



La Artesanía en el Desarrollo Económico de Iberoamérica

Por Renán Flores Jaramillo

Desde cualquier punto de vista que se le considere fue un acierto notable la iniciativa, nacida dentro del Convenio Andrés Bello de fomentar a través de una organización *ad hoc* el mantenimiento y desarrollo constante de la artesanía en las naciones iberoamericanas.

Cuando apareció la fiebre del desarrollismo y se hablaba sin cesar de la explotación de los recursos naturales y técnicos en esa porción no-industrializada del Nuevo Mundo, lo frecuente era que se olvidase el papel llamado a desempeñar en esa enorme tarea de sacar del subdesarrollo a millones de seres, por la práctica organizada con vistas a la comercialización y al rendimiento económicamente válido, de la artesanía, la más venerable y tradicional de las maneras de producción del mundo americano.

Deslumbrados algunos economistas por la fascinación de la macro-economía como fuente de soluciones para levantar la *calidad de vida* del pueblo iberoamericano, apartaban su vista, o no pensaban siquiera en ella de la aparentemente humilde y reducida aportación que a los grandes planes desarrollistas podía ofrecer la artesanía.

Una concepción excesivamente masiva y más bien gigantesca de lo que requería esa América para salir del subdesarrollo, pasaba por encima de lo que podemos

llamar *el aporte celular*, pequeño en sí pero atendible si se piensa en una suma de aportaciones modestas, al mismo tiempo que se formulan los grandiosos proyectos de la utilización magna de los recursos.

El pueblo latinoamericano, señaladamente en los medios rurales y más ahincadamente en los países de fuerte implantación indígena, populosos de etnias indias y de colectividades mestizas, tiene una gran tradición, una gran sabiduría, un *know how to do* que nadie puede ni reemplazar ni superar en el campo de la artesanía.

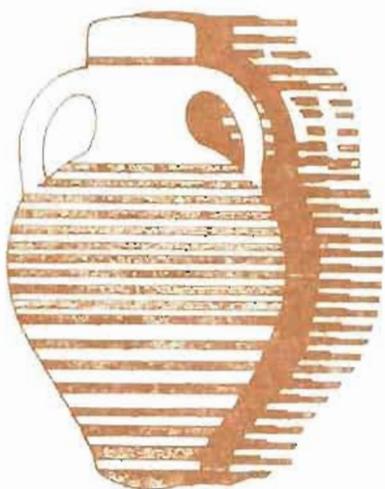
La historia de la alfarería precolombina forma parte de la historia universal del arte. Aquellos pueblos habían dominado ya las artes del fuego, para la alimentación, para la construcción de sus viviendas, para la fabricación de sus tejidos y utensilios. A la llegada de los europeos llevaban siglos practicando el arte de oponer lo *coelido* a lo *crudo*, para emplear la terminología de Claude Levi Strauss. Sin pretender la innecesaria insensatez de comparar sus diseños en alfarería, en cestería, y aun en orfebrería, con la perfección de las culturas helénicas y etruscas, es justo afirmar que todavía causan sorpresa los hallazgos que hace el viajero que contemple en los museos y repositorios de restos aborígenes, los trabajos de aquellos primitivos artesanos de Latinoamérica.

Quiere decir esto que el hombre latinoamericano de hoy tiene, entre sus riquezas un tanto olvidadas o inexploradas, la enorme tradición de una artesanía con grandes secretos resueltos, con fórmulas y métodos de trabajo que permiten conservar viva y atrayente **la personalidad** propia, la entidad peculiar que hace de cada artesanía nacional o regional un algo irrepetible e inconfundible.

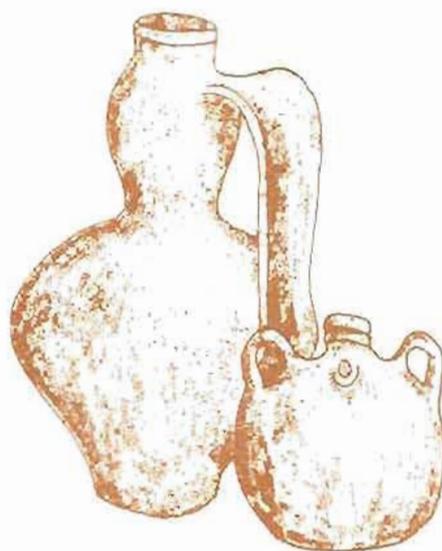
Esto tenía y tiene, un valor comercial, un contenido económico. Pensado el hecho **a nivel** de comunidad por comunidad, de pueblo por pueblo, de municipio por municipio, es decir, con una concepción **celular** de la producción, no macroscópica, el resultado es asombroso.

Ahí están las máquinas compitiendo avasalladoramente con el artesano, es cierto, pero las máquinas son precisamente eso, máquinas, y llevan en sí, como un reverso de sus beneficios, el **handicap** de la calidad, de la belleza, de la personalidad única que únicamente ofrece la artesanía. Las máquinas tienen un mercado enorme, de precios bajos y de fácil producción y reemplazo, pero los productos que la artesanía puede llevar al mercado son **otra cosa**, y otra cosa cada día más necesaria para el hombre. A la producción masiva, que tiende a uniformar a la humanidad, a restarle personalidad al ser humano, se opone, por un movimiento defensivo natural, el deseo de cada ser humano de no quedar abolido por la uniformidad y por la falta de imaginación.

Puede afirmarse sin gran riesgo de errar, que es la fiebre consumista, el exceso de la publicidad comercial y las técnicas cada día más refinadas de comercialización, de **marketing**, lo que abre de nuevo enormes posibilidades a la artesanía, a la colocación en el mercado nacional e internacional de productos fabricados por los artesanos, no por las máquinas. Esos productos son siempre originales, individualizados, dotados de esa **carga de identidad** que es imprescindible al



hombre de hoy para sentirse salvado del gregarismo, de la masificación, y del anonimato. Un pequeño cacharro de Oaxaca, o un dije con figuras armadas con plumas por los naturales de la región de Cundinamarca, un sombrero o un chal trabajados por los indios otavaleños, un torito de Pucará, representan, aparte de su valor artístico y de su utilidad, una señal de independencia, **un signo de libertad**.



Tiene la artesanía en Iberoamérica intacto ante sí un campo comercial enorme. Se necesita únicamente la acción de organismos técnicos que orienten la distribución inteligente de los productos. Está bien reciente el caso de la pintura ingenuista haitiana, que en poco tiempo se convirtió en una fuente de ingresos importantes para la economía de un pueblo que necesita bracear mucho en el mar del mundo consumista en que vivimos para alcanzar un mínimo de beneficios.

Quien dice artesanía está diciendo conservación de las características de cada producto, porque lo que se paga al comprar un artículo de artesanía es, con la maestría de la confección, la originalidad del diseño, de los materiales, del color, de la belleza peculiar. Sean figurillas de cerámica, juguetes y adornos tejidos en rafia o en otra fibra, confeccionados con maderas nativas, semillas, etc. o sean otros productos artesanos como tejidos, ropas, calzado, mantelería, muebles y demás renglones que entran en este campo, **lo primero es la autenticidad**, en los materiales como en las técnicas. Un sombrero ecuatoriano de Jipijapa no puede ser reemplazado jamás por un sombrero hecho a máquina, en serie, como nada puede reemplazar una manta de vicuña producida en los primitivos telares del mundo andino.

La existencia de mercado con poder adquisitivo, es el primer incentivo o estímulo para el fomento de una producción cualquiera. El trabajo artesano, de factura casera o de pequeñas colectividades casi siempre, presenta además la insuperable característica de utilizar como materia prima algo que normalmente **está al alcance de la mano** o no es de adquisición difícil en el contorno. El yarey y otra fibras, el carey y otras formaciones conchíferas utilizadas para la fabricación de numerosos objetos y utensilios, las maderas resistentes, los restos de ciertas frutas, los tintes habitualmente empleados, las lanas, todos los materiales que pueden ser elaborados por un artesano, casi siempre son silvestres y abundantes en los medios rurales de cada país.

Un Instituto como el IADAP tiene ante sí una tarea esencial para el desarrollo latinoamericano. La organización de cooperativas de producción y ventas, las escuelas para evitar la pérdida de los métodos y procedimientos tradicionales al tiempo que cuidar de las innovaciones que el tiempo aconseje, son el segundo renglón a atender cuando se intente incorporar la artesanía de cada país al repertorio de "industrias bá-

sicas" como el turismo o la diversificación industrial. Y el primer renglón, el más importante, el que puede ser la clave y la razón suprema de la existencia del IADAP, es **organizar con técnicas modernas la comercialización dirigida, asegurada, de los productos demandados a los artesanos.** Hay que pensar en un Banco de Fomento y Crédito de la Artesanía.

Una campaña educacional bien hecha, que persuada a los habitantes de una colectividad a los miembros de cada familia de la riqueza que están desaprovechando al no dedicarse a la fabricación artesanal más propia del lugar y de las fuentes de recursos disponibles, puede ser el primer paso a dar para que eche a andar en serio en Iberoamérica, de punta a punta, la producción artesanal cuidadosa y auténtica. Eso tiene un mercado interno e internacional seguro. Ese esfuerzo puede ser el mejor recompensado para el pueblo y para los países de Iberoamérica.

Madrid, mayo de 1987.

