamente culta, significa dotar a los objetos, generalmente dotados de la impersonalidad industrial, del símbolo e hilazón que haga corresponder su falta de estética cultural propia con los pozos que la cultura ha ido dejando en el inconsciente colectivo de los europeos.

Esta circunstancia absolutamente mercantil tiene una connotación inmediata y primordial para las producciones artesanas, por cuanto es la expresión contemporánea de necesi-

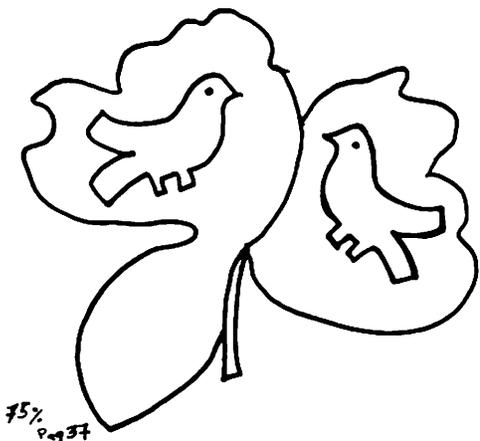
tar vehicular mensajes determinados a públicos determinados. Mensajes que precisan incorporar a la cultura empresarial que emite el fabricante elementos que representen de un modo neto y meridiano la herencia cultural de los europeos, incluso en los productos más vanguardistas.

Los datos reales de la sociedad hacia la que se proyecta, para Europa, una producción de calidad, son los siguientes:

- * Población aproximada de la Unión Europea:
368 millones de habitantes.
- * Población de la Unión Europea que cuenta con unos rasgos de clase media-alta, cultura media-alta y capacidad adquisitiva alta: entorno de 60 a 70 millones de personas.
- * Renta per cápita promedio de varios países europeos:
Grecia, aproximadamente, 20.000 USD
España, aproximadamente, 16.000 USD
Alemania, aproximadamente, 29.000 USD
Luxemburgo, aproximadamente, 33.000 USD.

Estos elementos de tipo cuantitativo muestran la alta capacidad adquisitiva de buena parte de la población europea, que al haber generado una riqueza abundante logra un excedente suficiente en la renta familiar para optar a producciones de calidad.

Es aquí cuando aparece el elemento favorable para la artesanía por cuanto esa capacidad de compra se ha ido proyectando, con un incremento constante, hacia producciones diferenciadas, hacia productos únicos o fabricados en pequeñas series, hacia la búsqueda de todos aquellos elementos que incorporen al producto una peculiaridad que los convierta en algo distintivo y definitorio de la personalidad de quien compra y usa el producto.



Estos valores de cualidad y diferenciación son justamente los que puede aportar la artesanía al ser inherentes a su propio concepto del producto, de su forma y de lo que entraña para el artesano que trabaja y para quien busca a ese artesano y a la vida que expresa en cada pieza.

VALORES DIFERENCIALES DE LA ARTESANIA EN LA SOCIEDAD CONTEMPORANEA

La observación de las afirmaciones anteriores nos lleva a determinar que la potencialidad del Mercado Europeo para la artesanía es suficientemente elevado como para garantizar no sólo su permanencia, sino también su condición posible de sector de producción de primera magnitud.

Esa potencialidad implica conocer con precisión cuales son las diferencias existentes entre la oferta actual de la artesanía y las condiciones, actitudes y tendencias de la demanda. Por ello es necesario insistir en los valores de identificación y olvidar buena parte de las discusiones habituales en artesanía sobre elementos de gestión administrativa de los

talleres, pues la esterilidad de esta cuestión no dará otro fruto que aumentar la separación e incluso la marginalidad.

Los valores de la demanda expresados con asiduidad, continuidad y fortaleza a través de los mensajes de diferentes productos, generalmente no artesanos, inciden en expresiones como las siguientes:

- * Tradición
- * Innovación
- * Artístico
- * Destreza
- * Viejo
- * Antiguo
- * Vanguardista
- * Raíz
- * Rugoso
- * Natural

Estos conceptos, en unión o separados o complementarios, llaman de modo rotundo a dotar a los productos de unos caracteres principales que pueden expresarse así:

- * Acompañar al producto de una emoción.
- * Lograr que el producto exprese algo no material.
- * Interpretar elementos de cultu-

ra simbólica y anímica al relacionarse la persona con el objeto.

Son estos caracteres los que en un grado decisivo incorpora, o puede incorporar, el producto artesano.

La existencia de una oferta artesana que tiene mutuas y múltiples correspondencias con la demanda, pese al gravísimo desconocimiento que esa demanda, tiene hoy de la artesanía, exige acompañar oferta y demanda.

Para ello se hace imprescindible llevar a cabo las siguientes etapas:

- * Identificar, para un ámbito geográfico determinado, su producción artesana a lo largo del período histórico, fijando las formas, los materiales, las utilidades, las técnicas y los valores decorativos y simbólicos. Todo ello con independencia de si estas producciones se han dejado de realizar, o han sido transformadas en algo desvirtuado.
- * Conocer e investigar cuáles son las tendencias y actitudes de la sociedad y su proyección al mercado.

- * Crear una catalogación comercial que surja de una correspondencia entre esa oferta y la demanda, no sólo como la interpretación pasiva que implique una mera amoldación al mercado, sino que por el contrario pueda imprimir en el mercado los valores más propios del producto artesano.
- * Actuar en la formación de los artesanos a fin de que puedan responder con eficacia al reto que implica esa catalogación, en tanto que debe ser producida.
- * Establecer una política coherente, en función de los parámetros anteriores, de investigación y desarrollo de producto.
- * Crear marcas de calidad para la comercialización de estas colecciones de calidad, identificativas

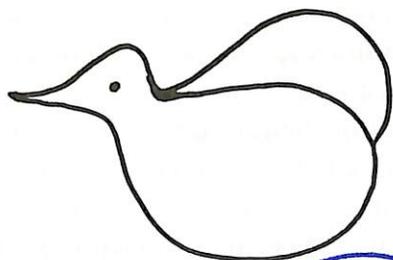
y apoyadas, posiblemente, en sistemas asociados para la venta.

ELEMENTOS PARA LA FORMACION EN GESTION COMERCIAL DEL ARTESANO

El necesario aprovechamiento por los artesanos de las nuevas condiciones de mercado exige su cabal conocimiento, lo que significa, aunque pueda resultar también paradójico, hacer un cierto caso omiso de las explicaciones habituales sobre gestión comercial. Pues no es lo importante que el artesano o el pequeño empresario asuman la doctrina clásica de la comercialización, ya que lo decisivo es conocer los criterios de la sociedad y hacer valer ante esos mismos criterios el valor del producto artesano.

Los principios clásicos del marketing especificaban que las etapas a cumplimentar eran, por orden consecutivo, las siguientes:

1. Identificar las necesidades del consumidor.
2. Relacionar esas necesidades con la capacidad de producción de la empresa.



3. Decidir la política de producción en función de las investigaciones anteriores.
4. Producir.
5. Comunicar al Consumidor el producto y sus cualidades.
4. Buscar los puntos débiles del competidor y de su producto competitivo, analizarlos y lograr una comunicación diferenciada ante el consumidor.
5. Determinar con precisión los puntos fuertes y débiles del producto.

Al contrario de estos principios que fueron útiles hasta hace pocos años, la situación actual implica actuar, por parte de la pequeña empresa y de la artesanía, del siguiente modo:

1. Orientarse al competidor, no al consumidor pues no hay necesidades insatisfechas.
2. No actuar según el principio de "expansión de línea", que implica aumentar las líneas de producto ante la apertura de nuevos mercados. Por ejemplo ante la creación del Mercado Unico en Europa actuar según este principio significaría situarse en una alternativa perdedora.
3. Actuar en segmentos de mercado suficientemente pequeños y conseguir una implantación adecuada.

En este punto de la reflexión sobre la actitud de la artesanía ante las nuevas condiciones del mercado global, debería insistirse otra vez más en la necesidad de contemplar este hecho irreversible sin temor. Por el contrario deben examinarse con rigor las perspectivas nuevas que se han abierto para el artesano y por ello, tal vez, se podría hacer uso de la frase de uno de los máximos escritores en castellano, como es Valle-Inclán quien afirmaba que "La fortuna es de los audaces".

Fue también Valle el autor de frases que aquí serían de aplicación ante situaciones nuevas como la que indica que "El lenguaje nos hace y nosotros hemos de deshacerlo", o aquella otra que interpreta un dicho popular de la España del Sur, según el cual "Más puede sombrero que dinero".

FORMACION EN DISEÑO DE LOS ARTESANOS

Desde hace muchos años, y a través de la continuada experiencia de la Fundación Española Artesanía impartiendo cursos y en su participación en Programas formativos con socios europeos, ha figurado, para el área de diseño y desarrollo de producto, como bien conocen los casi trescientos técnicos y artesanos de Iberoamérica que han participado en esos cursos, una referencia fundamental e introductoria a John Ruskin como gran creador de la perspectiva actual sobre los objetos, las formas y la producción de calidad, habiendo sido transmitida su influencia a través de pensadores, filósofos, investigadores, creadores y artesanos, como entre otros William Morris.

Por ello es conveniente introducir una breve reflexión sobre Ruskin como gran creador e ilustrador de ideas y movimientos que han influido decisivamente desde mediados del siglo XIX hasta el momento presente.

Tras haber escrito "Modern Paintings" y "Stones of Venice", y tras haber viajado por Normandía, inició

Ruskin en 1849 la redacción del tratado de estética fundamental para la mitad del siglo XIX y que, además, señala en buena parte a los pensadores de la estética y el diseño desde aquella época al momento actual.

Esta estela tan poderosa y determinante tiene por nombre LAS SIETE LAMPARAS DE LA ARQUITECTURA y supone un esfuerzo esencial en la Europa inmediatamente posterior a las revoluciones liberales de 1848, con su carga de libertad y también de destrucción.

En aquella época Ruskin, gran pensador de lo visual, queda conmovido al admirar en el Louvre la obra de Tintoretto "Bodas de Canaan", escribiendo lo siguiente:

"Me sentí como si me hubiese SUMERGIDO en un mar de vino y tuviese que AHOGARME en la bebida".

Del hecho sensual de la inmersión y el ahogo surge la metáfora y anida el criterio de considerar que el objetivo final del arte no es la Belleza sino la Verdad. Para ello la Luz y la Mirada constituyen los atributos más perfectos de la verdad.

Estas conjunciones están próximas al axioma de Aristóteles al considerar el Arte como "Perfecta felicidad en una cierta forma de energía contemplativa".

Para Ruskin la Imaginación aparece como el más fiel aliado de la verdad, constituyéndose esa Imaginación en tres alturas:

* LA IMAGINACION COMO PENETRACION EN EL INTERIOR Y EN EL EXTERIOR DE LAS COSAS.

LA IMAGINACION ASOCIATIVA POR LA QUE EL ARTISTA SE SUMERGE Y COMPRENDE Y COMPARTE LA NATURALEZA.

* LA IMAGINACION CONTEMPLATIVA QUE SUPONE LA PODEROSA RECREACION POR EL ARTISTA DE LA NATURALEZA.

Aparece entonces la iluminación que globalmente confiere la arquitectura en su función y en sus objetivos como fenómeno social para todos aquellos que la ven, la usan, la gozan o la sufren.

La iluminación es entonces el conjunto de LAMPARAS o Guías encendidas para conseguir la verdad y la belleza.

Son siete las Lámparas de Ruskin:

* LA LAMPARA DEL SACRIFICIO: Es el valor del trabajo como materialización de la inteligencia y de la habilidad manual.

* LA LAMPARA DE LA VERDAD: Es lo verdadero del trabajo manual artesano frente a la mentira del trabajo mecánico industrial. Esta idea fue central en los debates sobre la estética en el siglo XIX.

* LA LAMPARA DEL PODER: Busca los datos perceptivos que expliquen la belleza y lo sublime en la experiencia de la arquitectura.



- * **LA LAMPARA DE LA BELLEZA:** Frente al problema de la imitación en arquitectura, aparece la imaginación como concepción subjetiva para la satisfacción estética.
- * **LA LAMPARA DE LA VIDA:** Es la primacía del trabajo concreto sobre la organización previa. Es el valor de la decisión ejecutiva sobre los prejuicios proyectales. Es el valor particular de las diferencias frente a las composiciones previas.
- * **LA LAMPARA DE LA MEMORIA:** Es el significado social de la arquitectura a través del tiempo. Supone la descalificación de los restauradores por cuanto la restauración significa destrucción, rotura del tiempo histórico y pérdida de la continuidad orgánica de la sociedad en el tiempo que presentan los monumentos.
- * **LA LAMPARA DE LA OBEEDIENCIA:** Afirma que el estilo es la lengua de la sociedad, que la libertad que se encuentra en la obediencia es el fundamento de la vida individual y colectiva.

Finalmente cabe destacar que Ruskin reflexionó sobre la artesanía indicando que:

“El artista es el artesano y si el producto lo es, lo es la técnica artesana”.

ELEMENTOS PARA LA FORMACION EN GESTION EMPRESARIAL

El concepto de integralidad para las diferentes áreas de formación en artesanía implica que la capacitación se extienda a los artesanos en diferentes facetas formativas, de acuerdo siempre con los criterios que expresan y comunican los artesanos, estén o no asociados, participen o no de las políticas de fomento institucional. Pues lo decisivo es la propia expresión de la necesidad que manifiestan los talleres. A un mismo tiempo este concepto de integralidad en la capacitación debe abarcar no sólo a los artesanos, sino también a diferentes colectivos, frecuentemente olvidados, decisivos para la artesanía como son comerciantes, periodistas, compradores, diseñadores, decoradores, constructores o prescriptores.

Desde estos criterios se debería lograr transmitir al sector artesano y su entorno unos criterios actuales para la gestión empresarial, que muy poco tienen que ver con la formación que habitualmente se imparte a los artesanos al incidir en temas de gestión administrativa y de iniciación comercial.

En este sentido y considerando la mutua cooperación entre instituciones, entidades, técnicos, artesanos y profesionales de Iberoamérica, para la mejora del sector, convendría transmitir en la capacitación para los artesanos y su entorno, elementos innovadores que se pueden ya gestar, o continuar, como los siguientes:

- * Red Iberoamericana de Información.
- * Red de Institutos y Centros Tecnológicos.
- * Red de Comercios Especializados.
- * Catalogación de Titulaciones Profesionales.
- * Guías Tecnológicas.
- * Red de Centros de Capacitación.
- * Comercialización Asociada Transnacionales.
- * Marcas de Calidad Transnacionales.

- * Distribución mayorista asociada en grandes mercados multinacionales: Show-Rooms.
- * Creación de una oferta diferencial para la exportación.

Es esencial considerar que esta visión es de amplitud continental y que debe conjugarse con otros programas específicos de carácter nacional o regional.

Finalmente debe señalarse que además de la cooperación española y de las actuaciones que para la cooperación emanan de las propias instituciones de las naciones y de los organismos internacionales de Iberoamérica, puede contarse con una posibilidad de recurrir a programas específicos europeos, como AL-INVEST o ECIP.

Una posibilidad nueva es definir entre los responsables de los diferentes países de Iberoamérica, junto con la Cooperación Española, la posible creación de una Red BRE en el marco de la Unión Europea. ■

comercialización y competitividad

KAREN OLSEN DE FIGUERES

“CALIDAD, CERTIFICACION DE PRODUCTO Y NORMATIVA TECNICA COMO FACTORES DE COMPETITIVIDAD”

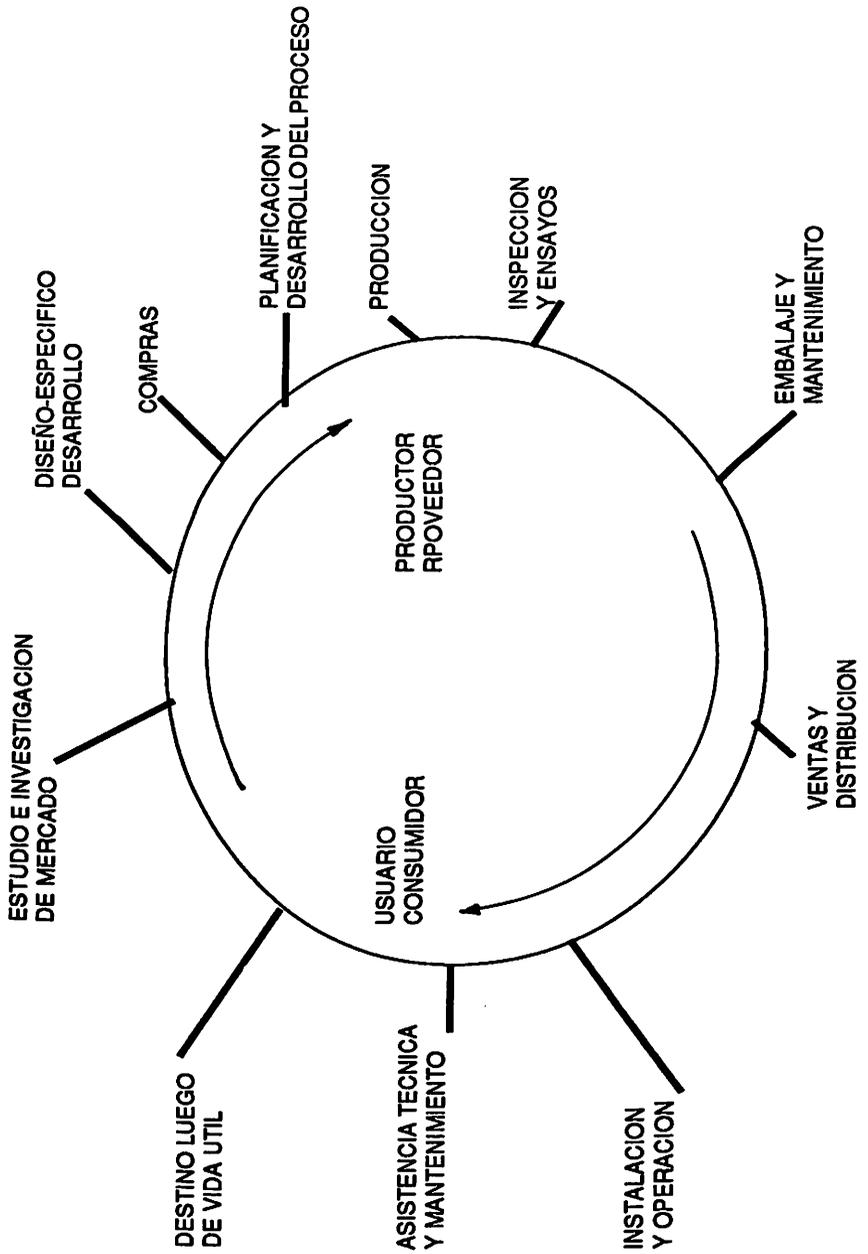
“Que los pueblos tengan paz, mucha paz, y sean felices, y dadnos buena vida y útil existencia”.

“Ha llegado el tiempo del amanecer, de que termine la obra... que aparezca el hombre, la humanidad, sobre la superficie de la tierra”.

“Que todos se levanten, que se llame a todos, que no haya un grupo, ni dos grupos de entre nosotros que se quede atrás de los demás”.

Popol Vuh. Trad. de Adrien Recinos. Fondo de Cultura Económica, Colección Popular, 1971 pp. 103, 109, 130.

CICLO DE LA CALIDAD ARTESANAL



LA CALIDAD, LA CERTIFICACION DE UN PRODUCTO Y LA NORMATIVA TECNICA COMO FACTORES DE COMPETITIVIDAD.

Queridas Amigas y Amigos:

Qué alegría y gusto verlos a muchos de ustedes por segunda vez. Vengo con toda humildad y cariño a aprender mucho más de ustedes. Y por ello quiero hablarles desde lo más profundo de mi corazón, sin dejar de lado la parte técnico práctica de mi ponencia.

Debemos estar todos muy conscientes de que lo que sentimos de la artesanía en 1996 es muy diferente a la percepción que se tenía de ella en épocas no muy lejanas.

La artesanía y el sector artesanal eran y siempre han sido una isla o un remanso de productividad, cultura, creatividad y relación social de las distintas sociedades, pero en esta década que yo considero muy triste para la artesanía está siendo relegada o más bien absorbida por toda la vorágine de lo que llaman hoy, los economistas, “aldea global” o las polí-

ticas neoliberales. ¡Debemos luchar para que la artesanía sea lo que siempre ha sido, pero más fortalecida: la memoria histórica, etnográfica y cultural más práctica y accesible a todas las clases sociales que ha tenido la humanidad!

Es un honor para mí el participar en este V Seminario Iberoamericano de Cooperación en Artesanía. Vengo aquí a aprender cómo podemos entre todos abordar los nuevos retos que enfrenta el quehacer artesanal a las puertas del Siglo XXI y en una economía globalizante y deshumanizada.

Me ha pedido nuestro gran amigo y Secretario General de la Comisión Organizadora, Dr. Rafael Rivas de Benito, que converse con ustedes junto al ilustre experto colombiano Hernesto Orlando Benavides, acerca de un tema tabú para el sector artesanal: la innovación tecnológica como un elemento de competitividad en el sector artesano.

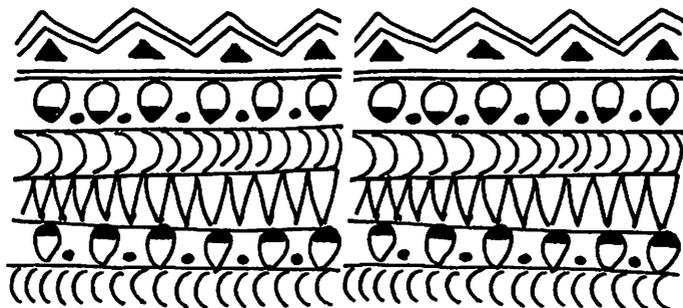
La idea es darles un esquema práctico y funcional que le permita al maestro artesano convertirse complementariamente con su saber que nadie cuestiona en “auto inspector” de

la calidad para lograr una mayor rentabilidad espiritual, social, y económica de su creativo y necesario oficio.

En el cuarto Seminario en un valioso documento sobre la artesanía que nos dieron como material de estudio, bien nos señalaba Julio Caro Baroja que los griegos cultivaron un genio literario específico para dejar patente lo que representa el hombre que ejerce las artes y los oficios. Dice que este género se siguió cultivando por los Latinos, como queda demostrado desde la “Historia Natural” de Plinio quien junto con Prometeo encuadran esta actividad mística-técnica dentro de lo que llamaron la “filosofía mítica de la invención”, en donde enseñaron que las artes y las técnicas son útiles para el desarrollo de la vida humana, pero también las técnicas utilizadas una vez dominado el fuego en el trabajo de metales sirven

para fabricar armas y objetos que se usan en estado de discordia y producen la muerte.

En estos mitos griegos encontramos respuesta a los orígenes de la técnica artesana claramente descrita por Hitesiodo hacia el año 700 a.c. En su tratado en el cual nos da una visión mítico-poética sobre los procesos del descubrimiento, invención y fabricación de objetos hechos por el hombre. Así como también aborda los móviles y las leyes a que respondían. Pero fue Demócrito de Abdera quien pensó en la necesidad y la utilidad como base de la invención y el desarrollo de las artes y los oficios. Así como dio las primeras y provechosas observaciones acerca del significado de la división del trabajo social en el perfeccionamiento de las artes y los oficios, tema que desarrolla junto a Sócrates y Platón hasta señalar de un modo claro que “cuanto



más compleja era una sociedad más se daban la división y la especialización en los trabajos y se llegaba a un mayor perfeccionamiento de ellos”. Y muchos todavía creen, conociendo esto, que están inventando el agua caliente.

Este es, sin lugar a dudas, el desarrollo real de las normativas técnicas como factores de competitividad. Y será Aristóteles el que dará el más genial análisis de las distintas producciones técnicas del hombre, según los diversos niveles de utilidad: directa, decía él, en los casos que tiende a solventar necesidades elementales cuya materia prima era aportado por la naturaleza o el medio. Y menos directa cuando los proyectos que elaboren tienen como meta el lucro, y el deseo de ganancia de dinero es el que mueve a los maestros artesanos que lo ejecutan. Por lo tanto ustedes comprenderán que esta época marca el paso y la transición de la filosofía mítica de la invención a la filosofía humana de la invención, en la cual los oficios artesanales y su desarrollo se realiza de un modo progresivo, evolutivo y en donde es la misma naturaleza que le da a los maestros artesanos los modelos para “fabricar”, para conocer cada arte y

desarrollar nuevas técnicas. Unos ejemplos que nos dan: son los nidos de los pájaros que provocan ideas respecto a la construcción de la propia casa. Y como las telas de araña les sugieren el arte de tejer. Este, podemos afirmar, es también el inicio del “desarrollo Sostenible” El tener respeto por la naturaleza y el que el hombre se preocupe conscientemente por usar su creatividad e iniciativa para mejorar el medio en que habita y su calidad de vida.

El decaimiento y los primeros síntomas de crisis de la artesanía se inician a comienzos del siglo XIX y ya Azorín lo nota en los pueblos de Castilla y lo señala sabiamente diciendo que los pueblos se han empobrecido técnicamente porque ya no existen tantos maestros artesanos cultivadores hábiles de ésta o aquella técnica tradicional.

Nos señala que las tiendas cambian su fisonomía y la riqueza se expresa en términos industriales. Qué casualidad, cualquier persona pensaría que estamos hablando de nuestro propio tiempo.

Por ello, el ritmo en la desaparición de las Artes y Oficios en las

distintas regiones es diferente, según sea el efecto que en ellas ejerza la revolución industrial. Esto es perfectamente medible y podemos hoy comparar entre lo sucedido en 1900 y la artesanía que existía en 1930 y lo que hay en los 90's.

La gran industria fue y ha sido para la artesanía un arma de doble filo, porque al igual que ahora el hombre no ha podido dominar lo que hace, y es más bien lo que hace lo que lo está dominando a él.

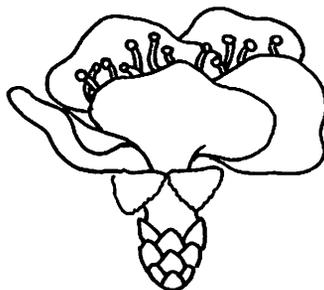
No quiero que esta iniciativa de presentar a la innovación tecnológica como un elemento de competitividad en el sector artesano tenga sólo un profundo sentido estético. Necesitamos que al igual que las conclusiones del V Seminario, tenga un profundo sentido pragmático.

Dentro de la "aldea global" en que vivimos, debemos estar muy conscientes de que la técnica moderna envejece de modo real y que para vigorizar la artesanía contemporánea no podemos echar mano ya ni de la "Filosofía Mítica de la Invención Sobrenatural", ni de la "filosofía Humana". Sino tenemos que abrir nuevos horizontes a partir de las au-

topistas de la información y saber que la novación tecnológica es la nueva paradigma para el sector artesanal, y ésta no podrá ser posible si el artesano no domina y hace propios la filosofía y los términos de calidad, certificación del producto y aplica las normativas técnicas como factores de la competitividad.

Porque no estamos esta vez en un cambio de época para la artesanía, sino esta vez estamos en una época de cambio. Por ello, los conceptos de Calidad Total, Mejoramiento y Promoción de la Producción Artesanal en el marco del desarrollo sustentable son indispensables.

Somos testigos de una nueva era. Una era que demanda cambios, que ha transformado todo el concepto de



competitividad internacional. La modernización de los estados, la globalización, la nueva conciencia de la paz con la naturaleza. La apertura comercial, la integración y cooperación-competencia entre países y las nuevas tecnologías, dan las pautas y a la vez, el marco de referencia, para conformar los nuevos paradigmas de la producción y el comercio internacional. Ahora ya no sólo se trata de buscar un mercado “ampliado a través de la unión aduanera o un mercado común, sino también mercados mundiales donde poder competir e incluso liderar, gracias a la capacidad conjunta de acceder a tecnologías de punta”. Un ejemplo muy práctico de esto es lo que hemos logrado en Centroamérica con asistencia técnica sueca a través de la ERCAC que nos reconozcan un certificado de origen múltiple para todos los países de la Unión Europea.



Se está gestando lo que probablemente será la mayor integración económica y política en la historia de toda la humanidad. Se conforman mega-mercados, así: La unión económica europea en 1992, el tratado de libre comercio (LTC) de Norteamérica en 1994, el Mercosur actualmente (Argentina, Brasil, Uruguay y Paraguay), el Caricom (países caribeños de habla inglesa), la integración económica Centroamericana y los diversos convenios bilaterales, ya son una realidad.

En todo este contexto, es de vital importancia, la inserción de la micro y pequeña industria artesanal, como un sector dinámico, en los países en vías de desarrollo por su alto componente como generador de empleo, flexibilidad y creatividad de su mano de obra y sus fuertes raíces endógenas culturales.

En un mundo tan competitivo, la micro y pequeña industria artesanal y todo el sector industrial, no puede darse el lujo de seguir viviendo con errores, malos materiales manejando daños y desperdicios y con un entrenamiento deficiente. **¡No pueden darse el lujo de vivir sin calidad!**

LA SITUACION ARTESANAL DE CARA A LA COMPETITIVIDAD

Sus debilidades:

La innovación tecnológica para convertirse en un verdadero elemento de competitividad en el Sector Artesanal, debe necesaria e irremediablemente tener rostro humano.

Debe ante todo adaptarse a ser parte del desarrollo sostenible de la artesanía; el cual en Centroamérica, lo debemos definir textualmente como: “El proceso de cambio progresivo en la calidad de vida del ser humano que lo coloque como centro, objeto y sujeto primordial del desarrollo por medio del crecimiento económico con equidad social y la transformación de los métodos de producción y de los patrones de consumo, y que se sustentan en el equilibrio ecológico como el soporte vital de la artesanía”.

Este proceso de un desarrollo sostenible para la artesanía, y el Sector Artesano, implica el respeto a la integridad étnica y cultural regional, nacional y local así como el fortalecimiento de la plena participación ciu-

dadana en convivencia pacífica y en armonía con la naturaleza, sin comprometer, sino más bien, garantizando la calidad de vida de las generaciones futuras y de la artesanía como un trabajo rentable y productivo del que puedan vivir dignamente los artesanos artífices y sus familias.

Para llegar a este tipo de conclusión realista no es tan fácil, y ustedes, que han dedicado toda su vida a luchar por el sector artesanal, lo conocen mejor que yo.

El problema del control y gestión de la calidad, para la industria artesanal, sigue siendo básicamente conceptual y formativo.

No existen métodos de medición y control de la producción, no se rea-



liza en términos que aseguren productividad, rentabilidad de los factores y buena calidad, ni uniformidad del producto final. Esto primero, por falta de conocimiento de tales métodos y segundo, por carencia de los instrumentos idóneos de medición. Agregado a esto, no existe controles contables, ni existe costos standard, ni existe especificaciones de procesos productivos, ni existe especificaciones de operaciones administrativas y de control, ni existe especificaciones relativas al personal, especificaciones de empaque y embalaje.

Los artesanos deben comprender y estar motivados para el empleo de conceptos, como calidad y el mejoramiento continuo, que son de carácter filosófico, pues ante todo promueven una nueva cultura empresarial. Para los artesanos, esto significa un cambio de mentalidad, pasar de una producción de subsistencia a una producción que le garantice un aumento en sus niveles de ingresos, una mejoría de su taller y un aumento del nivel de vida de su familia y trabajadores.

Por ello se hace necesario señalar el escenario y el marco de referencia que estamos planteando para nuestro análisis, y lo mejor es caracterizar el

Sector Artesanal, dividiéndolo para fines eminentemente didácticos y prácticos en tres grandes y definidas categorías, como lo señala un gran amigo y un gran experto mundial en metrología y calidad el Dr. Raúl Estrada Albuja, ecuatoriano.

Porque, Amigas y Amigos, el bienestar del Sector Artesanal sólo se conquista luchando. Es una Lucha Sin Fin y en cada nueva época, tenemos que dar nuevas luchas, para defendernos de los peligros y realizar nuestros sueños. En esta época en la que vivimos, tenemos que hacer grandes cambios para seguir progresando en armonía con las circunstancias actuales. Debemos enfrentar en este 5º Seminario grandes obstáculos que se han acumulado por muchos años como el fortalecimiento de apoyo económico, social y político al Sector, o la indiferencia con que tratan a los artesanos en el Sector Público y sus desventajas con el sector empresarial privado.

Pero ya no podemos seguir "safándole" el bulto a los problemas, ni postergando sus soluciones más.

De acuerdo a datos proporcionados por el Ing. Raúl Estrada, los pro-

ductos artesanales pueden dividirse en tres categorías:

CATEGORIA A: Artesanías que intentan reproducir, lo más fielmente posible los diseños materiales y métodos de producción, propios de la producción aborigen. Estos productos tienen un consumidor caracterizado en general, por su alto nivel cultural e interés coleccionista por las culturas antiguas, a quien le interesa garantías de “autenticidad” respecto a la cultura de origen. El mercado de estos productos es relativamente reducido y con bajo potencial de crecimiento, pero relativamente estable. El consumidor mira los detalles característicos que le dan valor de antigüedad o de origen al artículo artesanal. Este debe ser hecho con los materiales propios de su origen y usando técnicas lo más tradicionales posibles. Esta artesanía está destinada a un tipo de consumidor muy selecto, conocido en mercadotecnia como “comprador símbolo”.

CATEGORIA B: Artesanías que conservando ciertas líneas estéticas, propias de la tradición cultural, adaptan estos conceptos y diseños, a los usos y costumbres de la cultura contemporánea y para el efecto, utilizan

materiales y métodos, que son también adaptaciones de la tradición a la realidad tecnológica actual.

Comprende básicamente productos calificados como “arte popular”, corresponde a productos con un grado variable de adaptación al mercado, en los cuales se utilizan sistemas productivos y diseños con cierto grado de modernización, también los materiales ya no son enteramente tradicionales sino los que se pueden obtener en la actualidad. El mercado de estos productos es ahora el más importante. Tiene un gigantesco potencial de crecimiento, siempre que la calidad, el precio, el volumen y la oportunidad de envío, sean los que demandan los mercados internacionales.

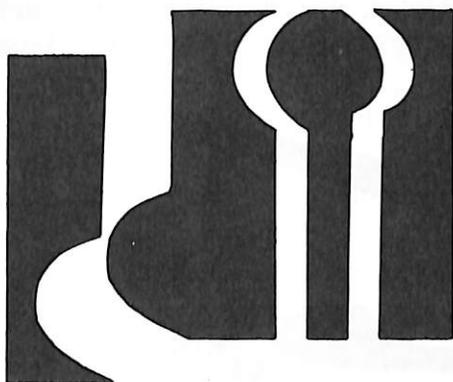
CATEGORIA C: Artesanías que obedecen por completo a la realidad cultural actual, en diseños, materiales y procesos de producción, que llamaríamos a estas “artesanía contemporánea”. Se clasifican productos que corresponden a una artesanía moderna o contemporánea. Aquí cabe eliminar el prejuicio de que la artesanía sólo puede ser tradicional. En efecto nuestra época tiene sus propios valores culturales que la

artesanía manifestará de todos modos.

Este tipo de artesanía se adapta bastante bien a esquemas de producción semi-industrial, manteniendo todavía su identidad con el sector y a fin de lograr productividad, rentabilidad y calidad adecuadas.

El concepto de calidad total

Podemos definir **la calidad** como “la totalidad de características de un producto, servicio, proceso, organización o persona, que le otorgan su actitud, no sólo para satisfacer necesidades expresadas o implícitas”, sino también para satisfacer las expectativas del consumidor y su total aceptación.



Esta es la clave de que los artesanos pueden competir en igualdad de condiciones en un mercado globalizado. La producción artesanal debe ser entendida y debe responder a un modelo conceptual de las actividades interdependientes que influyen en la calidad, en las diversas etapas como un **ciclo de calidad**, que va desde la identificación de las necesidades hasta la evaluación de si estas necesidades han sido satisfechas.

Respetuosamente y con toda humildad permítame señalar que a continuación vamos a describir los 10 mandamientos que un ciclo artesanal de calidad debe comprender:

1. Estudio e investigación de Mercado.
2. Desarrollo de diseño específico.
3. Compras.
4. La planificación y desarrollo del proceso.
5. Producción.
6. Inspección y ensayos.

7. Embalaje y almacenamiento.
8. Ventas y distribución.
9. Instalación y Operación.
10. Asistencia técnica y mantenimiento.

Para ser más prácticos aún, me he permitido preparar un acetato en el cual gráficamente vemos la simbiosis que debe existir entre usuario-productor, productor-usuario, proveedor-consumidor, consumidor-proveedor. Lo interpretamos siguiendo las manecillas del reloj.

Ahora bien, inmersas en este tema, el artesano y su familia debe manejar y conocer con propiedad la nueva terminología para poder aplicarla en su trabajo diario, con la misma propiedad que hoy manejamos términos como deuda interna, deuda externa,

inflación, P.I.B., etc. Existen una serie de conceptos y términos, que deben ser entendibles para un mejor manejo de la calidad, éste es el nuevo glosario que deben manejar los artesanos:

1. Política de Calidad: es el marco general y las directrices en que se fundamenta la organización en relación a la calidad, expresada formalmente por la alta gerencia, aunque sea una sola persona (productor y gerente).

2. Gestión o Administración de la Calidad: es el conjunto de actividades de la función gerencial que determinan la política de calidad, los objetivos y responsabilidades relativas a la calidad; que se ponen en práctica por medios tales como la planificación de la calidad, el control de la calidad, el aseguramiento de la calidad y el mejoramiento de la calidad,



dentro del sistema de calidad. Esta ha sido la clave del éxito de los artesanos de los países asiáticos, porque todos participan como un solo equipo apoyando ideas y soluciones en la gestión de la calidad. Si gana uno, ganan todos. Si pierde uno, pierden todos.

3. Sistema de Calidad: es la integración de responsabilidades, estructura organizacional, procedimientos, procesos y recursos que se establecen para llevar a cabo la gestión de la calidad. En una unidad de producción familiar artesana en el Taller esta labor la pueden suplir perfectamente los familiares directos del artesano o la artesana.

4. Control de Calidad: es el conjunto de técnicas y actividades de carácter operativo utilizadas para satisfacer los requisitos a la calidad. El control de calidad incluye técnicas y actividades operativas dirigidas tanto para mantener bajo control un proceso como para eliminar las causas que generan comportamientos no satisfactorios en cualquier fase de la espiral de calidad, con el propósito de conseguir mejores resultados económicos.

Este es como el plan de vuelo de un piloto de avión. Y es la gran diferencia de volar a ojo o con instrumentos:

Plan de Calidad: es el documento que contiene las prácticas específicas de calidad, recursos y secuencias de actividades relativas a un producto artesanal; los planes de calidad definirán: **a.-** los objetivos de calidad que deben alcanzarse; **b.-** la designación específica de autoridad y responsabilidad en las diferentes fases del proyecto; **c.-** los métodos, procedimientos específicos e instrucciones de trabajo que deben aplicarse; **d.-** los programas adecuados de inspección, ensayo, examen y auditorías que deben aplicarse en las etapas apropiadas; **e.-** la metodología para los cambios y modificaciones al propio plan de la calidad. Todo lo cual lo estamos presentando en el documento guía de autoinspección de calidad artesanal.

Esta es como la Biblia para lograr reactivar y estimular el sector artesanal:

EL REQUERIMIENTO	LA CLAVE	EL RESUMEN
<p>1.-RESPONSABILIDAD GERENCIAL</p>	<p>"practique lo que predica"</p>	<p>-en la artesanía debe existir una política de calidad definida y documentada, incluyendo objetivos y compromiso respecto a la calidad y las materias primas -la responsabilidad y autoridad de las persona relacionada con la calidad debe estar definida y documentada, aun en las micro-empresas o talleres familiares -se deben aprender a identificar y proveer recursos adecuados incluyendo las auditorías internas (contabilidad y control de costos) -se debe definir el representante de la empresa con la responsabilidad y autoridad para establecer, implementar y mantener el sistema de gestión de calidad y para su revisión periódica. Si él tiene que salir para vender, entonces puede ser la mujer o un pariente que ejerce esta acción.</p>
EL REQUERIMIENTO	LA CLAVE	EL RESUMEN
<p>2.-SISTEMA DE CALIDAD</p>	<p>"la calidad es nuestra recompensa"</p>	<p>-establecer, documentar y mantener un sistema de gestión de calidad que asegure que los productos artesanales cumplan con los requerimientos de calidad establecidos para lograr una mayor recompensación por el mayor valor agregado -hacer planes de calidad para las actividades que así lo requieran y sean factibles en un producto individualizado</p>

EL REQUERIMIENTO	LA CLAVE	EL RESUMEN
3.-REVISION DE CONTRATO	"hacen falta dos para hacer un trato"	<p>-el artesano tiene que estar pendiente de cumplir con el contrato, dejando claro cosa y precio</p> <p>-toda orden debe ser revisada para asegurarse que los requerimientos están claramente definidos y documentados y que se está en capacidad de cumplirlos</p> <p>-debe contarse con procedimientos que permitan modificación y archivo de las revisiones de contrato. Tienen que ser flexibles a la hora de hacer un contrato porque el artesano siempre, siempre se le presentarán imponderables y debe tener medidas de salvaguardia para protegerse.</p>
EL REQUERIMIENTO	LA CLAVE	EL RESUMEN
4.-CONTROL DE DISEÑO	"es mejor bueno desde el principio"	<p>-establecer y mantener procedimientos documentados para controlar y verificar el diseño de los productos con el objetivo de asegurar que los requerimientos son logrados</p> <p>-las fases a tomar en cuenta son las siguientes:</p> <p>planeamiento del diseño y desarrollo, interfaces organizacionales y técnicas, entradas al diseño, salidas del diseño, revisión del diseño, verificación del diseño, validación del diseño y cambios en el diseño</p> <p>-hay que tener cuidado a la hora de reproducir diseños autóctonos para no desvirtuarlos</p>

EL REQUERIMIENTO	LA CLAVE	EL RESUMEN
5.-CONTROL DE PRODUCTO SUMINISTRADO POR EL CLIENTE	"lo tuyo como si fuera mío"	-establecer y mantener procedimientos documentados para el control de la verificación, almacenamiento y mantenimiento de los productos suministrados por el cliente (incluyendo empaques)
EL REQUERIMIENTO	LA CLAVE	EL RESUMEN
6.-IDENTIFICACION DEL PRODUCTO Y TRAZABILIDAD	"la verdad debe salir"	-establecer y mantener procedimientos documentados para la identificación adecuada del producto en recepción de materias primas, proceso, almacenamiento, transporte y venta
EL REQUERIMIENTO	LA CLAVE	EL RESUMEN
7.-CONTROL DE PROCESO	"controle lo que pasa y <u>no</u> lo que pasó"	<p>-debe contarse con un sistema que permita tener el proceso bajo control y que asegure que la producción se lleva a cabo bajo condiciones adecuadas</p> <p>-se deben tomar en cuenta los siguientes aspectos: procedimientos documentados, equipo adecuado, cumplimiento con legislación relacionada, monitoreo y control de los puntos críticos del proceso y de las características del producto, acciones de mantenimiento, entrenamiento específico del personal en tareas claves</p> <p>-todos los requerimientos de operación e instalaciones, equipo y personal que aplican a la artesanía deben ser tomados en cuenta. Es aquí donde los Japoneses han tenido tanto éxito (J.A.T.)</p>

EL REQUERIMIENTO	LA CLAVE	EL RESUMEN
8.-INSPECCION Y ENSAYO	"asegúrese, no se disculpe"	Es vital en la artesanía: -establecer procedimientos documentados para inspección y ensayo de materias primas, productos en proceso y producto final -asignar la responsabilidad de liberación de los productos inspeccionados. Este proceso de inspección debe estar claramente identificable por todos. No puede manejarse como documento secreto.
EL REQUERIMIENTO	LA CLAVE	EL RESUMEN
9.-CONTROL DE EQUIPO DE INSPECCION MEDICION Y ENSAYO	"con la vara que midas serás medido"	-establecer procedimientos documentados para el control, la calibración y el mantenimiento de equipos de inspección, medición y ensayo -se debe conocer la incertidumbre de medida de todos los equipos y debe ser concordante con la capacidad de medición requerida -se debe tomar en cuenta: selección apropiada de equipos, programas de calibración, condiciones ambientales, apropiadas y estado de calibración visible
EL REQUERIMIENTO	LA CLAVE	EL RESUMEN
10.-ESTADO DE INSPECCION Y ENSAYO	"la inconformidad es el primer paso del progreso" Todo puede mejorarse.	-la identificación del estado de inspección y ensayo debe mantenerse de acuerdo al plan de calidad, desde la producción hasta el destino final, para asegurarse que al cliente sólo llegue producto revisado y aprobado. Énfasis en el transporte como factor exógeno.

EL REQUERIMIENTO	LA CLAVE	EL RESUMEN
11.-ACCION CORRECTIVA Y PREVENTIVA	"las acciones hablan más que las palabras"	<p>-procedimientos documentados deben ser establecidos para: acciones correctivas: manejo de quejas, reportes de no conformidades, investigación de causas, determinación de acciones correctivas, evaluación de acciones correctivas.</p> <p>Acciones preventivas: uso adecuado de la información para detectar, analizar y eliminar causas potenciales de no conformidades de forma efectiva.</p> <p>-en este aspecto toda la información relevante deberá estar disponible para la revisión gerencial.</p>
EL REQUERIMIENTO	LA CLAVE	EL RESUMEN
12.-CONTROL DE LOS REGISTROS DE CALIDAD	"la honestidad es la mejor política"- Hay que apuntar todo lo bueno y lo malo	<p>-los registros de calidad deben ser mantenidos con el propósito de demostrar la conformidad con los requerimientos especificados a través de todo el proceso</p> <p>-deben establecerse procedimientos documentados para la identificación, recolección, indización, acceso, llenado, almacenamiento, mantenimiento y disposición de los registros de calidad.</p>
EL REQUERIMIENTO	LA CLAVE	EL RESUMEN
13.-AUDITORIAS INTERNAS DE CALIDAD- Esto <u>no</u> le gustó hacer al artesano porque se siente fiscalizado pero es la única forma para sacarlo del Sector informal y pasarlo al Sector Formal.	"un árbol es conocido por sus frutos"	<p>-deben establecerse procedimientos documentados para el planeamiento y la implementación de un programa de auditoría interna, llevada a cabo por personal de la empresa adecuadamente capacitados y que no esté relacionados con el área auditada</p> <p>-los de las auditorías internas de-</p>

		ben ser guardados para su estudio en las sesiones de revisión gerencial y para demostrar cumplimiento con este punto -en artesanía las auditorías evalúan principalmente si los procedimientos están en su punto y son utilizados correctamente, si los procedimientos describen adecuadamente las actividades del sistema y si el entrenamiento es adecuado
EL REQUERIMIENTO	LA CLAVE	EL RESUMEN
14.-ENTRENAMIENTO	"no pidas explicaciones por lo que no has explicado" 	-establecer y mantener procedimientos documentados para la identificación de necesidades de entrenamiento y para proveer del entrenamiento necesario al personal relacionado con el logro de la calidad -hay que mantener la secuencia de aprendiz, oficial y maestro artesano -registros de entrenamiento proporcionado o no dentro de la empresa deben ser mantenidos y deben estar disponibles para todos los mandos medios. Aquí tenemos que ayudar al artesano.
EL REQUERIMIENTO	LA CLAVE	EL RESUMEN
15.-TECNICAS ESTADISTICAS PARA EL CONTROL Y REQUERIMIENTO DE NUEVAS TECNOLOGIAS	"el conocimiento es poder"	-identificar las necesidades respecto a las técnicas estadísticas con el propósito de establecer, controlar y verificar la capacidad del proceso y las características del producto -establecer procedimientos documentados para la implementación y control de las técnicas estadísticas identificadas.

No quiero ser más extensa en mi presentación, pero creo que otra herramienta útil para el artesano es incorporar el sistema

TQM: (TOTAL QUALITY MANAGEMENT) a su vida laboral:

"Es una estrategia aglutinadora que va más allá del control y el aseguramiento de la calidad".

La Gestión Total de la calidad (TQM) es un proceso de mejoramiento continuo, enfocado en el cliente, que está liderado por la cabeza de la

empresa por medio de un liderazgo participativo o delegativo, donde un proceso de administración disciplinario es fortalecido por el esfuerzo compartido de trabajo en equipo, con diseño para mejorar un desempeño medido por el mejoramiento de la calidad y la productividad el cual conduce a una reducción de los costos, a una mejora de la calidad del ambiente, que se fundamenta en el entrenamiento continuo de todos y donde los logros son reconocidos y premiados adecuadamente. Ver gráfico a continuación.

T Q M un Proceso Integrado



Básicamente esto es lo que ha usado el artesano toda la vida intuitivamente sin saber algunas veces cómo aplicarlo en una forma metódica y medible por etapas y procesos.

Como se observa en la figura anterior, el TQM provee a la empresa una organización totalmente orientada hacia la satisfacción del cliente, que permitirá a la empresa ubicarse dentro de su visión de calidad y lograr el cumplimiento de su misión por medio de las metas que se proponga, con base en los mecanismos disponibles (auditorías internas y externas, control del proceso, resolución de pro-



blemas, herramientas para la calidad, etc.) y el personal (entrenamiento, reconocimiento, premiación, etc.). En un ambiente de apoyo, caracterizado por un liderazgo fuerte, una estructura administrativa adecuada, un trabajo en equipo orientado hacia el mejoramiento continuo y una cultura organizacional basada en la calidad de todo lo que se hace.

Debe darse un cambio en la cultura de la empresa, para poder aplicar el TQM y que éste se constituya en una nueva forma de ver la vida, en una nueva forma de actuación empresarial artesanal. La implementación de la gestión total de la calidad es simplemente la ejecución de un sistema de mejoramiento basado en el sentido común.

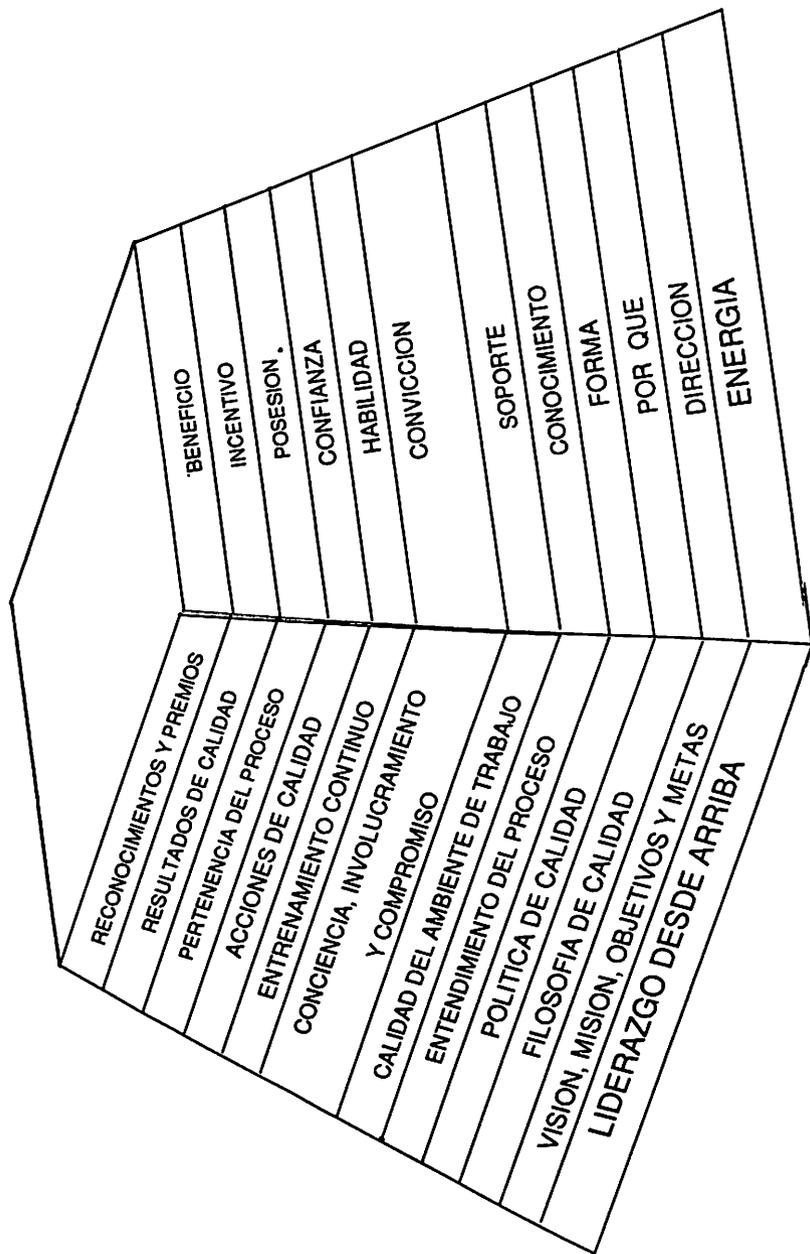
Todos los elementos que constituyen el TQM, pueden ilustrarse en la siguiente pirámide cultural hacia la calidad:

(Ver gráfico a continuación).

El artesano debe tener éste en su taller como un almanaque.

(Gráfico Pirámide)

PIRAMIDE CULTURAL HACIA LA CALIDAD



En resumen sencillamente, la gestión total de la calidad es simplemente la ejecución de un sistema de mejoramiento basado en el sentido común. Sin embargo, muchas empresas que han intentado su implementación no han tenido el éxito esperado, posiblemente porque el sentido común es poco común dentro de la realidad empresarial actual.

La diferencia entre las empresas que tienen éxito y las que no lo tienen puede explicarse, las siguientes son algunas de las características de estas empresas artesanas; que pueden insertarse en el mundo laboral con capacidad y éxito.

1. Un compromiso de Liderazgo: si bien el liderazgo se puede encontrar en cualquiera de los niveles de estas empresas, ellas han comprendido que el TQM requiere que éste empiece desde arriba, para que sea transmitido desde allí como una nueva forma de vida y no como una meta de corto plazo o una nueva y complicada estrategia. El artesano sabe y debe transmitirle esto al aprendiz y al oficial de artesanía. Más adelante les señalo las diferencias entre un líder y un administrador.

2. Un compromiso de Metas: para las empresas artesanales las metas son extremadamente ambiciosas y se basan más en los logros de las empresas que han tenido éxito que en aquello para lo que podrían estar preparadas a lograr en un momento determinado. Si la empresa piensa que algo está fuera de sus posibilidades de seguro jamás lo logrará. No tiene que copiarlo todo. Es el error actual de los artesanos en Iberoamérica.

3. Un compromiso de Planes de acción: todas estas empresas artesanales poseen planes de acción que avanzan bajo un estricto monitoreo o seguimiento, de otra forma las grandes metas jamás serán alcanzadas. Son estos sólidos planes los que han permitido que estas empresas artesanales lleguen más allá de lo que se creían capaces a primera vista. No tiene que ser pesimista porque su obra basada en lo que la transmite a sus manos que hagan su corazón y su mente.

4. Un Compromiso Total: En estas empresas artesanales toda persona en cualquier operación está comprometida con la calidad. Los cambios revolucionarios en la calidad se dan únicamente cuando toda la orga-

nización está sintonizada en la excelencia y el mejoramiento continuo de la tarea más simple hasta la más compleja.

5. Un compromiso de Entrenamiento continuo: estas empresas artesanales han comprendido que todo lo anterior no se gesta por la buena voluntad de la organización. Los intentos poco exitosos están llenos de buenas intenciones, de un gran porcentaje de esperanza y muchísima fe. Es innegable que el entrenamiento continuo es el instrumento que guía a la empresa artesanal hacia este difícil cambio, que suena muy lindo pero que requiere de un esfuerzo jamás realizado.

Aquí tenemos que explicar la diferencia entre líder y administrador.

LIDERAZGO

Este sistema, orientado desde el mercado, aplica las técnicas de mejoramiento en todo proceso y operación dentro de la empresa artesanal hacia una transformación completa y continuada de la forma en que la empresa artesanal y sus artesanos ven la calidad. El corazón de este proceso

radica en el liderazgo de la cabeza de la empresa artesanal y no en la capacidad administrativa, partiendo de la premisa de que el éxito se encuentra en un punto que siempre está más allá del lugar en que se encuentre la empresa, pues no importa cuanto se avance siempre habrá algo que hacer por mejorar el desempeño actual.

Si esta filosofía es impulsada por la cabeza de la empresa artesanal de forma clara y consistente la empresa llegará a niveles de desempeño que difícilmente pudo haber previsto.

Sin embargo, es en este punto donde se encuentra la verdadera dificultad del TQM, que más que una receta debe ser una nueva forma de ver las cosas a partir de la realidad de cada empresa artesanal, por ello es un proceso de largo plazo, cuya versión final dependerá de las necesidades y posibilidades de cada empresa y es aquí donde precisamente el sentido común juega un papel de vital importancia. Se incluyen a continuación algunas comparaciones que permitan entender mejor qué es lo que se espera del Líder.

La aplicación de un programa de

LIDER VS. ADMINISTRADOR

EL LIDER	mientras EL ADMINISTRADOR solo simplemente
Se gana el poder por medio de sus acciones y sus relaciones personales.	Tiene un poder posicional en el cual confiamos
Se puede encontrar en todos los niveles de la empresa.	Se encuentra en los niveles altos de la empresa.
Tiene seguidores que deciden ser parte del equipo.	Tiene subordinados que son asignados a los equipos.
Dependen del éxito de la gente.	Depende del éxito del sistema.
Promueve una visión en términos de "el beneficio real para ustedes..."	Usa un acercamiento en término de "este es su trabajo..."
Tiene sus propias metas para una mejor organización.	Debe lograr alcanzar las metas indicadas por la organización.
Hace lo posible por cambiar la organización para alcanzar las mejores situaciones según su percepción.	Trabaja por mantener el "status quo" de la organización.
En ocasiones ve las reglas y procedimientos como barreras para el logro.	Ve las reglas y procedimientos como controles necesarios para mantener el orden.
Trabaja por resultados.	Sigue órdenes.
Trabaja por medio de su gente.	Trabaja con gráficos e informes.

Gestión Total de la Calidad, puede diseñarse en cuatro pasos, simbolizados en cuatro grandes escalones, así:

1º La toma de conciencia de que significa el proceso.

2º El involucramiento en el proceso de parte de los miembros de la empresa.

3º El compromiso de todos por el éxito del proceso.

4º El Sentido de pertenencia que permitirá para el artesano que el proceso dé el salto hacia el mejoramiento continuo.

(Ver gráfica a continuación).

**PASOS BASICOS PARA LA IMPLEMENTACION DE UN
PROGRAMA DE GESTION TOTAL DE LA CALIDAD**

**EL SENTIDO DE
PERTENENCIA**

QUE PERMITIRA QUE EL
PROCESO DE EL SALTO
HACIA EL MEJORAMIENTO
CONTINUO

EL COMPROMISO

DE TODOS POR EL
EXITO DEL PROCESO

EL INVOLUCRAMIENTO

EN EL PROCESO DE PARTE DE
TODOS LOS MIEMBROS DE LA
EMPRESA

**TOTAL DE
CONCIENCIA**

DE QUE SIGNIFICA EL
PROCESO

Para terminar algunas:

OBSERVACIONES FINALES

En el contexto de las nuevas condiciones de competitividad global, donde una gran parte de la expansión económica de nuestros países pequeños, está cimentado en el éxito de sus políticas de fomento a las exportaciones «exportaciones para el desarrollo». El papel de la micro y pequeña industria artesanal y aún de la mediana industria, adquieren gran relevancia, como ejes fundamentales del éxito de estas políticas.

Pero ¿cómo debería orientarse el desarrollo de las políticas de promoción de la producción artesanal conociendo todo este contexto?

Una de las alternativas posibles, es ubicarlas en el marco de las nuevas



formas de organización industrial que se han venido gestando. Entre ellas la denominada Especialización Flexible, que retoma la flexibilidad de la micro y pequeña industria artesanal para establecer redes de cooperación horizontal y vertical de todo el modelo productivo, vinculando a todo el ámbito institucional y Estatal de su entorno. Se establecen cadenas productivas competitivas, que integran la producción primaria con etapas de elaboración de dichos productos, los que llegan hasta el fortalecimiento de los servicios al productor y la comercialización internacional de estos productos.

Calidad Total, mejoramiento continuo, todos estos cambios deben ser vistos como un proceso y a la vez una herramienta en el marco de un desarrollo, hacia la transformación productiva que combine competitividad real con equidad. Como bien lo apunta Fernando Fajnzylber, "las palabras claves en el diseño de una nueva estrategia de desarrollo y de industrialización son "competitividad real" e "incorporación del progreso técnico"".

Nuestros países deben ir más allá de alcanzar los objetivos de estabili-

zación macroeconómica en el corto plazo, debe ir hacia la búsqueda de alcanzar, en el mediano y largo plazo, un "crecimiento sostenible y una distribución más equitativa de los resultados de este crecimiento en la sociedad".

Pero debemos comprender y quizás consensuar sobre el verdadero significado de desarrollo sostenible. Debemos de ir más allá de plantearlo como un estado estático de armonía, o como la forma consistente de explotación de recursos, para cubrir necesidades futuras y actuales.

¡Es justo y necesario, sin más demora. A nivel Iberoamericano debe representar una estrategia de desarrollo, una cultura de desarrollo, que permita a la región salir de la crisis, retomar el crecimiento y construir una sociedad más próspera y equitativa!

La búsqueda de la calidad definitivamente es una batalla que se libra en nuestra cabeza... primero. Y en las cabezas de los demás... después. Muchas gracias por su fina y paciente atención. ■

artesanía y desarrollo integral

HECTOR LOMBERA CUADRADO

“LA ARTESANIA DE LOS COLECTIVOS MAS NECESITADOS, POLITICAS DE DESARROLLO INTEGRAL”

Las Artesanías

COMO ALTERNATIVA DE DESARROLLO REGIONAL INTEGRADO NECESIDADES DE POLITICAS PARA LOS COLECTIVOS MAS NECESITADOS.

Situación del productor artesanal en Iberoamérica (necesidades de políticas para los colectivos más necesitados)

El estudio de los sistemas productivos artesanales iberoamericanos debe considerarse en relación a los contextos culturales y socioeconómicos en los cuales éstos se manifiestan.

Normalmente la actividad artesanal es de carácter complementario a partir de las diversas actividades rurales que los productores priorizan,

es así que agricultores, crianceros o productores pecuarios en pequeña escala, peones de campo, pequeños comerciantes, docentes o estudiantes de arte, realizan actividades artesanales con bastante asiduidad y no se registran en ningún censo económico como tales. A pesar de esta subvaloración incorporada de la actividad, la artesanía es quizás, culturalmente la más importante, y actúa generalmen-

te como bisagra comunicante o de relación con el resto de los trabajos individuales y/o comunitarios.

Creemos que esto deviene en que los productos artesanales, son generalmente considerados como valores de uso con posibilidades de venta, pero no intrínsecamente ligada a algún tipo de operación comercial, esto hace que la mayoría de las artesanías estén destinadas al autoconsumo y no representen para sus creadores un generador estable de divisas.

Toda estructura socioeconómica comunitaria base del sustento productivo artesanal, tanto americano como español, debe ser considerada parte integrante de un conjunto más amplio e interrelacionado con otros sistemas de producción y -a la vez- inmersa dentro de la región económico-cultural a la que pertenece.

Esta compleja y no siempre entendida trama socioeconómica comunitaria, similar en todo el campesinado americano, tiene -como común denominador desde el punto de vista de valoración de lo producido y con respecto al último precio del producto- algunos elementos no siempre considerados en los cálculos econó-

micos pero sí considerables desde el punto de vista de beneficio del productor; esto es una desagregación de los tiempos de elaboración, un cálculo aleatorio de los costos de materia prima y una ubicación secundaria en la escala de valores del productor.

Por lo tanto la actividad artesana debe referirse en principio a sujetos económicos, cuya actividad no está circunscrita únicamente al acotado mundo del ciclo productivo de la artesanía que produce y sus escasos circuitos de comercialización -generalmente ferias o compradores ocasionales-.

Todo productor artesanal -salvo los contados casos de talleres especializados- es un multifacético hacedor y realizador de actividades que le ayudan a supervivir.



La realidad nos muestra que, salvo en algunos países donde la actividad se ha desarrollado a partir de políticas específicas de promoción y ayuda a la actividad, en la mayoría de Iberoamérica la artesanía está todavía entre las llamadas actividades informales de producción, en la cual sus portadores operan casi siempre dentro de sistemas marginales o llamados “en negro”.

Consideramos de importancia analizar las relaciones que se establecen entre los distintos tipos de productores artesanales pertenecientes a sistemas microeconómicos diferentes -pero todos de una producción muy importante- para las llamadas “economías regionales”.

Normalmente e históricamente la producción artesanal, tal como hoy la concebimos y conocemos, es el resultado de procesos complejos que parten desde la asignación del valor de bien de cambio al producto, el cual era destinado inicialmente a satisfacer necesidades de la comunidad y la de su propio productor.

Este sistema productivo hace que raramente el artesano tenga la posibilidad de hacer acopio de su produc-

ción y dada -por otro lado- la lentitud de la elaboración, donde la tecnología es siempre elemental o apropiada a las formas culturales en las cuales está inmerso el artesano, la competitividad está por debajo de los estándares de cualquier esquema medianamente cercano a los sistemas capitalistas de producción y comercialización.

Habitualmente la elaboración de artesanías tiene como grupo preponderante a la llamada “unidad doméstica de producción”, sin que esto signifique necesariamente que ésta es un núcleo estrictamente familiar, sino que el grupo (no parental) se encuentra relacionado o vinculado por un sistema de roles de trabajo, de distintos aspectos, que cubrirían casi todo el circuito de producción (o recolección de la materia prima) hasta la elaboración y posiblemente la comercialización del producto.

Estos grupos domésticos de producción normalmente se ven en la necesidad de establecer contactos con otros -parentales o no- para cumplir una parte del proceso.

Por un lado es importante el abastecimiento de los insumos y materias

primas y por otro el producto terminado debe llegar al consumidor, por lo cual es necesario e importante recurrir a personas que estén fuera del sistema productivo doméstico (llámese a la unidad familiar o comunitaria).

Además, es casi seguro que fuera de las unidades domésticas o familiares es donde se encontrará la suficiente capacidad financiera que permitirá sostener el sistema en aquellos momentos de escasez -materia prima, clientes- u otros inconvenientes (enfermedades, fiestas, etc.).

Generalmente casi todos los productores artesanales, sea el que sea su status como productor, tiene a su alcance sistemas de créditos o financiación que los hacen dependientes. Puede ser el comerciante o "bolichero" local que le da crédito o le "fía" los insumos y alimentos necesarios para la manutención del grupo familiar, el intermediario que le da a cuenta materia prima o dinero y un margen de tiempo hasta la terminación de sus productos, o en algunos casos acceda a los circuitos del crédito formal -cooperativas, mutuales, bancos- o programas de crédito para microemprendimientos o pequeños

productores.

El escaso manejo de los sistemas crediticios, la cantidad de documentación y avales, la burocracia y generalmente el desconocimiento de la oferta hacen que los productores artesanales que relativamente son los más necesitados de apoyo para poder despegar en un sistema de producción pierdan las oportunidades que desordenadamente se le ofrecen.

Análisis de los objetivos

Como primera visualización de la realidad, identificamos los factores que nos muestran el desarrollo artesanal como un problema cuya actualidad hace plantear urgentemente la delimitación del mismo y sus partes.

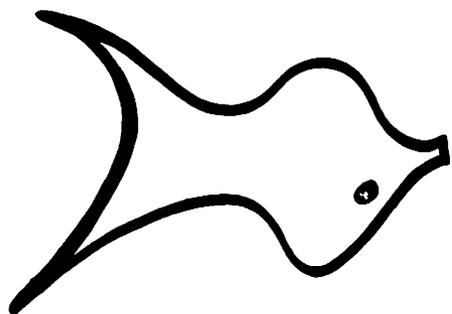
La crisis económica regional -común a la mayoría de los países de Iberoamérica en los últimos veinte años- ha planteado un marcado deterioro de las estructuras productivas al cual la artesanía ha opuesto resistencia, debido a la diversidad abarcativa que presenta.

Esta realidad no ha sido eva-

luada, a niveles estadísticos, por los organismos responsables debido a la falta de información oportuna y confiable (por su marginalidad y dispersión).

Salvo honrosas excepciones, ha faltado “intencionalidad política” en la mayoría de los estados iberoamericanos para diseñar planes dirigidos al sector. Puede mencionarse que recién en la segunda cumbre iberoamericana de Jefes de Gobierno -Madrid 23/24 de junio de 1992- se menciona en el documento de conclusiones el “apoyo a las artesanías”.

Un tercer factor externo y desconocedor del sector artesanal, conspira contra el desarrollo de la actividad y está referido específicamente a la falta de coordinación, el desconocimiento de los grupos productores y la falta de criterios para orientar eficazmente las acciones que se pudieran llevar a cabo en beneficio del sector.



Un cuarto factor apunta decididamente a las carencias, desorganización y atomización de los productores artesanales, su escaso interés en ingresar a sus sistemas laborales tecnológicas apropiadas o de alternativa que hagan más rentable su producción y mejoren el resultado final de la artesanía elaborada.

La mayoría de los países iberoamericanos ha establecido diagnósticos generales o puntuales, específicos y parciales sobre determinados oficios, con el afán de difundir sus productos o ante la necesidad política de promover algunas regiones de sus geografías nacionales.

Necesidad de identificación del origen del producto

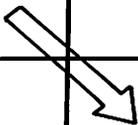
Ante la mayor difusión e información por parte de los consumidores se puede establecer una cualificación de los productos artesanales, sean estos artesanos urbanos, aborígenes, artistas populares y/o folklóricos, lo cual hace que la inserción de los productos en el mercado sea más exigente. Esto dificulta el acceso irrestricto de las artesanías a los grandes centros consumidores.

Si a esta altura de nuestra evaluación y ante la necesidad de los potenciales compradores de conocer en forma fehaciente el origen de lo que compra -máxime en el caso de un producto artesanal, que se supone conlleva consigo una importante carga cultura y de identificación- aplicáramos en el esquema productivo la “matriz de Igor-Ansoff”, prácticamente no reconoceríamos a simple vista el origen de los productos artesanales. [Ver Gráfico 1].

Por un lado la diversidad de la oferta y por otro lado aquello de que “artesanos campesinos” pueden hacer artesanías de acuerdo a las prácticas y los modelos urbanos y que muchos artesanos urbanos producen artesanías al uso y forma campesina o tradicional, hace más que necesaria y de suma importancia la certificación del origen del producto. No pensando en un complicado mecanismo o de los llamados certificados de calidad artesanal (importante y a veces

Gráfico 1

		ARTESANOS	
		URBANOS	CAMPESINOS
TECNICAS	TRADICIONALES	1	2
	NO	3	4



Matriz de Igor Ansoff

1. Técnicas tradicionales por artesanos urbanos
 2. Técnicas tradicionales por artesanos campesinos
 3. Técnicas no tradicionales por artesanos urbanos
 4. Técnicas no tradicionales por artesanos campesinos
- * (Folklóricos - etnográficos y semi)

necesario, por cierto) sino en la valoración y constancia de la autenticidad del producto y -fundamentalmente- de la región de dónde es oriundo.

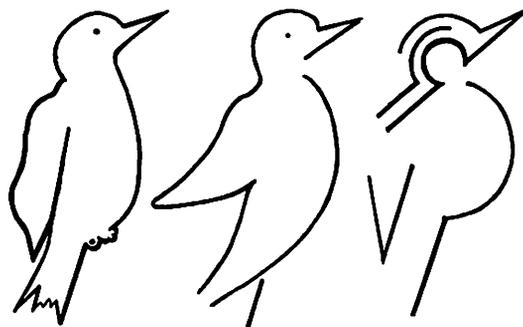
Esto ayudaría a evitar el engaño al comprador confiado, a valorizar ciertos productos y a determinar fehacientemente cuáles son las regiones en las que el desarrollo de la actividad artesanal es sostenida, bien por la calidad de su producción, por la variedad de modelos o por su adaptación permanente a lo que apetece el público consumidor.

Evidentemente la actividad artesanal campesina aún en los casos en que configure o se determinen unidades productivas campesinas UPC, a las cuales se integran las unidades domésticas de producción UDP, se encuentran generalmente asentadas en organizaciones sociales precarias

con gran movilidad de sus integrantes, generalmente por falta de trabajo o de recursos que les permitan subsistir en sus lugares de origen. Estas UDP tienen como fundamento la producción de bienes para un autoconsumo determinado muchas veces por los usos, costumbres y el determinismo geográfico temporal que marca la existencia del grupo.

De ninguna manera esta modalidad productiva constituye economías naturales ya que la invasión de información producida por los medios de comunicación hace que los integrantes de las comunidades descubran las falencias propias ante la desmesurada oferta que se les plantea.

Aquí se observa el primer pivote que deviene de la inserción mercantil respecto a los productos planteados originalmente para el auto-consumo.



En esta etapa aparece indefectiblemente la intermediación del dinero con lo cual el producto artesanal se consolida como mercadería.

Si bien la artesanía tradicional (rural-campesina) está considerada como una actividad productiva familiar en la que colaboran casi todos los miembros del grupo con una mayor o menor división del trabajo, debemos tener en cuenta que responde en una primera etapa al tipo de artesanía casera, donde el concepto del taller es desconocido o básicamente ignorado. La excepción la marcan muchas veces los tipos de especialización regional que se plantean por la fama y/o cualificación de determinados productos que se originan en la que podríamos llamar comunidad campesina artesanal -CCA-.

Aquí se trata ni más ni menos que un determinado grupo humano adecua sus sistemas sociales, económicos y de producción a las características de lo que podríamos considerar una comunidad taller, cuyo producido si bien es cierto que es un continuo o consecuencia quasi natural de las actividades agrícolas y pecuarias el sistema termina cerrando en la comercialización (mercantilización) del producto terminado.

Sobre la actividad artesanal en los centros urbanos

Sobre la década de los 60 surge, a raíz de las nuevas filosofías de vida una serie de movimientos contestatarios y rebeldes del "establishment" -movimientos que dieron importancia al "ser" en lugar del "tener". De estos múltiples grupos el que más se destacó y proyectó en el mundo de la producción artesanal fue el denominado movimiento hippie. Los coletazos de éste llegan a las puertas del año 2000, en algunos casos enquistados como productores de determinado tipo de artesanía, en otros en las formas productivas y de comercialización de las mismas. En general aquellos artesanos identificados con los modelos feriales o feriantes son los que, desprendidos del hippismo, se asientan en las comunidades urbanas productoras, más cerca del subempleo y del desempleo, como los llamados artesanos urbanos o neoartesanos.

Es indudable que estos productores están bastante alejados del otro tipo de artesanos, aquellos denominados "de oficio" los cuales, con talleres establecidos, con cierta tradición artesanal, manejo de técnicas cuya formación excede muchas ve-

ces el ámbito familiar, tratan de desprenderse de los anteriores formando en muchos casos verdaderas “cofradías” o “gremios” productores de bienes o servicios que podemos identificar como muy calificados: muebleros, tallistas, sastres, joyeros, ebanistas, etc., los cuales tratan de diferenciarse de los armadores, ceramiqueros, hacedores de manualidades o de los productores de “regionales”.

Este movimiento de “expresión de una subcultura urbana”, que no debe desecharse desde el punto de vista productivo, tiene sus aspectos positivos los cuales (debidamente ordenados y promocionados) pueden revertir la situación de muchos marginados laborales en los centros urbanos, que han recibido de la campaña o de las pequeñas ciudades del interior importantes cantidades de migrantes, muchos sin la capacitación suficiente para integrarse a los mercados de trabajo que exigen las grandes concentraciones poblacionales.

Generalmente la dependencia del productor está relacionada con los distintos tipos de roles que en muchos casos detentan en forma superpuesta tanto los organismos comercializadores -sean éstos estatales y/o

privados- como los comerciantes, acopiadores y otros artesanos que se encuentran más cerca de la cúspide de la pirámide comercializadora. En estos casos, los artesanos productores de base, es decir aquellos que por su estructura productiva o por su ubicación socio-económica dentro del estrato comunitario están más lejos de la cúspide, son los que generalmente más trabajan y los que menos beneficios reciben por su labor.

Este esquema es el que se repite generalmente en todo el mapa iberoamericano. Solamente se logra escapar de él mediante la formación de asociaciones y/o cooperativas y con la implementación por parte de los organismos públicos de políticas de promoción y, fundamentalmente, de desarrollo de la actividad artesanal, concibiendo ésta como generadora de puestos de trabajo, distribuidora de los beneficios de la producción en relación al tiempo invertido en la realización del producto y ordenadora de la actividad dentro de un contexto generador de bienes.

Se puede estimar que las políticas de promoción y desarrollo de la actividad deben estar contenidas dentro de programas con objetivos claros y

acciones concretas y creemos que estos planes, tanto de reactivación de la actividad como de integración a otros programas regionales, deben plantearse a partir del cumplimiento de cinco premisas básicas:

- La capacitación y la transferencia tecnológica.
- La organización de la producción.
- Diseño.
- La comercialización organizada.
- El asociacionismo.

Indudablemente esto hace necesario tener en cuenta todos los condicionamientos que de una manera u otra impiden el desarrollo armónico de la actividad. Partiendo desde la capacitación de los artesanos en cuanto a organizarlos como productores, entendemos que todo artesano por sí mismo configura una unidad productiva -o empresa artesana o emprendimiento (no importa su tamaño)- productora de un determinado tipo de bien: ARTESANIA, que necesita relacionarse y conocer todas las posibilidades, problemas y soluciones que la vida moderna y el actual sistema económico imperante le presentan.

Creemos que desde la organización de los productores con los cambios actitudinales necesarios para aceptar los ingresos -paulatinos o no- de Transferencia tecnológica (apropiada o de alternativa), revalorización de sus diseños y creación de nuevos adaptados a las necesidades cada vez más crecientes de los grupos consumidores, mejoramiento de los estándares de calidad, para un público cada vez más exigente y la práctica de un asociacionismo positivo se puede revertir la situación de gran parte de los productores artesanales americanos.

Es evidente que las estructuras de producción y de comercialización de los artesanos dependen de distintas



variables en las que se conjugan la ubicación cultural del grupo productor, la capacidad de financiación del mismo, el estado del mercado (relacionado tanto con la economía del sector consumidor, la moda o la diferenciación de la oferta). Estos tres vectores son concurrentes en el momento en que se incurre en el acto comercial.

1. Ubicación cultural del grupo productor: las múltiples diferencias están dadas no solamente por la relación cultura-producto, sino por los mecanismos relacionados con el manejo de los tiempos, las ceremonias incorporadas al sistema productivo (Ej. no urdir un día sábado -en el NO del Neuquén-Sauguy 1975); la decisión parental de participación en los trabajos y la importancia dada por el artesano al destino final de la obra.
2. La capacidad financiera del productor o grupo artesano limita en la más de las veces las posibilidades productivas, incluso cuando hay predisposición efectiva para la compra de los productos, como en el caso de las selecciones de artesanías para ferias o negocios de exportación.

3. El estado del mercado es muchas veces determinante de la inserción de algunos productos en el mismo. La falta de adecuación a los cánones modales, bajos estándares de calidad, falta de oportunidad en la oferta y depresión monetaria son algunos de los elementos conspirativos.

Dentro de las múltiples formas en las cuales se mercantiliza el producto artesanal, es indudable que el trueque, el pago de servicios y el intercambio por dinero (comercio propiamente dicho) son las más comunes, aunque en varias comunidades la entrega de productos artesanales como dote o en pago de “mandas” o promesas ocupa una parte de esta amplia gama de posibilidades en que se inserta la mercantilización de los productos artesanales.

La actividad artesanal en los grupos rurales

En los casos específicos de las comunidades productoras de artesanías ubicadas en el ámbito rural, las situaciones de comercialización (canje del producto por dinero) son escasas. La normal situación de aisla-

miento espacial, cuando no de marginalidad en que se encuentran estas comunidades artesanas -CA-, las dificultades de comunicación y el crónico olvido de incluirlos en planes y programas de desarrollo limita la efectivización de los mismos, siendo indudable que la baja densidad poblacional conspira también en la mayoría de los casos, ya que el valor poblador-voto es relativo y sin incidencia en los cómputos globales que aportan sustancialmente al PBI o al peso político partidista de los gobernantes.

En estos casos es donde el intercambio directo de productos por trueque se transforma en una práctica común. Este tipo de intercambio, forma de supervivencia cultural de otras épocas, hace en algunos casos que mediante complejas relaciones tanto parentales como comerciales, el producto artesanal llegue a los consumidores de otras latitudes, especialmente compradores urbanos que reciclan el hecho comercial y en la vuelta pueden llegarle al artesano artículos de consumo urbano -herramientas, máquinas, radios, linternas, armas, etc.- como una forma de acercar los bienes urbanos al ámbito rural.

Si bien entendemos que de esta

manera también se acerca el productor artesanal a los procesos de mercantilización comunes a las sociedades del siglo XX, estos procesos aportan muy poco al desarrollo sostenido de las economías de subsistencia de las CA, por lo cual es importante apuntar que éstas -en muchos casos- aplican estrategias de subsistencia que les han permitido mantenerse hasta nuestros días.

Mercantilizaciones de las artesanías

Analizando la amplitud con que se manejan hoy los mercados y la extensión de los operativos comerciales, podríamos inferir que en muchos casos los productos artesanales no tendrían, en principio, dificultad de acceder a los puntos de venta que suponemos existen en todo el orbe. Sin embargo, en el análisis de las distintas situaciones, creemos que es más difícil en la medida que al mercado se accede solamente mediante complicadas reglas, donde el marketing, la promoción y la difusión alcanza niveles difícilmente comprensibles para los productores rurales.

Los múltiples procesos de crisis

en los que continuamente se ven insertos los productores dan como resultado un acelerado cambio en las actividades productivas, ya que -frente a la notoria expulsión poblacional de las comunidades campesinas hacia los conglomerados urbanos en crecimiento, cuyos integrantes se transforman en mano de obra (tanto temporal como definitiva) pasando éstos a engrosar en muchos casos las listas de subempleados en relación con la escasa capacitación que detentan para desarrollar sus actividades en la urbe- se pierden de esa manera gran cantidad de técnicas en pos de un burdo aprendizaje para la supervivencia.

Es importante señalar la participación en los procesos de producción artesanal de los menores y de las mujeres. Si bien es cierto que, en algunos grupos campesinos, determinados "oficios" están mayoritariamente en manos femeninas tejenderas de grupos criollos y aborígenes de la Patagonia y tejedoras de chaguar del NE argentino- muchos productores artesanales dan escasa participación a los niños (salvo en el caso de aprendices declarados) y a las mujeres en las labores artesanales.

En algunas artesanías pueden tener a cargo la recolección de la materia prima, su preparación y en el mejor de los casos alguna ayuda en la terminación o "prolijamiento" de la pieza semiterminada.

Esto hace que, por un lado, se diluya una importante cantidad de fuerza de trabajo y por el otro conspira contra la especialización en determinadas tareas artesanales que serían importantes a la hora de organizar y sistematizar los procesos productivos.

La limitada incorporación de jóvenes a la labor artesanal hace que también sea escasa la apertura a la aceptación de nuevas tecnologías por lo cual los procesos artesanales generalmente se encuentran cada vez más lejos de la optimización productiva necesaria para la incorporación del artesanado al siglo XXI.

Es necesario comprender la posibilidad de encuadrar a los integrantes de los grupos campesinos como individuos o grupos de riesgo laboral ya que -a pesar de su gran movilidad en cuanto a la multitud de oficios o disciplinas que pueden llegar a desarrollar- siempre están un escalón más abajo de sus pares urbanos que apre-

henden con mayor facilidad las oportunidades de trabajo y desarrollo.

Si bien esta movilidad laboral es necesaria para la supervivencia del individuo y se acomoda casi siempre a las necesidades del grupo a que pertenece, esta actitud va en detrimento de las posibilidades de desarrollo del individuo y sobrecarga al grupo con las falsas expectativas de mejora socioeconómica que se plantea cada vez que se cambia de trabajo.

¿Hacia donde vamos?

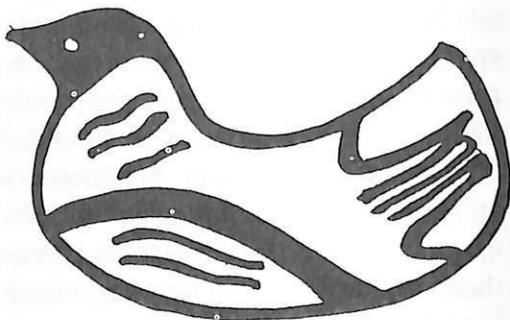
Ahora bien: si se elaboraran planes de desarrollo estructurados para lograr que todo un sector de la sociedad -grupos de campesinos \suburbanos y urbanos en situación de marginalidad (subempleo o desempleo)- pueda hacer conocer las habilidades que detenta, y se incluyeran éstas en programas reales y prácticos, podríamos avanzar bastante en el mejoramiento de las condiciones de trabajo para un importante sector social.

No debemos olvidar en este análisis la participación que en los programas de promoción y/o desarrollo artesanal tienen las iglesias, las agencias de desarrollo y las Organizacio-

nes No Gubernamentales (ONG), las cuales desde hace varios años vienen financiando de alguna manera la actividad.

Si bien es cierto que en muchos casos algunas de las organizaciones tienden a cumplir un papel paternalista en el problema, ha sido mucho y positivo lo que se ha conseguido a cambio, especialmente en lo que hace a la organización grupal y comercialización de los productos.

Los estudios y diagnósticos referidos al sector adolecen generalmente de falta de datos y actualización, ya que por la diversidad de temas y dada la gran amplitud geográfica en que se encuentran los productores, casi siempre en zonas alejadas o marginales, hacen que los mismos estén fuera de



la realidad al momento de hacer los planes y programas que beneficiarían al sector.

Es así que centenares de proyectos -generalmente muy bien realizados e intencionados- duermen en cajones y archivos acompañando cantidades similares de estudios de factibilidad, programas de desarrollo y planes de promoción artesanal como resultado de la desactualización de datos, de la improvisación o de la falta de monitoreo en la aplicación de los mismos.

Las artesanías como producto de las variadas subculturas nacionales, generalmente no son reconocidas como una actividad productiva, sino como resabios culturales que hacen que la tarea promocional y de desarrollo se torne difícil. Señalamos que la diversidad conceptual existente sobre el tema hace complejo -aun entre los expertos- comprometer soluciones ya que lo que se consume cada vez más son símbolos que corresponden o no a productos que poseen la posibilidad potencial de satisfacer necesidades. Estos productos artesanales están cada vez más cargados de subjetividad y no son en esencia objetos objetivos.

Entendemos que desarrollando distintos pasos de un programa: investigación y diagnóstico (con plazos breves de realización), planificación de la actividad con la inclusión en ella de Capacitación, Asistencia Técnica y Transferencia de Tecnologías apropiadas, más la conformación de grupos asociativos, con una intencionalidad política de los organismos públicos responsables del sector, se podría en plazos no muy extensos revertir el problema de involución que afecta al artesanado.

Las múltiples posibilidades que ofrecen los medios actuales de comunicación, las herramientas tecnológicas aplicadas al diseño y la comercialización -escasamente utilizadas por los productores artesanales- permitirán un mejor acceso a los mercados y centros culturales o de la moda, en la medida en que los artesanos accedan sistemáticamente a ellas y los organismos públicos optimicen su utilización.

Hacia un programa de desarrollo artesanal

Reconociendo la necesidad de que técnicos y expertos artesanales de

Iberoamérica realicen la puesta a punto de una actualización conceptual que involucre tanto al producto como a su hacedor, reconociendo las diferencias culturales vigentes en los países iberoamericanos, con una base cultural común a España, aceptando los distintos tiempos operativos que las comunidades y pueblos poseen, planteamos la posibilidad de sistematizar un patrón programático para la aplicación de UN PROGRAMA DE DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD ARTESANAL, que contemple en profundidad y amplitud todos los mecanismos que tiendan a optimizar el funcionamiento del sector.

Proponemos:

Considerar la artesanía como UNA ACTIVIDAD ECONOMICA (bienes y servicios), con una fuerte IDENTIDAD, respecto a su origen, que presupone la existencia de un CREADOR (artesano), portador de determinadas TECNICAS (tradicionales y/o urbanas).

Si históricamente la situación del ARTESANO ha oscilado entre los siguientes aspectos:

◇ **Negativos:** Actitud de producir y

comercializar dentro de un sistema precapitalista que:

-> Lo hace dependiente de los circuitos de comercialización por lo cual:

-> Consigue escasa rentabilidad por su trabajo dado que su ritmo de producción, al emplear técnicas obsoletas, es lento y oneroso.

◇ **Positivos:** ya que es dueño de su fuerza de trabajo, su producto es valorable como factor de identidad, sus piezas generalmente son singulares y únicas y existen nichos específicos para su inserción comercial.

Podríamos estimar que los artesanos en su mayoría son COMERCIALMENTE VULNERABLES, SE LE IMPONEN MODELOS (presión cultural externa), CAMBIA DE ACTIVIDAD (busca medios de vida más rentables) y NO TRANSMITE LAS TECNICAS (identifica artesanía con pobreza).

Se debe considerar si:

INTERESA PRESERVAR, PROTEGER Y DESARROLLAR LA

ACTIVIDAD ARTESANAL, ya que

- ◇ Afianza identidades culturales (el origen).
- ◇ Resuelve a corto plazo problemas de desocupación en zonas marginales sin grandes inversiones.
- ◇ Logra una buena distribución de ingresos.
- ◇ Afianza las poblaciones y comunidades evitando migraciones negativas.

A estos efectos intentaremos

- **RECONOCER** la actividad.
- **VALORAR** al artesano como creador y
- **MINIMIZAR** la intermediación parasitaria, teniendo a:

aplicar planes de desarrollo

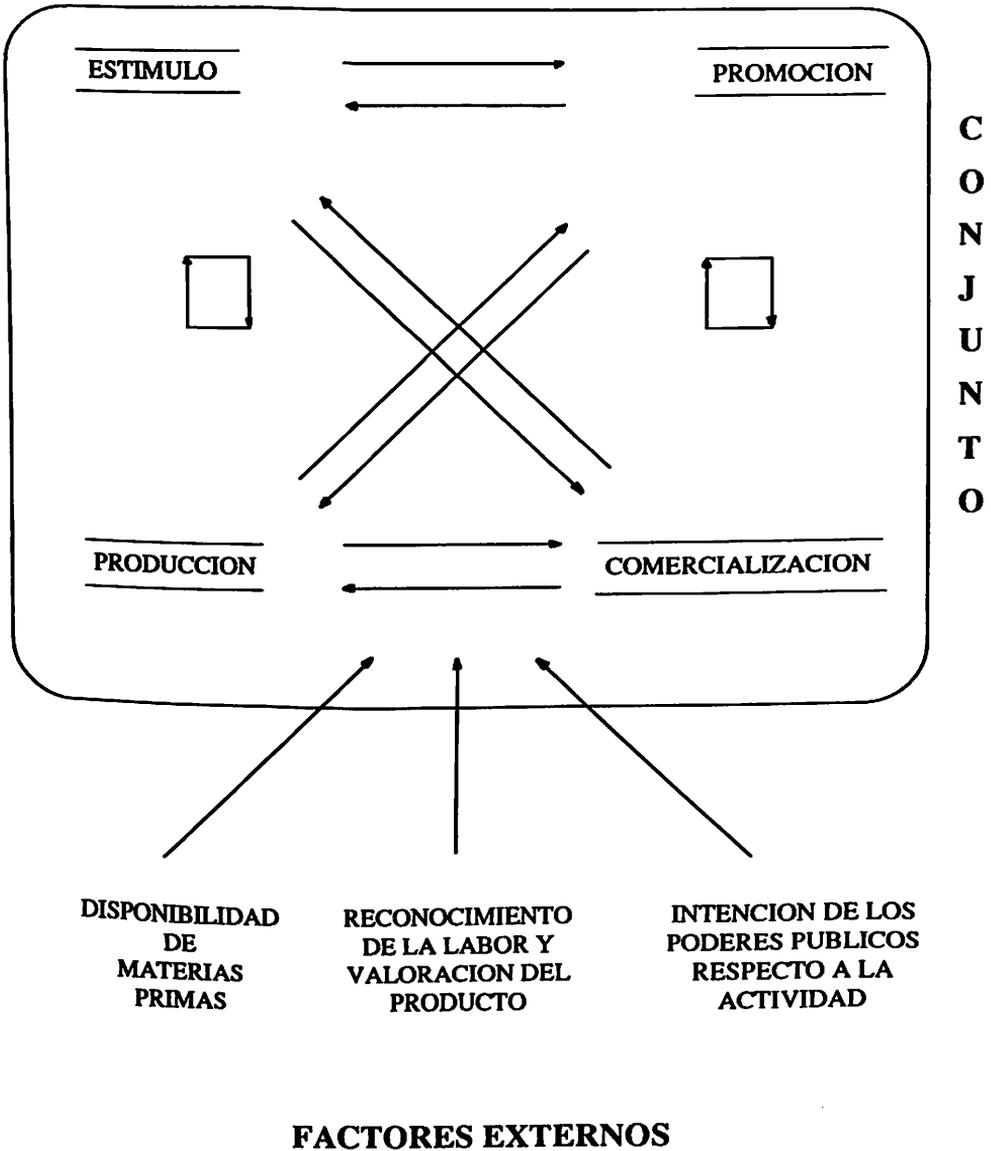
- **EFFECTIVOS**
- **COHERENTES**
- **SISTEMATICOS**
- **ESTABLES**
- **CON ALTERNATIVAS**

que propendan a:

- Estabilizar la situación del sector que se encuentra a pesar de su crecimiento cuantitativo en franco deterioro.
- Dignificar la actividad mejorando su rentabilidad **MEDIANTE**
 - * **LA PROMOCION**
 - * **EL ESTIMULO**
 - * **PRODUCCION ORGANIZADA**
 - * **COMERCIALIZACION SISTEMATICA Y ORDENADA.**

Si nos planteamos que los núcleos básicos de la actividad artesanal son el estímulo, la promoción, producción y comercialización y responden a un concepto organizativo de la actividad artesanal, no debemos descuidar los factores externos que en ella inciden como son: disponibilidad de materias primas, capacitación y avance tecnológico, valoración del producto e ingreso en los mercados y la intencionalidad de los poderes públicos respecto a la actividad. [Ver Gráfico 2].

LA ACTIVIDAD ARTESANAL



En teoría la serie de elementos constitutivos de los dominios que afectan a los conjuntos de la actividad pueden simplificarse a través del siguiente esquema.

ESTIMULO: Marketing de productos

Ferias y exposiciones (individuales y colectivas).
Créditos.
Capacitación.
Catalogación para la oferta.
Publicaciones especializadas.

PROMOCION: Documentación.

Asesoramiento permanente.
Difusión de técnicas y productos.
Información continua sobre la actividad (red informática).

PRODUCCION: Organización de productores.

- ◇ Controles de calidad (materia prima y productos).
- ◇ Transferencias tecnológicas.

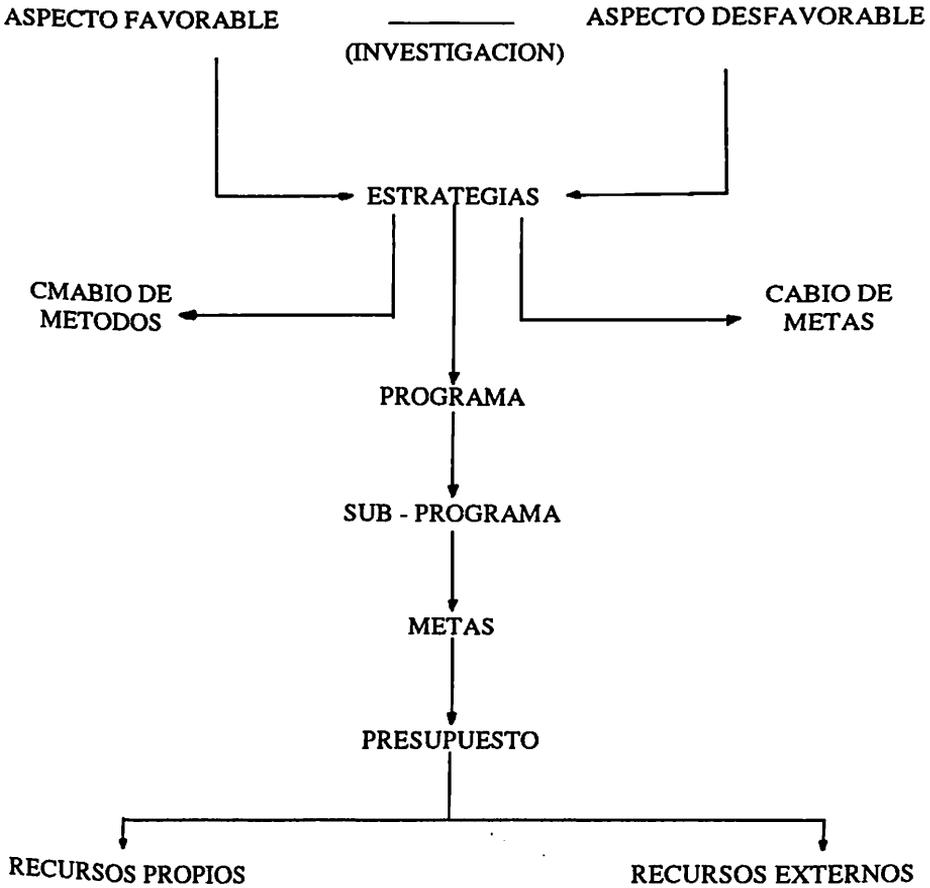
- ◇ Adecuación de los diseños.

Como toda actividad productiva-comercializadora debemos plantearnos el sistema organizativo, su cultura organizacional que ordena la estructura y las funciones que cumplen los individuos dentro de ella (recursos humanos), todo esto balanceado con el tercer pilar del sistema que es la financiación adecuada.

El plantearnos una investigación que nos diagnostique tanto los aspectos favorables como desfavorables del sector, nos permite seleccionar una hipótesis de trabajo para desarrollar un programa que cumpla con determinadas metas. Estas estrategias deben contemplar en todo momento los posibles cambios de método y de metas, y a su vez el programa contemplar el presupuesto con los tipos de recursos (internos y externos) que lo financian. [Ver Gráfico 3].

Volviendo al concepto de artesanía como producto con identidad de origen, es importante plantearse cantidad y calidad de productores, técnicas que poseen y lo que elaboran. La herramienta adecuada es sin duda el censo, que nos permite detec-

Gráfico 3

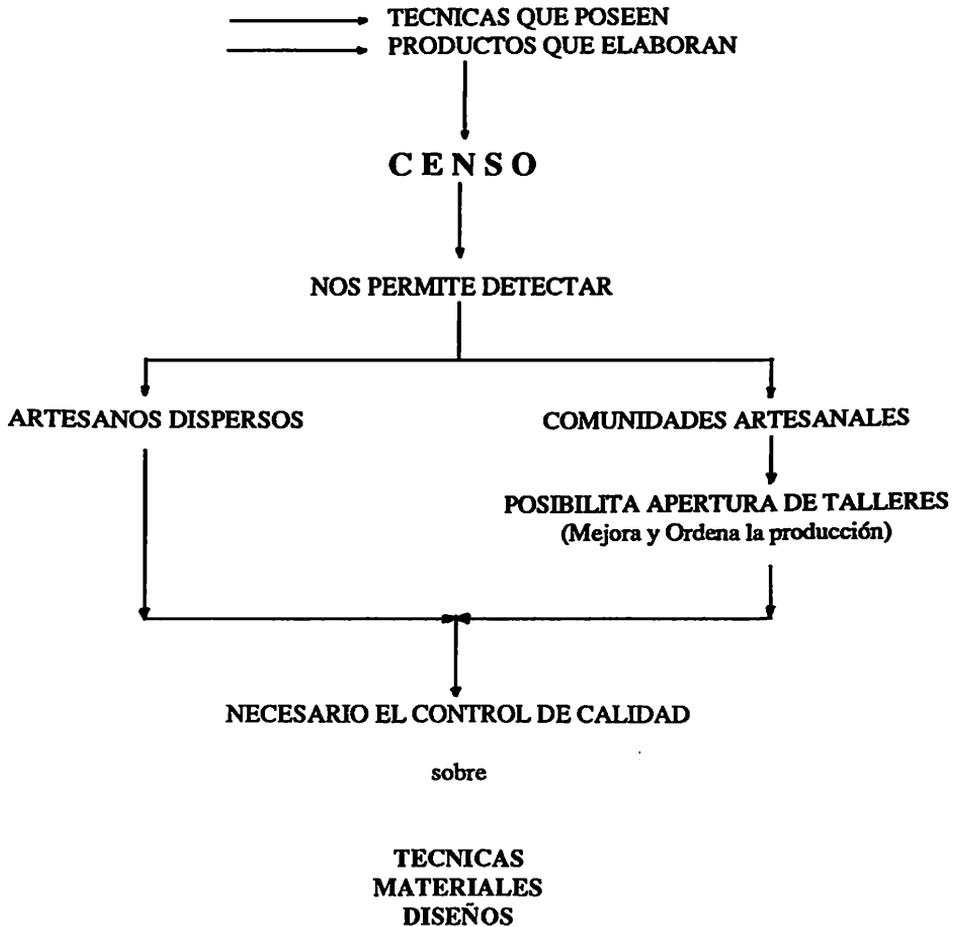


tar artesanos dispersos, comunidades y talleres artesanos, en este último caso se facilita el control de la calidad, la utilización de técnicas y nue-

vos materiales y el acceso por parte del artesano a mejores diseños. [Ver Gráfico 4].

**ARTESANIA = PRODUCTO CON IDENTIDAD DE ORIGEN
(REPRESENTA CULTURAS Y COMUNIDADES)**

ARTESANO = CONOCER CUALES Y CUANTOS HAY



En este punto del esquema consideramos que tenemos el producto (ARTESANIA), quién lo realiza (ARTESANO) que nos obliga a:

- ◇ Priorizar objetivos.
- ◇ Seleccionar alternativas.
- ◇ Elegir metodologías

de manera que se pueda cumplir con el fin específico del programa de desarrollo:

Lograr la **AUTOGESTION DEL ARTESANO** para que:

- > defienda la actividad
- > la haga rentable, y
- > se independice.

Intentaremos esquematizar las funciones de la actividad, las que dividiremos en:

1. Operacionales:

- 1.1. Que prevean la conservación de determinados oficios artesanales.
- 1.2. Que propongan la creación y mantenimiento de talleres de producción.
- 1.3. Que difundan y promocionen la

actividad.

- 1.4. Que mantengan en una permanente comunicación intersectorial a los productores.
- 1.5. Que realicen una sostenida acción al exterior.

2. Generales:

- 2.1. Que estimulen la formación de expertos, técnicos y capacitadores;
- 2.2. Que investiguen y documenten técnicas y mercados;
- 2.3. Que administre el sistema mediano:

- 2.3.1. Legislación
- 2.3.2. Planificación
- 2.3.3. Financiamiento

Siendo significativa la sumatoria de todos estos aspectos que involucran:

- ◇ los marcos legales existentes,
- ◇ las instituciones comprometidas (oficiales y privadas),
- ◇ los recursos financieros disponibles, y

- ◇ la indelegable responsabilidad primaria de los propios artesanos,
 - ◇ Generar permanentemente una plena ocupación de la mano de obra disponible, y
- se nos hace necesario que se prioricen los criterios que -de manera urgente- necesita el sistema para:
- ◇ Aprovechar las materias primas y los recursos naturales.
 - ◇ mejorar definitivamente la calidad de vida del principal actor de todo este proceso: EL ARTESANO.

GLOSARIO

“bolichero”: el pequeño comerciante de ramos generales en las comunidades y localidades con escasa población.

CA: Comunidad Artesana.

CCA: Comunidad campesina artesanal.

“chaguar”: fibra producto de una cactácea similar al henequen.

“criancero”: pequeño criador de caprinos u ovinos asentado generalmente en tierras fiscales.

“en negro”: dicese del trabajador autónomo que no paga impuestos ni contribuciones de ley.

“fia” / “fiar”: tipo de crédito sin documentar, generalmente de comestibles.

“prolijamiento”: la terminación o acabado de una pieza artesanal.

“regionales”: tipo de producto fabril que imita a las artesanías.

“tejenderas”: dicese de las artesanas del tejido en la patagonia argentina.

UDP: Unidades domésticas de producción.

UPC: Unidades productivas campesinas.

BIBLIOGRAFIA

CEART

"La artesanía en el Uruguay". 1990.

CFI

"Manual sobre artesanías regionales argentinas". 1979.

Ministerio de Industria y Energía

"Apuntes sobre comercialización de artesanías". Madrid 1987/89

OEA

"Tecnología y Artesanías". 1985.

Rodríguez - Lombera

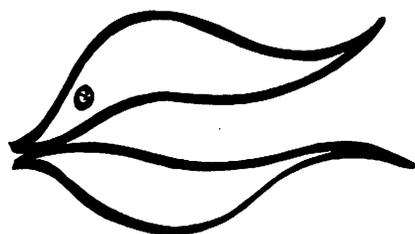
"Programa de desarrollo de las artesanías neuquinas". 1975.

Sauguy INA

"El tejido en el NO del Neuquén". 1975.

Varios Autores

"Apuntes de clase, charlas y conferencias". ■



investigación y documentación

VICENTE BLANCO

“SISTEMAS DE INVESTIGACION Y DOCUMENTACION DE LA ARTESANIA DE IBEROAMERICA”

INVESTIGACION Y DOCUMENTACION DE LA ARTESANIA DE IBEROAMERICA

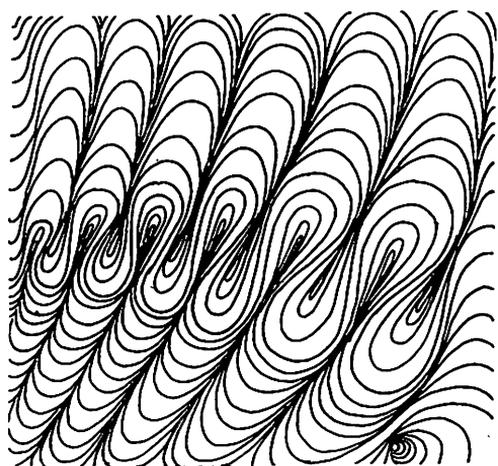
Cuando hablamos de artesanías iberoamericanas, asumimos una herencia que se halla encerrada en nuestro medio rural y urbano, donde el tiempo avanza, las formas de vida cambian y las técnicas desplazan antiguos sistemas. ¿Es posible y deseable que conservemos los oficios artesanos con técnicas tradicionales, herramientas, tipologías y aplicaciones? En teoría, y por lo general, se está conforme con ello; en la práctica, las cosas son diferentes: desconocimiento, incompreensión ante los

problemas que aquejan al sector, insuficiente protección institucional, utilización, lucro, no inclusión en una enseñanza reglada y carencia de una adecuada comercialización son entre otras algunas de las causas por las que uno de los capítulos más importantes de los rasgos que identifican a los pueblos se encuentra sometido a vaivenes que pueden acabar con su pervivencia en un corto plazo de tiempo de no tomar medidas necesarias y urgentes sobre el particular.

Pero no entra aquí el hacer la apología de la artesanía y su conservación, lo damos como un hecho. El propósito es facilitar alguna información acerca de la conducta a seguir en su investigación, con la observación de que lo hacemos a título de equipo del Centro de Documentación e Investigación de la Artesanía de España y América, que ha contrastado las ideas que se exponen en las normas emanadas de organismos de distintos países, que velan por materias afines y que han tenido la suerte de estar incluidas en programas durante mucho tiempo para su conocimiento y estudio, mientras que a la artesanía apenas se le ha concedido otro rango que el de ser un oscuro y modesto reflejo de una burda actividad marginal de productores no especializados, y carentes de formación empresarial. Un error explicable en cierta medida por las dificultades que este oficio plantea a los expertos.

A diferencia de otras actividades del hombre a lo largo de la historia, la artesanía no ha sido estudiada con rigor y método de forma exhaustiva. La ausencia de bibliografía y documentación y la compleja diversidad de manifestaciones nacionales y regionales que existen en los distintos

países de Iberoamérica, ha complicado decisivamente el acercamiento científico a la primera manifestación de arte popular de un elevado número de practicantes en las extensas tierras que configuran la Comunidad Iberoamericana. De hecho la artesanía exige al investigador una agudeza en el análisis formal y una casi romántica vocación que sobrepasan ampliamente la formación meramente erudita, acompañada de un talante de comprensión y respeto para la cultura del artesano, su mundo, su vida y su trabajo, suficiente para desvelar cualquier otro momento de la historia de un oficio creativo, que libera al ser viviente de las imposiciones de su estructura biológica.



En el caso de Iberoamérica, los problemas de interpretación que plantea la investigación en materia de artesanía, con ausencia de normativa, censos y textos precisos y fiables, hacen difícil y en ocasiones imposible un estudio objetivo de la situación real del ayer y del hoy de cada uno de los oficios que numerosos pueblos vienen practicando para afrontar sus necesidades cotidianas con la habilidad de sus manos y con los que, sin darse cuenta, contribuyen a mantener las tradiciones e identidad de los mismos.

Con frecuencia se nos pregunta cómo proceder. No es tan fácil dar respuestas concretas, pues cada caso es particular. Pero, indudablemente, el hecho de estar en la tarea puede servir de acicate para los que deseen descubrir el genio, la imaginación, la inocencia y la sabiduría de unos artistas que en lo anónimo propio del oficio supieron legar su importante testimonio personal.

Siempre debemos partir de la base de que los sistemas de investigación de las artesanías y arte popular no pueden limitarse a la recopilación de datos sobre tipologías, diseños y técnicas de ejecución sin contemplar los

conceptos etnográficos y antropológicos de los objetos a estudiar y que los resultados deben tener repercusiones en los grupos informantes con la finalidad de elevar su nivel social y aumentar e incorporar motivaciones para asegurar la pervivencia de los oficios artesanos, que constituyen una parte importante de nuestra cultura popular.

Se han llevado a cabo en Iberoamérica acciones importantes, como el Programa Regional de Desarrollo Cultural de la OEA aprobado en junio de 1969 dentro del que se creó la Unidad Técnica de Definición y Promoción de las Artes Populares, que elaboró la Carta Interamericana del Arte Popular y las Artesanías y propició la creación del CIDAP en Ecuador en 1975, iniciando sus actividades bajo la dirección del primer Premio Tenerife, el irrepetible antropólogo mexicano D. Daniel F. Rubín de la Borbolla.

El CIDAP es consciente del difícil camino que le esperaba por recorrer y pone en marcha una serie de acciones difíciles y de gran responsabilidad encaminadas a sedimentar el sector artesano y restituir la respetabilidad social del artesano, para ello forma

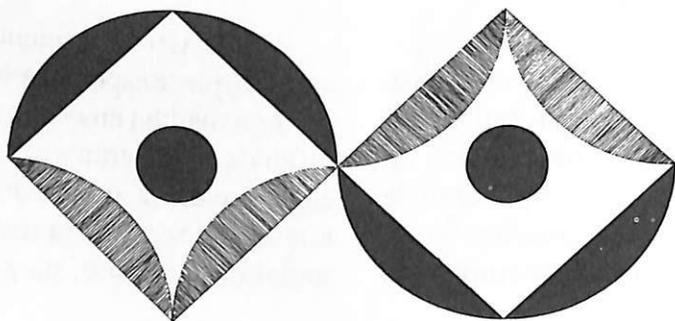
expertos, crea un departamento de documentación, reúne y conserva inventarios de tipologías de la artesanía americana, presta servicios de asesoramiento especialmente hace de Centro de Investigación dentro del enfoque cultural que tenía que cumplir. Paralelamente se han desarrollado en este campo, por otros centros en los diferentes países, actividades paralelas importantes para el sector artesano aplicando técnicas de investigación similares en las que la preservación de los objetos artesanos como permanente fuente de información es un denominador común.

Con los aportes tecnológicos se han roto barreras de distancias y tiempos y se ha incorporado la sabiduría popular a los ficheros de los centros existentes con la finalidad de clasificarla y proporcionar a los artesanos y estudiosos material para un mayor conocimiento y valoración de la artesanía iberoamericana.

Después la semilla generosa cruzó el mar y nace en La Orotava, por mandato del 3º Seminario Iberoamericano de Cooperación en Artesanía, otro Centro con los mismos objetivos que tiene encomendada una importante tarea en regiones tan particulares y variadas en matices, auténticas reservas de los oficios del recuerdo, generadores de las artesanías más interesantes y mejor conservadas.

Su reto consiste ahora mismo, no sólo en mantenerse sino en proyectarse hacia el futuro de manera que, además de contribuir a mantener un legado cultural de primer orden, constituya un apoyo para los artesanos que demandan una forma más digna de ganarse la vida.

Normalmente, cuando nos enfrentamos a una tarea de investigación y/o documentación debemos tener en cuenta las distintas fuentes o materiales con que contamos, y de-



terminar las pautas y criterios por los que se rige el proceso de clasificación.

En el caso de la artesanía por lo general no ha corrido con demasiada suerte ya que en la mayoría de las ocasiones en que ha sido objeto de estudio se ha considerado como un "arte menor" y, por lo tanto, desprovista de todo método científico para su estudio al no contemplarla como ciencia social, antropológica o etnográfica.

Todo proceso de documentación requiere de un programa de trabajo, sopesado, estructurado y fundamentado. Las fases a seguir son las siguientes:

- a) Recopilación de documentos (material escrito, oral y audiovisual).
- b) Clasificación y síntesis del material.
- c) Difusión de la información.

En estos momentos el Centro de Documentación e Investigación de la Artesanía de España y América ha recopilado y sintetizado la suficiente información contando con un fondo

amplio e interesante para contribuir al desarrollo del sector.

Cuenta además con un importante fondo bibliográfico de más de 3.000 volúmenes ordenados alfabéticamente por autores personales y cooperativos; o por apellidos e instituciones. Por títulos, temas, materias primas, tipología del producto, países, departamentos / regiones artesanales o Comunidades Autónomas en el caso de España.

Con los fondos de hemeroteca, se ha configurado un registro periodístico de noticias y de eventos relacionados con el tema de la artesanía, clasificados por fechas, diarios o periódicos correspondientes a diferentes épocas en las que el concepto artesanía ha evolucionado sustancialmente.

De igual manera, se ha procedido con los artículos de publicaciones seriadas, separatas y diapositivas que están organizados por temas, autores, países, título del artículo y cronología según la fecha de edición; los suplementos por otra parte se organizan con el mismo criterio pero en un apartado diferente.

Los videos, se clasifican siguiendo el mismo criterio utilizando una ficha standar que recoge tres tipos de datos.

a) Datos de identificación:
Título, subtítulo, entidad patrocinadora, duración, ubicación.

b) Datos técnicos:
Programadora, asesor de investigación, guión, realización, fotografía, producción, edición, dirección, procedencia y año de edición.

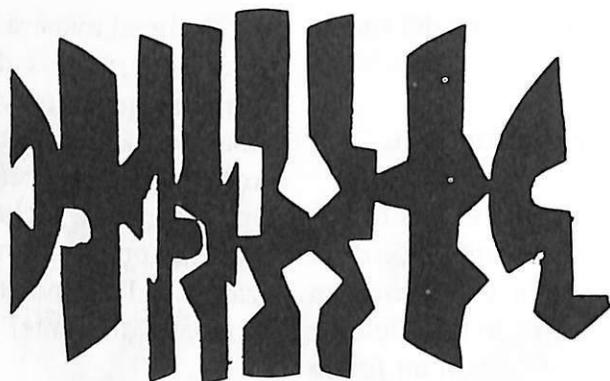
c) Análisis del contenido:
El contenido temático, oficios, materias, localidad del tema, departamento / región y descripción general del contenido.

El fondo de documentación inte-

grado por la información remitida por los distintos países iberoamericanos se clasifican en diversas áreas:

- 1) Producción.
- 2) Fomento.
- 3) Desarrollo y promoción.
- 4) Comercialización.
- 5) Evolución histórica.

En relación a las Bases de Datos actualmente clasificados alfabéticamente y por Comunidades Autónomas Españolas, se espera contar en un futuro próximo con los medios necesarios para procesar y ampliar toda la información referente a Iberoamérica, teniendo en cuenta:



- a) Censos de artesanos.
- b) Censos de Asociaciones de artesanos.
- c) Guía de artesanía de las diferentes regiones.
- d) Fundaciones e instituciones que trabajan en pro de la artesanía.
- e) Listados de rubros de artesanía por países, regiones o comunidades.

Para finalizar este apartado haremos una breve mención a los folletos y catálogos así como documentos de los diferentes eventos relacionados con la artesanía. En este concepto nos referimos también a las convocatorias de premios, seminarios, jornadas, conferencias, etc.

Será a partir de 1997 cuando el Centro de Documentación e Investigación de la Artesanía de España y América comenzará a procesar la información con la que cuenta a través de un programa que pueda intercambiar la misma.

Nuestro objetivo primordial es que, una vez que hayamos elaborado

dicho programa podamos publicar una serie de boletines bibliográficos para difundir de manera sistemática, información especializada sobre la artesanía iberoamericana, que contribuya al conocimiento mutuo de la artesanía de nuestros países y mejore la coordinación en las actividades de los distintos Centros y promover una efectiva relación de intercambios para lo que se hace necesario la creación de Centros complementarios y corresponsables en diferentes lugares de América.

Con ello contribuiremos a que el enlace y comunicación entre las instituciones y comunidades de los diferentes países, sea una realidad.

Se debe establecer también un período para el intercambio de la información bibliográfica; en la que aparecerá toda la procesada sobre las manifestaciones de la cultura popular y tradicional de los distintos grupos étnicos de los países, observando los siguientes contenidos:

- Artesanía.
- Etnografía.

- Otros aspectos de la cultura popular.

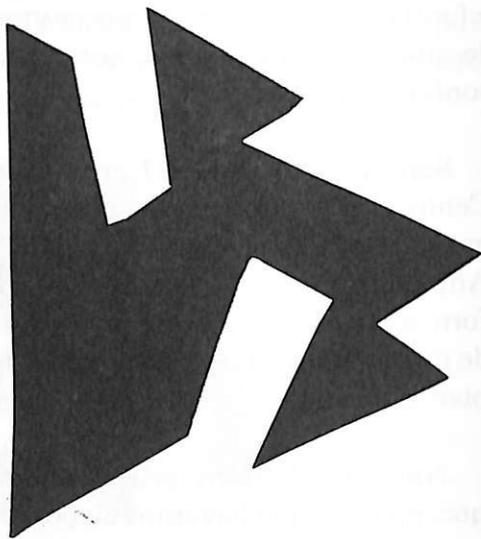
Dadas las necesidades queremos motivar a los responsables de la artesanía en cada país a la confección y entrega de un sistema de vocabulario formalizado y sus respectivas acepciones, como aporte al futuro Tesauro general del Centro de Documentación e Investigación de la Artesanía de España y América, dado que nuestro actual programa creado específicamente para resolver una situación transitoria no es válido para ceder información.

Los objetivos que mueven a nuestro Centro de Documentación siguen siendo continuar con la obtención de información de los países en términos generales, y sobre su cultura, arte popular, y de manera particular la artesanía a través de un programa de canjes y publicaciones destinadas a iniciar y fortalecer las relaciones con entidades culturales y afines, de carácter nacional e internacional. Este es el primer mecanismo para enriquecer el fondo bibliográfico con material especializado, documentos, obras de referencia, colecciones y/o series y publicaciones periódicas procedentes de los países iberoamerica-

nos.

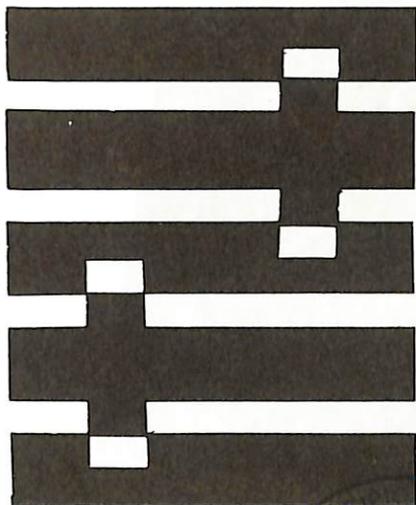
A través del fondo de adquisiciones se prevee incorporar, sobre todo, obras actualizadas y trascendentes, sobre la manifestación de artesanía a su utilidad histórica y nuevas aplicaciones en especial los que la contemplen como arte popular.

Y por último una labor editorial difundiendo la producción intelectual resultado de los proyectos ejecutados y memorias de eventos llevados a cabo en el Centro de Documentación u otras instituciones con paralela finalidad entre las que pueden ocupar un lugar destacado los trabajos que han recibido el Premio Tenerife.



Una vez recopilado todo el material al realizar el procesamiento técnico aprovechando la ventaja de la informática en la clasificación y disseminación de la información. La base de los registros bibliográficos logrados se orienta al intercambio de:

- bibliografía y compilaciones especializadas.
- índice de títulos.
- índice de publicaciones periódicas.
- directorios institucionales y de unidades de información.
- resúmenes.



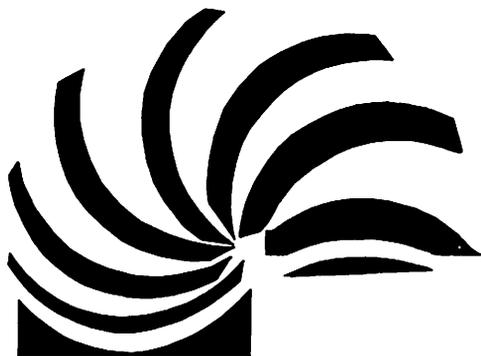
- reproducciones.
- catálogos de impresos.

Queremos ser prácticos y acertar en el empeño. Como quiera que la iniciativa ha partido de otro Seminario celebrado en esta localidad en 1988 y que contemplara la particular situación que determina la compleja y atractiva personalidad de la artesanía Iberoamericana, cuya originalidad e importancia están fuera de duda y a la cabeza de la primacía en los orígenes de tipología y en el complicado problema de las influencias mutuas, en este seminario damos cuenta del camino recorrido a partir de entonces. Determinar la metodología específica que permita procesar toda esa problemática, ha sido y es enconado enigma para el experto, aunque no deja de ser un atractivo más para el curioso aficionado, que si decide adentrarse por las rutas de la artesanía disfrutará sin la menor duda, de una cautivadora experiencia. Se comprueba que se ha desarrollado una metodología propia y un cuerpo teórico de importancia para la adecuada comprensión siguiendo los aciertos que en materia de investigación y documentación han llevado a cabo organismos y profesionales en



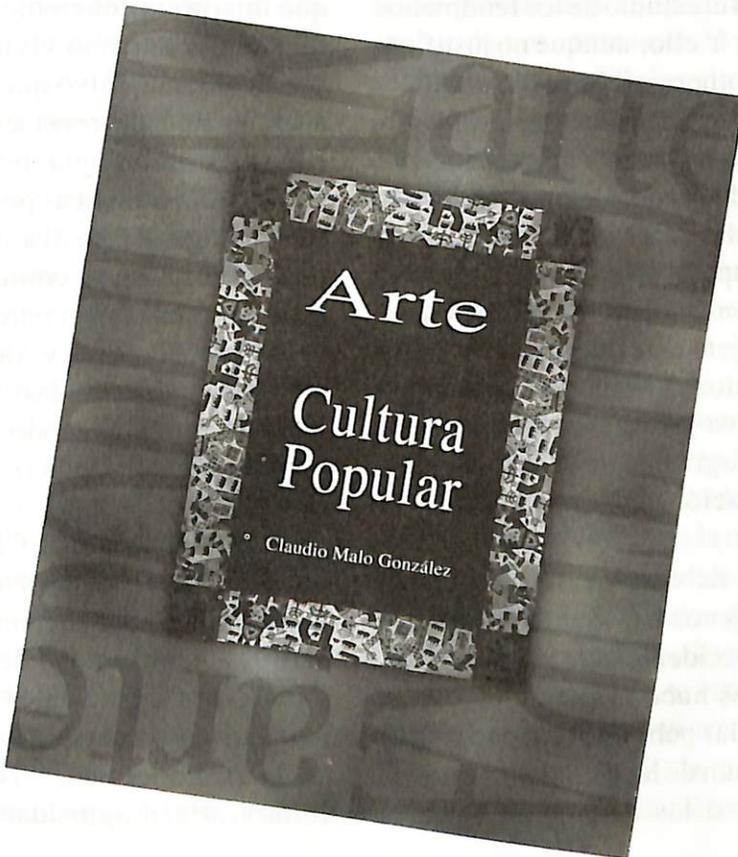
diferentes lugares entre los que podemos citar: El Instituto Nacional de Antropología e Historia en México, Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares (CIDAP) Ecuador, Centro Interamericano de Desarrollo de Archivo (CIDA) Argentina y Sub-

centro Regional de Artesanía y Artes Populares (Guatemala) entre otros. Lo demás podría ser nuestro empeño en seguir sus ejemplos sumándonos a la invitación y a la reflexión que hacen con lo realizado. ■



ANDRES ABAD MERCHAN

ARTE Y CULTURA POPULAR
de Claudio Malo Gonzalez



En recientes décadas hemos sido testigos de un profundo reto en los propósitos, estilos y teorías en las ciencias sociales, nunca visto desde la época cuando estas se consolidaron como disciplinas académicas a finales del siglo XIX y principios del XX.

Es de dominio general que la percepción de un cambio radical en el orden mundial ha debilitado la confianza en el estudio de los fenómenos sociales. Y ello, aunque no justificable, es comprensible por la naturaleza de los fenómenos históricos y circunstancias que nos ha tocado vivir que al decir de Calor Fuentes, la realidad ha superado desde hace algún tiempo la ficción. Pero en todo campo, en donde lo social o lo cultural es objeto de estudio, existe siempre intentos para reorientar la teoría explicativa y formular nuevos retos en los programas de investigación e interpretación.

Estos debates de reformulación no son ajenos a la tradición intelectual de Occidente que en uno de sus momentos hubo mantener el dilema de que si las personas escapan o no al trato común de las ciencias naturales. Es decir, si los fenómenos sociales

deberían ser tratados de una manera distinta a como son tratados los fenómenos de la naturaleza.

El debate contemporáneo, sin embargo, se centra más bien en cómo un emergente mundo postmoderno se puede representar como un objeto para el pensamiento social en sus diversas manifestaciones; en cómo captar esta realidad una y múltiple a la vez. La idea de una teoría holística que interprete coherentemente la totalidad del humano vivir es imposible alcanzarla, salvo que recurramos a algún tipo de revelación mística. Pero la Antropología -por definición una ciencia holística- permite captar como ninguna otra disciplina científica las cosas en su conjunto, de manera que, en este aparente mundo inconexo, frágil, y descolocado podríase entender toda manifestación humana como un todo complejo... pero armónico y lógico al fin.

El primer mérito de Claudio Malo González en su obra *Arte y Cultura Popular* está precisamente en eso, en darnos la oportunidad de acercarnos a temas trascendentales para el ser humano bajo la perspectiva universal de la Antropología. Temas como cultura, arte, religiosidad y literatura

populares, parecerían a fin de milenio no encajar con el bombardeo de información diaria al que estamos expuestos a través de los medios de comunicación de masas. Incapaces, a veces somos en discernir entre los héroes reales y virtuales que la imaginación del *marketing* digital trata de persuadirnos cual impávidas víctimas de la sociedad de consumo.

Pero la realidad es lo que “Culturalmente diferenciado” asociado a lo popular es de increíble actualidad. Y aunque pensemos que vivimos en un mundo globalizado donde no hay lugar para las manifestaciones culturales populares, basta mirar prospectivamente al futuro para darnos cuenta que el mayor crecimiento poblacional se está dando en regiones como África, América Latina y Asia, con las respectivas expansiones de sus tradiciones culturales vernáculas y populares. Y esa es la gran paradoja: mientras más nos globalizamos, las identidades locales ganan preponderancia. La visión unilineal estrictamente occidental está por concluir. Viviremos en no mucho tiempo la aldea global multicultural interconectada.

Hay varios aspectos que Claudio

Malo en el inicio de su obra *Arte y Cultura Popular* enfoca con claridad meridiana y que serán de gran ayuda para entender nuestro entorno sociocultural. El autor aborda la inevitable reflexión de lo que se entiende por cultura, tanto en el sentido cotidiano como antropológico. Esta simple palabra, debido a su característica polisémica, es víctima de múltiples interpretaciones. Y aquí el abundar en el tema no es falta, porque si de pronto una multiculturalidad acelerada nos alcanza en el próximo siglo, una definición de cultura siempre es necesaria, pues ella nos dará la posición desde donde ubicarnos para entender el universo social. Además, en cualquier ciencia sociales imprescindible en un inicio esclarecer los términos para poder usarlos adecuadamente después.

Nos aclara Claudio que no existen personas incultas y que toda actividad o actitud depende desde la perspectiva desde donde uno la mira. “La cultura -dice él- es una creación del ser humano organizado colectivamente, no se hereda mediante mecanismos genéticos, es en este sentido independiente de su estructura biológica, pero condicionada y limitada por ella.” Muchos estarían tentados a

pensar en este instante que la Antropología, cuyo objeto de análisis es la Cultura, podría perder vigencia porque nació con el estudio de las sociedades llamadas “primitivas” o “salvajes”. Pero el hecho es que a medida que las disciplinas evolucionan, estas reformulan sus teorías y la Antropología sociocultural ha replanteado paulatinamente sus conceptos e interpretaciones hacia lo popular, lo rural, lo urbano, lo industrial e incluso ahora al futurismo digital de las comunidades virtuales.

Pensemos en algo básico: si solamente uno de los axiomas de la Antropología como el que “no existen culturas superiores ni inferiores, sino diferentes” fuera asimilado e internalizado sinceramente por la colectividad, otro sería el mundo.... Habría mayor comprensión y solidaridad entre seres humanos, mayor respeto a la creatividad de los demás; un mundo unido por la sabiduría. La Antropología, e este modo, no solamente que es de extraordinaria vigencia, sino necesaria para la racionalidad humana como el oxígeno lo es para los pulmones.

En la segunda parte de la obra, Claudio Malo ingresa al análisis de lo

popular, otra de las categorías difíciles de explicar por las imprecisiones del idioma. El resuelve la dificultad semántica dando los alcances y descripciones de su opuesto, es decir de lo elitista; y en la medida que deja ver los alcances de este último, por contraposición se asimila lo que es popular. Lo popular es un universo por sí mismo, no necesita ahora justificar su existencia ni a las matrices culturales elitistas ni a la racionalidad occidental. Lo popular no va a desaparecer porque volveremos con el tiempo a reencontrarnos con la identidad en la paradoja de la globalidad. Y además, la Antropología ya le ha dado sangre y corazón propios. En la página 31 del libro se lee: “Hablar de cultura popular hace unas décadas, habría sido un contrasentido similar a hablar de un círculo cuadrado o granizo tostado. Quienes controlaron el poder político y económico luego de la independencia, aceptaron caso como dogma de fe e impusieron a través de mecanismos de control que dominaban, que el arte, en sus expresiones musical, plástica, literaria o arquitectónica se identificaban con las manifestaciones europeas”.

La religiosidad, la medicina, las

fiestas, la literatura, la vestimenta y las comidas populares son abordadas en el libro Arte y cultura Popular en el capítulo Facetas de la Cultura Popular. Se parte del criterio que la vida humana colectiva es compleja por definición. Las colectividades organizan y sistematizan sus conocimientos en un todo armónico, donde cada elemento del conjunto cultural responde a una visión del mundo que se entrelaza con los demás factores del entorno. La capacidad de innovación dentro de una sociedad es limitada porque ante todo el individuo involucrado debe responder a las expectativas y comportamientos socialmente aceptados por la comunidad. Quien se escapa radicalmente a la norma es sujeto a críticas y reprochaciones colectivas. Esto es parte el llamado control social.

En el aspecto estrictamente religioso, al margen de lo lícito o ilícito de las prácticas existen ciertas verdades incuestionables como que la religiosidad popular enfatiza lo vivencial a lo doctrinal, en otras palabras, rehúye los análisis racionales para consagrarse a manifestaciones vitales de la comunidad a la que pertenece. Aquí debe aunarse esa comunión casi natural con lo mágico, la creencia en

seres sobrenaturales, la existencia de mitos y leyendas que juegan un papel fundamental, porque dentro de toda "historia popular" alguna enseñanza aplicada a la vida finalmente se manifiesta.

Las fiestas religiosas, por otra parte, constituyen elementos fuertemente cohesionadores de la colectividad y no debe pasarse por alto el llamado sincretismo, es decir esa mezcla coherente entre doctrinas religiosas occidentales y pensamientos mágicos tradicionales, dando lugar a una entidad nueva y diferente, mucho más compleja que la simple sumatoria de sus partes, muchas veces expresadas en una multiplicidad de rituales.

Y de los rituales tampoco está exento el curandero quien, según explica el autor, no es sino un intermediario entre los hombres y los seres sobrenaturales; estos últimos son los que habrán de curar finalmente al paciente, a través de un cuy o un huevo, por ejemplo, para libertarlo de esos extraños males que lo aquejan y que han sido provocados por espíritus maléficos. Otras veces el individuo no será sino una víctima de ciertos males que Dios le ha enviado



como castigo. El hecho de convertirse en un curandero eficiente y prolijo que maneje todas las leyes tradicionales de la relación salud-enfermedad es, sin lugar a dudas, un verdadero arte.

De arte habla el libro en su última parte complementando el enfoque con la elaboración de las artesanías. Ahí se reflexiona con acierto sobre el arte en general y arte popular en particular. En este punto quisiera hacer referencia a uno de los más célebres grafitis del mundo, ubicado en la Calle 42 y séptima avenida en el corazón de Nueva York, que dice: "El arte, si no es plagio es revolucionario".

Si definir cultura popular y religiosidad es tarea difícil; qué decir del arte, donde las categorías y percepciones dependen mucho de la subjetividad de quien lo mire. Un aporte fundamental de Claudio Malo constituye en evidenciar el etnocentrismo que está implícito en toda percepción estética. Cuando crecemos como seres humanos incorporados a una colectividad aprendemos lo que es malo y lo que es bueno, pero del mismo modo aprendemos a discernir lo bello de lo feo.

La estética es una categoría cultural por excelencia y la cita a continuación es esclarecedora: "Los criterios para juzgar los méritos o deméritos de obras de arte nacen de academias que, pese a diversidad de puntos de vista, parten de normas básicas para establecer juicios de valor, normas que ni siquiera toman en cuenta los procesos de expresión estético-populares." (pag.68) El autor continúa sus reflexiones cuando dice que los jurados de las bienales de pintura usualmente han tenido desacuerdos en los veredictos, pero en el hipotético caso de que una obra de arte popular participara, encontraríamos por fin una unidad de criterio: ésta sería rechazada del certamen por unanimidad.

Todos seguramente hemos escuchado en alguna exposición de arte moderno algunos comentarios que niegan o aceptan la condición de "obra de arte" a los mismos cuadros exhibidos. Entonces, ¿existen patrones universales que nos permitan delimitar a toda obra que quiere consagrarse con el apelativo de arte? O es que acaso ¿el factor individual y colectivo moldeado por la cultura es lo determinante para aceptar que algo es bello? Ciertamente, como dice Claudio:

“cuán compleja es la temática del arte”.

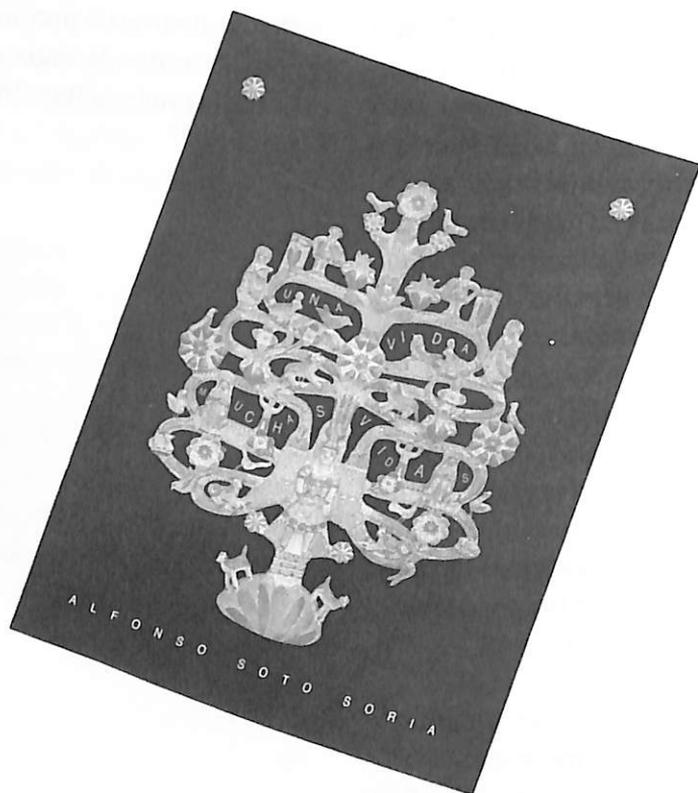
Si el arte es complejo, lo propio es el tema de la identidad. Los pueblos, curiosamente, se están volcando hacia algo que no esperábamos que apareciera a fin de siglo: la identidad. “El sentido de identidad no se borra fácilmente”, dice el autor. A lo mejor imposible de borrarlo, diría por mi parte, porque es probable que ese sentimiento cruce la barrera cultural e incursione en la genética. Podría imaginarse metafóricamente la identidad enclaustrada en algún compartimiento de información genética del instinto de la autoconservación. Y si analizamos los conflictos mundiales de actualidad veríamos que su principal causa está en recuperar lo propio, en sentirse diferentes en medio de una tendencia homogeneizante iniciada por la cultura occidental y que hemos sufrido por décadas. Los seres humanos quieren hoy como nunca ser diferentes. Para ello, como dice el autor, los componentes de dicha identidad cultural habrán de encontrarse en la cultura popular.

Claudio Malo, hombre e culturas, filósofo, educador, investigador, está dotado de una peculiar característica:

su mente puede captar la universalidad. Por eso con él es posible hablar de un sinnúmero de disciplinas; diserta con facilidad sobre poética, literatura, arte, economía, religión, ciencia. Docto en el campo de las partes populares ha entregado su esfuerzo en sistematizar y escribir este libro, hermoso por su contenido y hermoso en el diseño, elaborado con amor filial por parte de su hijo Sebastián. Este libro mantiene una unidad entre la forma y el contenido, pero sobre todo es un ramo de preciosos conocimientos de donde cada quien sabrá extraer las más bellas flores. ■

CLAUDIO MALO GONZALEZ

UNA VIDA, MUCHAS VIDAS
Memorias de
Alfonso Soto Soria



Alfonso Soto Soria es un diseñador a carta cabal. Inquieto por todo lo que sea o aparente ser belleza, ha incursionado por innumerables campos y hecho frente a múltiples retos en la vida. Se puede llegar a ser diseñador matriculándose en la escuela correspondiente de alguna universidad, aprobando los años o créditos requeridos y obteniendo el título luego de trabajar con afán una tesis. Como en todas las profesiones el título no hace al profesional, es el punto de partida para “hacerse” en la universidad de la vida e ir estructurando una personalidad vinculada al tipo de quehacer elegido.

Los caminos recorridos por Alfonso han sido heterodoxos para culminar en el ilimitado universo del diseño, especialmente en el circunscrito a las artesanías. Pese a sanos consejos que le pedían estudiar una profesión que de manera realista le garantice medios económicos holgados para gozar de la vida, se matriculó en la escuela de arte pudiendo en él más el atractivo de la belleza que el de promisorios dólares. El contacto y trabajo con los grandes de la pintura mexicana como Diego Rivera y Carlos Mérida enriquecieron su espíritu y disciplinaron su sentido del deber.

Estudió luego Antropología Cultural abriendo a través de esta disciplina su alma a otros tan diferentes mundos, a veces desconocidos pese a encontrarse casi en las narices. México es casi con seguridad el país de América Latina en el que con más variedad, fuerza y vehemencia se da la pluriculturalidad. A diferencia del mundo andino en el que el incario logró, por lo menos parcialmente, unificar la gran multiplicidad de grupos humanos como lo demuestra el predominio del Quichua, México logró mantener esa diversidad con asombrosa pureza sin que se pueda hablar de un idioma preponderante.

Como ha ocurrido casi siempre en su vida, Alfonso Soto no se engolosinó con las atractivas teorías y lo que aprendió en las aulas lo constató y trasladó al mundo real. Los Huicholes, Yaquis, Mayos, Coras, Otomíes -por citar algunos casos- testificaron vitalmente las notables diferencias existentes entre sus culturas y la blanco mestiza predominante en el mundo en el que se desarrolló. En los múltiples viajes que he realizado con él, en los cursos dictados en varios países y localidades, he podido constatar su gran sentido de observación, su inusual capacidad para descubrir y encontrar aquello que el común de las personas no está

en condiciones de hacerlo. Entre las múltiples virtudes de la Antropología Cultural está la de afinar el sentido de observación y descubrir una serie de contenidos distintos, al margen de los condicionamientos culturales de los que no es fácil escapar.

Diseñar es tarea extremadamente compleja en la que tienen que confluir armoniosamente la sensibilidad estética que frecuentemente recibe el nombre de buen gusto, un sentido práctico que permita trasladar lo bello a lo útil y funcional, aspirando a un equilibrio entre estos elementos. Creatividad para estructurar ideas y buscar soluciones adecuadas, disciplina, enorme disciplina, para pasar de las ideas a las propuestas concretas; conocimiento de las posibilidades y límites de los materiales a los que los diseños deben ser trasladados, enorme sentido crítico para hacer un seguimiento del proceso de ejecución controlando los pasos y los resultados para evitar distorsiones y tergiversaciones.

Puede el artista darse la gran satisfacción de soñar y de trasladar al lienzo, en el caso de los pintores, esos sueños que han atormentado su interior con el riesgo de impactar fuertemente en el gran público o recibir su indiferencia. El diseñador no

puede darse estos lujos. Se diseña siempre para alguien (no importa si pocos o muchos) lo que obliga a controlar esos sueños y a pensar necesariamente en el usuario del producto final y en los prosaicos condicionamientos del mercado.

El mundo de los museos ha sido también ampliamente incursionado por Alfonso. Haciendo una analogía -quizás traída por los cabellos- con la famosa frase citada por Machiavelo: “la mujer del César no solo debe ser sino parecer”, aquello que se exhibe en un museo no solo debe contener méritos intrínsecos que justifiquen su selección, sino que debe estar expuesto en forma tal que esos méritos sobresalgan y de alguna manera impacten atractivamente en el público. Manejo del espacio, concepto de circulación, sentido de selección y priorización, entornos de colores, iluminación, capacidad para resaltar algunos de los múltiples elementos vinculados a la organización y puesta en funcionamiento de un museo. También en este caso tiene que conjugarse la belleza y la funcionalidad dirigidas al gran público a quien un museo está destinado.

El Dr. Daniel Rubín de la Borbolla, indiscutible pionero de la nueva concepción de los museos, solía afirmar

que estas instituciones son las universidades de los pueblos enfatizando en el sentido docente de los mismos. Los visitantes entran para aprender seleccionando ellos sus horarios, sus recorridos y sus preferencias, pero para que se cumpla a cabalidad con este propósito es fundamental que se pongan las condiciones más apropiadas a fin de que el visitante incorpore a su ser, de manera ordenada y sistematizada, la mayor cantidad posible de conocimientos y emociones durante su visita, para ello hay que recurrir a los avances tecnológicos, pero sin distorsionar las peculiaridades que cada museo tiene y los mensajes que se pretende transmitir.

Otra de las múltiples facetas de Alfonso Soto es la del docente. En su ejercicio le conocí al compartir esta tarea desde 1979 en los Cursos de Diseño Artesanal y de Artesanos Artífices que en varios países y durante casi veinte años ha organizado del Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares. Muy lejos del apegaminado catedrático que sobrevaleora la apariencia física convencional para lograr respetabilidad a veces creando innecesarias lejanías, más lejos aún de quien pretende compensar su desconocimiento de lo que enseña mediante postizas informalidades. En sus clases sobresalen la

seguridad propia del que sabe y la sencillez de quien considera la docencia como una actividad en la que se comparte todo, sin egoísmos ni restricciones. Y en la que, por la naturaleza de lo que se enseña, lo teórico y lo práctico tienen sus espacios e interconexiones claramente definidas.

Al leer el libro aflora espontáneamente la multifacética personalidad hecha vida de Alfonso Soto. Si se me preguntara cuál de sus múltiples personalidades, cuál de sus muchas vidas aprecio y admiro más, diría que aquella que es el denominador común, el hilo conductor de todas: su gran calidad humana. ¿Cuál sería el título que mejor encuadre con esta creativa diversidad? Afirmaría, sin titubear que el de SER HUMANO. ■

Artesanía del mes

La Capitana Real

El nombre completo de la embarcación cuya réplica a escala se exhibe es: **Jesús María de la Limpia Concepción de Nuestra Señora, Capitana Real**. Su autor **Arturo Santander Monroy**, guayaquileño, residente en Salinas, que desde su juventud se dedica a este quehacer artesanal. No es una imitación en la que solo cuenta la habilidad. Tratándose de embarcaciones del pasado, se necesita una larga y prolija investigación de las características de los navíos de la época para que la reproducción sea exacta. Los materiales utilizados proceden del mismo tipo de madera con que se construyó en los astilleros de Guayaquil La Capitana. La maestría se pone de manifiesto en la utilización de las mismas técnicas de ensamblaje y mecanismos de funcionamiento. Esta réplica es una de las cuatro que existen y la única en el Ecuador y es propiedad del Dr. Gorky Abad.

Esta pieza ha cobrado en estos días especial actualidad por cuanto el galeón que se hundió en octubre de 1654, cerca de la Península de Santa Elena, y que portaba un gigantesco tesoro en metales preciosos, ha sido localizado y se han iniciado las acciones para rescatar el botín con toda la imaginación y euforia que la búsqueda y encuentro de tesoros escondidos trae consigo.

ISSN 0257 - 1625

**Departamento de Publicaciones
CENTRO INTERAMERICANO
DE ARTESANIAS Y ARTES POPULARES
Abril 1996 / Cuenca Ecuador**



**Cidap
Ecuador - OEA**