

La experiencia del taller de estudios andinos (TEA) en la promoción de la producción artesanal

Ana María Carrasco Gutiérrez,
Vivián Gavilán Vega,
Héctor González Cortez &
Hans Gundermann Kröll
Taller de Estudios Andinos, TEA, Arica

I. SITUACION DE LA PRODUCCION ARTESANAL AYMARA

INTRODUCCIÓN

Los aymara chilenos son el segmento minoritario de un pueblo que se vio repartido en tres países. Ellos compartieron y siguen compartiendo los complejos niveles de desarrollo cultural alcanzados por las antiguas sociedades andinas. Sin embargo, dados los procesos históricos generales y particulares que los han afectado, lo que hoy se observa de su cultura tiene más bien un carácter residual, si se la compara con aquella matriz andina original.

Lo anterior es válido también para el universo de la manufactura artesanal, que alcanzó en este pueblo una gran diversidad, riqueza y sofisticación. Actualmente, los rubros como la cerámica, la platería y la organología musical, prácticamente han desaparecido y son patrimonio sólo de especialistas. Se conservan mejor la textilería y la cordelería, cuyo conocimiento era manejado por todos, aunque algunas de sus técnicas más complejas han sufrido un evidente deterioro¹.

Se puede decir que con lana e hilos todavía se entreteje mucho material cultural, ya que tanto en la textilería como la cordelería se observa un factor complejo de resistencia al cambio, en el que las mujeres y la continuidad de la actividad ganadera han jugado ciertamente un rol protagónico.

En los valles agrícolas se observa una actividad artesanal algo mayor, pero, de manera similar, se trata de una producción residual y reorientada, en parte, hacia la confección de artesanía no tradicional. De todas maneras, en ese sector no se conoce ningún grupo organizado de artesanos y, de no mediar la continua instalación de migrantes altiplánicos -y la consecuente influencia tecnológica-, la postración sería todavía mayor. No obstante, este reemplazo de artesanos desde la puna tiende a interrumpirse en un doble sentido: la migración altiplánica es cada vez más directa hacia las ciudades y la erosión técnica, social y económica de la artesanía tradicional empezó hace tiempo a ser también una realidad en ese sector.

El altiplano continúa siendo la región donde un mayor número de artesanos produce objetos tradicionales y transmite sus conocimientos a las personas más jóvenes. Es también el espacio donde se produce mayor cantidad de artesanías, en sus expresiones más diversas y mejor logradas. Pese a todo, se detectan inequívocos síntomas de

1. Véase Gundermann, H.: 1988 y Gundermann H. y González, H.: 1989.

combio en ciertos rubros y una crisis abierta en otros.

La razón más importante para la mayor conservación de la textilería parece radicar en el carácter colectivo (no de especialistas) de su conocimiento, en el éxito técnico alcanzado con ella y su multifuncionalidad o polivalencia cultural, pero también en sus posibilidades de comercialización.

Los resultados del análisis de información recolectada en 1983,² proveniente de cuatro comunidades del altiplano sur, señalaban inequívocamente que las artesanías tenían una incidencia poco significativa en la composición de los ingresos campesinos totales, pero que allí donde había mayor actividad artesanal, la que se utilizaba para fines domésticos era considerablemente menor que la que se destinaba a la comercialización.

En la actualidad existen unos 200 artesanos aymaras, en su mayoría mujeres, que producen hilados y artesanías textiles que destinan al mercado, además de una cierta proporción que destinan al autoconsumo. Aparte de éstas, existirían otras 400 artesanas que, aun cuando no comercializan sus productos, conocen las técnicas o producen una cantidad mínima de objetos textiles para el autoconsumo.

En suma, en el caso de la textilería, el universo potencial actual de artesanas aymaras que podrían producir para el mercado llegaría a unas 600 personas, de las cuales sólo un tercio percibe actualmente algún ingreso por ese concepto. Existe, por lo tanto, una oferta de fuerza de trabajo femenina que pudiera ocuparse parcialmente en la producción artesanal comercial, que es considerablemente mayor que la que lo hace en la actualidad. El factor principal que explica esta situación es un mercado de artesanías poco accesible o con una demanda limitada.

La activación de un plan más ambicioso de promoción a la producción artesanal aymara, que necesariamente deberá ser abordado por el Estado, para ser exitoso, tendrá que enfrentar el problema de la artesanía desde tres vertientes: la cultural, la de género y la económica. En el ámbito cultural, pues se trata de una actividad en retroce-

so, pero cargada de una rica tradición. En el marco del problema del género, ya que la textilería forma parte del universo femenino. En lo económico, por cuanto se trata de economías pobres, que tienen necesidad de generar ingresos complementarios.

Para comprender mejor las características particulares que han revestido las experiencias de las ONG que han trabajado en la promoción de la producción artesanal aymara, que se describen aparte, hemos estimado pertinente decir algunas palabras acerca de las causas del deterioro de la manufactura artesanal, una descripción somera del contexto actual de la economía campesina aymara y el rol que dentro de ella juega actualmente la producción artesanal.

A. LAS CAUSAS DEL DETERIORO DE LA MANUFACTURA ARTESANAL

Los cambios que se han producido a nivel de la producción artesanal aymara se inscriben dentro de un contexto más amplio de transformaciones económicas y sociales que han afectado y afectan a la economía campesina de este pueblo. No se trata sólo de una simple permuta de objetos, sino de un cambio más integral que afecta prácticamente todas las dimensiones, una transformación estructural en que la manufactura artesanal aymara representa sólo una parte o capítulo del proceso general.

Desde una situación previa, en que mantenían un importante componente de autosubsistencia, combinado con un intercambio premercantil entre pisos ecológicos contiguos, la mayoría se ha transformado en productores mercantiles simples. El contexto anterior, donde dependían del dinero sólo para cuestiones muy puntuales (como pudo ser el pago de algún impuesto, un trámite legal o un artículo particular), les proporcionaba una mayor autonomía en cuanto a su tecnología y los objetos de que se rodeaban. Esta autonomía es la que pierden progresivamente.

Existe un momento en la historia aymara reciente, en que se produce una dramática aceleración de los cambios. En el caso del altiplano su inicio se puede situar hacia 1940-1950. Consiste en una afluencia cada vez mayor de dinero a las

economías, una creciente reorientación de la producción hacia el mercado, el acceso a productos y bienes de consumo externo de origen industrial, un cambio de mentalidad frente a la penetración de lo externo y una valoración en ascenso de la modernidad, producto también de la incidencia de factores extraeconómicos, como aquéllos que se incluyen en la formación de una conciencia y valoración positiva del consumo de artículos de proveniencia urbana³.

Esto afecta a la producción artesanal de varias maneras y a través de distintos mecanismos de cambio interrelacionados. El más importante, sin duda, proviene de la competencia entre las artesanías tradicionales y los nuevos bienes que aporta el mercado⁴. Los bienes externos pueden llegar como meros sustitutos (por ejemplo, alforjas de suela, abarcas, sacos de arpillera) o bien constituir innovaciones —complementarias o no— a técnicas y productos tradicionales (por ejemplo, hilos y lanas teñidas, vestuario, máquinas de coser, vajilla metálica, etc.).

El costo de algunos de los nuevos artículos puede actuar como impedimento para su masificación y, en esos casos, su acceso estará circunscrito, en un primer momento, a las personas y familias más pudientes: primero deberán demostrar sus beneficios y crearse la "necesidad" para que irradian hacia las capas campesinas más desposeídas. Pero también deberá generarse el espacio social que haga posible su uso⁵. La entrada

y masificación de estos objetos tenderá a darse, entonces, cuando se combinan bajos costos relativos, funcionalidad y aceptación socio-cultural.

Otra vertiente de efectos es la disfuncionalidad de los objetos y técnicas tradicionales frente a cambios sociales que, aunque puedan tener un componente económico y se relacionen con la penetración del mercado, remiten a otras dimensiones de la vida campesina. Entre ellos se pueden mencionar especialmente los fenómenos del pentecostalismo (en la zona sur del altiplano)⁶ y la escolarización.

Hasta antes de la apertura de los caminos y la llegada de los primeros camiones, o sea a principios de la década de los 60, el excedente económico campesino se dirigía principalmente hacia la consecución de objetos religiosos, bienes y relaciones sociales de prestigio (ganado, tejidos finos, mulas, joyas de plata, patronazgos de fiestas religiosas). Con la llegada de vehículos y con el florecimiento del comercio fronterizo, los excedentes, cuando existan, se orientarán a la compra de medios de transporte o al capital de gestión mercantil, pasando a segundo orden la acumulación suntuaria, el gasto festivo y el financiamiento de las obligaciones sociales tradicionales.

El ciclo de descomposición de la manufactura artesanal se cierra definitivamente cuando ya no exista quien sea capaz de seguir haciendo algunos objetos. Esto ocurre actualmente, incluso, respecto de ciertos aspectos de la textilera tradicional, que es el rubro de manufactura artesanal que demuestra más vitalidad⁷.

Este proceso hizo crisis respecto de la platería y la cerámica, hoy virtualmente extintas. Se trataba de oficios especializados, manejados sólo por algunos individuos que dependían en buena medi-

3. La escuela nacional obligatoria, entre otros agentes de cambio, ha jugado un rol de suma importancia en este sentido. Existen varios estudios sobre este tema, pero puede consultarse González, S.: 1990.

4. En el caso del altiplano, donde se conserva hasta más tiempo la manufactura artesanal, primero acceden a los nuevos productos a través de otros sectores campesinos con los que están relacionados (comunidades agrícolas de valles, más próximas a las ciudades, o del altiplano boliviano que participan de circuitos mercantiles que parten desde Oruro o La Paz) y, luego, a través de la propia migración a los centros urbanos o la conexión de circuitos de circulación de la producción y el consumo desde y hacia ellos. La apertura de caminos y el transporte motorizado han jugado un rol muy importante en esta situación. Véase Gundermann, H.: 1988.

5. Por ejemplo, la vestimenta femenina cambia muy lentamente, pese a que desde hace décadas están disponibles sustitutos baratos.

6. El pentecostalismo se declara abiertamente en contra de los signos más visibles de la cosmovisión tradicional, afectando directamente a los objetos y substancias de que se rodea la religión y el rito ayмара: cerámica ritual, tejidos especiales, joyas religiosas, entre los rubros más importantes. Sobre este tema véase Guerrero, B.: 1990.

7. Por ejemplo, hay ya muy pocas artesanas que conozcan ciertas técnicas especializadas, como el hilado para tejidos finos o las terminaciones de prendas con agujas (larpe, epa, kumpa, sawkipata).

da de los ingresos provenientes de sus trabajos. Al no ser ya más requeridos sus servicios, disminuyó la importancia de sus oficios y el interés de otras personas por aprender y aplicar esas técnicas. En el caso de las tecnologías cuyo saber se distribuye masivamente, la crisis es más lenta y se dan varias fases intermedias marcadas por el empobrecimiento general de los objetos producidos.

El mercado pulverizó ciertos rubros de la cultura material aymara; a algunos les perdonó la vida, pero no sin antes exigir ajustes y cambios importantes que redundaron en su empobrecimiento; a otros no los ha tocado mayormente, ignorándolos. Pero, paradójicamente, la supervivencia y, quizás, la revitalización de las artesanías aymara tiende a depender del mismo mercado que las destruyó y descompuso, como lo demuestra el análisis del destino de la producción entre los artesanos aymaras de hoy, especialmente de la textilera, actividad femenina que ha privilegiado el accionar de las ONGs.

B. POBLACIÓN AYMARA Y LOCALIZACIÓN ACTUAL

En el sector rural de la I Región de Tarapacá viven, aproximadamente, 13.446 personas de origen aymara, que componen alrededor de 3.814 hogares campesinos. A ellas se agrega una cantidad mayor (sobre 20.000) de individuos instalados en las ciudades costeras, especialmente en Arica.

En el espacio rural existen tres sectores geográficos bien definidos: altiplano, valles altos y bajos. El área altiplánica concentra el 20,7 por ciento del total de hogares campesinos de la región, el área de valles altos el 32,9 por ciento y el área de valles bajos el 46,4 por ciento. La incidencia de la población aymara en cada uno de estos sectores sigue una línea de descenso altitudinal: representan casi un 100 por ciento en el altiplano, aproximadamente un 78,4 por ciento en los valles altos y alrededor de un 53,5 por ciento en los valles bajos⁸.

C. CARACTERÍSTICAS ECONÓMICAS GENERALES⁹

Los tres sectores geográficos mencionados anteriormente, también presentan diferencias productivas. En el altiplano, el principal proceso de producción es la ganadería (de camélidos y ovinos), a la que se agrega, sólo en el sector sur, cultivos de altura (quinua y papas) destinados básicamente al autoconsumo y, desde la década de los 80, la producción comercial del ajo.

En la zona de valles, el proceso productivo dominante es la agricultura bajo riego, principalmente de cultivos orientados al mercado (ajo, orégano, etc.). La ganadería tiene menor importancia, aunque es más variada (incluyendo camélidos, ovinos, bovinos, equinos, caprinos y porcinos). Pero, se presentan diferencias altitudinales. En los valles altos la producción agrícola tiene un carácter más residual respecto del mercado y se combina en mayor medida con la ganadería. Esta situación empieza a cambiar hacia los sectores más bajos, donde pasan a ser más importantes la fruticultura y la horticultura para el mercado.

De todas maneras, la economía actual del sector rural, aun en los sectores que parecieran estar más aislados, es una economía fuertemente articulada al mercado. Esta relación es más pronunciada si se pasa del altiplano a los sectores de precordillera, donde se mantiene una agricultura andina más tradicional, y de éstos a los valles bajos.

En todos los sectores se observan procesos de diferenciación. Aunque algunos recursos fundamentales (pastizales, aguas y tierras de labranza en el altiplano; agua, sistemas de regadío y terrenos comunes en valles) tienen, en mayor o menor medida, un garante comunal, existen otros factores desencadenantes de procesos de diferenciación¹⁰.

Existe una mayoría de unidades de producción

8. Véase González H. y Gundermann H.: 1989 y TEA: 1991.

9. Véase González H. y Gundermann H.: 1989.

10. Es el caso de la mayor o menor tenencia de animales en el altiplano; la mayor o menor propiedad de tierras agrícolas en los valles (a lo que se agrega, por lo menos en los valles altos, la presencia de una reserva de capital animal).

pauperizadas que no consiguen acumular y, al contrario, se ven forzadas a vender parte de su fuerza de trabajo para asegurar su reproducción. Por otro lado, existen unidades de producción enriquecidas, que representan una minoría, que han logrado un buen nivel de acumulación. Estas últimas son también quienes dominan la circulación de productos en la zona rural.

A diferencia de lo que pasa en otros sectores indígenas del país, en el norte de Chile la circulación todavía sigue siendo manejada por los propios aymaras, por lo menos hasta la entrada de los productos del campo en las ciudades. Comercio rural y transporte de productos, hacia y desde el campo, son controlados por un reducido pero activo grupo de aymaras, simultáneamente comerciantes y transportistas.

Es difícil encontrar proletarianización permanente o temporal en el mismo altiplano, pero existe una buena proporción de hogares campesinos de este sector que recurren al asalariamiento temporal de algunos de sus miembros en el área agrícola de valles. Este fenómeno responde a una estrategia de subsistencia de unidades productivas que se sitúan por debajo de su nivel campesino de reproducción.

En la zona de valles también se observa proletarianización estacional de personas instaladas en el mismo sector, pero que cuentan con muy poca tierra, sea propia y/o en renta. Asimismo, el asalariamiento permanente es mucho más claro en esta área. La carencia total de medios productivos (especialmente tierra) es una cuestión más definida en la zona agrícola de valles y oasis, por lo que aparecen con mayor nitidez mecanismos de renta, detectándose un alto índice de tenencia precaria de la tierra¹¹.

En el sector altiplánico es donde se observa una mayor proporción de unidades campesinas estacionales, sin posibilidades de acumulación. Estas economías, cuyo rasgo fundamental es la ausencia de asalariamiento entre sus miembros, no están tampoco a resguardo de los frecuentes imponde-

rables que afectan el espacio rural regional (catástrofes climáticas cíclicas, bajas de precios, gastos inesperados) y que pueden acabar con sus capitales de producción y reserva (sus animales).

Las unidades campesinas enriquecidas, que constituyen el sector minoritario, se distribuyen en todo el espacio rural regional y, aún, en las ciudades. En la puna se trata de ganaderos con numerosos rebaños, que poseen vehículos (camión o camioneta), se dedican al transporte de carga y pasajeros, comercian en lana, ganado y participan en las ferias fronterizas. Muchos de ellos están en proceso de relocarse en otros lugares: urbanos (en pueblos o ciudades) o rurales (valles y oasis económicamente más dinámicos).

Cuando esto ocurre, la producción agropecuaria pasa a un segundo plano. En los valles, aparte de tender a ampliar sus propiedades y ocupar espacios agrícolas más cercanos a los centros de consumo, las unidades campesinas enriquecidas se dedican también al rescate de productos agropecuarios, al comercio de abastos y al transporte de mercaderías desde y hacia el campo. En su mayoría se encuentran ya semi-instalados en ciudades, donde vive parte de la familia. Es posible que en el sector urbano mantengan algún tipo de negocio al detalle en barrios, terminales agropecuarios y mercadillos.

D. LAS ECONOMÍAS GANADERAS DE LA COMUNA DE COLCHANE

En la comuna de Colchane existen aproximadamente 1.596 personas de origen aymara, que forman alrededor de 424 unidades domésticas que residen permanentemente en la comuna¹². Los datos que se presentan a continuación son resultados de una encuesta realizada en dos comunidades: Enquelga del área de Isluga y Chulluncane del área de Cariquima, sobre un total de 36 grupos familiares¹³.

12. TEA: 1991.

13. Esta investigación fue realizada en el marco de un convenio entre TEA y CEDEM. Esta última institución estaba interesada en relevar la situación de las artesanas de estas comunidades asociadas a la organización Almacén Campesino. El TEA, en tanto, prestaba apoyo a tres grupos de artesanas pertenecientes a esas dos comunidades.

11. Detrás de la cual existen múltiples arreglos de acceso: arriendo, mediería, custodia o combinaciones de todos ellos.

CUADRO N° 1
Destino de los Individuos Independizados del Hogar
Comunidades de Chulluncane y Enquelga

Comunidad	N° Familias	N° Casos	Media Años Fuera	Misma Comunidad Hombres	Comunidad Mujeres	Otra Comunidad Hombres	Comunidad Mujeres	Valles Altos Hombres	Valles Altos Mujeres	Valles Bajos Hombres	Valles Bajos Mujeres	Ciudades Hombres	Ciudades Mujeres
Chulluncane	14	8	3,2	37,5%	0,0%	0,0%	12,5%	0,0%	12,5%	0,0%	0,0%	0,0%	37,5%
Enquelga	22	35	8,7	31,4%	5,7%	0,0%	17,1%	8,6%	20,0%	2,9%	0,0%	8,6%	5,7%
Totales	36	43	7,4	32,6%	4,7%	0,0%	16,3%	6,9%	18,6%	2,3%	0,0%	7,0%	11,6%

Fuente: Encuesta Artesanías TEA-ALCA

CUADRO N° 2
Lugar de Migración Temporal
Comunidades de Chulluncane y Enquelga

Comunidad	N° Hogares	N° Casos	Mismo Altiplano	Cabecera Valles	Valles Altos	Ciudades
Chulluncane	14	2	50,0%	0,0%	0,0%	50,0%
Enquelga	22	49	8,2%	63,3%	12,2%	16,3%
Totales	36	51	9,8%	60,8%	11,8%	17,6%

Fuente: Encuesta Artesanías TEA-ALCA

CUADRO N° 3
Tenencia de Tierras de Cultivo (en m2)
Comunidades de Chulluncane y Enquelga

Comunidad	Tierras Propias		Tierras Tomadas		Total	Cedidas en Mediería
	En la Comunidad	En Otra	En Valles	Arriendo		
	J. Hogar	Otros	J. Hogar	Mediería		
Chulluncane	146 501	2 293	0	0	148 985	0
Enquelga	674 900	144 700	7 760	30 000	861 393	11 533
Totales	821 401	146 993	7 760	30 000	1 010 378	11 533

Fuente: Encuesta Artesanías TEA / ALCA

CUADRO N° 4
Diferenciación en la Tenencia de las Tierras de Cultivo (en m2)
Comunidades de Chulluncane y Enquelga

Rangos (m2)	Chulluncane		Enquelga		Ermas		Kallpa/Uyru		Ermas	
	Casos	Superficie	Casos	Superficie	Casos	Superficie	Casos	Superficie	Casos	Superficie
Menos de 1000	10 (71,5%)	3 456 (2,8%)	2 (14,3%)	1 242 (4,9%)	2 (9,1%)	1 760 (0,2%)	21 (95,4%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)
1001 - 1500			3 (21,4%)	3 801 (15,0%)	1 (4,6%)	1 500 (0,2%)				
1501 - 2000			4 (28,7%)	7 170 (28,3%)	1 (4,6%)	1 600 (0,2%)				
2001 - 2500			3 (21,4%)	7 094 (28,0%)						
2501 - 3000			1 (7,1%)	2 838 (11,2%)						
3001 - 5000			1 (7,1%)	3 193 (12,6%)						
5001 - 10000	1 (7,1%)	10 000 (8,1%)			4 (18,1%)	29 100 (3,5%)				
10001 - 20000	1 (7,1%)	20 000 (16,2%)			2 (9,1%)	30 900 (3,7%)				
20001 - 50000	2 (14,3%)	90 000 (72,9%)			6 (27,2%)	222 500 (26,9%)				
50001 - 100000					5 (22,7%)	350 000 (42,3%)				
100001 - 200000					1 (4,6%)	190 000 (23,0%)				
Totales	14 (100,0)	123 456 (100,0)	14 (100,0)	25 338 (100,0)	22 (100,0)	827 360 (100,0)	22 (100,0)	1 533 (100,0%)	22 (100,0)	1 533 (100,0%)

Fuente: Encuestas Artesanías TEA / ALCA

1. Aspectos demográficos

En las dos comunidades analizadas, el tipo de familia predominante es la nuclear (72,2%). En términos estadísticos, un hogar tipo tiene un tamaño promedio de 5,8 miembros y una media de 1,2 hijos independizados. Existe proporcionalidad entre el número de hombres y mujeres que componen un hogar. Sin embargo, el número de activos varones es ligeramente superior (1,5 respecto de 1,3 mujeres).

Un 57,6 por ciento de los individuos que se habían independizado de sus hogares de referencia se mantenían en el mismo altiplano: un 37,6 por ciento en la propia comunidad, principalmente en el caso de los hombres) y un 16,3 por ciento en otra comunidad (exclusivamente las mujeres). El 46,4 por ciento restante se encontraba instalado fuera del altiplano, un 25,5 por ciento en lugares del sector de valles altos (la mayoría mujeres), un 2,3 por ciento en sitios de valles bajos (sólo hombres) y un 18,6 por ciento en ciudades (mayormente mujeres). (Ver cuadro N°1).

En los hogares de Colchane también existe migración temporal. De los 36 hogares encuestados, había una media de 1,4 personas por familia que habían salido temporalmente fuera de sus comunidades durante el año analizado. (Ver cuadro N° 2).

Los motivos por los que migran temporalmen-

te son diversos. Aquéllos que tienen que ver con el asalariamiento representan el 12 por ciento (como peones agrícolas en valles, en el caso de los hombres, o empleadas domésticas en la ciudad, en las mujeres). Una incidencia más alta la tiene el estudio, ya que no existen escuelas de enseñanza media en el sector, por lo que deben trasladarse a centros urbanos (incluso el séptimo y octavo lo deben hacer en escuelas de concentración fronteira).

La alta movilidad que se observa en Enquelga se explica por su dependencia de la ganadería, a diferencia de Chulluncane (véase más abajo), ya que muchas personas se trasladaron ese año con sus ganados a lugares de cabeceras de valle (fenómeno denominado "costeo", que abarca un 46 por ciento de los casos).

2. Tenencia de la Tierra

En Colchane, precisamente el lugar donde se conservan hasta hoy resabios de lo que fueron antiguas "markas" o grandes comunidades históricas, siguen funcionando nítidamente una serie de comunidades menores que antiguamente formaban parte de las primeras. Quizás el nivel más claro de funcionamiento de éstas pasa por la tenencia comunal de la tierra.

Sin embargo, la tenencia comunal afecta solamente a los pastizales de las comunidades, cuyos

CUADRO N° 5
Distribución de la Tenencia de Animales Comunidades de Chulluncane y Enquelga

Animal	Llamas			Alpacas			Ovinos		
	Número Casos	Número Animales	% Animales por estrato	Número Casos	Número Animales	% Animales por estrato	Número Casos	Número Animales	% Animales por estrato
000	2	0	0,0	10	0	0,0	14	0	0,0
001-030	11	229	13,2	25	267	88,7	9	150	16,7
031-060	13	601	34,7	1	34	11,3	8	374	41,7
061-090	5	362	20,9	0	0	0,0	4	273	30,5
091-120	4	409	23,6	0	0	0,0	1	100	11,1
121 y +	1	131	7,6	0	0	0,0	0	0	0,0
Totales	36	1732	100,0	36	301	100,0	36	897	100,0

Fuente: Encuestas Artesanías TEA/ALCA

derechos son traspasados de manera patrilínea (las mujeres generalmente abandonan sus comunidades al casarse). Las tierras de cultivo (canchas abiertas llamadas "kallpa", pircadas denominadas "uyu" o corral y platabandas o eras en sistema de andenes) tienen una clara apropiación individual y se permite algún nivel de acceso a las mujeres. (Ver Cuadro N° 3 y N° 4).

Existen diferencias en la tenencia de tierras de cultivo entre los distintos hogares que componen una comunidad. Sin embargo, respecto de los terrenos de siembra de quinoa y papas ("kallpa" y "uyu"), ello no provoca una gran diferenciación económica, puesto que generalmente todos, unos más y otros menos, tienen algún pedazo.

Las desigualdades tienden a darse en torno a las características de las tierras, si son mejores los

suelos, tienen posibilidad de regarse, etc. Un claro proceso de diferenciación se produce, sin embargo, a nivel de los terrenos destinados al cultivo del ajo (eras), puesto que su construcción supone costos y tienen rentabilidad comercial.

3. Tenencia de animales

El mismo proceso de diferenciación interna se observa a nivel de la tenencia animal. La agrupación de la tenencia por estratos muestra evidentes desigualdades entre los productores. (Ver Cuadro N° 5).

Los resultados muestran que cerca de una mitad de los animales (un 47,9%) es poseída por alrededor de dos tercios de los productores (72,2%), mientras la otra mitad es controlada por el tercio restante (un 27,8%). Esta situación genera

CUADRO N° 6

Valorización de la Producción y Composición de los Ingresos Brutos Totales
Comunidades de Chulluncane y Enquelga (en pesos de 1989)

COMUNIDAD	INGRESOS PREDIALES CONSUMO				INGRESOS PREDIALES VENTAS				INGRESOS EXTRA-PREDIALES			
	Cultivos	Ganadería	Otros	Artesanía	Cultivos	Ganadería	Otros	Artesanía	Salario	Comercio	Rentas	Subsidio
Chulluncane	201.505	68.093	274	18.587	582.547	145.286	0	33.041	3.929	8.571	81.429	14.400
Enquelga	49.786	49.909	5.505	104.992	0	93.364	0	55.744	26.764	64.818	48.455	39.382
Totales	108.788	56.981	3.471	63.772	226.546	113.556	0	54.784	17.883	42.944	61.278	29.667

Fuente: Encuesta Artesanías TEA/ALCA

CUADRO N° 7

Composición de los Ingresos Netos Totales por Hogar
Año 1988/89 Comunidades de Chulluncane y Enquelga

Comunidad	Ingresos Prediales Extra-				Ingresos Totales Prediales	Ingresos Anuales	Ingreso Mensual	
	Cultivos	Ganadería	Otros	Artesanía			Familiar	Persona
Chulluncane	569.729	164.060	274	39.402	108.329	881.794	73.483	13.361
Enquelga	34.599	115.125	5.505	126.545	179.419	461.283	38.440	6.302
Totales	242.705	134.211	3.471	93.410	151.472	625.569	51.131	8.988

Fuente: Encuestas Artesanías TEA/ALCA

procesos de diferenciación al interior de las comunidades. De esta manera, muchas veces, las tierras en común esconden la desigualdad de la tenencia animal.

4. Estructura y composición de los ingresos

La composición de los ingresos y la mayor o menor importancia que pueden alcanzar los distintos rubros, incluyendo la artesanía, varía de una comunidad a otra. Sin embargo, la tendencia mayoritaria es que la ganadería tenga la incidencia principal, con excepción de comunidades como Chulluncane, donde la construcción de andenería y el éxito alcanzado con el cultivo del ajo ha producido un vuelco hacia la agricultura, pero sin abandonar definitivamente la ganadería. (Ver Cuadro N° 6).

En términos generales, las ventas representan un 62,9 por ciento de los ingresos prediales, aunque el porcentaje sube en una comunidad como Chulluncane, donde tiene alta incidencia la comercialización de ajo. La importancia de los ingresos extra-prediales es también bastante alta (19,5%), pudiendo alcanzar hasta un 33,3 por ciento en comunidades como Enquelga, donde los ingresos prediales son bastante bajos.

Para las unidades más pobres, los ingresos

provenientes del asalariamiento temporal y de los subsidios estatales pueden ser fundamentales. Entre las unidades más capitalizadas, el comercio y las entradas por rentas (tierras, animales, transporte) se agregan como una estrategia más de diversificación de la acumulación. (Ver Cuadro N° 7).

Los ingresos netos familiares promedio mensuales pueden variar altamente de una comunidad a otra. Mientras, en Chulluncane alcanzan a 73.483 pesos mes, en Enquelga sólo llegan a 38.440 pesos. Sin embargo, estos promedio esconden las desigualdades que se producen entre las distintas unidades que componen una comunidad. (Ver Cuadro N° 8).

En Chulluncane, un 49,9 por ciento de los casos controla sólo un 29,7 por ciento del total de los ingresos de la comunidad. En Enquelga, aparte de que existen diferencias más notorias entre los rangos, un 81,9 por ciento de los casos retienen solamente el 53,5 por ciento del total de ingresos de la comunidad.

5. Producción artesanal y composición de los ingresos

En comunidades con buenos niveles de capitalización, como Chulluncane, las artesanías, obviamente, juegan un rol poco importante en la composi-

CUADRO N° 8
Diferenciación de Ingresos Familiares Anuales Comunidades de Chulluncane y Enquelga

Comunidad	CHULLUNCANE				ENQUELGA			
Rango	Nº Casos		Totales		Nº Casos		Totales	
101- 300	1	(7,1%)	232.763	(1,9%)	10	(45,5%)	2.033.015	(21,6%)
301- 500	1	(7,1%)	404.374	(3,3%)	8	(36,4%)	3.009.962	(31,9%)
501- 700	5	(35,7%)	3.033.348	(24,5%)	-	-	-	-
701- 900	2	(14,4%)	1.618.158	(13,1%)	1	(4,5%)	732.386	(7,8%)
901-1100	2	(14,4%)	2.045.467	(16,6%)	-	-	-	-
1101-1301	1	(7,1%)	1.298.267	(10,5%)	2	(9,1%)	2.275.084	(24,1%)
1301-1500	1	(7,1%)	1.432.964	(11,6%)	1	(4,5%)	1.375.342	(14,6%)
más de 1501	1	(7,1%)	2.286.702	(18,5%)	-	-	-	-
Totales	14	(100,0)	12.352.043	(100,0)	22	(100,0)	9.425.789	(100,0)

Fuente: Encuestas Artesanías TEA/ALCA

ción de los ingresos totales de una familia: apenas un 4,5 por ciento. En Enquelga, en cambio, las artesanías inciden en un 29,8 por ciento. En este último caso, los ingresos artesanales pueden representar la diferencia entre asalariarse temporalmente o no hacerlo.

De todas maneras, en general, las artesanías siempre juegan un rol subordinado y complementario de los ingresos que provienen de la producción principal. Son importantes, no obstante, como una posibilidad de conseguir circulante, cuestión fundamental en una región donde el 63 por ciento del consumo familiar es monetarizado.

En términos generales, la proporción de producción artesanal destinada al autoconsumo es de un 53,8 por ciento. Sin embargo, en Chulluncane las artesanías se destinan mayoritariamente a la venta (64,0%). En Enquelga, en el año analizado, la proporción comercializada sólo representaba un 34,7 por ciento, siendo mayor el autoconsumo. De todas maneras, es necesario aclarar que se trata de un consumo particular, pues en realidad se trata de un stock que puede ser también utilizado en ventas futuras, en el caso de que éstas se activaran.

Del total de productos artesanales comercializados por estas dos comunidades, sólo el 9,9 por ciento fue realizado fuera de los canales de comercialización ofrecidos por las ONG. El 90,1 por ciento restante se distribuía en un 22,3 por ciento a la organización ALCA y un 67,8 por ciento al TEA. La influencia de los canales de ventas representados por estas ONG se manifiesta de doble manera.

Primero, en el hecho de que tanto en Chulluncane como en Enquelga existen promedios de venta artesanal (\$ 33.041 en la primera y \$ 55.744 en la segunda) que no guardan relación con la cantidad de producción total (\$ 51.628 y \$ 160.736, respectivamente). En esta situación inciden las cuotas de compras establecidas por estas instituciones a fin de distribuir más equitativamente los ingresos.

En segundo lugar, en la disposición que pueden activar en una comunidad del tipo como la de Enquelga, cuya situación es notoriamente más desventajosa que la de Chulluncane, a insistir con una producción artesanal que no se compadece

con sus necesidades de consumo reales y supera ampliamente la demanda actual ofrecida por las ONG.

El punto anterior se manifiesta más claramente si se observa que, más que tejidos, el stock se sobredimensiona en el rubro lana hilada, precisamente el de mayor demanda por las ONG. De la producción total valorizada, el 50,5 por ciento correspondería a tejidos y un 49,5 por ciento a hilado.

La vinculación de la artesanía con las posibilidades de mercado se observa mejor en las respuestas dadas por las propias artesanas. El 86 por ciento declaró la posibilidad de producir un mayor volumen de artesanías. Para lograrlo, las prioridades se concentran mayoritariamente en los problemas de demanda y precios, que en conjunto suman un 56,4 por ciento, relegando a un segundo plano cuestiones como escasez de materia prima, capacitación, etc.

Es evidente que la producción artesanal no es importante en una comunidad como la de Chulluncane, donde el viraje hacia la producción comercial de ajo ha sido una de las experiencias económicas independientes más exitosas de todo el altiplano chileno. En ella, se puede decir que las mujeres sólo producirán si existen condiciones de venta atractivas. No obstante, a través de la textilera y con el apoyo de la ONG, se ha podido mantener en parte la tradición artesanal e, incluso, rescatar ciertos conocimientos técnicos perdidos; y, lo que puede ser más importante, se han activado mecanismos de agrupación y organización que han legitimado a las "artesanas" dentro de la comunidad.

Pero, el caso anterior es excepcional. En mayor o medida, la mayoría de las comunidades altiplánicas responden al modelo de Enquelga. Para ellas, la posibilidad de la producción artesanal textil, pese a que quizás siempre representará una modalidad de ingreso complementario, puede constituir un buen elemento de activación de sus economías. Aparte de la posibilidad que el trabajo de promoción efectuado en este ámbito por las ONG ha abierto a la organización femenina, la artesanía textil puede "integrar" mejor la economía de los ganaderos altiplánicos.

En estos momentos, la ganadería camélida produce "reproductores" para la exportación (internacional y extra-regional), carne para los sectores pobres de las ciudades de la I Región (el año 1989 se consumieron 954 toneladas) y lana. Esta última se comercializa, principalmente por intermedio de las redes de rescate que van a dar a las grandes laneras del sur del Perú¹⁴.

De acuerdo a los lapsos de esquila observados culturalmente y la cantidad de animales existentes, la producción potencial anual de lana vellón en la I Región no podría ir más allá de 49 toneladas anuales (27 de llamas y 22 de alpacas)¹⁵. En términos reales, en la actualidad, la producción sería de aproximadamente 30 toneladas (11 de llamas y 19 de alpacas). Estas cifras, obviamente, no justifican la instalación de una industria lanera en el norte de Chile, aún una de tamaño medio.

En este contexto, sólo quedan como alternativas la instalación de maquinaria de elaboración semi-industrial, la comercialización extra-regional de la lana vellón o la agregación de valor a la misma, mediante la confección de artesanías textiles. El nuevo gobierno tiene en estos momentos la palabra.

Las iniciativas emprendidas por estas ONG, aparte de vitalizar efectivamente un rubro en peligro y apoyar la emergencia de un buen número de grupos de artesanas, ha permitido poner en evidencia que la "re-integración" de la producción artesanal a la producción ganadera todavía es posible, aún en un contexto de mercantilización de las economías, pero a condición de rescatar y respetar de la mejor manera posible la tradición y potenciar la organización de las artesanas, especialmente frente a la comercialización.

II. LA EXPERIENCIA DEL TALLER DE ESTUDIOS ANDINOS (TEA) EN LA PROMOCION DE LA PRODUCCION ARTESANAL

INTRODUCCIÓN

A mediados de la década de los 80, los Organismos No Gubernamentales iniciaron su trabajo de promoción y apoyo al campesinado aymara de la I Región. Curiosamente, aunque con objetivos más amplios que giraban en torno a la problemática de género, el primer programa que se desarrolló partió también apoyando la producción artesanal textil. Se trataba de un proyecto dependiente del actual CEDEM (ex CEM), que luego sería asumido por el Taller de Estudios Andinos.

Las ONG que han trabajado en esta línea son CEDEM, que actualmente lo hace a través de la organización Almacén Campesino (ALCA), el Taller de Estudios Andinos (TEA), el Taller de Estudios Regionales (TER), y el Obispado de Arica, a través de su Departamento de Acción Social (ahora Cáritas Diocesana).

Para el caso del TEA -y en gran medida para las otras ONG-, es necesario aclarar que la producción y comercialización de artesanías es abordada dentro de la perspectiva más amplia del desarrollo de un programa de acción social con mujeres aymara. Su propuesta institucional siempre ha intentado combinar tres cuestiones: primero, los resultados del diagnóstico sobre la sociedad aymara; segundo, los objetivos centrales del programa general de acción social con su población; y tercero, las posibilidades institucionales en términos de recursos.

Quienes han trabajado en programas de acción social destinados al acompañamiento de grupos sociales marginados y discriminados, saben que en el quehacer cotidiano, esta combinación no ha sido ni será tarea fácil. No obstante, de acuerdo a nuestra experiencia, pareciera ser que la revitalización de la actividad artesanal reúne ciertas condiciones que disminuyen, al menos en

14. Los precios alcanzados por la lana vellón no superan los \$ 1.000 el kilo, la de mejor calidad, color y en los sectores del altiplano norte más cercanos a la frontera con Perú. Los valores más bajos pagados por kilo de lana hilada por el Taller de Estudios Andinos son de \$ 2.700 el kilo de menor calidad. La producción de tejidos, en tanto, permite agregar aún mayor valor económico y precio a la lana.
15. TEA, 1991.

parte, estas dificultades y permiten enfrentar la acción desde tres dimensiones que la institución considera imprescindibles: la económica, la cultural y la organizativa.

Primero, se trata de una actividad económica potencial, que involucra a una gran cantidad de personas, familias y comunidades aymaras, tanto campesinas como migrantes en la ciudad. La comercialización de artesanías posibilita la generación de ingresos complementarios que pueden ayudar a resolver, al menos parcialmente, las dificultades económicas por las que atraviesan las familias pobres. Se trata de un trabajo remunerado para la mujer, que puede compatibilizar con el resto de sus actividades. Además, los aportes económicos que se generan de este modo, permiten revalorar el trabajo femenino, en una sociedad en proceso de transformaciones, donde la posición de la mujer va cambiando.

Segundo, debido a que la textilera en la sociedad aymara se inserta dentro de la socialización femenina, formando parte del proceso de identidad de género, la revitalización de la actividad textil favorece la revalorización y recuperación de una tradición cultural y tecnológica milenaria.

Por último, la producción y comercialización colectiva sientan las bases para propiciar formas organizativas que no tuvieron antes las mujeres, promoviendo así una mayor participación social a nivel local. Las formas organizativas que se generan, facilitan la creación de un espacio de encuentro para la reflexión de sus problemas, y las posibilidades de solución desde su propia condición de género y étnica. Su participación en los talleres productivos puede satisfacer las necesidades de información y educativas de acuerdo a sus propios intereses.

En las siguientes líneas se describen otras experiencias de apoyo a la producción artesanal; y luego se presentan las principales características que ha tenido el trabajo del Taller de Estudios Andinos en este ámbito. Por último, se presentan los lineamientos que, de acuerdo a nuestra perspectiva, debiera tener un plan más ambicioso de potenciamiento de la actividad artesanal entre los aymaras del norte de Chile.

A. OTRAS EXPERIENCIAS DE APOYO A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN ARTESANAL

Previo a la aparición de las ONG, existieron algunas experiencias de promoción a la producción y comercialización de artesanías aymaras. Sin embargo, son poco conocidas y se dispone de información muy fragmentaria respecto de ellas.

En la década de los sesenta, funcionó el Plan Andino, dependiendo de la Junta de Adelanto de Arica, que entre sus actividades mantuvo algunas líneas de capacitación para artesanos aymaras. No se conoce nada acerca de posibles experiencias de comercialización. La capacitación estaba dirigida a la enseñanza de técnicas y a la promoción de la confección de artesanías textiles utilitarias y orientadas a un eventual consumidor urbano (fue el caso, por ejemplo, de las alfombras de nudos). En estos cursos se emplearon capacitadores peruanos y asistieron artesanos de la zona interior de Arica e Iquique.

Entre 1972 y 1978 funcionó el Plan Isluga, dependiente de la Universidad de Chile y luego de la Universidad del Norte, sede Iquique, con el apoyo de fondos de SERPLAC. Una de sus líneas de trabajo fue la investigación y el apoyo a la comercialización de artesanías tradicionales, precisamente en la zona de Isluga, donde se conservaba —y aún se conserva— una rica tradición tecnológica de trabajo textil. Este programa abrió una tienda de artesanías en Iquique y efectuó algunas ventas en el centro del país y el extranjero, no obstante, se ignora la cuantía de las operaciones comerciales que logró realizar.

Aproximadamente entre 1976 y 1982, en la localidad de Lirima, con ayuda del sacerdote holandés Juan Van Kessel, se inició un trabajo de producción de artesanías (principalmente alfombras) para su venta en Holanda, al que se alcanzaron a unir otras comunidades de Cariquina. Los problemas de calidad y un exceso de envíos concluyeron con la devolución de muchas piezas, determinando el fracaso de la experiencia. No se conocen los volúmenes que pudieron alcanzar sus operaciones.

Durante la última década, en las zonas interiores también ha operado CEMA Chile. Su actividad principal ha consistido en la capacitación en tejidos a palilo para mujeres aymaras del altiplano, tanto de Parinacota como de Iquique. La enseñanza se concentró en la confección de prendas utilitarias para el autoconsumo y para la comercialización (chailes tejidos a palillo, chombas, bufandas, guantes y gorros). Las actividades de CEMA han disminuido notoriamente en los últimos años, hasta casi desaparecer en la actualidad. Hasta hace cinco años en Colchane, y dos años en Parinacota, CEMA también efectuó algunas compras de lana hilada a artesanas aymara, concentrándolas mayormente en el altiplano norte. Aunque no se tienen cifras exactas, los montos de adquisición fueron bajos, estimativamente del orden de los 150 a 200 kg. anuales.

Durante 1988, a través del Departamento de Acción Social (DAS) del Obisado de Arica, Caritas mantuvo un poder de compra de lana hilada de llama y alpaca, para surtir talleres artesanales de Santiago. Las adquisiciones se realizaron en varias comunidades de General Lagos y Putre (provincia de Parinacota). Habrían alcanzado a comprar unos 500 kg. El equipo del Das Arica fue desmantelado a principios de 1989, interrumpiéndose las adquisiciones desde entonces. De todas maneras, ahora como Caritas Diocesana, han seguido apoyando a un taller de artesanos provenientes de Parinacota.

B. LA EXPERIENCIA DEL TALLER DE ESTUDIOS ANDINOS

Durante el régimen militar se observa una ausencia de apoyo estatal a la economía campesina. Sólo existieron programas asistencialistas, antes no conocidos en la zona rural, a través de políticas subsidiarias al empleo (PEM y POJH) y de asignaciones familiares, de vejez, etc. Del mismo modo, se produjo una gran inversión en educación para la creación de escuelas fronterizas, la instalación de municipios y destacamentos policiales o militares, siguiendo los principios de un plan de chilenización, destinado a obtener un mayor control sobre territorios históricamente disputados.

Dentro de este contexto, obviamente no tenía cabida la especificidad étnica de la población. Al contrario, lo que se perseguía era su plena "integración" a la dinámica de la sociedad nacional. A lo más, su particularidad se rescataba desde el folklore. Por otra parte, cambios administrativos significaron la creación de varias municipalidades en las localidades rurales, lo que promovió importantes transformaciones. Se impulsaron nuevas formas organizativas (Juntas de Vecinos y Centros de Madres), que se superpusieron a las tradicionales. Por otro lado, también se agudizaron los efectos que venía produciendo la intervención de la iglesia pentecostal en la mantención de la religiosidad tradicional.

Frente a este cuadro, los programas de acción de las ONG apuntaron, en general, a crear un trabajo alternativo a través de un acompañamiento al quehacer cotidiano de las comunidades, tratando de generar capacidades de respuesta frente a las nuevas exigencias contextuales. Esto las llevó a proponer programas de asistencia a la producción y comercialización de productos agropecuarios, apoyar la generación de formas organizativas distintas a las impuestas por el gobierno militar, o promocionar la defensa de recursos amenazados.

En el desarrollo de sus programas, las ONG han encontrado ventajas y dificultades. En el caso particular de las artesanías, entre las primeras se puede mencionar la generación de ingresos complementarios, que permitió a algunas familias no emplearse en los valles como jornaleros, mantener una actividad económica que tradicionalmente han utilizado para su reproducción, generar formas organizativas que apuntaron a cambiar la relación individual que los campesinos mantenían con el mercado, por una relación colectiva, y la valorización de una forma de trabajo alternativo *con mujeres, que las consideró como campesinas e indígenas*. Entre las dificultades, quizás la más importante provenga del énfasis en lograr los objetivos económicos de comercialización, por sobre los sociales y culturales, lo que significó que las acciones realizadas tuvieran un carácter asistencialista. Por otra parte, por la necesidad de orientar los productos artesanales al mercado se tuvo que privilegiar los hilados y no los tejidos, para lo cual

a veces los propios artesanos recurrieron a la intermediación.

De todas maneras, desde el punto de vista del campesinado aymara, las ONG suplieron, en parte, la ausencia del Estado al escuchar sus demandas, pero obviamente las capacidades de éstas, junto a la marginalidad de sus acciones sociales, no permitieron satisfacerlas. En este contexto, desde la óptica de las ONG, el apoyo particular a la producción y comercialización de artesanías ha permitido responder parcialmente a un problema económico, generar un proceso de revalorización de la identidad aymara e iniciar un proceso educativo y de organización con mujeres.

La experiencia del TEA data de 1985, cuando algunos de sus actuales profesionales iniciaron este trabajo a través de un proyecto patrocinado por el Centro de Estudios de la Mujer (CEM). Aunque sus objetivos eran más amplios, centrados alrededor del tema de la organización femenina desde una perspectiva cultural y de género, también se abordó la generación de ingresos complementarios mediante la formación de talleres de artesanas.

Durante este primer período, que puede situarse entre 1985-1987, el trabajo fue facilitado —y, a la vez, sesgado— por la inserción de las artesanías textiles en un mercado de tipo solidario (representado por la Fundación MISSIO). A partir de 1988 la experiencia es asumida íntegramente por el TEA. Producto del fracaso de la relación con MISSIO, desde ese momento, aparte de los intereses organizativos y frente a las expectativas de ingresos que se habían generado entre los grupos de artesanas, la acción institucional se debió orientar también a la superación de los problemas existentes para la introducción de la producción artesanal textil en mercados más formales.

Esta situación se tradujo en la incorporación de una serie de exigencias de calidad a los productos; la creación de un fondo de adquisiciones que permitiera iniciar las compras, y enfrentar la comercialización con un stock medianamente adecuado; la implementación de una unidad comercializadora (TAYPI) que se hiciera cargo del proceso de compras, agregación de valor técnico (montaje de un taller de experimentación y aca-

bado para resolver los problemas de calidad) y ventas.

1. Propuesta de trabajo

La propuesta de trabajo del TEA intenta considerar, simultáneamente, tres dimensiones: la económica, la de género y la cultural. En lo económico, el trabajo se orienta hacia la promoción de mayores niveles de autogestión en la organización productiva y comercial, y a la generación de ingresos complementarios para el hogar. En términos productivos se estima fundamental considerar las diferencias existentes entre las distintas agrupaciones de artesanas con las cuales se trabaja. De este modo se busca promover la especificidad textil de cada una de ellas, lo que de ninguna manera puede significar una "especialización" productiva, por cuanto esta actividad seguirá siendo complementaria al resto del trabajo de la mujer. Por tanto, los esfuerzos están orientados a facilitar el conjunto del proceso productivo artesanal y a determinar formas de agregación de valor, de acuerdo a las características particulares de cada una de las agrupaciones.

De esta manera, la asistencia se canaliza a través de dos líneas de acción. Primero, asesoría técnica, para el mejoramiento de la calidad de los productos, compatibilización de técnicas tradicionales con tecnologías intermedias (ruca, madejadoras, etc.), que faciliten y disminuyan el trabajo y para la incorporación de procesos de agregación de valor (teñidos químicos y naturales, diseño de prendas, etc.). En segundo lugar, tras-paso de asistencia financiera, bajo la forma de créditos o donaciones para la adquisición de materias primas, herramientas, infraestructura y capital de trabajo.

En relación a la comercialización, se ha apoyado la formación y desarrollo de una organización amplia (CCANTATHI), que agrupa a más de la mitad de los talleres de artesanas actualmente relacionados con la institución. Esta asociación tendrá control sobre la comercializadora (TAYPI), entidad aún dependiente del TEA y encargada de la venta de los productos de todos los talleres. Esto no quiere decir que cada uno no pueda vender en

la medida de sus posibilidades en determinados segmentos del mercado; significa solamente que esta instancia dedicará todos sus esfuerzos a la venta de los productos artesanales en aquellos mercados en que cada uno de los grupos no puede llegar eficientemente por sí solo. En este sentido, la principal función de esta organización amplia está dada en la gestión de comercialización, en la fijación y determinación de las políticas de precios y en la compra de productos a los talleres socios.

Para el logro de este propósito, ha sido necesario diseñar y aplicar cursos de capacitación en instrumentos básicos de gestión en una perspectiva secuencial (curso de matemáticas, administración, contabilidad y comercialización); de organización (elementos básicos de organización); y talleres de reflexión. Estos cursos han intentado considerar la heterogeneidad existente intra e inter grupalmente, y la condición de género y étnica de sus miembros.

Desde la dimensión de género, se ha propuesto la promoción de una mayor participación social de la mujer, a través de actividades de reflexión y de apoyo a la organización. Las primeras apuntan a propiciar la discusión de formas participativas y organizativas para la mujer aymara. Las segundas

se orientan al diseño y aplicación de cursos básicos para la organización, orientados a transformar sus necesidades en demandas, en una perspectiva de mayor participación a nivel del poder local. En este aspecto se distinguen dos niveles de trabajo. Uno orientado a todas las agrupaciones de artesanas, considerando sus particularidades, y otro dirigido a la formación de líderes capaces de representar al conjunto de las mujeres en organizaciones más amplias.

Desde la perspectiva cultural, se han implementado talleres de reflexión que apuntan, por un lado, a reconstruir procesos de identidad, a través de una valorización positiva del ser aymara (recuperación de memoria colectiva, rescate de técnicas y diseños textiles, tradición oral, lengua, etc.). Por otro lado, se realizan actividades de extensión orientadas a sensibilizar a la sociedad nacional sobre la problemática de la mujer aymara. A esto último se liga la disposición institucional de favorecer la investigación sobre las relaciones de género, la cultura y la dinámica socio-económica de la sociedad aymara contemporánea y la difusión de la sistematización de las experiencias de trabajo.

CUADRO N° 9
AGRUPACIONES DE ARTESANAS TEXTILES APOYADAS POR EL TEA

Ubicación Comuna	Nombre Comunidad	Número Taller	Número Socios	Familias
Colchane	Chulluncane	Chulluncane	21	21
	Ancovinto	Inti	15	14
	Villablanca	Flor Andina	22	19
G. Lagos	Chislluma	Chupiquiña	12	9
	Cosapilla	Inti Also Pacarita	30	15
P. Almonte	Migrantes	Pampa del Tamarugal	12	9
Arica	Migrantes	Warmi	11	11
	Migrantes	Payachata	7	7
	Migrantes	Puchuldiza	9	5
	Migrantes	Wanapa	4	4
	Migrantes	Mauque	5	3
Totales			148	117

2. Características de las agrupaciones de artesanas

Actualmente el TEA presta apoyo permanente e integral a once talleres y a una asociación (ésta asociación está conformada por siete de los talleres antes mencionados), y presta asistencia específica a dos asociaciones de artesanos. Respecto a los talleres, cinco están integrados por artesanas del altiplano y seis por migrantes, que reúnen un total de 148 personas, representantes de 117 unidades domésticas; las asociaciones por su parte, están conformadas mayoritariamente por mujeres aymaras migrantes. A continuación se describen las principales características de los talleres, puesto que son éstos los que mantienen relaciones más estables con nuestra institución. (Ver Cuadro N°9)

Una de las principales características que presentan estas agrupaciones de artesanas es su heterogeneidad, la que se manifiesta tanto entre los grupos como al interior de los mismos. Las variaciones intergrupales tienen que ver, principalmente, con las diferencias existentes entre los contextos socio-económico y culturales de cada zona. De esta manera, no son comparables los grupos de artesanas del altiplano con los de la ciudad, así como tampoco los del altiplano norte con los del sur. En ello tienen directa intervención los distintos procesos históricos, culturales y económicos que ha vivido cada área territorial.

De esta manera, se pueden consignar variaciones en las características productivas: las artesanías varían de un grupo a otro de acuerdo al tipo de técnicas empleadas, diseños y calidad. Así, se

CUADRO N° 10
Características Principales de los Grupos de Artesanas

Variable	Categoría	Altiplano	Migrantes	Total
Sexo	Femenino	87,3%	100,0%	90,8%
	Masculino	12,7%	0,0%	9,2%
Estado Civil	Casadas	77,5%	69,2%	75,2%
	Viudas	1,0%	5,1%	2,1%
	Separadas	0,0%	2,6%	0,7%
	Solteras	21,6%	23,1%	22,0%
Escolaridad	Sin estudio	26,3%	17,9%	23,9%
	Básica incompleta	64,6%	56,4%	62,3%
	Básica completa	9,1%	0,0%	6,5%
	Media incompleta	0,0%	7,7%	2,2%
	Media completa	0,0%	15,4%	4,3%
	Profesión técnica	0,0%	2,6%	0,7%
Edad	20 años y menos	21,0%	20,5%	20,9%
	21 a 30 años	29,0%	35,9%	30,9%
	31 a 40 años	13,0%	12,9%	12,9%
	41 a 50 años	17,0%	20,5%	18,0%
	51 a 60 años	8,0%	5,1%	7,2%
	61 años y más	12,0%	5,1%	10,1%
Número hijos	Ninguno	17,7%	22,2%	18,9%
	1 a 3 hijos	38,5%	41,7%	39,4%
	4 a 6 hijos	31,3%	30,6%	31,1%
	7 a 9 hijos	12,5%	5,5%	10,6%

puede encontrar desde grupos de artesanas cuyo único producto es el hilado, hasta aquéllos que manejan el conjunto de las técnicas textiles andinas. También existen diferencias respecto del mayor o menor grado de importancia de la artesanía en los ingresos familiares de ciertas comunidades, lo que también tiene que ver con la disponibilidad de ganado y, por tanto, de materias primas (tanto en cantidad como en calidad).

Las diferencias internas se relacionan con el tipo de habilidades de las mujeres, la edad y el grado de escolaridad alcanzado o la experiencia obtenida en términos del manejo de relaciones con agentes externos. Esto se ve facilitado por mecanismo de asociación que normalmente giran en torno a lazos parentales. Se agregan también diferencias económicas entre las familias asociadas, lo que determina que los ingresos por concepto de ventas de artesanías puedan ser más importantes para unas y menos para otras. (Ver Cuadro N° 10).

A pesar del que el trabajo ha estado orientado al ámbito general del problema de la mujer, en algunas agrupaciones también se han incorporado hombres, aunque solamente en el altiplano y especialmente en el área norte. De todas maneras, éstos representan en la actualidad sólo el 9,2 por ciento del total de artesanos pertenecientes a estos grupos.

El 75,2 por ciento de las artesanas son casadas, en tanto que un 22 por ciento son solteras. En el caso del altiplano, por factores de patrilocalidad y exogamia comunal, las mujeres dueñas de casa que conforman un grupo, están generalmente emparentadas políticamente. En el caso de las solteras, se trata de un elemento móvil para la agrupación, por cuanto al casarse normalmente abandonan la comunidad.

La media de escolaridad de las mujeres artesanas es baja, de apenas 3,9 años de escuela y un 23,9 por ciento de analfabetismo. Pero, existen diferencias entre los grupos altiplánicos y los urbanos. En los primeros, la media sólo alcanza a 3,5 años de estudio, con un 26,3 por ciento de analfabetismo, en tanto que en los segundos se observa un promedio de 5,0 años y una tasa de analfabetismo un poco más baja (17,9%). Además, un 25,7 por ciento de las artesanas tiene estudios superiores a

los del ciclo básico, situación inexistente en el caso de los grupos altiplánicos.

La edad de las mujeres que componen un grupo es también variable, aunque existen un predominio de mujeres menores de 30 años, que representan un 64,7 por ciento. La media de edad de las artesanas es de 35,6 años, siendo ligeramente superior en los grupos altiplánicos (36,6 años) respecto de los de la ciudad (33,1 años). En cuanto al número de hijos, también existen diferencias dentro de un grupo. Las mujeres sin hijos representan un 18,9 por ciento del total. La mayoría, en tanto, se concentra en los estratos de 1 a 3 hijos (39,4%) y 4 a 6 hijos (31,1%). La media general es de 3,1 hijos por hogar, aunque la tasa es mayor en el altiplano (3,2) que en la ciudad (2,7).

3. La organización

En los tres primeros años (1985-1987) el trabajo institucional estuvo centrado solamente en la comuna de Colchane. En esta zona, y en general en todo el altiplano, predomina la organización comunitaria. La conformación de los grupos de artesanas siguió también esta misma línea. Es decir, se trató de la asociación de mujeres pertenecientes a una misma comunidad. De allí la importancia que juegan las relaciones parentales y la heterogeneidad interna que presentan las agrupaciones.

A partir de 1987, el trabajo se amplía a artesanas del altiplano sur, donde sigue el mismo esquema de adhesión comunitaria, y a grupos de mujeres migrantes de Pozo Almonte y Arica. En la formación de estos últimos también inciden las relaciones de parentesco, ya que los emigrados de una misma comunidad o familia generalmente viven cerca e interactúan constantemente.

En el sector rural las agrupaciones tienen un elemento móvil y otro permanente. El primero está constituido por las mujeres solteras, que normalmente abandonan sus comunidades de origen al casarse para instalarse en las de sus maridos. En el caso de la ciudad, este fenómeno no es tan claro, pero se han detectado problemas entre mujeres emparentadas políticamente.

El número de grupos apoyados por la institu-

ción ha aumentado, lo mismo que se ha ampliado el área de trabajo. Incluso, a los señalados en el cuadro anterior, habría que agregar otros con los cuales sólo se han establecido relaciones eventuales de compra de artesanías, pero donde no ha prosperado un trabajo más integral. (Ver Cuadro N°11).

No obstante, también algunos grupos han desaparecido o han dejado de relacionarse con la institución. Entre los factores más importantes que han influido en su desarticulación se encuentran la migración a ciudades (por ejemplo, Pozo Almonte y Warmi, son migrantes con las cuales el TEA había trabajado en sus comunidades de origen), la frustración en las expectativas de ingresos esperados, conflictos internos o poca motivación por una atención que vaya más allá de la simple transacción de una artesanía.

Cuando existe algún tipo de experiencia en relación al funcionamiento de centros de madres, la dirección de los grupos puede seguir el sistema corriente de Presidenta, Vicepresidenta, Secretaria y Tesorera; cuando no, se categorizan sólo como Primera Encargada, Segunda, etc. El 48 por ciento de las actuales dirigentas tienen algún tipo de experiencias organizativas previa, del tipo mencionado más arriba (centro de madres), pero este porcentaje es más bajo en los grupos urbanos (36,4%). La experiencia migracional de las líderes, en el caso de las agrupaciones rurales, se manifiesta en un 46,7 por ciento. En general, se puede decir que quienes detentan la dirigencia son aquellas que han iniciado los contactos y son, por así decirlo, las socias "fundadoras". Asimismo, esta misma situación parece influir en la poca rotación que se observa en los cargos.

CUADRO N° 11
Evolución de los Grupos Apoyados por el TEA

Área Grupos		1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991
Altiplano Sur	Enquelga	xxxx	xxxx	xxxx	xxxx	xxxx	xxxx	
	Chulluncane	xxxx	xxxx	xxxx	xxxx	xxxx	xxxx	xxxx
	Citani		xxxx	xxxx	xxxx			
	Ancovinto		xxxx	xxxx	xxxx	xxxx	xxxx	xxxx
	Lampaipata			xxxx	xxxx	xxxx		
	Huaytane				xxxx	xxxx	xxxx	
	Curahuano					xxxx		
	Villablanca						xxxx	xxxx
		100%	100%	100%	56%	55%	42%	25%
Altiplano Norte	Chislluma				xxxx	xxxx	xxxx	xxxx
	Cosapilla				xxxx	xxxx	xxxx	xxxx
		0%	0%	0%	22%	18%	16%	17%
Migrantes	Pozo Almonte				xxxx	xxxx	xxxx	xxxx
	Warmi				xxxx	xxxx	xxxx	xxxx
	Puchuldiza					xxxx	xxxx	xxxx
	Payachata						xxxx	xxxx
	Wanapa							xxxx
	Mauque						xxxx	xxxx
	Lluta							
		0%	0%	0%	22%	27%	42%	58%

Sólo en un grupo del altiplano norte existen varones en los cargos, en los demás sólo mujeres. La influencia del estado civil, en términos de que las mujeres solteras podrían disponer de más tiempo para dedicar a sus agrupaciones, sólo parece ser visible en los grupos urbanos, donde un 45,4 por ciento de las dirigentes tienen esa condición. En el campo, en tanto, el 100 por ciento de las dirigentes son casadas.

Respecto de la edad, existe una ligera diferencia entre la media de las líderes y el promedio grupal (31,8 años versus 35,6 años). De todas maneras, las dirigentes de los grupos urbanos son más jóvenes que las del altiplano. Donde se detectan mayores diferencias entre las líderes y el resto del grupo es a nivel de la escolaridad. De hecho, sólo el 7,4 por ciento de ellas son analfabetas (versus un porcentaje general de un 23,9%). En el campo, las dirigentes tienen un promedio de 5,9 años de estudio (contra una media de 3,5 grupal). En los grupos urbanos, en tanto, la diferencia es de 8,2 años (versus 5,0 años grupal).

Los grupos se encuentran organizados básicamente bajo la forma de talleres productivos, conformando una red que agrupa tanto a los rurales como urbanos, ya que, aún cuando cuentan con distintos grados de organización, estos talleres enfrentan problemas comunes en lo económico (producción y comercialización) y en lo social (participación social de sus miembros). Lo anterior las condujo a crear una instancia organizativa más amplia, como lo es la Asociación de Talleres Artesanales de Mujeres Aymaras Ccantathi, a través de la cual esperan lograr un mayor grado de autogestión en la solución de sus problemas.

Tanto en el funcionamiento de los talleres como en el de la asociación, es importante mencionar que la producción es abordada individualmente y se realiza en los hogares. Sólo existe funcionamiento colectivo en la solución de aspectos relacionados con el desarrollo organizativo, la capacitación, las tareas de comercialización y, últimamente, en parte del procesamiento final y acabado de los productos. Normalmente los grupos se reúnen una vez al mes, cuando deben resolver problemas de envíos, fijar cuotas de ventas o adoptar acuerdos; la asociación, por su parte, efectúa

asambleas generales dos veces al año y reuniones periódicas de directiva, tanto de carácter informativo como para la toma de acuerdos de índole organizativa, productiva o comercial.

4. La producción

El apoyo a las actividades productivas de las distintas agrupaciones ha tomado como base las particularidades antes descritas. A ellas se han agregado las condiciones de mercado existentes para los productos artesanales. En la actualidad, se realiza una asistencia diferenciada a cada grupo, intentando potenciar las diversas especialidades que éstos presentan.

Los grupos altiplánicos, también en gran medida por la experiencia de comercialización, en su mayoría se orientan al hilado fino de lanas de llamas y alpacas (para telar); al hilado grueso (para palillo); al tejido de prendas de uso tradicional, y al teñido con especies vegetales de la zona. Los seis talleres de mujeres migrantes realizan prendas de uso más universal, aplicando básicamente la tecnología tradicional andina (telar y técnicas), combinando diseños propios y externos (por ejemplo, en la combinación de colores). La mayoría de estos grupos también realizan teñidos químicos y naturales con vegetales comunes y andinos.

Siguiendo la costumbre, el proceso de trabajo se realiza a nivel familiar. Sólo el control de calidad, la distribución de las cuotas de producción, el traslado a los lugares de venta, como asimismo algunas funciones de acabado de los productos (lavado, etiquetado, embolsado, etc), son asumidas a nivel colectivo. El tipo de tecnología que se usa en la producción continúa siendo la tradicional.

El diagnóstico inicial determinó una serie de dificultades que afectaban una relación más adecuada de las agrupaciones con las exigencias de mercados formales. Estas tenían que ver, y en algunos casos todavía tienen, con la selección y uso de materias primas para conseguir una mejor calidad de producto. Asimismo, se presentaban y siguen presentándose problemas para la consecución de aquellas materias primas más requeridas por el mercado, especialmente en cuanto

CUADRO N° 14

Resumen de Ventas de lana hilada de artesanas aymaras, por año y por comunidad (en pesos de 1991)

Ingresos	Ventas					Ingreso medio anual		
	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	Totales
Comuna Grupo	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	Totales
Colchane Enquelga	2 840 771	7 739 546	1 420 535	1 370 599	948 368	603 565	-	14 923 384
Chulluncca	574 018	2 618 806	226 325	345 517	243 604	106 708	-	4 114 978
Villablan	-	-	-	-	-	570 651	-	570 651
C.Citani	-	1 091 429	-	106 937	-	-	-	1 198 366
Ancovinto	-	1 646 464	382 195	1 543 293	539 167	104 308	226 983	4 442 410
Lampaipat	-	-	122 019	717 595	143 289	-	-	982 903
Cotassya	-	-	-	10 240	-	-	-	10 240
Haytane	-	-	-	-	222 719	-	-	222 719
Carahuano	-	-	-	-	12 290	-	-	12 290
General Chislluma	-	-	-	43 547	78 837	169 797	493 357	785 538
Lagos Cosapilla	-	-	-	391 369	1 013 252	1 608 894	1 169 784	4 183 299
Tacora	-	-	-	11 724	37 273	132 195	150 259	331 451
Caquena	-	-	-	-	686 721	15 890	9 240	711 851
Ancolacane	-	-	-	-	9 587	-	-9 587	9 587
Chocuyo	-	-	-	-	31 244	-	-	31 244
P.Almon Migrantes	-	-	-	519 705	138 053	842 611	429 988	1 930 357
Arica Migrantes	-	-	-	-	887 881	765 496	244 933	1 898 310
Totales	3 414 789	13 096 245	2 151 074	5 060 526	4 992 285	4 920 115	2 724 544	36 359 578
								5 194 225
								28 384

CUADRO N° 15

Comercialización de Tejidos Tradicionales y No Tradicionales a través del TEA,
por año y agrupación de artesanas (en pesos del 1991)

Grupo	1987	1988	1989	1990	1991	Totales
Enquelga	235.268	509.841	308.712	1.797.740	-	2.851.561
Ancovinto	72.314	112.012	106.227	450.480	5.700	746.733
Huaytane	-	-	5.745	-	-	5.745
Lampaipata	17.044	25.141	6.176	-	-	48.361
C.Citani	152.116	-	-	-	-	152.116
Chulluncane	60.000	-	-	-	-	60.000
Villablanca	-	-	-	214.678	14.400	229.078
Migrantes 1	-	-	1.116.160	1.686.700	802.585	3.605.445
Migrantes 2	-	-	697.275	1.445.742	895.786	3.038.803
Migrantes 3	-	-	-	963.828	114.250	1.078.078
Migrantes 4	-	-	189.292	-	148.067	337.359
Migrantes 5	-	-	-	-	119.950	119.950
Migrantes 6	-	-	-	-	106.800	106.800
Totales	536.742	646.994	2.429.587	6.559.168	2.207.538	12.380.029

CUADRO N° 16

Resumen anual de ventas en kilos y pesos de lana hilada y artesanías, por artesanos participantes
(en pesos del 1991)

Años	Número de Participantes	Kilos	Venta de Lana Pesos	Venta de Artesanías	Ingreso Promedio por artesano
1985	38	1.060	3.414.789	-	89.863
1986	100	3.934	13.096.245	-	130.962
1987	62	529	2.151.074	536.742	43.352
1988	89	1.170	5.060.526	646.994	64.129
1989	155	1.182	4.992.285	2.429.587	47.883
1990	156	1.143	4.920.115	5.559.168	73.585
1991	86	779	2.724.544	2.207.538	57.350

CUADRO N° 17

Ingresos mensuales por agrupación, mediante gestión directa (en pesos 1991)

MESES AGRUPACION	JULIO	AGOSTO	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
"AYMARA"	51.900	77.100	593.700	218.200	940.900
"PUCHULDIZA"	--	57.500	218.600	38.300	314.400
"PAYACHATA"	72.800	44.100	455.800	54.500	627.200
"WANAPA"	36.000	35.300	384.517	69.500	525.317
"PACHAMAMA"	31.000	80.450	625.467	123.300	860.517
"FLOR ANDINA"	--	--	256.800	40.000	296.800
"LAS ANDINAS"	--	--	82.740	3.900	86.640
TOTALES	192.000	294.450	2.617.624	547.700	3651.774

La gestión directa arroja cifras bastantes satisfactorias, si consideramos que se trata de los primeros contactos "formales" de los artesanos con mercados no solidarios. Las cantidades entregadas, sumadas a las ya presentadas en las tablas anteriores, nos permiten una visión exacta de los ingresos reales percibidos por los artesanos.

Dentro del proceso descrito, es interesante el aumento de la comercialización de prendas artesanales que, como es obvio, incorporan mayor valor agregado. Este aspecto puede ser relevante, por cuanto de apoyarse en mayor escala, mucha de la lana que se comercializa como producto final, podría tener un proceso de agregación de valor y venderse bajo la forma de artesanía terminada.

Respecto del tipo de producto, por la experiencia obtenida, las artesanías tradicionales tienen un "techo" en la demanda nacional, ya que quienes buscan estos artículos los destinan principalmente a adornos. En cambio, para el caso de las artesanías no tradicionales, se presenta un mercado de buenas posibilidades, debido al tipo de productos que se confeccionan, que apunta fundamentalmente al aspecto funcional del mismo (chalecos, bufanda, ponchos, chales, etc.).

De cualquier manera, las posibilidades que presenta la elaboración de productos artesanales no tradicionales enfrenta algunos problemas referidos a la incorporación de técnicas y diseños poco conocidos; la inexistencia de un poder comprador de tamaño adecuado (el que posee el TEA no es suficiente) que centralice las compras, y realice las gestiones de comercialización pertinentes para colocar los productos en el mercado (creando canales de comercialización en lugares apropiados); el reciente desarrollo de instancias organizativas que puedan funcionar eficientemente y de modo autogestionado, sin intervención de terceros.

C. PRINCIPALES PROBLEMAS PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS AYMARA

La cerámica (ritual y utilitaria) y la joyería tradicional en plata han prácticamente desaparecido. Es posible que, a partir de una labor de rescate de

conocimientos técnicos tradicionales, pueda ser posible capacitar y dar ocupación a un número, que de todas maneras será limitado, de artesanos que puedan comercializarlos. Sin embargo, este proceso es más complejo que en el caso de la textilería, pues supone la recuperación de tecnologías casi perdidas, su transmisión, el conocimiento cabal del segmento de mercado en el que pudieran insertarse e información sobre las características de la demanda, así como los medios profesionales, materiales y financieros para consolidar la experiencia.

El rubro artesanal que tiene mayores posibilidades es la textilería, tanto porque aún mantiene vigencia, ya que existe un potencial de cerca de 600 artesanos que podrían incorporarse sin dificultad a una experiencia de este tipo, como porque existe un cúmulo de experiencias previas, aunque no todas exitosas, que pueden aportar mayores luces en un programa de activación de mayor alcance.

1. Problemas en la producción de artesanía textil

Los hilados y tejidos requieren fibra de buena calidad, preferentemente de alpaca. Sin embargo, la población de estos animales tiene una distribución geográfica muy desigual. Otro tanto ocurre con la posesión de estos animales dentro de una misma comunidad. Resulta entonces que una parte considerable de las artesanías no es capaz de satisfacer la actual demanda de hilados y tejidos de alpaca en base a la producción de sus propios animales (porque no los tiene o porque son pocos). Este fenómeno ocurre principalmente en comunidades del altiplano sur, precisamente donde se ha establecido una mayor demanda.

Otros problemas tienen que ver con el grado de elaboración, uniformidad relativa, acabado y presentación de los productos artesanales, que en muchos casos todavía es insuficiente. De acuerdo a la experiencia del TEA, cuestiones como la limpieza, etiquetado, textura, envasado, olor, peso, medidas, color, etc., son de suma importancia para abordar exitosamente mercados formales, y deben interiorizarse adecuadamente, aunque muchas veces, las mismas condiciones de vida en los sectores rurales (falta de agua, insumos, etc.) conspiran

contra ello.

Existe una relación directa entre agregación de valor e ingresos finales para los productores artesanos. Se han obtenido avances en la introducción de técnicas mejoradas para la elaboración de productos con mayor agregación de valor, tratando de satisfacer los requerimientos de mercado, pero sin alterar técnicas, aún cuando queda todavía un largo camino por recorrer.

El diagnóstico de los cambios en la división sexual del trabajo entre los aymaras durante las últimas décadas, señala con claridad una situación desfavorable para las mujeres, que son las productoras textiles por excelencia. Los ingresos que puedan aportar al hogar por la venta de sus artesanías, pueden tener lugar en el marco de jornadas de trabajo doméstico y predial muy recargadas. Es prioritaria, en este sentido, la búsqueda de herramientas y máquinas, sencillas de operar y de rendimiento eficiente, que faciliten la mantención o el incremento de los actuales niveles de producción artesanal sin recargar de trabajo a las mujeres.

2. Problemas en la comercialización de artesanías textiles

Hasta hoy se conocen imperfectamente los límites y posibilidades del mercado nacional para las artesanías textiles y otros rubros de manufactura casera aymara. No existe un estudio de mercado satisfactorio que permita dimensionar qué productos artesanales tienen más demanda, en qué cantidad, con qué características particulares, en qué momentos del año, en qué lugares del país, para qué consumidores, de qué estamento social, etc. Tampoco se sabe mucho acerca de cuáles pudieran ser las fórmulas de comercialización y promoción más adecuadas. Es obvia la urgencia de respuesta para estas preguntas, ya que de otro modo no sería posible plantear en serio la promoción de las artesanías aymaras.

De una manera más aguda aún, se hace sentir la falta de información sobre los eventuales mercados internacionales (en Europa y Norteamérica). Se reconoce en ellos la existencia de un mercado potencial de suma importancia, por los posibles

volumenes de compra y por los excelentes precios, pero no se han realizado todavía experiencias de este tipo (salvo a nivel de oferta de muestras).

La experiencia del TEA en el trabajo con artesanas, enseña que las artesanías tradicionales tienen un mercado limitado, puesto que, descontextualizados de sus ambientes de uso, sirven sólo o principalmente como adornos en los hogares urbanos de destino, por lo general de elite. No obstante, utilizando herramientas y técnicas tradicionales, pero incorporando diseños utilitarios de moda, se ha logrado cierto éxito (ponchos, ruanas, bufandas, chales, chombas, etc.).

Estas prendas, junto con la lana hilada artesanalmente, son las que presentan, comparativamente, una mucho mayor demanda. Al menos en una primera etapa, éstos deberían constituir los capítulos principales en un plan de producción y comercialización artesanal de mayor envergadura. Esto no significa dejar de lado la confección de textiles tradicionales, para los que habría que explorar nuevos mercados.

3. Dificultades y logros en la organización de las artesanas

La mayoría de las agrupaciones locales de artesanas que funcionan actualmente, están todavía muy ligadas a la asistencia de distinto tipo que le brindan organismos externos. Si bien esta asistencia puede ser imprescindible durante un primer periodo, es necesario avanzar hacia una mayor autonomía y autogestión productiva y comercial por parte de los propios artesanos.

Sin embargo, parece muy difícil que cada grupo de artesanas, por sí solo, pueda en algún momento arribar a una autogestión completa. Tanto por cuestiones que tienen que ver con la producción, como con el mercado, parece aconsejable impulsar un nivel de organización más amplio que reúna a los distintos grupos, sin que pierdan sus perfiles particulares.

Dada la constatación anterior y en el convencimiento que, si bien la emergencia de los talleres artesanales aymaras ha sido importante, es necesario avanzar hacia formas de organización más

amplias que permitan a las mujeres mayores grados de autogestión en la solución de sus problemas, mejores niveles organizativos, una coordinación más eficaz entre agrupaciones, etc.; nace CCANTATHI, asociación que agrupa a siete talleres artesanales de mujeres aymaras, tanto del sector urbano como rural.

Con todo, y reconociendo que en ellas intervienen también otras dimensiones, las organizaciones de artesanas deben ser entendidas además, como organizaciones económicas. Como tales deben satisfacer un conjunto de requerimientos de planificación y gestión productiva, comercial, financiera, etc. Si el objetivo es la promoción de la producción artesanal, como mecanismo de consecución de ingresos complementarios para economías pobres, sólo por esta vía parece ser posible que los grupos puedan alcanzar permanencia en el tiempo y acrecentar sus actividades. Estos requerimientos son satisfechos hasta ahora de una manera muy parcial y primaria.

D. PROPUESTAS DE TRABAJO PARA UN PLAN DE FOMENTO A LA ARTESANÍA AYMARA

1. Investigación aplicada

a) En investigación tecno-productiva:

- Creación y/o adaptación de máquinas y herramientas (como ruecas, madejadoras, embobinadoras, etc.) que mejoren la eficiencia productiva artesanal disminuyendo el trabajo de las mujeres artesanas.
- Estudios de factibilidad técnica para la producción de objetos artesanales de cerámica y platería aymaras, en combinación con una adecuada percepción de las reales posibilidades de mercado para tales productos.

b) En investigación de mercado

- Estudio del mercado nacional de artesanías textiles aymaras que permita fundar decisiones acertadas de producción y estrategias adecuadas de comercialización.

- Búsqueda de posibles canales de venta de artesanías aymaras en el extranjero e indentificación de los productos de mayor acogida. Pudieran jugar un rol muy importante en este sentido organismos como Sercotec o Pro-Chile.

2. Capacitación

- a) Capacitación de técnicas para la agregación de valor a la lana vellón y la lana hilada (hilados especiales, teñidos de hilos con colorantes naturales y con anilinas industriales, técnicas de tapicería, alfombras de nudos, prendas de vestir, recuperación de motivos tradicionales, etc.).
- b) Capacitación para el acabado y presentación de artesanías (limpieza; estandarización de medidas, pesos, calidades y colores; etiquetado y envasado).
- c) Enseñanza de instrumentos básicos de gestión financiera económica y de planificación para las organizaciones económicas de artesanas.

3. Inversión Social

- a) Fondos rotatorios, manejados por las agrupaciones de artesanas, para la obtención de materias primas (lana vellón, lana hilada, colorantes, otras materias primas).
- b) Fondo de crédito para la obtención de máquinas y herramientas de confección artesanal mejoradas (hiladoras, madejadoras, embobinadoras, etc.).
- c) Fondo de donaciones para apoyar gestiones de mercado por parte de las propias agrupaciones de artesanas y para la habilitación de talleres de producción colectiva en las comunidades.
- d) Fondo de adquisiciones para la mantención de un poder de compra a los artesanos, si es que se decide abordar, al menos en un primer momento, la comercialización de artesanías por medio de alguna instancia especial.

4. Asistencia Técnico-Profesional

- a) En definición y diseño de objetos artesanales aptos para su puesta en el mercado (identifica-

ción de objetivos y prendas con aceptación, definición de tamaños, pesos, colores, motivos decorativos, etc.)

- b) En gestión de organizaciones económicas de artesanas, para apoyar la toma de decisiones financieras, productivas y comerciales.
- c) Asesoría para la definición, creación y puesta en funcionamiento de una organización regio-

nal de artesanos aymaras que pueda coordinar la producción artesanal y su puesta en el mercado, a la vez que relacionarse, establecer convenios de cooperación, solicitar servicios, etc; con agentes externos (organismos estatales, no gubernamentales, particulares, otras organizaciones aymaras).