



EL TALLADO DE LA MADERA

en las COMUNIDADES WICHÍ



Experiencias
de comercialización
y acompañamiento

Bermejo - Salta



EL TALLADO DE LA MADERA en las COMUNIDADES WICHÍ

Publicación de



FUNDAPAZ
FUNDACION PARA
EL DESARROLLO
EN JUSTICIA Y PAZ

La fundación tiene por objeto la promoción humana y el desarrollo solidario de las comunidades rurales pobres del Norte argentino. La promoción que se propone alentar se fundamenta en una visión evangélica del hombre adecuada a los tiempos históricos.

www.fundapaz.org.ar

Argentina.
Diciembre de 2003.
Año 3 N° 4.

Moreno 1958 - (S355ODMV) Vera - **Santa Fe**
Teléf./fax: (03483) 421037
E-mail: fundapaz@csdnet2.com.ar

Belgrano s/n, Forres (G4312CKA)
Santiago del Estero
tel/fax: 0385-4902011
e-mail: fundapaz@arnet.com.ar

España 1587 - (A4400AOG) - **Salta**
Teléf./fax (0387) 4213064
e-mail: fundapazsalta@arnet.com.ar

(A4555ADG) Los Blancos - **Salta**

Avda. Juan D. Perón 916 - (A 4550A7W)
Embarcación - **Salta**
Teléf./fax: (03878) 471712
e-mail: berniejo@fundapaz.org.ar

Eva Duarte s/n. (4561)
Santa Victoria Este- **Salta**.
Tel: (03875) 490105
fundapazpilcomayo@tartagal.com.ar

Castelli 12 - 2° "A" (C1031AAB) - **Buenos Aires**
Teléf./fax: (54-11) 4864-8587 y 4861-6509
E-mail: buenosaires@fundapaz.org.ar

Director responsable:
Juan Luis Díaz.

Contenidos:

Antonia Molina.
Myriam Hanotte.
Paulo Miranda.
Silvia Reynoso.
Osvaldo López.
Fernando Sotelo.
Pablo Frère.

Y la participación de:

Diseñador Juan José
Marinero.

Diseño y compaginación:
Daniela Peña.

Foto de tapa:

En su taller Domingo Vaca,
artesano de Misión Chaqueña.



ESTA PUBLICACIÓN HA SIDO
POSIBLE GRACIAS A LA
COLABORACIÓN DE
LA FUNDACIÓN CARDENAL LEGER Y
AVINA.



*Mientras estábamos trabajando en la realización de este documento, ocurrió el fallecimiento del señor **Arsenio Argamaza**, uno de los primeros artesanos en abrirnos las puertas de su casa. Dedicamos este documento a su memoria.*

El tallado de la madera en las comunidades wichí

Presentación

El presente documento aspira ser una herramienta de consulta para quienes quieren apoyar a artesanos, ya sea en la producción o en la venta de sus piezas; si bien las experiencias que presentamos responden a la voluntad de FUNDAPAZ de apoyar y/o encontrar alternativas productivas junto con los beneficiarios para mejorar su nivel de vida, siempre se consideró el acompañamiento a los artesanos como delicado.

El tallado de madera no es una labor tradicional en las comunidades wichí; es una actividad que se inició en la zona con algunos hombres desde hace más de 20 años. Los artesanos con gran capacidad han ido mejorando rápidamente su producción, tanto en la variedad de los diseños como en la calidad de la terminación y la comercialización de las piezas. En algunas comunidades, las familias que se dedicaron a las artesanías encontraron allí una fuente de ingreso genuina. Pero, desde hace unos años, el panorama cambió y el crecimiento se detuvo y en el año 2002 se reactivó nuevamente. Estos altibajos provocaron que algunos artesanos dejaran la actividad para dedicarse a otro trabajo.

Volver a dar otro salto en la producción y en la comercialización de las piezas supone intervenir en varios niveles o variables poco manejados por los artesanos. El ejemplo más contundente quizá sea el de la comercialización. Por lo tanto, frente a un camino que ya tiene historia y que fue perfeccionándose, mejorar el sistema existente fue y es un gran desafío que aceptó FUNDAPAZ al recibir el pedido de los artesanos.



Las experiencias que presentamos se desarrollaron en comunidades wichí donde FUNDAPAZ interviene también con otras actividades:

- ❖ Comunidad Wichí Lewetes. Los Blancos (departamento Rivadavia);
- ❖ Comunidad "Misión Chaqueña";
- ❖ Comunidad "Misión Salim" y
- ❖ Comunidad "Laka Honat Lote 75". Estas tres últimas del departamento San Martín.

En estas comunidades ya trabajaban grupos de artesanos y son ellos los que pidieron apoyo para revisar algunos aspectos de su oficio.

I. Marco cultural y socioeconómico en el que se inserta el trabajo

1. Los Wichí

Antes de la llegada del blanco, el pueblo Wichí (grupo lingüístico Mataco-Mataguayo) vivía esencialmente de la caza, pesca y recolección. Se mudaban con las estaciones según la actividad a realizar y según la disponibilidad de agua que se tomaba de las cañadas o del río. Se cultivaba un poco, tirando semillas y volviendo al lugar meses después para cosechar.

Se organizaban por grupos familiares amplios, variando estos según las divisiones o alianzas. Lo que se cazaba, recolectaba o cosechaba se dividía por igual entre todas las familias de un mismo grupo.

El Chaco quedó como frontera entre el mundo blanco y el mundo indígena hasta las últimas décadas del siglo XIX. La llegada del tren, la expansión de la agricultura y la ganadería extensivas, la explotación irrestricta de la madera chaqueña por compañías extranjeras borró esta frontera. Los Wichí no resistieron violentamente como otros pueblos y pronto empezaron a trabajar como mano de obra en las plantaciones, llegando estas a emplear a 15.000 indígenas por temporada¹. La relación entre los blancos y los indígenas era desigual y violenta.



La evangelización se hizo primero por misioneros franciscanos (siglo 18), y luego por anglicanos (primera década del siglo 20) y de la Iglesia Asamblea de Dios (de origen noruego, 1940). Así se formaron las misiones. Poco a poco, los Wichí cambiaron su estilo de vida para asentarse en estas misiones e incorporar nuevas actividades.

Hoy, se estima la población Wichí en Argentina en algo más de 70.000 personas².

1- Mercedes Silva: "Memorias del Gran Chaco".

2- Según las fuentes, los números varían entre 70 mil y 85 mil personas.

2. Marco socioeconómico

1. Datos generales

Los departamentos de Rivadavia y San Martín -donde se encuentran las comunidades wichí- están entre los más pobres de la Argentina. Encontramos los índices de NBI más altos y los siguientes datos específicos de las comunidades lo ilustran:

➤ El 60% de los adultos es analfabeto o analfabeto funcional, 10% de los niños no concurren a la escuela. Considerando que las escuelas tienen comedor, de no tenerlo, la cifra aumentaría sustancialmente.

➤ Son comunes las enfermedades respiratorias agudas, la tuberculosis, diarreas, pediculosis, parasitosis y escabiosis. Hay vigilancia de la enfermedad de Chagas - Mazza, enfermedad transmitida por un insecto: la vinchuca y se caracteriza por provocar cardiopatía severa. Es una enfermedad endémica en los lugares de mayor pobreza.

➤ Las viviendas son muy precarias, de barro y cañas, plásticos y techos de tierra o con chapa de cartón. Durante las fuertes lluvias de verano se deterioran.

2. Actividades productivas

Las familias wichí realizan una serie de actividades productivas, sin tener ninguna un peso especial sobre las otras. Sí existen diferencias en cuanto a la importancia de cada una en función de la época del año:

▲ La caza y la pesca como la recolección de miel son actividades que realizan los varones. El destino de lo obtenido es para consumo y también para la venta o trueque en los mercados locales, vecinos criollos o intermediarios.

▲ Las actividades de recolección son realizadas por las mujeres e incluye frutos del monte, leña y agua. Lo recolectado se puede almacenar en tinajas de barro, bolsas, trojas. La mayor parte se destina al consumo familiar. Los frutos con demanda en el mercado local (por ejemplo, algarroba blanca) se intercambian por mercaderías. En las comunidades periurbanas, la explotación del monte sin manejo -agotando los recursos naturales- y el crecimiento de la población sin posibilidad de aumentar las tierras, hizo disminuir la importancia de esa actividad.

▲ Desde que se tiene memoria los wichí han sembrado para luego volver a buscar la siembra al completar el ciclo de rotación. Hoy la gran mayoría de las comunidades han incorporado la siembra en los cercos (parcelas cerradas para actividades agrícolas). Los principales cultivos son el maíz y los zapallos (plantas de guía o cucurbitáceas). También siembran sandía, melón, porotos, batata y eventualmente mandioca. El grueso de lo producido va a consumo familiar y en caso de excedentes se venden o se cambian frecuentemente por mercaderías. Las actividades de preparación del cerco, laboreo y siembra son hechas mayormente por varones y las mujeres (a veces con los niños) se encargan de las cosechas.



▲ La cría de animales está centrada en ganado menor: cabras, ovejas, cerdos y aves de corral, en especial gallinas. Cada uno tiene un destino diferente pero todos están bajo el cuidado de las mujeres.

▲ En algunas comunidades -sobre todo las del departamento San Martín- los hombres hacen carbón en horno o parva para la venta a intermediarios. Pero es una actividad que está disminuyendo debido a la escasez creciente de la leña y al bajo precio por el cual se vende el producto.

▲ Existen varias carpinterías comunitarias en algunas comunidades sobre todo en aquellas que recibieron el acompañamiento de la Iglesia Anglicana.

▲ El trabajo extra predial representa un ingreso importante para las familias. Estas “changas” provienen de los puestos criollos vecinos o de las fincas de la zona. A pesar de ser trabajos duros y sin especialización (cortadas de postes, desyuyado, cosecha), muchos hombres de la comunidad dejan otras actividades para hacer “changas”, las que representan casi la única fuente de dinero en efectivo (aunque gran parte del pago suele ser, una vez más, en mercadería). Son pocos los que tienen un trabajo especializado como tractorista o alambrador. En muchos casos, los hombres dejan a la familia mientras hacen las “changas” (varios días o semanas).

▲ Son muy pocos los wichí que tienen un trabajo fijo, pensión, jubilación o subsidio del Estado. Si bien algunos jefes de familia tienen un oficio, procuran variar sus fuentes de ingresos según las “temporadas” pero ninguna deja de ser importante para la economía familiar. Sin duda, muchas familias no se aseguran un plato de comida por día.

3. El tallado artesanal de madera

Es una actividad que nació en Misión Chaqueña a fines de los 70 y se debe destacar el trabajo realizado por el Ing. Agr. Alejandro Deane. Tomó un real impulso, extendiéndose de a poco a otras comunidades vecinas aunque Misión Chaqueña ha quedado como referente en el tema por la calidad y cantidad de las piezas que produce. En esta comunidad se cuentan unos 100 artesanos calificados que viven durante todo el año de esta actividad. En la comunidad de Misión Salim son unas 15 personas y sus familias las que se consagran a este oficio. En la comunidad "Lote 75" y la de Los Blancos existen unos 10 artesanos estables en cada una. Estas cifras aumentan considerablemente en todas las comunidades en época de mayor demanda de piezas.



Los artesanos realizan un uso del monte en gran medida conservacionista: usan sólo madera llamada "campana" -aquella que está muerta y que se secó naturalmente- y le dan un alto valor agregado, a diferencia de otras actividades como los postes o el carbón.

El artesano es una persona con gran habilidad que tiene el dominio del diseño de las piezas a partir de un molde de cartón y un buen conocimiento de las diferentes maderas de la zona y de sus características. Las piezas, donde se combinan los colores de las diferentes maderas, suelen representar la vida del monte (animales, pájaros); pueden ser sólo decorativas u objetos utilitarios. Algunos se han animado a representar sus mitos.

Descripción del trabajo de tallado

✧ Realización de las piezas

El trabajo es de sol a sol. Es importante tener en cuenta que se trata de una actividad familiar: los varones tallan las piezas y las mujeres son, en general, las encargadas de lustrarlas. La transferencia de los conocimientos a los hijos o a otros jóvenes del grupo familiar se hace en forma paulatina, empezando por el pegado de los recortes o el lijado de las piezas.

✧ Maderas

Las maderas preciosas más usadas son:

- ✧ palo santo (*Bulnesia sarmientoi*),
- ✧ quebracho colorado (*Schinopsis lorentzii*),
- ✧ palo amarillo (*Philostylom ramnoides*) y
- ✧ guayacán (*Caesalpinia paraguariensis*).

También se trabaja el mistol (*Zyzifus mistol*).

Se combinan las maderas entre sí con apliques de hueso o cuerno.

✠ Comercialización

En la comunidad de Misión Chaqueña, hay un comprador fijo que trabaja con gran parte de los artesanos. Para el resto -los artesanos de las otras comunidades- no existe un comprador fijo. Se vende a intermediarios que viven en la comunidad (llamados "bolicheros") o que la visitan regularmente. El pago de las artesanías se hace en mercadería en la mayoría de los casos. El manejo de efectivo es muy escaso.

En los primeros meses del año 2002, FUNDAPAZ actualizó el diagnóstico realizado en 1997 y notó un cambio en Misión Chaqueña. Algunos artesanos encontraron una forma original de organizarse para responder a los pedidos de nuevos compradores: formaron un grupo y eligieron a uno de ellos para ser el contacto entre el comprador y el resto del grupo. El comprador manda al responsable elegido un pedido global de artesanías (con el nombre del/de los artesano/s) con un giro postal por el monto total. El responsable se encarga de juntar las piezas, pagarles a los artesanos y enviar el pedido una vez completado. El comprador reconoce la tarea del responsable por medio de una retribución.

Fortalezas y dificultades

En 1998 con los artesanos de Misión Chaqueña se realizó un taller, buscando reconocer las fortalezas y debilidades de esta actividad. Las conclusiones, surgidas en talleres posteriores, son similares para los artesanos de las otras comunidades (salvo mención contraria).

✠ Fortalezas

✓ Cantidad de artesanos: el número importante de artesanos permite responder a un gran volumen de pedidos.

✓ Variedad en la artesanía: se pueden encontrar en Misión Chaqueña gran variedad de piezas que permite, como en el punto anterior, responder a los pedidos.

✓ Calidad de las artesanías: en forma general, todas las piezas tienen un grado de terminación elevado (lijada). Algunos artesanos poseen máquina para pulir las artesanías. En la comunidad de Los Blancos, las artesanías son más rústicas.

✓ Base de organización social familiar: el artesano está apoyado por toda la familia y va transfiriendo a los jóvenes sus conocimientos. Da una cierta seguridad y estabilidad ya que, si es necesario, los jóvenes pueden reemplazar al artesano o ayudarlo. Esto permite un ingreso mínimo regular.

✘ Dificultades

En la realización de las piezas

- ✓ Conseguir madera: salvo en la comunidad de Los Blancos, en las otras comunidades es muy poca la madera “campana” que se puede conseguir ya sea por agotamiento (guayacán, algarrobo) o por ausencia natural de especies (palo santo, quebracho colorado). Por ejemplo, en Misión Chaqueña, para conseguir palo santo hay que recorrer 10 a 15 km. Muchas veces, los artesanos tienen que comprar la madera.
- ✓ Reposición de las herramientas: para los artesanos el problema mayor para realizar su trabajo es la reposición de las herramientas que sufren un importante desgaste debido a la dureza de las maderas chaqueñas (algarrobo, guayacán, quebracho). Muchas veces, el artesano no dispone de recursos para reponerlas rápidamente.

En la comercialización

- ✓ Mínimo conocimiento de la demanda: son muy pocos los artesanos que tienen contacto con el público para conocer sus gustos y poder adecuar sus productos a esta demanda.
- ✓ Poca capacidad de acumulación: trabajando todo el día, los artesanos logran producir lo que les dará el jornal. Por eso, el artesano vende en el día lo que ha hecho para cubrir las necesidades mínimas de su familia.
- ✓ Débil capacidad de negociación: al no poder acumular las artesanías que terminan de producir, los artesanos ceden sus piezas cuando se presenta la oportunidad y es el comprador el que fija el precio final.
- ✓ Baja renovación de los diseños de las piezas: los artesanos trabajan por encargo y suelen especializarse en algunas piezas que, a veces, se repiten con las de otros artesanos. Por otro lado, varios compradores expresaron que era necesaria una constante renovación de las piezas.
- ✓ Para la comunidad de Los Blancos es un factor desfavorable estar alejado de los centros de comercialización.

En la organización

- ✓ Por las características de la actividad, el trabajo del artesano es individual para poder conservar el secreto de su arte y mantener así modelos exclusivos.

✓Dificultad para hacer un autodiagnóstico: al estar inmerso en el trabajo diario, resulta difícil para el artesano poder analizar su situación y determinar posibles soluciones para mejorarla. Como se afirmó anteriormente, para la mayoría de los artesanos el inconveniente principal no es la venta de sus artesanías, sino el desgaste de sus herramientas y la dificultad para reponerlas.

II. Desarrollo de las experiencias

Las experiencias que se desarrollan a continuación se realizaron después de efectuar el diagnóstico.

1. Comercialización: primera experiencia con artesanos de Misión Chaqueña

Descripción de la experiencia

En 1999, junto con el Programa Social Agropecuario -PSA- de Salta, se conversó con algunos artesanos para preparar una actividad de capacitación y reflexión en Misión Chaqueña, sobre el tema de comercialización de las piezas; se decidió trabajar en 2 tiempos: una parte de reflexión con análisis de la situación y otra de práctica con una experiencia de venta directa.

Talleres de reflexión

En el primer taller, se presentó la propuesta de FUNDAPAZ con el PSA. Hubo una fuerte concurrencia de los artesanos. En la presentación, al aclarar que no se preveía comprar artesanías ni entregar herramientas, se notó la desilusión de los participantes. Como parte del taller, se confeccionó un cuadro para calcular los insumos, el tiempo necesario y el precio de salida de las principales piezas, analizando así algunas de las dificultades. En un segundo día, se efectuó una dramatización de una situación de venta y se reflexionó sobre las pautas de comportamiento del comprador y del artesano, definiéndose así algunas reglas de mercado.

Para seguir reflexionando sobre el tema y como enlace con el segundo punto de la experiencia (práctica de venta), se realizaron encuestas en Salta en los negocios de artesanías y a los consumidores finales. En el segundo taller, se presentó el resultado de estas encuestas. Se sacaron conclusiones e ideas sobre el diseño de artesanías y se analizó la posibilidad de participar en una feria. Se superó la poca capacidad de acumulación de las piezas al poner en marcha un pequeño Fondo Rotatorio (ver más abajo).

Venta en una feria regional

Se eligió participar en la "Ferinoa", una feria en la ciudad de Salta de carácter internacional; tiene alcance para todo el Norte del país y las regiones de los países limítrofes.

Podemos dividir esta experiencia en 3 momentos:

✘ Preparación de Ferinoa

Puesta en marcha de un Fondo Rotatorio con 15 artesanos; para organizar mejor el Fondo, se propuso trabajar por grupos familiares (4 en total). El acompañamiento se hizo a través de los responsables de cada grupo. El Fondo permitió acopiar artesanías: cuando el artesano entregaba una pieza al Fondo, se le adelantaba el 50% del valor de la pieza. El objetivo era que luego de la venta de la pieza, el artesano cobraba el resto y devolvía al Fondo el monto adelantado.

Mientras tanto, la comisión de Misión Chaqueña, con el apoyo de FUNDAPAZ, hizo las gestiones para conseguir un espacio en la Feria.

✘ Durante la feria

El principal objetivo era vender artesanías, pero también conocer mejor los gustos del público y establecer contactos con posibles compradores. La venta y atención al público fue responsabilidad de 2 artesanos elegidos por el grupo. En esta etapa el apoyo de FUNDAPAZ consistió en ayudar a ordenar los registros al final de las jornadas, sobre todo durante los primeros días. Al principio, se había planificado un cambio de personas para atender el stand a la mitad de la experiencia. Luego se evaluó con ellos que no convenía hacerlo ya que los artesanos que atendían el stand, habían tomado confianza y se movían con agilidad. De común acuerdo, se decidió no realizar la rotación.

✠ Devolución al grupo

Al terminar la Ferinoa, los dos artesanos que estuvieron en la feria relataron la experiencia. Junto con FUNDAPAZ, se hizo el cálculo del costo (transporte, alojamiento y comida) y se realizó la devolución financiera a cada artesano. Todos los artesanos decidieron ceder una parte de sus ganancias a los dos artesanos que habían participado de la venta ya que, durante este tiempo, no pudieron producir nuevas piezas como se había pensado.

Evaluación de la experiencia

Aciertos

- ✓ Necesidad de los artesanos de reflexionar sobre su situación ("Vivimos en una isla; no sabemos qué pasa afuera". Arsenio Argamaza, Misión Chaqueña).
- ✓ Preparación de la feria: trabajar con un responsable de grupo para garantizar una buena producción. Es muy difícil que los artesanos, si no son del mismo grupo familiar, se animen a evaluar las piezas de otros; en cambio, con un responsable por grupo familiar (elegido por los mismos artesanos), existe un control interno de cada grupo para presentar piezas bien terminadas ("Es lindo trabajar juntos, pero tiene que haber uno que maneje, un responsable de confianza". Claudio Díaz, Misión Chaqueña).
- ✓ Experiencia de venta directa: el contacto con el público, funcionarios, gobernador y empresarios permitió a los artesanos conocer los gustos de los compradores. Además los artesanos tuvieron oportunidad de difundir la realidad de su comunidad.

Errores

- ✠ Talleres de reflexión: los artesanos trabajan para el día; para la mayoría, los talleres de medio día, donde no se ve un fruto inmediato, les significan una inversión no justificada o una pérdida de tiempo.
- ✠ Catálogo: no se encontró el mecanismo ágil para actualizar un catálogo con las nuevas piezas que iban produciendo los artesanos.
- ✠ Faltó diversidad en las piezas que fueron presentadas en la Feria. Una mayor gama de artesanías hubiese permitido conocer mejor aún la demanda.
- ✠ Largo tiempo de la experiencia: la atención al público durante 10 días fue agotadora para los artesanos y no les permitió encontrar tiempo libre para tallar artesanías como querían.

2. Comercialización: Segunda experiencia con artesanos de 2 comunidades

1. Descripción de la experiencia

Esta experiencia se desarrolló en julio de 2002 y sus objetivos eran probar nuevas piezas en el mercado y aprovechar la temporada turística para tener una experiencia de venta directa en Salta. Se realizó en el salón de cultura de las Américas, gracias al apoyo de la Secretaría de la Cultura de la Provincia.

Participaron 8 artesanos de Los Blancos y 6 del Lote 75. Se trabajó de forma similar a la primera experiencia con los artesanos de Misión Chaqueña: para acopiar las piezas, se implementó un adelanto. Con el apoyo de FUNDAPAZ este préstamo fue manejado por 1 artesano responsable elegido en Los Blancos y 2 del Lote 75. Los responsables eran encargados de acopiar las artesanías, anotar las entregas y pagar a los artesanos el adelanto acordado (50% del valor de la pieza). El acuerdo para el préstamo implicó que el artesano debe devolverlo una vez concluida la experiencia de comercialización. Aunque hubiera piezas sin vender, los artesanos tendrán que encargarse de venderla y devolver el total del adelanto.

Como se puede apreciar, la organización para la venta fue semejante a la experiencia en Misión Chaqueña; sin embargo, se diferenció en cuanto a la responsabilidad y el compromiso de los artesanos:

- ✦ Las piezas a realizar se trabajaron de una forma más ordenada: se acordaban las piezas a producir para asegurar la diversidad de la oferta durante la venta en Salta.
- ✦ Costo de estadía (alojamiento y comida): fueron absorbidos y cubiertos con la venta de las piezas. Luego, en la devolución financiera al grupo, el costo fue repartido entre todos los participantes.

2. Aciertos y dificultades

Aciertos

- ✓ Se retomó lo positivo de la experiencia anterior en Misión Chaqueña (manejo del préstamo, contacto con los compradores) y se agregaron nuevos puntos positivos.

- ✓ Diferencia de artesanías entre Los Blancos (rústica) y Embarcación (pulida): permitió aumentar el espectro de la oferta y evitar que se creara competencia entre los grupos de artesanos.
- ✓ Compartir la experiencia con artesanos de otra comunidad: los artesanos pudieron compartir la realidad de sus comunidades.
- ✓ Corto tiempo de la experiencia: al durar un poco menos de una semana, los artesanos no sintieron que perdían días de trabajo.
- ✓ Costos asumidos por los artesanos: permitió medir con más precisión los costos fijos para organizarse y ajustar los precios de manera adecuada para este tipo de experiencias.

Dificultades

✱ En la preparación de la venta

- ✓ Provisión de materia prima para hacer las piezas.
En la comunidad de Embarcación, no hay mucha madera disponible, por lo que los artesanos tienen que ir a otra comunidad para comprar madera, cuando tienen tiempo y medio de movilidad. No se tomó en cuenta este dato de manera suficiente y varias veces los artesanos frenaron su producción por falta de palo santo u otras maderas ("Me faltaron palos para hacer las piezas". Bernabé Burgos).

En cuanto al pegamento, después de la devaluación, la mayoría de los artesanos de Misión Chaqueña y Lote 75 pasaron del poxipol a la cola de carpintero, cuyo precio es más accesible. Sin embargo, la cola de carpintero no permite trabajar tan rápido ya que se necesitan varias horas para que actúe el secado. Los artesanos tuvieron que enfrentar el dilema: pasar al poxipol para producir más rápido pero con un aumento del costo de producción o seguir con la cola de carpintero para mantener el precio pero bajando la cantidad de piezas realizadas. Fue la razón que invocaron los artesanos de Misión Chaqueña para retirarse de la experiencia.

✱ En el manejo del préstamo

Debido al aumento del precio del pegamento (poxipol), los artesanos de Los Blancos pedían que se les adelantará más de la mitad del precio de las artesanías ("Para el Fondo Rotatorio, hicimos una reunión para explicar cómo iba a funcionar. No hubo problema, algún artesano por ahí, pedía más de la mitad por su artesanía. Se volvía a explicar lo acordado y encontraba razón". Alberto Saravia, Los Blancos).

✘ Durante la venta

- ✓ Ubicación para la venta: en el lugar se desarrollaban otras actividades y el salón fue cerrado al público el viernes por un evento particular.
- ✓ Precio de las artesanías: si bien se sabía que en Salta se podían vender las piezas a un mayor precio, los artesanos no tenían al principio criterios para fijar un precio.

✘ Después de la venta

- ✓ Compartir los contactos realizados: durante la venta, los artesanos tuvieron contacto con varios compradores que tenían interés en adquirir cantidades importantes de piezas. En la devolución que se hizo con todos los artesanos, este punto fue muy poco tratado; los artesanos que no viajaron a Salta sintieron que no pudieron aprovechar estos contactos como los responsables que sí viajaron.

Impacto

La experiencia sirvió para:

- ☑ Entender mejor lo que buscan los compradores ("Yo he visto que la mayoría buscan piezas más chicas y menos delicadas. Porque esta gente después viaja en avión". José Luis Fernández, Lote 75).
- ☑ Establecer nuevos contactos de compradores: algunos en el mismo momento de la venta, encargaron piezas y otros tomaron las direcciones de los artesanos. Se notó que varios de estos posibles compradores no están especializados en el rubro de artesanías ("La gente cuando ve un negocio de artesanías, piensa y busca artesanías como pajaritos. Parece que otras artesanías como cristos o trípticos se venden en los negocios de cosas así, religiosas". José Luis Fernández, Lote 75).
- ☑ Hacer una mayor ganancia ("De varias artesanías hemos aumentado el precio de venta porque veíamos que se vendía bien". José Luis Fernández. "Me gustaría volver a probar por los precios. Porque aquí casi se regala la artesanía. Allá se vendió el doble de acá". Bernabé Burgos).

3. Capacitación en la creación de nuevos diseños en Misión Salim

Durante el segundo semestre de 2001, gracias a una donación del señor Alejandro Deane, se pudo realizar otra experiencia con los artesanos, orientada esta vez hacia el diseño y la calidad de las piezas. Se contrató a un "diseñador" para ayudar y capacitar a artesanos en la creación de nuevas piezas, con el objetivo principal de permitir la expresión de los artesanos y conseguir el surgimiento de motores creativos; se planteó la experiencia como un aporte técnico y artístico que permita ampliar el campo de oferta artesanal wichí mediante la obtención de piezas nuevas y exitosas a la hora de su comercialización.

En la empresa de encontrar mejores mercados y compradores para lo artesanal no pueden olvidarse cuestiones importantes como el trasfondo cultural. Con este afán y con el acuerdo de los artesanos, buceamos en el fondo mítico de la cultura wichí (no tomado como tema hasta el momento), en la búsqueda de personajes y símbolos factibles de ser representados. Esto permite también dar a conocer su cultura y circunstancia en el mundo.

El trabajo se inició con 2 artesanos del Lote 75 y luego se extendió a los artesanos de Misión Salim y algunos de Misión Chaqueña. En total, se trabajó con 15 artesanos y sus familias; se elaboraron unos 20 modelos nuevos, de los cuales la mayoría permite desarrollar variantes.

1. Descripción de la experiencia en Misión Salim

En un primer momento, se trabajó a nivel grupal; después de presentar la idea a la comisión directiva de la comunidad, se invitó a todos los artesanos para plantear la propuesta. La concurrencia fue elevada en dicha reunión (unas 20 personas sobre un total de 30 artesanos). En las reuniones siguientes, donde se iniciaba el trabajo propiamente dicho, se analizó que esta instancia grupal no era la más adecuada, sobre todo por la poca participación de los artesanos, cuestión que cambiaba totalmente cuando el diseñador iba a los talleres familiares: allí, los artesanos se animaban a hacer comentarios y sugerencias al capacitador. Por lo tanto, se adoptó la idea de trabajar con cada artesano dentro de su taller. Esto permitió también que las mujeres participen de la experiencia.

Al principio, para trabajar los nuevos diseños, se pretendió partir de dibujos y bosquejos. Pero los artesanos plantearon que les resultaba más fácil elaborar las piezas a partir de sencillos moldes de cartón, como están acostumbrados a hacerlo. Las visitas de seguimiento se realizaban cada 3 días, calculándose una hora promedio por artesano (En algunos casos, FUNDAPAZ ayudó al artesano con herramientas para no frenar el trabajo iniciado).

Partiendo del diagnóstico de que el artesano necesita vender en el día su artesanía y que durante la experiencia iba a trabajar casi exclusivamente los nuevos diseños, se estimó necesario compensar el esfuerzo del artesano: al comienzo, el criterio usado era el tiempo que el artesano necesitaba para la elaboración de la nueva pieza. Luego se modificó y se pagaba la pieza una vez terminada, pero a un valor menor al precio que se estimaba justo, ya que era una prueba y que, en la mayoría de los casos, necesitaba mejorarse aún.

Aciertos

✓Entusiasmo y aporte de los artesanos: se logró romper con la relación profesor-alumno que los artesanos esperaban encontrar y se transformó en una relación de igual a igual. Por ejemplo, en muchos casos, era el artesano el que buscaba el lado útil de las nuevas piezas.

✓Trabajar en el taller familiar: permitió incorporar a la propuesta al grupo familiar, sobre todo a las esposas de los artesanos, las cuales aportaron ideas, por ejemplo incorporando chaguar en algunas piezas.

Dificultades

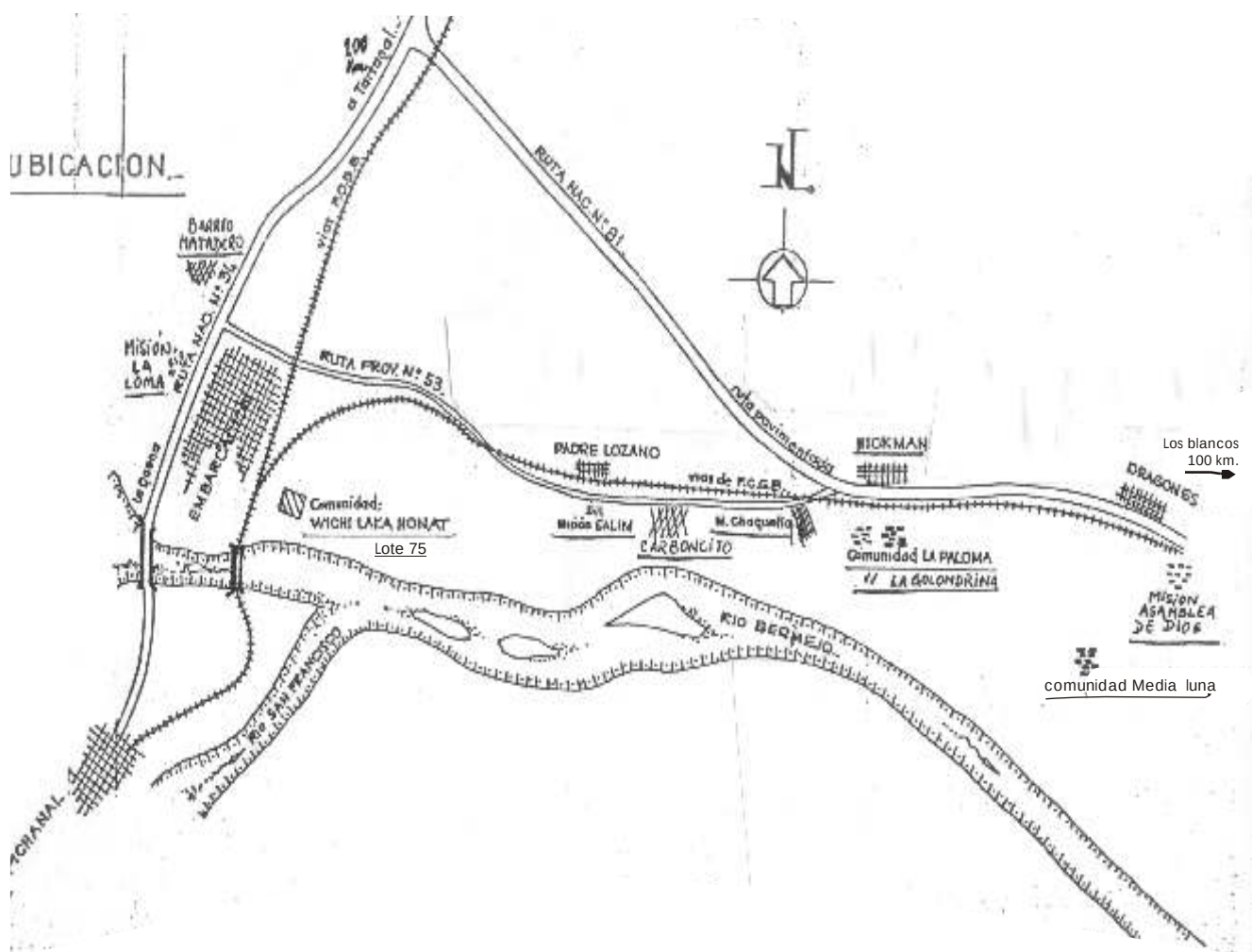
✗ Promoción de las piezas: cuando el capacitador terminó el acompañamiento, los artesanos vendieron todos los modelos nuevos sin guardar una muestra de ellos. Esto dificultó su difusión y los artesanos volvieron a recibir casi exclusivamente pedidos de las piezas más comunes. Posteriormente se creó un archivo con los nuevos modelos.

✗ Precio final de las piezas: fue un punto delicado. Los artesanos pedían al diseñador que estimara el precio de la pieza. El precio que se fijó, tomó como principales parámetros el tiempo para realizar la pieza y los insumos necesarios. Esto llevó a fijar un precio más elevado que lo que suelen pagar los intermediarios que llegan a la comunidad. Para una misma pieza, algunos artesanos optaron por bajar el precio para poder venderla rápido, mientras otros prefirieron no hacerlas más.

☑ Mejor terminación de las piezas: en general, se notó un mayor cuidado en los detalles de todas las piezas - no sólo de las nuevas- sobre todo en la terminación.

☑ Los artesanos empezaron a crear más piezas: fue notable la iniciativa de los artesanos en intentar crear piezas o modificar los modelos ("Juan José trajo un montón de cositas y ahora nosotros intentamos seguir pero cambiamos algunas cositas". Alfredo Vásquez, Salim).

☑ Re-descubrimiento de la propia cultura: algunos artesanos jóvenes empezaron a buscar información sobre los mitos de su pueblo a partir de la creación de piezas que se refieren al tema.



III. Testimonios

José Luis Fernández (Lote 75, Embarcación)

De la experiencia de venta - julio 2002.

"No entendí mucho de los números, de cuánto recibí. Según mis cálculos, mi ganancia iba a ser menos que lo que recibí".

"Nunca había salido a vender en Salta. He pillado unas mañas. Por ejemplo, cuando vendo acá en el pueblo, me preguntaban cuánto sale la artesanía. Yo sé más o menos, pero uno empieza a dudar. Ahora estoy más seguro".

"Me gustaría volver a salir a vender cuando haya oportunidad. Hay otras cosas que me falta aprender, otras mañas".

"Sí o sí, yo tengo que seguir vendiendo acá para comer".

"Tengo muchos pedidos. Pero si yo veo que el comprador paga un poco más, voy a recibir el pedido".

De la experiencia de nuevos diseños.

"Con el trabajo de Juan José (el diseñador), se me abrió la cabeza y me dio ganas de hacer nuevas piezas".

Bernabé Burgos (Lote 75)

De la experiencia de venta - julio 2002.

"Tuve que aserrar madera para ir más rápido. Entonces, me salía más cara la artesanía".

"Me gustaría volver a probar por los precios. Porque ahí casi se regala la artesanía. Allá se vendió el doble de acá".

Alfredo Vásquez (Misión Salim, Padre Lozano)

De la experiencia de nuevos diseños.

"No tenía pedido. Me dijo el comprador que tenía que inventar modelos nuevos. De eso yo hice el crucifijo con peces y agregué un rosario".

"El dibujante venía a visitarnos y ver el trabajo. Le mostramos si va bien la pieza. Y vemos si había una cosita que cambiar".

Rogelio Vásquez (Misión Salim)

De la experiencia de nuevos diseños.

"No estoy haciendo de estas piezas nuevas porque no hay salida. En realidad hay pero no quieren pagar el precio que dijo Juan José. Él me dijo \$12 y ellos quieren pagar \$6 o \$7".

"Antes de que venga Juan José, nunca había probado de inventar piezas".

Lisandro Gallardo (Misión Salim)

De la experiencia de nuevos diseños.

"A veces, no tengo tiempo para inventar. Juan José nos ayudaba con el dibujo. Yo no tengo esta habilidad".

"Juan José me ayudó con un poco de poxipol y lija. Después cuando la pieza estaba terminada, pagaba un ayudo".

Claudio Díaz (Misión Chaqueña)

De la primera experiencia de comercialización.

"Es lindo el Fondo Rotatorio. Pero tiene que haber uno que maneje, un responsable de confianza".

Arsenio Argamaza (Misión Chaqueña)

De la primera experiencia de comercialización.

"Esto de la encuesta es importante. Porque vivimos en una isla. No sabemos qué pasa afuera".

Felipe Suárez (Los Blancos)

De la experiencia de venta - julio 2002.

"Nos pusimos de acuerdo todos los que hacemos fuentes. Cada uno decía lo que podía hacer para que todo sea variado".

"La experiencia fue buena, porque volvimos a reunirnos todos. A Alberto Saravia lo elegimos como responsable porque es honesto y tiene pensamiento. Si habría otra oportunidad, haríamos lo mismo porque siempre afuera se vende más que aquí".

Alberto Saravia (Los Blancos)

De la experiencia de venta - julio 2002.

"Tuve que dejar de changuear unos días, de lo contrario no iba a poder cumplir con el pedido. Pero no sentía la necesidad de salir a buscar qué comer porque nos adelantaban la mitad del pago". "El viaje fue bueno a pesar de que yo no conocía. Pero al encontrarme con otro compañero, fue bastante más tranquilo. A mí, todavía me falta experiencia, pero me siento capaz de aprender".

Enzo Díaz (Misión Salim)

De la experiencia de nuevos diseños.

"Aparte de lo que hacía con Juan José, yo seguía haciendo las otras piezas mías".

"Mi señora también hizo cosas nuevas de semillas y chaguar con Juan José".

Índice

1	Presentación
2	I. Marco cultural y socioeconómico en el que se inserta el trabajo
2	1. Los Wichí
3	2. Marco socioeconómico
8	II. Desarrollo de las experiencias
8	1. Comercialización: Primera experiencia con artesanos de Misión Chaqueña
11	2. Comercialización: Segunda experiencia con artesanos de 2 comunidades
14	3. Capacitación en la creación de nuevos diseños en Misión Salim
16	Mapa zonal
17	III. Testimonios