

EL SECTOR ARTESANIAS EN LAS PROVINCIAS DEL NOROESTE ARGENTINO

CATAMARCA, JUJUY, SALTA Y TUCUMÁN



**EL SECTOR ARTESANÍAS
EN LAS PROVINCIAS
DEL NOROESTE ARGENTINO
Catamarca, Jujuy, Salta y Tucumán**

2005

AUTORIDADES NACIONALES

Presidente de la Nación

Dr. Néstor Carlos Kirchner

Jefe de Gabinete de Ministros

Dr. Alberto Fernández

Ministra de Economía y Producción

Dra. Felisa Miceli

Secretario de Agricultura, Ganadería,
Pesca y Alimentos

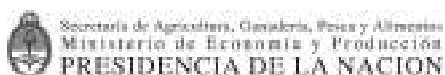
Ing. Agr. Miguel Santiago Campos

Coordinador Ejecutivo del PROSAP

Lic. Jorge Neme

Coordinadora Técnica de
PRODERNEA - PRODERNOA

Lic. Susana Márquez



EQUIPO DE INVESTIGACIÓN

Director

Luis Alberto Quevedo

Investigadora Senior

Silvia Cardarelli

Coordinadora General

Marcela Jáuregui

Coordinadora NEA

Estefanía Chmielewski

Coordinador NOA

Omar Esquivel

Asistentes de investigación

Alejandra Porcel - María Ulivarri

Edición:

León Goldstein, Bifronte Ediciones

Diseño y armado:

Guillermo Falciani

Mapas:

Kirillov Oleg, Avdeev Oleg

Las fotos de artesanías pertenecen a la Colección Museo del Hombre y fueron cedidas por el Instituto Nacional de Antropología y Pensamiento Latinoamericano.

La investigación y su publicación han contado con el apoyo financiero del Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (FIDA).

**EL SECTOR ARTESANÍAS
EN LAS PROVINCIAS
DEL NOROESTE ARGENTINO**
Catamarca, Jujuy, Salta y Tucumán

2005



PRESENTACIÓN

Javier María de Urquiza

Subsecretario de Agricultura, Ganadería y Forestación

El presente estudio sobre el Sector Artesanías en las provincias del Noroeste (Catamarca, Jujuy, Salta y Tucumán) y Noreste (Chaco, Corrientes, Formosa y Misiones) argentinos es el resultado de una política que desarrolla la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos de la Nación con el objetivo de producir instrumentos de gestión para su trabajo con los pequeños productores y productoras rurales.

A través de proyectos que llevan adelante los Programas PRODERNEA y PRODERNOA de la Secretaría de Agricultura se ha podido desplegar una intervención específica junto con los gobiernos provinciales, para el fortalecimiento de la agricultura familiar, conociendo mejor sus realidades y produciendo herramientas de trabajo en territorio, a los efectos de consolidar el desarrollo rural de las regiones del NEA y el NOA.

Los trabajos realizados en el Norte Argentino por sendos Programas han concluido que las artesanías tienen una especial significación cultural que se suma al valor de la utilización de materiales naturales locales, y se complementa con la habilidad manual y creatividad de quienes vuelcan en sus obras el reconocimiento de la tierra en la que viven.

Esta conjunción de naturaleza e inspiración humana ancestral, traducida en variedad, calidad y estilo, encuentra hoy una situación de creciente demanda que favorece el posicionamiento, en el nivel mundial, de los recursos naturales y culturales de la Argentina.

Existe una rica tradición cultural que se refleja en las producciones artesanales de las provincias del Norte Argentino. No obstante ello, el sector de artesanías y manufacturas muestra dificultades para la promoción y comercialización de sus

productos, situación que se presenta de forma regular en circuitos turísticos, culturales y comerciales, ya pertenezcan éstos al mercado nacional o internacional.

Por este motivo, el sector experimenta una excelente oportunidad para que emprendedores y pobladores rurales orienten su labor productiva y vocación artesanal a la recuperación y vigencia de sus tradiciones regionales.

En efecto, el mundo de las artesanías involucra a muchos actores de nuestras provincias: familias, productores, comerciantes, artistas, pequeñas empresas, sociedad civil, instituciones públicas y privadas y representaciones del exterior.

Todos ellos, como sector, apuntalan una actividad que tiene no sólo una presencia nacional importante sino, también, una proyección con capacidad exportadora.

Justamente estos motivos hacen que el Gobierno Nacional considere estratégico investigar el estado actual del mercado de artesanías, su perfil económico y cultural y sus potencialidades de desarrollo, así como también las instituciones involucradas en su escena.

El objetivo de la Secretaría de Agricultura es articular, junto con las provincias y mediante el accionar del PRODERNEA y el PRODERNOA, el apoyo a todos los sectores productivos del escenario rural del país, entre ellos el de las artesanías, pero especialmente a aquellos que se encuentran en condiciones menos favorables.

Nuestra gestión como funcionarios es fortalecer el papel de un Estado promotor de políticas que ofrezcan un marco sustentable social, ambiental y económico al desarrollo territorial, para lo cual el estudio del Sector Artesanías será un valioso insumo que guiará futuras acciones.

PRÓLOGO

Lic. Jorge Neme

Coordinador Nacional PRODERNEA - PRODERNOA

Lic. Susana Márquez

Coordinadora Técnica PRODERNEA - PRODERNOA

EL SIGNIFICADO DE LAS ACCIONES PÚBLICAS

Esta investigación presenta un panorama sobre el sector artesanías en el Norte Argentino y se enmarca en una política que vienen desarrollando el PRODERNEA y el PRODERNOA hacia los productores y las productoras familiares de la región. Sin embargo, podríamos preguntarnos ¿qué tienen en común conceptos tales como “agricultura familiar”, “desarrollo rural” o “reforma agraria” –con los que ambos programas guardan una relación más o menos estrecha– con un estudio sobre artesanías?

En primer lugar, podemos afirmar que con este tipo de trabajos se busca inducir el debate sobre un sector que encierra una relevancia potencialmente estratégica para la región y su población rural. Pero también podríamos volver a formular esta pregunta de otra manera: ¿por qué un programa de desarrollo rural de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos encara un estudio de estas características?

Para responder este último interrogante resultaría útil recurrir a nociones como “nueva ruralidad” o “espacio rural ampliado” –que dan cuenta de una concepción de lo rural asentada en actividades económicas primarias, secundarias y terciarias, con vínculos rural-urbanos multiplicados–, porque ofrecen una perspectiva de lo rural que va mucho más allá de lo estrictamente agropecuario. Así, las artesanías que produce la población rural serían lógicamente de interés para esta institución, y contar con datos confia-

bles y actualizados sobre el sector se transformaría en un requisito de la intervención.

Si bien lo dicho es claramente así, ¿qué significa eso, cuando hablamos de acciones públicas? Creemos que vale la pena abordar el lado menos simple de la cuestión, ese lado más político al que apunta la primera pregunta.

Digamos entonces que entendemos que todas las acciones públicas –sean gubernamentales o no, incluso aquellas que aparecen como estrictamente técnicas o de escasa significación– son, por naturaleza, políticas. Vale por ello analizarlas desde esa óptica, y vale indagar su sentido político, aunque hacerlo sea algo infrecuente.

NI ÚNICAMENTE AGRÍCOLA NI EXCLUSIVAMENTE FAMILIAR

La expresión “agricultura familiar”, cuyo uso era poco frecuente en nuestro medio y se ha extendido en los últimos años, está adquiriendo una importancia creciente en el ámbito de las políticas públicas. Su difusión no nos exime de dudas sobre sus connotaciones y significado. Veamos, por ejemplo, la opinión de las organizaciones que integran el Foro Nacional de la Agricultura Familiar expresada en agosto de 2006 en el *Documento de Parque Norte*:

“Incluimos en esta definición genérica y heterogénea (de agricultura familiar) distintos conceptos que se han usado o se usan en diferentes momentos, como son: Peque-

ño Productor, Minifundista, Campesino, Chacarero, Colono, Mediero, Productor Familiar y, en nuestro caso, también los campesinos y productores rurales sin tierra y las comunidades de pueblos originarios. En el concepto amplio de 'Agricultura Familiar' deben incluirse las actividades agrícolas, ganaderas o pecuarias, pesqueras, forestales, las de producción agroindustrial y artesanal, las tradicionales de recolección y el turismo rural".

Nos parece que lo central en esta definición no es ni la familia ni que se trate de una actividad agrícola, sino que pone en evidencia que los sujetos de las actividades económicas rurales no son todos iguales y que aquello que los configura de manera diferente es tanto su modo de hacer como su relación con el medio rural. Modo y relación que a su vez configuran de distinta forma el impacto de su quehacer en la economía, la sociedad y el medio ambiente. Podemos también estimar que en esta concepción subyace la idea de la existencia de grandes asimetrías en materia de información, acceso a recursos, capacidad y poder entre los sujetos de la "agricultura familiar" y los de la "otra" agricultura.

Esta agricultura familiar –que no es únicamente agrícola ni exclusivamente familiar– resulta ser, entonces, una categoría política. Sintetiza qué política se debería desarrollar y para quiénes: una política diferencial orientada a hacer equitativo el juego del mercado y del poder, en apoyo del universo múltiple de los pobladores y pobladoras rurales que resisten la migración y desean construir en el interior rural su destino económico y vital.

En este marco de políticas diferenciales en beneficio de pobladores y pobladoras rurales, programas como PRODERNEA y PRODERNOA encajan con facilidad, si no se ciñen a las actividades primarias –ya sea exclusivamente o con incorporación de actividades de venta y transforma-

ción de lo producido–, ni se enfocan sólo o mayoritariamente en "productores" ligados con "establecimientos" o "explotaciones agropecuarias".

NADA MENOS QUE UN CAMBIO NECESARIO

En ocasión del Seminario organizado por la FAO en Porto Alegre (marzo de 2006) sobre Reforma Agraria y Desarrollo Rural, preparamos el documento que expresó la posición de la delegación argentina. Queremos recordar aquí algunos párrafos:

"La expresión Reforma Agraria reviste muy diferentes connotaciones según sea la realidad del país o región de que se trate, aunque en todos los casos esté referida a un cambio necesario. Reforma Agraria no es lo mismo en un lugar donde los vínculos entre campesinos y grandes terratenientes conforman una sociedad con rasgos feudales que en otro donde se aprecian características y relaciones netamente capitalistas desde hace siglos. Entre ambos extremos cabe toda una gama de situaciones intermedias de complejidad no menor."

"Por ello, el afán por producir ese cambio necesario no debe dejar de contemplar esta realidad tan dispar y compleja o limitar el cambio a una distribución de títulos de propiedad en regla, lo cual, imprescindible como es, es únicamente una parte de la transformación. La adopción de esa solución parcial sin una estrategia que la comprenda ni un marco congruente de políticas públicas consistentes, podría convertirse en el germen de un nuevo problema."

Reforma Agraria aparece así como una expresión de múltiples significados, todos los cuales son, no obstante, materia política.

La idea general que se expresa en el referido documento es que, en un país capitalista “en vías de desarrollo” como el nuestro, si se quisiera producir ese cambio necesario, la cuestión de la tierra tendría que encararse a través de políticas de desarrollo integral sobre la base de lo rural, en un marco de uso socialmente equitativo y ecológicamente sustentable de la tierra y el agua. La base de ese desarrollo no podría ser solamente agropecuaria, insistimos, sino rural en sentido amplio, para que incluyera a toda la población y no sólo a aquella parte –por grande que esta fuera– que dispusiera de tierra.

Los programas como PRODERNEA y PRODERNOA pueden contribuir a este cambio necesario si adoptan una perspectiva de largo plazo para orientar sus acciones y, reiteramos, no se encierran en los límites del “establecimiento” o la “explotación”.

EL APOORTE COTIDIANO A LA CONSTRUCCIÓN DEL MAÑANA

Volvemos entonces a nuestro primer interrogante: ¿qué tienen en común conceptos tales

como “reforma agraria” o “agricultura familiar” con un estudio sobre artesanías? Pues bien, al analizar el lado menos simple y más político de la cuestión, como expresáramos más arriba, diremos que PRODERNEA y PRODERNOA promovieron este estudio sobre artesanías porque lo “no agropecuario” es indispensable en la producción del “cambio necesario” que reconoce como sujeto preferente de las políticas públicas de desarrollo rural a la “agricultura familiar”, es decir, a la población rural.

El presente estudio inaugura una serie que tendrá este hilo conductor y que, en términos políticos, no es más –pero tampoco menos– que un aporte, aunque sea en pequeña escala, a la generación de oportunidades económicas y vitales para la población rural de nuestro país. Finalmente, los logros o fracasos de un gobierno son la resultante de la composición de todas sus acciones públicas, por pequeñas que parezcan, del mismo modo que la riqueza o la pobreza de un país son producidas por sus habitantes en el ejercicio diario de construir la propia vida.

Octubre 2006

1. INTRODUCCIÓN

El Proyecto Artesanías se inscribe en el marco del Convenio entre el Programa PRODERNEA-PRODERNOA de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación (SAGPyA) y la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO - Sede Argentina). Cuenta además con el apoyo del Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (FIDA).

El Proyecto inició su ejecución en el mes de mayo de 2004 con tres objetivos centrales:

- Determinar el estado actual del sector artesanal en las provincias del Noroeste Argentino (NOA): Catamarca, Jujuy, Salta y Tucumán;
- identificar los problemas y limitantes que enfrenta el sector, y
- proponer estrategias de producción, de gestión y comerciales para la superación de las limitantes encontradas, especialmente para el segmento de la población objetivo del Programa PRODERNOA.

El informe que se presenta es el resultado del procesamiento y análisis de información (primaria y secundaria) relevada por el equipo de investigación y también de las entrevistas que

se realizaron a los artesanos, comerciantes, funcionarios públicos y miembros de organizaciones de la sociedad civil que evaluaron, cada uno desde su perspectiva, el estado del campo.

En los primeros capítulos se exponen la metodología utilizada y el marco conceptual del trabajo, a lo que se suma la información institucional y la normativa nacional que enmarca los capítulos referidos a cada provincia. Luego se presentan los “mapas” correspondientes a la caracterización del sector artesanal en cada una de las cuatro provincias del NOA: Catamarca, Jujuy, Salta y Tucumán. Las conclusiones, sugerencias y recomendaciones se formularon en dos planos: para cada provincia en particular, y también algunas que se ubican en un plano más general o regional que involucran dos o más provincias.

Mapas de las provincias y fotografías de las artesanías del Noroeste Argentino se presentan en las páginas 181-196.

El equipo de investigación estuvo conformado por Luis Alberto Quevedo (Director), Silvia Cardarelli (Investigadora Senior), Marcela Jáuregui (Coordinadora General), Estefanía Chmielewski (Coordinadora NEA), Omar Esquivel (Coordinador NOA), Alejandra Porcel y María Ulivarri (Asistentes de Investigación).

2. ASPECTOS METODOLÓGICOS

El diseño de este estudio, correspondiente a las provincias del noroeste argentino (Catamarca, Jujuy, Salta y Tucumán), se formuló en cuatro etapas de trabajo:

- El relevamiento general de información (primaria y secundaria) sobre el sector artesanal en la Argentina (instituciones públicas y privadas, normativa, modelos de comercialización, etc.), desarrollado básicamente en la Ciudad de Buenos Aires y desde internet;
- el diseño de los instrumentos para la recolección de información en las provincias y la planificación del trabajo de campo;
- la caracterización del sector artesanal en las provincias involucradas en el proyecto, el trabajo de campo en las cuatro provincias, y
- la sistematización y análisis de la información obtenida que concluyó en la elaboración de los informes provinciales.

RELEVAMIENTO GENERAL DE INFORMACIÓN

En la primera etapa, el trabajo se concentró en la recolección de información disponible, tanto de fuentes primarias como secundarias con el fin de obtener un relevamiento actualizado del sector artesanal en el país (estado del arte) y contar con información que permitiera organizar adecuadamente el trabajo de campo en las provincias seleccionadas.

Relevamiento y análisis de la información secundaria

Se recopiló material bibliográfico y documental relacionado con el sector artesanal, especialmente de las provincias del Norte argentino, en diversas instituciones oficiales y no gubernamentales con antecedentes de trabajo o investigación en el tema. Entre otras:

- Consejo Federal de Inversiones (CFI);
- Fondo Nacional de las Artes;
- Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos de la Nación;
- Secretaría de Cultura de la Nación;
- Biblioteca del Ministerio de Economía;
- Biblioteca del Congreso;
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC);
- Museo Etnográfico, y
- Fundación Exportar.

El resultado de este relevamiento bibliográfico se consigna en el Anexo I de este informe.

Entrevistas a informantes clave de organismos oficiales y no gubernamentales

Con el fin de contar con información actualizada sobre el sector artesanal se realizaron entrevistas guiadas en diversas instituciones en la Ciudad de Buenos Aires.

En primer lugar se visitaron las casas de provincia de la región (Catamarca, Jujuy, Salta y Tucumán), con la finalidad de detectar la presen-

cia de productos artesanales, su funcionamiento en términos de “vidriera” y posible canal de difusión y comercialización de la producción artesanal de cada una de las provincias, y establecer el tipo de relación que mantienen actualmente con las instituciones provinciales vinculadas con el sector artesanal. Este trabajo permitió conocer las condiciones y posibilidades de los “locales” y realizar entrevistas a eventuales referentes artesanales, información que formó parte del diagnóstico de la situación institucional del sector en cada provincia.

También se entrevistó a referentes de otras instituciones oficiales que tuvieran vinculación con la temática en términos de investigación, sistematización de información o ejecución y seguimiento de proyectos:

- Mercado de Artesanías Tradicionales Argentinas (MATRA), organismo dependiente de la Dirección Nacional de Acción Federal e Industrias Culturales de la Secretaría de Cultura de la Nación;
- Instituto Nacional de Asuntos Indígenas (INAI);
- Centro Nacional de Organizaciones de la Comunidad (CENOC), Ministerio de Desarrollo Social;
- Programa Manos a la Obra, Secretaría de Políticas Sociales, Ministerio de Desarrollo Social, y
- Universidad Nacional de Misiones en Buenos Aires.

Las Organizaciones No Gubernamentales vinculadas con la producción y/o comercialización de artesanías en las Regiones NOA y NEA con sede en Buenos Aires que se entrevistaron fueron las siguientes:

- Equipo Nacional de Pastoral Aborigen (ENDEPA);
- Instituto de Cultura Popular (INCUPPO);

- Asociación Civil de Promoción Indígena (locales de venta de artesanías: Arte y Esperanza), y

- Grameen Art - Área específica para artesanías de la Fundación Grameen.

También se visitaron ferias, mercados, exposiciones y locales de venta con el fin de detectar la llegada a la Capital Federal y sus alrededores de artesanías procedentes de las provincias involucradas en el estudio, entre ellas:

- Feria de Mataderos;
- Feria del Tigre;
- Feria de la Plaza Francia;
- Exposición Palais de Glace “Los Adentros - Feria de Nuestra Tierra”, mayo de 2004;
- Exposición de la Sociedad Rural de Palermo;
- Locales de los Aeropuertos de Ezeiza y Aeroparque;
- Manos de la Tierra;
- Arte y Esperanza;
- Silataj;
- Tierra Adentro, y
- Arte Étnico Argentino.

Adicionalmente se realizaron relevamientos de precios en numerosos locales comerciales del microcentro y principales avenidas de la Capital Federal.

CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR ARTESANAL EN LAS PROVINCIAS DEL NOA

Para abordar la caracterización integral del sector artesanal en la región, se decidió enfocar la investigación con criterio territorial, por provincia, y elaborar “mapas provinciales” que dieran cuenta de los diversos aspectos, procesos y actores involucrados en la gestión, producción y comercialización de artesanías:

Se definió que cada uno de estos “mapas” contenga:

- Una introducción que sintetiza las principales características actuales de funcionamiento del sector artesanal en cada provincia.

- Un apartado sobre los *aspectos institucionales* más relevantes del sector que incluye:

- ✓ la descripción y análisis de la gestión pública provincial y de los principales municipios que desarrollan actividad artesanal;
- ✓ la normativa vigente para el sector;
- ✓ las principales Organizaciones No Gubernamentales con presencia en las provincias y que tienen proyectos en ejecución, y
- ✓ las asociaciones y/o cooperativas de artesanos.

- La identificación de los distintos tipos de artesanías que se producen en la provincia y de las áreas de localización de la producción provincial.

- Un gráfico que permite visualizar geográficamente la localización de las principales artesanías, las comunidades productoras y sus organizaciones así como también otras instituciones relevantes.

- Una estimación de la cantidad de artesanos por área y provincia y caracterización de su contexto social y cultural en los asentamientos habituales de cada artesanía en cada una de las provincias.

- Una caracterización de los aspectos económicos del sector artesanal que incluye los modos y organización de la producción (materias primas e insumos utilizados; origen, proveedores y modalidades de abastecimiento; técnicas de producción; instrumentos, materiales y característi-

cas del proceso de producción; productos y modalidades de venta, y precios).

- Un diagrama que sintetiza los circuitos productivos y comerciales para los principales rubros artesanales de cada una de las provincias.

- Una serie de “casos” o situaciones productivas que permiten imaginar los procesos de creación y comercialización habituales y distintivos de algunos de los rubros artesanales que se desarrollan en cada provincia. En varias provincias se incluyeron como “casos” las producciones artesanales de alimentos, ya que tienen una considerable presencia, pero como rubro no se incluye en las definiciones de artesanías y, por lo tanto, no fue objeto de estudio de esta investigación.

Se elaboró, finalmente, un *sistema de conclusiones y recomendaciones* organizado en dos grupos: a) uno que recoge las consideraciones generales y válidas para todas las provincias del NOA, y b) las particulares para cada una de ellas.

DISEÑO DE LOS INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Sobre la base de los objetivos de la investigación, y tomando en cuenta los diversos materiales consultados, se elaboraron cinco guías de entrevista semiestructuradas, destinadas a los distintos actores intervinientes, tanto en la gestión del sector como en el proceso de producción y comercialización de artesanías, con el fin de obtener la información más completa posible y asegurar la homogeneidad en la recolección de información primaria durante el trabajo de campo (Anexo II).

Los instrumentos utilizados fueron:

- Guía de entrevista a funcionarios del sector público.
- Guía de entrevista a Organizaciones No Gubernamentales o comunitarias (asociaciones y/o cooperativas de artesanos).
- Guía de entrevista a artesanos.
- Guía de entrevista a comerciantes o intermediarios.
- Guía de entrevista a consumidores.
- Además se elaboró una grilla para el relevamiento de precios de productos artesanales en comercios o puestos de venta en ferias.

Aspectos institucionales

Para relevar los aspectos institucionales, se realizaron entrevistas a funcionarios públicos –provinciales y de los municipios con mayor actividad– que tienen a su cargo la gestión del área en las provincias o una trayectoria destacada en el tema. Dada la imposibilidad de cubrir todo el universo de la actividad artesanal en las provincias en las condiciones y plazos previstos por el Proyecto, estos funcionarios fueron también la fuente principal de información respecto de las localizaciones de la producción artesanal, la existencia de censos o registros de artesanos y del funcionamiento general del sector.

Para completar el relevamiento de los aspectos institucionales, se recurrió también a entrevistar a las principales organizaciones de la sociedad civil que están trabajando en las provincias y a organizaciones de artesanos que se identificaron.

Aspectos económicos

Con el fin de ahondar en el entendimiento de algunos aspectos económicos poco investigados en la literatura sobre la problemática artesanal, se realizaron entrevistas en profundidad a

los diferentes actores económicos que intervienen en el proceso de producción, venta y adquisición de artesanías. Para ello se visitaron personalmente artesanos, comerciantes y consumidores de artesanías, detectados en las distintas ciudades de cada una de las provincias involucradas en el estudio. Asimismo se practicó un relevamiento de precios de venta de artesanías en locales y puestos en ferias y/o mercados artesanales de esas localidades y en la ciudad de Buenos Aires.

La metodología de trabajo utilizada en el campo se basó en la aplicación de entrevistas en profundidad semiestructuradas. La determinación de las muestras fue incidental para los consumidores y comerciantes. En cuanto a los artesanos, dada la poca disponibilidad del tiempo de trabajo de campo, por un lado se buscaron referentes, y por el otro se seleccionaron al azar en puestos de mercados.

A partir del trabajo de campo y de la sistematización de la información recolectada se organizó el análisis y su presentación por figura o tipo de actor económico.

Actores económicos

ARTESANOS

El objetivo de estas entrevistas consistió en investigar acerca de la condición del trabajo artesanal como actividad económica, intentando visualizar el modelo de desarrollo empresarial implícito dentro de la informalidad propia de este tipo de actividad y población.

Para ello se observaron aspectos tales como la especialización en el rubro artesanal, tiempo de dedicación, organización del trabajo, costos de producción y formas de comercialización. A pesar de no ser objetivo de este análisis profundizar en la tipología social de los artesanos, materia abundantemente desarrollada en la

bibliografía, se incluyeron unas breves referencias a la escolaridad, con la finalidad de tener presente el *perfil* de los artesanos durante el análisis.

En el terreno de la significación económica individual de la actividad artesanal, dada la imposibilidad operativa de obtener una muestra estadísticamente representativa de los ingresos, se optó por recolectar información no cuantitativa. En ese sentido, se indagó sobre el alcance o cobertura de los ingresos provenientes del trabajo artesanal en cuanto al presupuesto familiar.

Por otro lado, y si bien la formulación de una función de producción excede los objetivos de esta investigación, se trató de relevar información sobre las distintas variables que la componen. Para ello, se comenzó por averiguar acerca de las *materias primas* utilizadas para la confección de las artesanías, tipos, formas, tamaño y costos para obtenerlas. Asimismo, y con la finalidad de completar la descripción de los costos en la elaboración de artesanías, en las entrevistas también se preguntó acerca de otros insumos utilizados, no elaborados por ellos mismos: dónde los compran, cómo los pagan y cuánto les cuestan. Cabe señalar que no se abordaron en las entrevistas los aspectos tecnológicos referidos a los instrumentos de trabajo y procesos de elaboración.

Finalmente, el último grupo de preguntas se refirió a la *comercialización* de las artesanías, con el fin de obtener la perspectiva de quienes las producen. Se comenzó por intentar averiguar la relevancia del sistema de canje de las artesanías, ya sea con otros artesanos, con almacenes de la zona y/o con intermediarios, por materia prima; luego, por determinar la forma de venta (compradores particulares, revendedores, cooperativas, negocios de la zona, fundaciones, mercados o ferias locales y de otras provincias), y, por último, se trató de saber si alguna vez participaron en alguna operación de exportación.

CONSUMIDORES

El objetivo de estas entrevistas consistió en profundizar en el conocimiento del “consumidor” de artesanías en lugares cercanos a las zonas de producción de las mismas. Se apuntó a detectar las motivaciones de compra y preferencias y a obtener un perfil del público interesado en las artesanías. Como se comentó, el mecanismo de la muestra fue incidental y para las entrevistas se diseñó una guía breve y ágil, que permitiera recolectar la información en poco tiempo.

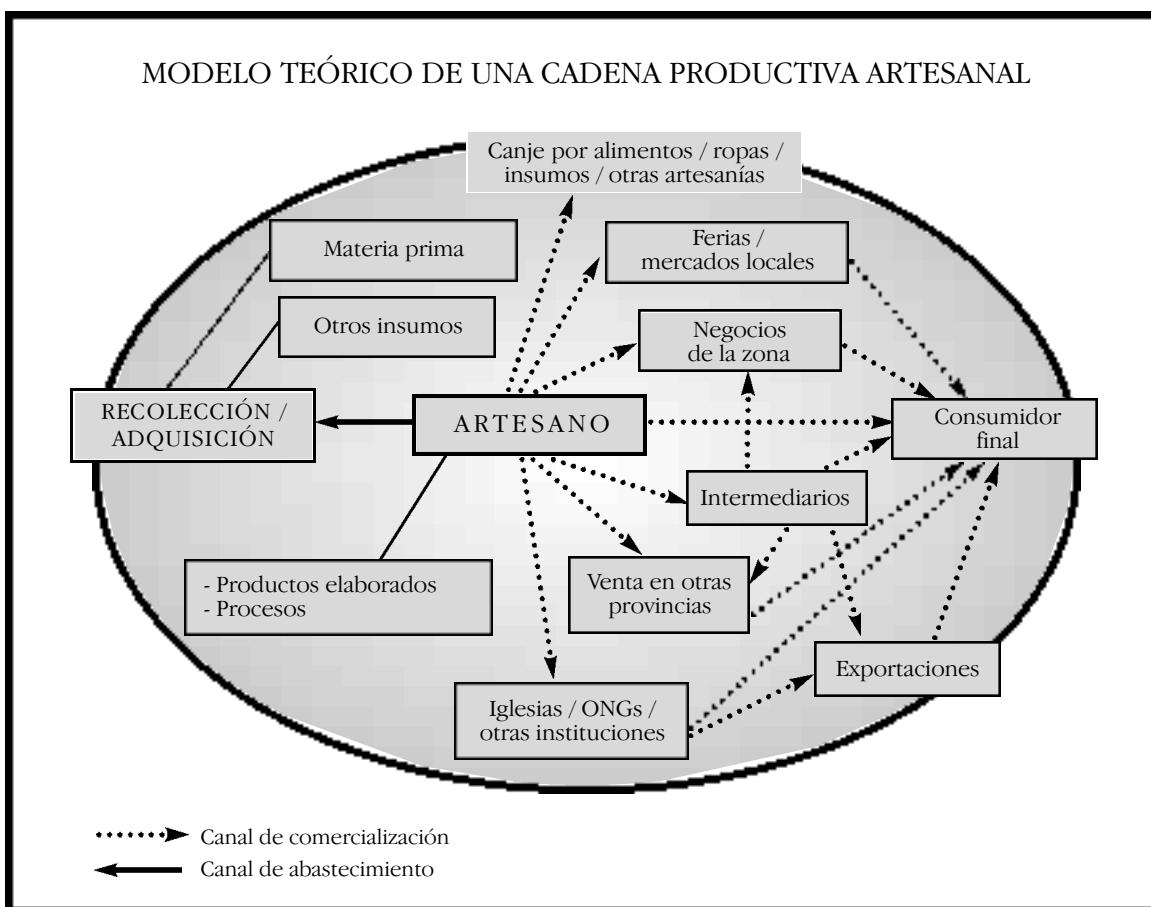
COMERCIANTES / INTERMEDIARIOS

El objetivo de estas entrevistas apuntó a avanzar en el conocimiento sobre la comercialización de los productos artesanales. *A priori*, éste constituye un punto crítico de articulación entre los procesos productivos y los mercados.

Se buscó información sobre aspectos típicamente comerciales –precios, cantidades y formas de abastecimiento–, así como también se trató de comprender los códigos, implícitos y/o formales, de las relaciones comerciales entre los artesanos y las figuras de venta de estos productos. Asimismo, se efectuaron consultas destinadas a obtener una evaluación por parte de los intermediarios en cuanto al consumo y a los consumidores de artesanías.

Con el fin de completar los análisis sobre la comercialización de artesanías, y sobre la base del estado de las artes en la materia, se formuló un modelo cuyo diagrama figura a continuación. Luego, a partir de la información recogida durante la investigación, dicho modelo se fue transformando en los circuitos reales contruidos específicamente para cada provincia y para los productos artesanales más relevantes de cada una de ellas. Estos diagramas ofrecen una visualización rápida y sintética de las diferentes cadenas de valor.

MODELO TEÓRICO DE UNA CADENA PRODUCTIVA ARTESANAL



Relevamiento de precios

Por la propia definición de los productos bajo análisis, que son únicos y cada uno diferente, no es posible practicar un típico estudio de precios, puesto que para ello se requiere una estandarización de productos a los efectos de homogeneizar las observaciones. No obstante, y con la finalidad de contar al menos con un panorama de valores, se practicaron relevamientos, en comercios o puntos de venta final.

Los datos obtenidos se organizaron, para cada provincia, por rubro artesanal y por pro-

ducto y se procedió a su análisis. Es importante tener presente que los niveles de precios expuestos, en todos los casos, corresponden al tercer trimestre del año 2004, con un tipo de cambio aproximado a los 3 pesos por dólar estadounidense.

TRABAJO DE CAMPO EN LA REGIÓN NOA

Entre los meses de julio y octubre de 2004 se efectuaron las visitas programadas a las provincias del NOA, con el objetivo de entrevistar

a distintos actores vinculados con el sector de los productos artesanales (folclóricos, tradicionales y de las diferentes manifestaciones aborígenes).

El trabajo de campo se organizó a partir de un primer listado de referentes a entrevistar, elaborado en función de la información brindada por el PRODERNEA y el PSA (de la SAGPyA), por representantes de las *Casas de las provincias* en

Buenos Aires, el MATRA, así como por funcionarios y referentes del sector privado relacionados con las artesanías. También se practicó una búsqueda en internet. Este registro se amplió a medida que fueron surgiendo otros referentes significativos a entrevistar en las provincias.

En el cuadro siguiente se presenta la cantidad de entrevistas realizadas por provincia según tipo de actor:

ACTORES	CATAMARCA	JUJUY	SALTA	TUCUMÁN
Funcionarios sector público	2	2	2	3
ONGs	5	5	2	3
Artesanos	16	17	10	6
Comercios	-	3	2	6
Consumidores	8	20	8	7
Total	31	47	24	25
Relevamiento en ferias y mercados	1	1	1	1

CATAMARCA: Se hicieron entrevistas en las ciudades de San Fernando del Valle de Catamarca y Santa María. En la capital de la provincia se concurrió a la Feria Nacional del Poncho (del 17 al 25 de julio), un evento que se viene realizando desde hace treinta y tres años, y a la que son convocados los artesanos de todas las provincias.

JUJUY: Se realizaron entrevistas a artesanos y funcionarios en las ciudades de San Salvador de Jujuy, Humahuaca, Tilcara, Maimará, Purma-

marca, Volcán y El Carmen. Asimismo se visitaron las ferias del lugar.

SALTA: Se efectuaron entrevistas en las localidades de Seclantás, Cachi, Colte y San Antonio de los Cobres, situadas en el denominado “camino del artesano”.

TUCUMÁN: Se hicieron entrevistas a referentes y artesanos en las ciudades de San Miguel de Tucumán y en los municipios de Tafí del Valle, Monteros y Simoca.

3. ASPECTOS CONCEPTUALES

DEFINICIÓN DE ARTESANÍA¹

Los productos artesanales son los elaborados por artesanos, ya sea totalmente a mano, con ayuda de herramientas manuales, o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente fundamental del artículo acabado. Se elaboran sin limitación en lo que se refiere a la cantidad.

La naturaleza especial de las piezas artesanales se basa sobre sus características distintivas, que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas con la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, simbólicas o significativas religiosa y socialmente. Los siguientes rasgos son los que se incluyen en casi todos los países productores de artesanías:

- tradicionalidad;
- autenticidad popular;
- prominencia manual;
- división del trabajo manual;
- producción individual/doméstica;
- sentido de la creación;
- sentido estético;
- utilidad funcional;
- localización geográfica determinada;
- anonimia en cuanto a las tecnologías utilizadas (los secretos del oficio).

En síntesis, *la artesanía se define como una actividad productora de bienes, caracterizada por la utilización de tecnología no industrial, en la que predomina el trabajo manual sobre el mecánico, y a partir de la cual se elabo-*

ran objetos con contenidos artísticos y/o culturales. La categoría de artesanal no se refiere principalmente a los objetos sino a la modalidad de producción que les da origen.

CLASIFICACIONES DE ARTESANÍAS

Clasificación de las artesanías según sus productores

ARTESANÍA INDÍGENA

La artesanía indígena consiste en una producción de bienes útiles, rituales y estéticos, condicionada directamente por el medio ambiente físico y social, que constituye la expresión material de la cultura de la comunidad. Se manifiesta en unidades étnicas relativamente cerradas, con la finalidad de satisfacer necesidades sociales, simbólicas y religiosas, entre otras.

ARTESANÍA CONTEMPORÁNEA O NEOARTESANÍA

La artesanía contemporánea consiste en la producción de objetos útiles y estéticos a partir de una nueva valoración de los oficios. En su producción se sincretizan los elementos técnicos y formales procedentes de otros contextos socioculturales y de otros niveles tecno-económicos.

Culturalmente, estas artesanías tienen una característica de transición hacia la tecnología

moderna o hacia la aplicación de principios estéticos de tendencia universal o académica. Tienen, además, a destacar la creatividad individual expresada en la calidad y originalidad del estilo. Generalmente se desarrollan en centros urbanos.

ARTESANÍA TRADICIONAL

Las artesanías tradicionales o “populares” son aquellas que forman parte del saber del pueblo o folclore. Se realizan generalmente fuera de las áreas urbanas. La producción de estos artesanos debe ser observada en el contexto de la vida rural provinciana, que los pobladores han visto cambiar progresivamente a lo largo del siglo XX, pero especialmente durante las últimas décadas, en que se debilitó su capacidad para ingresar a los mercados de trabajo, a causa de sus escasos niveles educativos y de la competencia de productos industrializados.

Compartiendo las características generales de la definición de artesanías, las tradicionales son un conjunto de técnicas para elaborar objetos que tienen aplicación funcional en el medio cultural del autor, siendo sus rasgos principales:

a) Estar incorporadas al patrimonio tradicional del grupo social del artesano y por lo tanto ser aceptadas por la mayoría de los miembros de este grupo;

b) ser anónimas, en cuanto a que no se identifica a sus creadores originales;

c) ser transmitidas principalmente por el ejemplo, siendo su aprendizaje empírico, y

d) estar localizadas geográficamente; así, en relación con su ambiente, el artesano aprovecha determinadas materias primas, adopta y adapta técnicas de transformación e instrumen-

tal y toma de su entorno los motivos de inspiración, aportando a sus obras características particulares.

De acuerdo con este criterio, no serían artesanías tradicionales:

a) las piezas con diseños inspirados en motivos de ese carácter, realizadas con tecnología industrial, ni

b) las manualidades desprovistas de autenticidad tradicional (como *bijouterie*, trabajos en cuero, etc., confeccionados por artesanos urbanos).

Clasificación de las artesanías según técnica, función y materia prima

Según el citado estudio del CFI, en el mercado internacional la definición de productos de artesanía es mucho más amplia puesto que incluiría también a los artículos fabricados por “industrias caseras”, independientemente de que posean o no “las características originales de la región geográfica o el país de producción” (Documento UNCTAD, Informe del Grupo Intergubernamental de Expertos sobre Clasificación Arancelaria”, TD/B/C2/76).

Teniendo en cuenta las limitaciones que supondría la utilización de una sola variable para clasificar las artesanías, en el *Manual sobre artesanías regionales argentinas*, el CFI propone adoptar un criterio combinado que agrupe las actividades de producción y sus resultados según sus rasgos más distintivos y comprensivos, y rescata la categorización utilizada en nuestro país por el Fondo Nacional de las Artes, que discrimina como sigue:

- Artesanía del tejido (técnica).
- Alfarería (materia prima y técnicas).

- Artesanía de la fibra vegetal (materia prima).
- Artesanía del cuero (materia prima).
- Artesanía de la madera, asta y otras (materia prima).
- Artesanía de los metales (materia prima).
- Artesanía de la máscara (función).
- Imaginería (función).
- Instrumentos musicales (función).

Esta clasificación es la que se ha utilizado en el presente estudio.

CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES SEGÚN RUBROS Y PRODUCTOS

✓ Tejidos

El tejido se define como el entrecruzamiento de hilados flexibles, elaborados con fibras de origen animal (lana, pelo), o vegetal (algodón, chaguar, etcétera). Se incluye también dentro de la artesanía del tejido a todos los procedimientos de fibras que originan hilados.

Productos: telas, fajas, lana hilada, almohadones, caminos, medias, tapices, mantas, flecos, rebozos, alfombras, bolsos, guantes, hamacas, yicas, ponchos, peleros, chombas, alforjas/maleas, bufandas, gorras, otros.

✓ Alfarería

Se denomina así a un conjunto de procedimientos por los cuales, a partir de un mineral denominado arcilla, combinado con agua, se modelan piezas directamente con las manos o con la ayuda de herramientas simples.

Productos: ollas, candeleros, tinajas, platos, vasijas, juguetes, vasos, jarras, figuras humanas, figuras de plantas, figuras de animales, otros.

✓ Cestería

Se denomina así a los procedimientos de entrecruzamiento manual de fibras duras de origen vegetal. Su mayor producción consiste en cestos o canastos, confeccionándose con igual técnica las esteras y pantallas.

Productos: animales, costureros, bolsos, canastos, flores, paneras, esteras, sogas, posavasos / platos, otros.

✓ Cuero

Esta categoría incluye los trabajos que presentan como característica común la materia prima con que han sido elaborados, ya sea tomada en forma natural (crudo) o con un tratamiento previo (curtido), con su especialidad, la tala-bartería.

Productos: piezas de arreos, cinturones, pellones, monturas, llaveros, quillangos, botas, petacas, otras.

✓ Madera

Incluye todos los trabajos de talla y torneado, realizados en maderas regionales duras o blandas, con distintos fines, utilidades, muebles rústicos de hechura popular, herramientas y adornos.

Productos: platos, cucharas, vasos, fuentes, bateas, morteros, mates, figuras humanas y de animalitos, jarros, otros.

✓ Imaginería o santería

Se agrupan en este tipo de artesanía las obras realizadas con diversos materiales destinados al culto, en especial las imágenes religiosas, sean estas del santoral católico o de santos populares.

Productos: figuras de santos, cristos, vírgenes, pesebres, angelitos, otros.

✓ Instrumentos musicales

Lo definitorio en este caso es el uso que se asigna a esos productos en la comunidad, puesto que las materias primas y técnicas están estrictamente subordinadas a su función específica.

Los estudiosos distinguen en el folclore de nuestro país cuatro tipos de instrumentos musicales: idiófonos, membranófonos, cordófonos y aerófonos.

Productos: bombos, erkenchos, anatas, guitarras, cajas, violines, erkes, charangos, pincullos, quenás, sicus, otros.

✓ Metales

Los metales de mayor arraigo en su utilización por los artesanos argentinos son la plata y la alpaca.

En este rubro se distinguen dos líneas de producción: a) para uso litúrgico y doméstico, y b) como complemento ornamental de la artesanía del cuero para aperos y vestimenta gauchesca.

El empleo del hierro forjado, que tuvo su auge en la época colonial, ha desaparecido casi totalmente.

Productos: figuras humanas, plantas, animales, adornos, mates, cucharones, cucharitas, herrajes, joyas, bombillas, platos, adornos para aperos, promesas, cuchillos, jarros, mates, otros.

Otras artesanías

Se señalan otras líneas de producción, cla-

sificadas de acuerdo con la materia prima empleada en su elaboración.

✓ Trabajo en piedra

La materia prima son las distintas piedras regionales. Se los incluye cuando los lapidados son ejecutados artesanalmente, porque la proporción del trabajo manual es aun muy elevada.

✓ Trabajo en asta

Las cornamentas de vacunos se utilizaron tradicionalmente en nuestro país transformándolas en recipientes para líquidos o chiflas; también se confeccionan vasos, mates y estribos decorados con incisiones, grabados y adornos con metales. De acuerdo con el trabajo citado del CFI, actualmente la artesanía del asta está en retroceso en cuanto a su función utilitaria y riqueza decorativa, registrando la introducción de tecnología no tradicional para su elaboración.

Productos: chifles, anillos, chambaos, pulseras, botones, cucharas, mangos, otros.

✓ Trabajo en piel

Se destaca en esta especialidad la actividad de los pelloneros del noroeste, debiendo anotarse que el pellón es una pieza del apero de montar que se confecciona con pieles de ovejas. A veces se los incluye en el rubro cueros.

✓ Trabajo en papel

Se destaca la utilización de diferentes tipos de papeles para la confección manual de distintos objetos.

Productos: flores, coronitas, candeleros, otros.

UN ANÁLISIS DEL SECTOR ARTESANAL EN LA ARGENTINA

En el año 2004, el MATRA desarrolló un análisis FODA –Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas– del sector para ser presentado en las rondas de actividades de la SEPYME –Grupo de trabajo N° 7 del Mercosur–. Puesto que el MATRA es el principal organismo nacional vinculado con el sector artesanal y que el trabajo es actual y destaca las características sociales, económicas, culturales y políticas en que se desenvuelve el sector en la Argentina, se consideró pertinente incluir la siguiente síntesis:

Fortalezas

- Calidad de una producción artística distintiva culturalmente, por la diversidad de las tecnologías apropiadas utilizadas (patrimonio intangible) en la elaboración de las distintas artesanías y la carga cultural intrínseca reflejada en el producto final.
- Alta cualificación técnica en algunos oficios representativos como en la platería, textilera, soguería y otros.
- El productor artesano es dueño de su fuerza de trabajo y lleva a cabo su actividad en forma independiente, con lo cual maneja su tecnología, selecciona sus materias primas y fija sus precios.
- Los artesanos conforman un nuevo capital socio-cultural en los nuevos esquemas económicos mundiales. Ante el problema estructural que en los países industrializados, y no industrializados ha planteado el desempleo, el sector se ha transformado en una alternativa distinta en la práctica de las relaciones laborales.

- Capacidad de la artesanía para generar puestos de trabajo con baja inversión. Tanto la formación del artesano como la fabricación de su utillaje están en costos notoriamente por debajo de los equipamientos industriales y de la capacitación de los operarios fabriles.

- Representa, en comparación con otros sectores productivos, una reducida dependencia tecnológica. Siendo el artesano portador de un patrimonio cultural intangible, utiliza normalmente tecnología apropiada heredada.

- Utilización racional de materias primas locales y regionales. Dada la precariedad en que el sector ha desarrollado su actividad y siendo naturalmente conservador del ámbito en el que vive, utiliza racionalmente los elementos que le brinda el medio como materia prima.

- La producción artesana posee características ecológicas (altamente valoradas) dados sus bajos costos energéticos y escaso riesgo contaminante. Se ajustan a los parámetros considerados por los certificadores de productos naturales y ecológicamente “limpios” y libres de contaminación. Es posible de certificar (Sello Verde, Producto Ecológico, Producto Natural, etcétera).

- Valoración de carácter diferencial de la producción artesana respecto de la industrial. Las distinciones planteadas por los sistemas de elaboración artesanal hacen que tanto los productos de artesanía como los de arte popular se distingan por su singularidad y especificidad funcional.

- El sector es factor de estabilidad social en comunidades alejadas de los centros de producción y consumo. La artesanía está considerada como elemento neutralizador ante las migraciones negativas desde las comunidades hacia los asentamientos provisionales urbanos y provee a

sus hacedores de los elementos básicos para su autoconsumo.

- ♦ Afirma en origen las identidades culturales (diversidad). A partir del reconocimiento de las distintas identidades culturales que conviven en los distintos países, la artesanía es una representación cultural viva de la tradición que el artesano traslada a su obra.

Oportunidades

- ♦ El reconocimiento del “valor simbólico” del producto artesano. Tanto el consumidor usuario como el coleccionista valoran el producto por lo que éste representa en la comunidad originaria.

- ♦ El reconocimiento de “la cultura” como la mercancía del tercer milenio. Siendo la artesanía una de las Industrias Culturales en permanente difusión y transformación, ingresa dentro del reconocimiento globalizado como mercancía cultural en los nuevos tiempos.

- ♦ El producto artesano es por su naturaleza un elemento básico de la demanda del turismo, con lo cual se genera un flujo de divisas. La artesanía es uno de los generadores de ingreso de divisas no mensurable ya que es una exportación encubierta, no se registra lo que el visitante lleva en el equipaje.

- ♦ Es un instrumento dinamizador del desarrollo sostenible por su relación con el turismo y el medio ambiente. El turismo (nacional e internacional) ha sido históricamente un socio importante del productor artesano ya que cubre las necesidades básicas de los consumidores (uso, obsequio, colección, recuerdo) y está relacionado con el paisaje que visitó.

- ♦ Aperturas de nuevos espacios para el reconocimiento de la actividad (ferias, paseos, mercados, tiendas especializadas). La habilitación de espacios específicos para la oferta de productos artesanales posibilita un crecimiento de la actividad comercial artesana.

- ♦ Diferencia positiva en los valores de mercado (aunque esto es aleatorio). Las ventajas de la actual diferencia cambiaría posibilitarían una oportunidad inmejorable para la apertura de nuevos mercados y crecimiento de los existentes.

- ♦ Apertura de nuevos nichos para la comercialización. Posibilitada por las diferencias cambiarias y reconocimiento de productos.

- ♦ Aprovechar el “potencial endógeno” para el desarrollo del sector (entendido en recursos reales y financieros de los mismos en cuanto a la utilización de materias primas y puestos de trabajo). Utilización de las habilidades productivas heredadas, las materias primas locales y regionales y la carga cultural vigente en la comunidad, a partir de una actividad productiva generalmente complementaria.

- ♦ El sector ha reconocido la importancia de la capacitación para el mejoramiento de sus productos. A partir del último quinquenio el sector ha participado activamente de las gestiones de capacitación y asistencia técnica ofrecidas por los sectores públicos y privados, destinadas al mejoramiento del producto.

- ♦ Actitud positiva de los artesanos hacia las figuras jurídicas asociativas. El sector ha generado una diversidad de figuras jurídicas asociativas orientadas al mejoramiento de las relaciones intersectoriales y la concreción de operaciones comerciales conjuntas.

Debilidades

- El sector carece de modelos y referencias. Se ha considerado el artesano como un sector marginal y disperso sin considerar su potencial productivo y aportes al sistema económico informal.

- Falta de políticas públicas permanentes hacia el sector o de estrategias consecuentes y persistentes. Falta de legislación.

- Ausencia de programas sistemáticos y permanentes para el desarrollo sectorial. Dado por las acciones erráticas de los funcionarios políticos responsables del área, el poco conocimiento del funcionamiento del sector y el desentendimiento para la aplicación de programas estables y con los medios necesarios para su desarrollo.

- La falta de apoyos crediticios para acceder a equipamientos que hagan posible el ingreso de nuevas tecnologías (apropiadas, limpias y artesanales).

- El carácter marginal de la artesanía en el contexto de la economía nacional. Falta de información sobre el porcentaje que aporta el sector al PBI (ausencia de datos estadísticos).

- Ausencia de criterios para la delimitación de la artesanía en términos económicos. Encuadre equivocado de la actividad frente a otros referentes productivos.

- Falta de oportunidad y estímulo para integrar a los artesanos a sistemas productivos y comerciales permanentes. Siendo un sector atomizado (por lo tanto débil operativamente) y sin políticas específicas, el artesano se encuentra en un estado de indefensión permanente.

- Escasa actualización tecnológica para la producción. Los volúmenes son escasos y de lenta reposición, suelen retrasarse en la adquisición de nuevas tecnologías productivas.

- Actitud de producción precapitalista. Actitud concatenada con los métodos de producción y venta. Incapacidad del sector de competir con la industria y cada vez más alejado en los procesos manuales de producción de la innovación tecnológica.

- Competencia con artesanías importadas de bajo costo y productos sustitutivos. La histórica diferencia de costos de producción con artesanos de países menos desarrollados y por productos sustitutivos originados en la industria conspiran para lograr un desarrollo armónico de la actividad y la producción.

- Inseguridad de los mercados consumidores. La persistencia de los mismos depende de los valores de las divisas de los países compradores.

Amenazas

- Extinción de tecnologías apropiadas y productos. Desaparición de oficios. Acelerada pérdida de los oficios tradicionales –indispensable para el mantenimiento del patrimonio cultural argentino (tangible e intangible)–.

- Pérdida de posibilidades comerciales y de mercados por la falta de la capacidad de “lobby productivo” del sector referida a la señalada dispersión y atomización del sector.

- La expulsión laboral provoca la aparición de “nuevos artesanos” sin conocimientos del oficio con la consiguiente “canalización” del producto artesano.

- ♦ El crecimiento de pseudo-artesanías (manualidades) y el reconocimiento equivocado de éstas. Falta de instalación del tema y desinformación por la proliferación y aparición de elementos ajenos a la cultura artesana presentados como tales.

- ♦ Confusión cultural generada por el ingreso irrestricto de productos de otros países sin los controles aduaneros técnicos necesarios. Falta de legislación y reglamentación sobre el tema,

desconocimiento de los parámetros técnicos para la clasificación del producto.

- ♦ Creencia generalizada en funcionarios y técnicos sociales en que la artesanía solucionará los problemas de desocupación y pobreza. La multiplicidad de programas sociales que ingresan al sector promoviendo la “formación” de artesanos productores, con los consiguientes fracasos operativos y con la producción de artículos inercializables.

Nota

1. Este apartado se realizó siguiendo las recomendaciones para la homologación del concepto artesanía en el marco del Mercosur, del Mercado de Artesanías Tradicionales de la República Argentina (MATRA), dependiente de la Dirección Nacional de Acción Federal e Industrias Culturales de la Secretaría de Cultura de la Nación, julio de 2004, y las especificaciones del estudio del CFI *Manual sobre artesanías regionales argentinas*, editado en Buenos Aires en 1979.

4. ASPECTOS INSTITUCIONALES

REFERENTES NACIONALES

En el nivel nacional diversas instituciones desarrollan actividades con distinto alcance e intensidad en el sector artesanal. A su vez, estas entidades articulan sus esfuerzos con diferentes instituciones provinciales. Llevan a cabo acciones específicas que abarcan desde capacitación y asistencia técnica hasta investigaciones sobre el sector o el gerenciamiento de recursos humanos vinculados con programas sociales asociados a desarrollos productivos. En general sólo conocen las tareas realizadas por las otras instituciones, manteniendo una débil articulación entre ellas. A continuación se presentan las principales instituciones y una síntesis de sus perfiles:

Mercado de Artesanías Tradicionales de la República Argentina (MATRA)

Esta entidad depende de la Dirección Nacional de Acción Federal e Industrias Culturales de la Secretaría de Cultura de la Nación.

Todas sus acciones, desde que se creó en 1985, han estado referidas al sector artesanal en la Argentina. Hasta 1992 comercializaba y controlaba la calidad de la producción artesanal de las provincias; posteriormente y hasta hoy se propone brindar en el marco del Programa Federal de Desarrollo Artesanal:

- Capacitación y asistencia técnica de los artesanos de todo el país con talleres y formación de formadores;

- capacitación y asistencia técnica a los representantes provinciales en la materia;

- apoyo a artesanos para poder participar en ferias y exposiciones nacionales e internacionales;

- gestionar y expedir el Certificado Nacional de Artesanía que acredite este carácter ante la Aduana según la Resolución 866/2003, de la Secretaría de Cultura de la Nación, y

- promocionar los eventos nacionales e internacionales sobre artesanías (ferias, concursos, etcétera).

El MATRA elabora anualmente un Programa Federal de Desarrollo Artesanal y lo somete a consideración de los representantes provinciales en la materia. Las acciones que se generan son implementadas en forma descentralizada, priorizándose el trabajo por regiones.

El Programa formulado para el año 2005² y que se extiende a tres años se propone como objetivo principal brindar al sistema de producción y comercialización de artesanías los medios que la investigación, la capacitación y el marketing desarrollen para que el sector artesano argentino ingrese a niveles de alta competitividad.

Está compuesto por los siguientes ejes:

- Inventario de la artesanía total
- Catalogación

- Marketing
- Transferencia tecnológica y capacitación.

Los beneficiarios del mismo son las comunidades aborígenes y criollas ubicadas en las regiones culturales (NEA, NOA, Nuevo Cuyo, Centro, Patagonia y Conurbano Bonaerense) y en talleres urbanos previamente seleccionados. La entidad gestora y responsable del Programa trianual será la SEPYPE.

El MATRA es entidad de consulta y de apoyo a las actividades encaradas por otras reparticiones nacionales pero de modo informal.

En el marco del Mercosur participa junto con la SEPYPE de la Comisión de Micro, Pequeñas y Medianas Empresas y Artesanías del Subgrupo de Trabajo N° 7 - Industria.

En la última reunión efectuada en noviembre de 2004³ entre los temas tratados se encuentran:

- Avanzar en la conceptualización del producto artesanal y la actividad artesanal. En vistas a un concepto común para facilitar los trámites aduaneros en el marco de los países miembro.
- Comparación de legislación y de conceptos de los países miembro, y de otros países de América latina y la Unión Europea, así como de la Unesco y WCC.
- Certificación de los productores y comercializadores para evitar la confusión entre obras de arte y reliquias religiosas.
- Responsables institucionales en los países miembro de la certificación de los productos.

En esta ocasión el MATRA no concurrió a la reunión por falta de recursos; por consiguiente, el aporte conceptual por parte de Argentina no se incluyó.

Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional (SEPYPE)

La Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional de la Nación depende del Ministerio de Economía y Producción. Sus acciones abarcan un amplio espectro de unidades productivas pequeñas y medianas de todo el país incluidas las artesanales.

Tiene como misión diseñar, implementar y supervisar acciones conducentes a lograr una mayor competitividad y desarrollo de las unidades productivas. A través de instrumentos de capacitación, de gestión de negocios y financieros, se propone llegar a todas las PyMEs.

En el área de Comercio Exterior desarrolla, entre otras actividades que pueden vincularse con el sector artesanal, las siguientes:

- El Programa de Grupos Exportadores contempla el diseño de material promocional (catálogos, páginas web, etc.), realización de estudios de mercado y participación en eventos en el exterior (ferias, misiones comerciales, etc.).
- Programa de Apoyo a la Primera Exportación.
- El Sistema de Información para el Exportador PyME brinda estadísticas sobre flujos comerciales origen-destino, información sobre barreras arancelarias y para-arancelarias, ferias, exhibiciones y oportunidades comerciales.

A partir de una política descentralizada, el Área de Desarrollo Regional de la SEPYPE articula la Red de Agencias de Desarrollo Productivo, que son instituciones sin fines de lucro y tienen como objetivo establecer contacto con las MiPyMEs y propender al desarrollo económico local y/o regional, a partir de la difusión y promoción de los instrumentos provenientes tanto

del sector público como de la oferta directa de servicios dirigidos a las PyMEs y microempresas locales, diseñada sobre la base de las necesidades detectadas localmente en pos del mejoramiento de la competitividad de estas empresas en el territorio.

Los principios que rigen el funcionamiento de la Red son los de colaboración y cooperación institucional, la asociación entre el sector público y el privado, y el cofinanciamiento entre la Nación, las provincias y los municipios.

Las tareas que desarrollan las Agencias son:

- Identificar sectores económicos dinámicos para la región que, a través de la producción de bienes y servicios, contribuyan a la creación de nuevas empresas y al mejoramiento de su nivel competitivo.

- Brindar o canalizar servicios de asistencia financiera y técnica de modernización empresarial, con el objetivo de mejorar la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas de su área de influencia.

- Apuntar a lograr un incremento y mejora permanente en las condiciones de empleo local.

- Identificar los problemas que hagan necesaria una reconversión de determinados sectores productivos.

Respecto del sector artesanal ha implementado el Programa de Apoyo al Desarrollo de Exportaciones Regionales No Tradicionales del Noroeste Argentino, durante septiembre de 2004 en la modalidad de taller. Los temas abordados fueron:

- Desarrollo de un proyecto de exportación para PyMEs: marco conceptual, formulación y planificación. Evaluación del proyecto.

- Secuencia de una exportación.

- Conceptos básicos de la herramienta asociativa para la exportación. Metodología propuesta para el armado de un grupo exportador.

- Definición y alcances del papel del coordinador o gerente de un grupo exportador.

- Ejemplos prácticos de proyectos de exportación para PyMEs en alimentos y artesanías. Se utilizó como caso de buena práctica *Hijas de la Luna*, Provincia de Jujuy.

La SEPYME es miembro del Grupo de Trabajo N° 7 –Industria– del Mercosur, y junto con el MATRA, como se mencionó anteriormente, participa de la Comisión de Micro, Pequeñas y Medianas Empresas y Artesanías.

Consejo Federal de Inversiones (CFI)

El Consejo Federal de Inversiones fue creado como organismo permanente de investigación, coordinación y asesoramiento, encargado de recomendar las medidas necesarias para una adecuada política de inversiones y una mejor utilización de los distintos medios económicos conducentes al logro de un desarrollo basado sobre la descentralización.

Desde diferentes programas ha encarado actividades de diagnóstico sectorial y la propuesta de líneas de acción, de capacitación y promoción de eventos referidos al sector artesanal en las provincias y ha elaborado abundante investigación sobre el tema⁴. El logro de sus objetivos se basa sobre la demanda de los organismos públicos provinciales, quienes a su vez en algunos casos articulan con entidades privadas.

Entre los programas⁵ se destacan:

- El *Programa de Promoción de la Produc-*

ción Regional Exportable de apoyo al desarrollo empresarial de las pequeñas y medianas empresas.

- El *Programa de Cultura* tiene por objetivo brindar apoyo, promoción y difusión a la producción artística y estimular la actividad de los noveles artistas de las distintas regiones de nuestro país, a través de la realización de concursos que otorgan el “Premio Federal de Cultura” a diferentes disciplinas artísticas dentro de las artes visuales, las letras y la música.

- El *Programa Regiones Concertadas* colabora con el funcionamiento de las regiones, promoviendo la realización de reuniones y acuerdos entre los estados provinciales y brindando información y asistencia técnica (Nuevo Cuyo y Crecenea - Litoral). Se encuentra vinculado con el Programa Redes de la Producción Regional, siendo una de las actividades productivas abordadas, entre otras, las artesanías regionales.

Por Resolución 866/2003 de la Secretaría de Cultura de la Nación el CFI es organismo de consulta en la certificación de artesanías.

Fondo de Capital Social (FONCAP)

FONCAP S.A. es una sociedad anónima cuya finalidad es la administración de fondos fiduciarios. Actualmente administra el Fondo de Capital Social, conformado en 1997 con aportes del Estado Nacional. El Directorio de FONCAP está compuesto por representantes del sector privado con el 51 por ciento del paquete accionario, y representantes del Estado con el 49 por ciento restante. El presidente de FONCAP es nombrado por el Ministerio de Desarrollo Social de la Nación.

Es una iniciativa de este Ministerio orientada a brindar servicios técnicos y crediticios al sector de la microempresa de menores recursos

económicos, apoyando su organización y su articulación con los demás sectores de la sociedad. En este sentido, FONCAP forma parte de la política de promoción social y económica en el nivel nacional.

Para el cumplimiento de estas finalidades, los interesados elevan un proyecto que es analizado de manera personalizada, para poder brindar las soluciones más pertinentes, “a medida” de la demanda de financiamiento y de las posibilidades institucionales, económicas y regionales de la operatoria.

Específicamente, han aprobado proyectos de financiamiento a comunidades aborígenes de Jujuy y para fortalecimiento de la producción artesanal de La Quiaca.

Centro Nacional de Organizaciones de la Comunidad (CENOC)

El Centro Nacional de Organizaciones de la Comunidad (CENOC) funciona bajo la esfera de acción del Consejo Nacional de Coordinación de Políticas Sociales, Ministerio de Desarrollo Social de la Nación.

Sus actividades son variadas y se organizan en tres ejes de acción. En un primer lugar, se persigue el fortalecimiento institucional, a través del trabajo conjunto con las organizaciones de la sociedad civil, promoviéndose la revalorización del trabajo voluntario en las distintas fases que implica todo programa social (diseño, ejecución, evaluación de políticas y resultados). Del mismo modo se contribuye formulando anteproyectos legislativos que busquen la regulación de las actividades y actualización normativa de las organizaciones.

Una segunda área de acción se centra en el registro y difusión de información relevante sobre las organizaciones de la sociedad. Por un lado, se ha creado una base de datos pública, que es administrada por el mismo centro. Por otro lado, se ha

elaborado (y es actualizado continuamente) un Registro Nacional Obligatorio de Organizaciones No Gubernamentales. Este Registro reemplazó desde 1999 al Registro Nacional de Entidades de Bien Público. Toda organización que perciba o pretenda recibir fondos del Estado Nacional debe inscribirse en este Registro.

El tercer eje sobre el cual se organiza el trabajo del CENOC es la mediación en la gestión social. Esto implica el apoyo en la implementación de mecanismos que tiendan a una integración comunitaria, articulando a la sociedad civil y a entidades gubernamentales.

Durante el año 2004 ha desarrollado el Programa de Capacitación de los Artesanos, como proyecto piloto, desde el Ministerio de Desarrollo Social y la Secretaría de Cultura de la Nación en todo el territorio nacional, con exclusión de la ciudad de Buenos Aires y el conurbano bonaerense.

La idea, incorporada al Plan Manos a la Obra de ese Ministerio, prevé lanzar una convocatoria para organizar talleres temporales de capacitación para artesanos, financiados por el Estado, que esperan favorecer el entrenamiento de cinco o seis mil personas en una actividad con una ulterior salida laboral.

Para el logro de este objetivo los talleres se implementarán en las bibliotecas populares por convenio con la Comisión Nacional de Bibliotecas Populares (CONABIP). Las Asociaciones Civiles actuarán como agentes del CENOC donde un grupo de artesanos o una entidad civil tendrán que presentar una propuesta de curso o taller de perfeccionamiento en una disciplina determinada. Dicha propuesta deberá contener el tema que se piensa desarrollar, el nombre y antecedentes del encargado del curso en cuestión, el costo de los honorarios previstos por su tarea y el de los materiales a utilizar. El CENOC asegura tener presupuesto como para financiar hasta unos 280 talleres o cursos de una duración total de 36 horas, con unos 20 alumnos cada uno.

Para un monitoreo más eficiente del desarrollo del plan, el CENOC dividirá al país en siete regiones y en cada una de ellas habrá un nodo o centro de supervisión que se encargará de tomar contacto con los responsables de los proyectos elegidos.

Instituto Nacional de Asuntos Indígenas (INAI)

Por Ley N° 23.302/85 se declara de interés nacional la atención y el apoyo a los aborígenes y a las comunidades indígenas existentes en el país, su defensa y desarrollo para su plena participación en el proceso socioeconómico y cultural de la Nación, respetando sus propios valores y modalidades. Con el fin de dar cumplimiento a la misma se crea dicho organismo.

Es un ente descentralizado dependiente directamente del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación. Tiene amplias facultades para la protección y el apoyo hacia las comunidades indígenas, defendiendo los derechos que les corresponden y la realización de acciones que permitan su desarrollo económico y social.

El tipo de trabajos que se encaran respecto de la actividad artesanal de los aborígenes es fluctuante ya que depende de los recursos disponibles. Están dirigidos a la capacitación en talleres y la compra posterior de artesanías, sin avanzar en el fortalecimiento organizacional de una producción y ventas que sean constantes en el tiempo y les dé autonomía. Otras herramientas que se brindan son la participación en ferias nacionales y la compra de insumos.

El INAI realiza el registro de artesanos a través de fuentes secundarias –como la presentación de proyectos– y primarias –encuestas realizadas en trabajo de campo directo–, así como por la presentación espontánea de los artesanos. Pero no es un registro público (por lo que el acceso no es libre) ni tampoco está completo.

También es el encargado del registro de las comunidades indígenas, condición indispensable para la presentación de proyectos. Actualmente, hay 835 comunidades registradas en el INAI.

Fundación Exportar - Export.Ar

La Fundación Export.Ar es una entidad sin fines de lucro, constituida por los sectores público y privado para asistir a la comunidad empresarial en la comercialización de sus productos en el plano internacional, con miras a acceder, ampliar y diversificar sus exportaciones. Su actividad está coordinada con las acciones que realiza el Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto a través de las 120 embajadas, consulados y las secciones económicas / comerciales de las diferentes representaciones argentinas en todo el mundo.

En algunas plazas estratégicas en materia de comercio exterior se han instalado diversos Centros de Promoción Argentina, en los cuales las empresas interesadas encuentran infraestructura y soporte logístico adecuado para lograr un resultado exitoso en sus viajes de negocios.

Las principales actividades que realiza son:

- ♦ Información sobre los mercados externos.
- ♦ Asistencia en la organización de viajes de negocios.
- ♦ Organización de la participación de empresas argentinas en ferias internacionales.
- ♦ Seminarios sobre mercados de exportación de una variada gama de productos.
- ♦ Cuenta con 63 Ventanillas Export.Ar en todo el país.

No realiza actividades puntuales respecto del sector artesanal pero cuenta con información de importancia para el estudio de mercados en el exterior, así como la promoción de produc-

tos argentinos en ferias internacionales, y las representaciones que tiene fuera del país.

MARCO NORMATIVO EN EL NIVEL NACIONAL

La Argentina no cuenta con una ley que rija el ordenamiento del sector, en materia de promoción y desarrollo de la actividad productiva artesanal. Son las provincias las que en algunos casos se han dado legislación, y son descriptas en los correspondientes mapas provinciales.

La única normativa en el nivel nacional es el Certificado Nacional de Artesanía⁶, por Resolución 866/2003, de la Secretaría de Cultura de la Nación. Tiene por objetivo promover y difundir el desarrollo de actividades económicas asociadas con la cultura y, en este caso, la producción y comercialización de artesanías.

Certificado Nacional de Artesanía

A través de la resolución antes mencionada, la Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación creó el Certificado Nacional de Artesanía. La norma aprobó también un sello triangular, para agregar a un formulario que constata la documentación de la comercialización, y un marbete, que deberá adherirse a la artesanía. El Certificado Nacional de Artesanía acredita:

- ♦ Que el producto corresponde a tipos de productos artesanales distintivos del país.
- ♦ Que el producto ha sido realizado, fundamentalmente, a mano o con máquinas movidas con energía básicamente humana.
- ♦ Que el producto presenta diseños representativos de la diversidad cultural de la República Argentina.

- ♦ Que el producto ha sido realizado en forma individual por un artesano o colectiva por una unidad productora de artesanías de la República Argentina.

Los organismos responsables para expedir el certificado que acredite el carácter de artesanía de los productos y entregar los marbetes que correspondan en forma gratuita serán, indistintamente, el MATRA, el Instituto Nacional de Antropología y Pensamiento Latinoamericano (INAPL), y la Dirección Nacional de Política Cultural y Cooperación Internacional (DNPCyCI).⁷

Se constituyen en materia de consultas técnicas al Instituto Nacional de Antropología y Pensamiento Latinoamericano (INAPL), y al Consejo Federal de Inversiones (CFI), a los mercados artesanales provinciales oficiales o cualquier otro organismo de carácter oficial de nivel provincial o municipal, con competencia en la materia. Además, la Dirección Nacional de Política Cultural y Cooperación Internacional supervisa el cumplimiento de las normativas y procedimientos internacionales que en materia de acreditaciones del producto artesanal deban adoptarse, en función de acuerdos bilaterales, multilaterales e internacionales, por parte del organismo certificante.

Proyecto de Ley de Artesanías

Actualmente hay en tratamiento en la Comisión de Presupuesto y Hacienda del Senado⁸ de la Nación el proyecto de Ley Nacional de Artesanías. Tiene por objetivo establecer una política artesanal, coordinando las diferentes acciones y políticas nacionales y provinciales del sector, así como con el sector turístico.

Asimismo, define al artesano y su trabajo, divide al territorio nacional en cinco zonas culturales: NEA (Misiones, Chaco, Corrientes, Entre Ríos, Santa Fe), NOA (Salta, Jujuy, Catamarca, Tucumán, Santiago del Estero), Cuyo, Centro y Patagonia.

Como organismo de aplicación se crea el Instituto de Artesanías Argentinas dependiente de la Secretaría de Industria, Comercio y de la Pequeña y Mediana Empresa del Ministerio de Economía y Producción.

El proyecto de Ley también prevé la creación de un Registro Nacional de Artesanos dependiente del organismo citado.

El proyecto crea un Fondo de Fomento Artesanal que se compondrá con un aporte inicial de 3 millones de pesos, imputado a las partidas del Ministerio de Economía y Producción, y posteriormente por Presupuesto General de la Nación y aportes de otros organismos oficiales y privados.

Notas

2. Véase Anexo General II: Programa Federal de Desarrollo Artesanal - 2005.

3. Véase Anexo General III: Mercosur / SGT N° 7 / ATA N° 7.

4. La misma está incorporada a la Bibliografía general.

5. Para conocer la actuación del CFI por provincia consúltase el documento electrónico www.cfired.org.ar/li_prov.pdf

6. Véase Anexo General III.

7. Operativamente como surge del texto del Anexo General III - Procedimiento para la Emisión del Certificado Nacional de Artesanía, es competencia del MATRA extender, si correspondiera, el Certificado Nacional de Artesanía, debidamente suscripto por cualquiera de los funcionarios autorizados al efecto.

8. Véase Anexo General III: Se adjunta copia impresa del Dictamen de Comisión Exp. S-274/03 y S-779/04.

5. EL SECTOR ARTESANAL DE LA REGIÓN NOA

PROVINCIA DE CATAMARCA

I. INTRODUCCIÓN

La Provincia de Catamarca cuenta con una gran diversidad de rubros y productos artesanales ligados a los recursos naturales y materiales de las cuatro regiones que la conforman.

En la Región Puna se destacan los trabajos en piedra, los tallados en madera y los tejidos. En la Región Oeste, se encuentran artesanías en cuero, alfarería, tejidos, cestería y dulces. En la Región Central, cestería, cerámica, cuero, dulces, tallado en madera y piedra. En la Región Este, tejidos, dulces, cueros y tallado en maderas.

El área del sector público responsable es el Departamento de Artesanías, dependiente de la Secretaría de Turismo. La gestión oficial tiene gran importancia en el desarrollo artesanal de la provincia, tanto por sus acciones directas en capacitación, comercialización –a través del Mercado Artesanal– y organización de ferias y eventos –entre los que se destaca la Fiesta Anual Nacional del Poncho–, como por la capacidad de articular actividades con organismos nacionales, otros organismos provinciales, municipios y asociaciones de artesanos.

En el ámbito no gubernamental, se entrevistaron las siguientes asociaciones de artesanos: Asociación Ruskaj-Muyana de la localidad de San José (Departamento de Santa María), Asociación Ganadera de Antofagasta de la Sierra, Asociación Barracanes Andinos de la capital provincial, Asociación Teleros del Famayfil de la localidad de Belén y Asociación Londrina de Artesanos de la localidad de Londres.

En este informe se expone una caracterización del sector artesanal de la provincia, basado en las entrevistas realizadas durante el trabajo de campo a los distintos actores –funcionarios del sector público, Organizaciones No Gubernamentales, artesanos, comerciantes y consumidores– y en la consulta de material bibliográfico y documental.

En el mapa de la página 181 se presenta la localización de las instituciones públicas y privadas vinculadas con el sector artesanal. Asimismo se puede visualizar la distribución de los principales rubros artesanales en el territorio provincial.

II. ASPECTOS INSTITUCIONALES

El organismo del sector público que tiene a su cargo el desarrollo del sector artesanal en la provincia es la Secretaría de Turismo, a cargo de la ingeniera Catalina Krapp. De esa Secretaría dependen el área específica, la Dirección de Artesanías, que maneja el Mercado Artesanal provincial y la Gerencia de la Fábrica de Alfombras (artesanales) que funciona en forma independiente desde 2004¹.

DIRECCIÓN DE ARTESANÍAS - SECRETARÍA DE TURISMO

La directora de Artesanías desde el año 2000 es la señora Mirtha Presas, artesana ceramista, docente e investigadora. Es, además, la representante provincial ante el MATRA y participa en el Proyecto de Rescate de Técnicas Alfareras Indígenas que lleva adelante la Secretaría de Extensión Educativa de la Universidad Nacional de Catamarca.

La Dirección cuenta con una planta de 23 personas y tiene un presupuesto provincial anual permanente de 335.900 pesos, a los que se suman 30.000 pesos de aportes del Consejo Federal de Inversiones (CFI-Nación) para capacitación. Para el año 2005 dispone, además, de 95.000 pesos provenientes de líneas de subsidio del Programa Social Comunitario (POSOCO) del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación que la provincia destinó a un “Proyecto provincial de capacitación para artesanos campesinos de Catamarca”². De acuerdo con la funcionaria entrevistada, la Dirección tiene autonomía para diseñar y aplicar políticas para el área.

Legislación

Los antecedentes normativos del sector artesanal en la provincia datan de los primeros años de la década del '70³.

En 1972, mediante la Ley 2.476, se creó una Caja Social, organismo financiero que tenía como fin otorgar préstamos a sectores de menores ingresos, entre ellos a los artesanos (artículo 4).

La creación de la Dirección de Artesanías fue sancionada por el Decreto 388 de 1973, a partir de la fusión de la Escuela de Alfarería y Cerámica (existente entonces) y la Escuela Artesanal de Alfombras, con dependencia del Ministerio de Economía (Subsecretaría de Economía y Asuntos Rurales). La Dirección estaba entonces constituida por tres gerencias: Gerencia de la Escuela de Alfombras; Gerencia de la Escuela de Alfarería y Cerámica, y Gerencia del Mercado Artesanal (artículo 1). Posteriormente, mediante el Decreto 3.283 del mismo año, se atribuyeron facultades financieras especiales a la Dirección de Artesanías, destinadas a posibilitar la comercialización de piezas a través del Mercado Artesanal.

En el año 2000, por el Decreto N° 58, se sancionó una ley provincial de artesanías (Ley N° 4.992, 11/1/00) que no fue reglamentada y no se aplica ya que no contó con la aceptación de la directora de Artesanías que considera que “fue una ley hecha por Nación, sin consulta a los artesanos”⁴.

Más allá de la normativa específica, el sector artesanal se encuentra integrado en la Ley de Promoción del Desarrollo Turístico provincial sancionado por la Ley N° 4.914 y su modificato-

ria N° 4.934 de 1998. Estas leyes promueven la inversión en actividades turísticas (construcción y/o refacción de hoteles, salas de convención y centros recreativos) entre las que se incluyen “la comercialización y difusión de la artesanía tradicional autóctona y la construcción y equipamiento de talleres artesanales”. El régimen establece zonas preferenciales y plantea beneficios fiscales a los proyectos turísticos que desarrollen actividades promovidas por la ley de acuerdo con la zona de ubicación⁵.

Los beneficios que establece la ley son:

- *Crédito fiscal contra tributos provinciales*: por las inversiones en zonas promovidas, previéndose el financiamiento de hasta el 100 por ciento de la inversión en cinco años y de hasta el 70 por ciento en tres años.

- *Exención de impuestos provinciales*: la zona más beneficiada es la A, que incluye Antofagasta de la Sierra, Puna, Prepuna y Alto Andino. Los proyectos que allí se localicen gozarán de la exención total de impuestos provinciales.

- *Certificados de crédito fiscal*: podrán ser utilizados para el pago de obligaciones tributarias provinciales relacionadas con el proyecto objeto de promoción o bien ser transferidos a terceros a través de endoso para el pago de impuestos provinciales.

- *Estabilidad fiscal*: por 15 años a partir de la aprobación del proyecto respectivo.

Principales líneas de acción

La Dirección de Artesanías desarrolla una agenda de trabajo permanente dirigida a la protección y desarrollo integral del sector artesanal a través de actividades de asistencia técnica, capacitación, difusión de técnicas artesa-

les y comercialización, muchas veces en coordinación con otras instituciones públicas y privadas.

✓ Capacitación

La Dirección brinda cursos, talleres y seminarios de capacitación y asistencia técnica a los artesanos y a sus asociaciones, rescatando diseños y técnicas aborígenes, especialmente en los rubros de cerámica y tejido.

Actualmente están desarrollando un taller de teñido con tintes naturales a cargo de una maestra tintorera jujeña, Julia Leño, en varias localidades de la provincia. El taller, que ya se dio en Belén y en Fray Mamerto Esquiú, se realiza en coordinación con los municipios y con financiamiento del CFI.

También han iniciado la capacitación en tratamiento orgánico de cueros de cabrito entre los artesanos de las zonas rurales próximas a Belén.

La funcionaria entrevistada también resaltó una capacitación brindada por la Secretaría de la Mujer de Nación a la UPE Mujer de Catamarca, en los sistemas internacionales de formación de precios que maneja la OIT. Esta capacitación posibilitó que las artesanas pudieran calcular el costo de las materias primas y la mano de obra, lo que se manifestó en el precio de las artesanías que finalmente se encareció.

✓ Promoción y difusión

Organiza y difunde ferias y eventos. Entre ellos, la más importante, que se realiza anualmente en el mes de julio, es la Fiesta Nacional del Poncho que en el año 2004 albergó a más de 500 artesanos. La gacetilla que difundió la normativa para la inscripción en la feria ilustra algunos aspectos que vale la pena citar:

La Dirección de Artesanías, dependiente de la Secretaría de Turismo, informó que las inscripciones para la próxima Feria Artesanal que se concretará en el marco de la 34ª Fiesta Nacional del Poncho se realizarán dentro de la siguiente normativa:

- Por la imposibilidad de otorgar espacios a nuevos participantes (por cuestiones de espacio en el Polideportivo), por este año (2004) no habrá fiscalización de nuevos artesanos. Se fiscalizará y fichará artesanos nuevos a partir de agosto de 2004 (pasada la Feria).

- Se procederá a confirmar a los artesanos catamarqueños y nacionales calificados, premiados y de reconocida trayectoria que vienen participando desde hace años y tienen un espacio ganado en la Feria.

- Tendrán prioridad las asociaciones, agrupaciones, emprendimientos, cooperativas, escuelas y talleres sobre la participación individual, ya que éstos en su espacio podrán mostrar las propuestas de varios artesanos y trabajar frente al público.

- Por decisión de la Comisión Permanente del Poncho y refrendada por Resolución Nº 83 firmada por su presidente, Catalina Krapp, se procederá al cobro de \$ 30 por stand de 2 x 2,5 mts. a los artesanos catamarqueños, y \$ 80 y \$ 100 a los artesanos nacionales.

✓ *Registro de artesanos*

Cuentan con un registro de artesanos del

año 1999, realizado con el apoyo del CFI. No se pudo acceder al listado de artesanos por rubro y localización. La Dirección de Artesanías estima que habría unos 3.000 artesanos activos trabajando en la provincia.

✓ *Fiscalización y certificación*

Tal como surge de la gacetilla citada, la Dirección de Artesanías realiza acciones de fiscalización, certificación de procedencia y calidad de las artesanías. De acuerdo con la directora, cuentan con fichas de registro, fotos y algunos catálogos aunque no se pudo acceder a ellos.

✓ *Comercialización*

La Dirección de Artesanías administra el Mercado Artesanal provincial que se encuentra ubicado cerca del centro de la ciudad capital, en la Manzana del Turismo. En su local, muy amplio y moderno, se exponen y comercializan artesanías como tejidos, cestos, frazadas, ponchos, joyería, esculturas de ónix e instrumentos musicales.

La Dirección no compra artesanías. Los artesanos dejan sus productos en consignación para su exposición y comercialización. Además, coordina el envío de productos a operadores comerciales de otras provincias o del exterior y apoya la participación de artesanos y artesanías en eventos nacionales e internacionales. Tienen en estudio la intención de abrirse al comercio exterior (la Secretaría está inscrita como exportadora).

Desarrollaron una experiencia de comercio exterior en articulación con el Programa PRODERNOA⁶, llevando productos artesanales catamarqueños a la Feria de Milán, Italia, en 2001. De acuerdo con la funcionaria entrevistada, los resultados no fueron los esperados ya que no se vendieron sus productos, y aún per-

manecen en Europa, específicamente en España. Están realizando gestiones para regresarlos. El PROMER (Unión Europea) había prometido efectuar la compra de los productos pero no lo hizo, y los operadores comerciales en España tampoco están interesados en su comercialización por los altos precios en comparación con mercaderías similares de otros países. PRODERNOA hizo algunas gestiones para intentar recuperar la mercadería, pero actualmente el tema quedó en manos de la Dirección de Artesanías.

✓ *Articulación*

La Dirección de Artesanías articula eventualmente acciones con otros organismos del gobierno provincial, municipios y con las propias asociaciones de artesanos.

La coordinación de acciones con organismos nacionales es amplia:

- ♦ Con el MATRA fundamentalmente coordina acciones de capacitación.

- ♦ Cuenta con el apoyo del CFI sobre todo para actividades de capacitación en comercialización de artesanías.

- ♦ Con el Programa Manos a la Obra, del Plan Nacional de Desarrollo Local y Economía Social del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación, existe una política de financiamiento. Desde el gobierno provincial y los municipios se trabaja para hacer factibles proyectos del sector artesanías, solicitando apoyo financiero en insumos y herramientas.

- ♦ En cambio, no mantiene ningún tipo de relación con la Casa de la Provincia de Catamarca en Buenos Aires, a pesar de que en el organigrama figura con el rango de Subsecretaría⁷.

✓ *Política hacia los municipios*

El Departamento trabaja con los municipios fortaleciendo las manifestaciones de la cultura popular a través de la realización de jornadas de animación cultural y la organización de mercados y ferias en las localidades del interior de la provincia. También colabora con ellos en talleres y jornadas de capacitación para el fortalecimiento de la producción de artesanías.

Los municipios que tienen acciones relevantes en materia de artesanía y con los cuales trabaja la provincia son Belén, Santa María, Londres y Fiambalá.

Eventualmente también se apoyan realizaciones para el transporte, equipamiento y fortalecimiento de las asociaciones de artesanos, como en los municipios de Santa María, Antofagasta de La Sierra, San José, Londres y Belén.

✓ *Proyectos*

El proyecto más importante es la organización anual de la ya mencionada Feria del Poncho, actividad de gran relevancia para el sector artesanal de Catamarca y de la región. La XXXV Feria Nacional Artesanal se celebró en las dos últimas semanas de julio de 2005 y contó con una participación estimada de aproximadamente 1.500 artesanos.

Otros proyectos destacados en los que están trabajando actualmente son el IVA Eventual, que facilite la inscripción de los artesanos; un subsidio para artesanos mayores de 60 años; una boutique artesanal; varias muestras de artesanías, y la organización de ferias.

Un proyecto que vale mencionar por su trascendencia en la difusión de técnicas artesanales es el Proyecto de Recuperación de las Técnicas de Alfarería que se inició en 1994 y ha

logrado tres premios internacionales y un premio en Córdoba. Hay actualmente once talleres dependientes de la Universidad Nacional de Catamarca trabajando en el tema.

✓ Estudios

Algunos estudios sobre el sector artesanal en la provincia son:

- Corcuera, Ruth. *Ponchos de la Tierra del Plata*, Fondo Nacional de las Artes - Verstraeten Editores.

- Basan, Armando. *La Cultura del Noroeste Argentino*, Plus Ultra Ediciones, 2000.

- Facultad de Humanidades, Universidad Nacional de Catamarca. *Guía histórico-cultural de Catamarca: El valor de la tradición*, edición 2003.

- CFI. *Catálogo de Artesanías de Catamarca*.

FÁBRICA DE ALFOMBRAS ARTESANALES

La fábrica de alfombras funciona desde 1954, por lo que acaba de cumplir 50 años en actividad. Desde el año 2004 opera en forma independiente de la Dirección de Artesanías. De acuerdo con información suministrada por la directora de Artesanías, cuenta con un presupuesto anual de 88.000 pesos.

Se encuentra ubicada dentro del mismo predio que el Mercado Artesanal, en la "Manzana del Turismo". Allí, en un gran salón, se puede ver a una treintena de artesanas que tejen nudo a nudo en telar vertical alfombras de primera calidad con exquisitos diseños. Las tejedoras, junto con diseñadores y asistentes, confeccionan las

afamadas alfombras y tapices catamarqueños con diseños precolombinos, franceses, persas y modernos.

Tantos años de producción permanente han dado a las alfombras y tapices de Catamarca reconocimientos en los ámbitos nacional e internacional. A fines de septiembre de 2004 se realizó un remate de alfombras en el que se recaudaron 15.000 pesos en alfombras de distintos tamaños. Actualmente tienen pedidos de empresas de Estados Unidos, que conocen su calidad, para la compra de alfombras de grandes dimensiones.

CASA DE LA PROVINCIA DE CATAMARCA EN BUENOS AIRES

Como se señaló, la Casa de la Provincia de Catamarca en la ciudad de Buenos Aires tiene rango de Subsecretaría y depende del Ministerio de Gobierno y Justicia.

En la Casa de Catamarca hay una vidriera para la exposición de los productos artesanales típicos de la provincia. En el momento en que fue visitada se estaban exponiendo vasijas de cerámica. En el interior de la Casa también hay exhibición de cerámicas y alfombras tipo persa que se hacen nudo a nudo por artesanos en la fábrica en la capital de la provincia. No tienen en exposición ningún tejido en telar a pesar de que la Casa cuenta con existencias.

De acuerdo con la artesana entrevistada, en la Casa de Catamarca no se venden artesanías. La gente va a comprar directamente a la provincia, especialmente en ocasión de la Fiesta del Poncho.

En la Ciudad de Buenos Aires los artesanos fueron invitados y asistieron a diferentes eventos como la Feria Internacional de Turismo y la Feria de Agricultura y Ganadería, en el Teatro San Martín y en la Manzana de las Luces. Los ofrecimientos para participar les llegan de estas

instituciones. También suelen convocarlos para hacer demostraciones de hilado en colegios de la Capital y el Gran Buenos Aires. Rosa, la artesana consultada, señaló que en la Feria de Mataderos hay un stand de Catamarca, pero es de un particular (el mismo que va a la Rural).

Según la entrevistada, en la Dirección de Artesanías existe una *Nómina de artesanos* donde se detalla el nombre del mismo, el producto que elabora, el departamento en el que vive, el intendente de su pueblo y el teléfono de

este último. Esta nómina surge del registro de artesanos de la propia Dirección, a los cuales les da un certificado de artesano luego de haber pasado una prueba que les toma la directora. Con ese certificado se puede trabajar, habilita para presentarse para enseñar en escuelas (aunque aún no se dictan muchas clases de artesanías), en ferias o mercados y permite registrarse en la Casa de la Provincia de Catamarca en Buenos Aires o pedir subsidios para microemprendimientos.

III. ASOCIACIONES DE ARTESANOS Y ONGs

Entre las asociaciones entrevistadas, la mayoría carece de acuerdos o convenios formales con el gobierno provincial o nacional respecto del sector artesanal. Solamente una tiene un convenio para la realización de talleres de capacitación y para la participación en el Mercado Artesanal de la provincia. No obstante, todas intervinieron en la Feria del Poncho exponiendo sus artesanías, lo que demuestra que prevalecen acciones de articulación y cooperación con el gobierno provincial para eventos importantes como éste.

Respecto de los servicios que brindan a los artesanos, la mayor parte de la cooperación con organismos nacionales y otras fundaciones son gestionados a través de los municipios u organismos provinciales ya que aún no tienen una autonomía organizacional suficiente para participar de manera independiente.

ASOCIACIÓN TELER AS DEL FAMAYFIL - BELÉN

Es una asociación civil de alcance local (Departamento de Belén), que tiene su personería jurídica en trámite. Se entrevistó a la señora Sara Margarita Delgado, presidenta de la Asociación.

El servicio que brinda a sus miembros, artesanos rurales, es la compra de materias primas y la venta de artesanías. Cuenta con una base de datos de sus asociados.

Tiene un convenio con la Dirección de Artesanías para actividades de capacitación y la participación en el Mercado Artesanal. También

tiene un acuerdo con el gobierno municipal que le permite acceder a espacios para la exposición de artesanías.

ASOCIACIÓN LONDRINA DE ARTESANOS (ALA) - LONDRES

Es una asociación civil de alcance provincial que tiene personería jurídica obtenida en el año 2000. Se entrevistó al señor Saidi Fues Masmnr, artesano y representante de la Asociación.

Sus miembros son artesanos rurales, principalmente mujeres, a los que brinda capacitación, asistencia técnica y venta de artesanías. Tiene una base de datos sobre otras asociaciones y de sus asociados.

No tiene convenios o acuerdos con el gobierno provincial ni municipal y no tiene proyectos ejecutados ni en ejecución.

Han realizado exportación de productos a España y consideran que pueden tener continuidad en esa actividad, aunque no se especificaron los canales.

COOPERATIVA “BARR ACANES ANDINOS” - SAN FERNANDO DE CA TAMARCA

Es una cooperativa que tiene su personería jurídica en trámite.

Sus miembros son fundamentalmente artesanas urbanas a las que ofrece capacitación, asistencia técnica, promoción y difusión y facilita-

des para la venta y exportación de sus productos a través de la Fundación NOA con destino a España, Inglaterra e Italia. Consideran que esta actividad puede tener continuidad.

Tuvieron un proyecto pequeño de capacitación sobre el proceso de producción artesanal con presupuesto propio y apoyo eventual del CFI y tienen planeada una capacitación en escuelas primarias que involucrará a seis artesanos, con presupuesto provincial.

**ASOCIACIÓN “RUSKAJ-MUYANA ”
DE ARTESANOS HILANDEROS -
SAN JOSÉ, DEPAR TAMENTO
DE SANTA MARÍA**

Es una asociación civil de alcance local con personería jurídica N° 22.291/03. Su titular es el señor José B. Maza, que fue entrevistado al igual que una de las artesanas que cumple la función de secretaria.

Sus miembros son 44 artesanos rurales, algunos de ellos aborígenes, que trabajan en los rubros: tejidos, curtidos de cueros, tallado en piedra, alfarería incaica, tallado en madera, instrumentos musicales artesanales, productos regionales de masas, vinos, licores y pasas. Tienen una base de datos de beneficiarios. La Asociación les brinda servicios de asistencia jurídica y social y venta de sus productos. Están por iniciar acciones de capacitación, promoción y microcréditos.

Trabajan en forma coordinada con el Mercado Artesanal provincial y con la Asociación Santa María de Amaicha del Valle, y tienen con-

tacto con el MATRA a través de la directora del Departamento de Artesanías, señora Mirtha Presas, con cuyo apoyo también lograron armar la asociación y mudarse.

También tienen un acuerdo con el Municipio de San José que colabora con folletería y aportando medios de transporte para trasladar sus productos. Están gestionando ante el Municipio una gran carpa para movilizarse con sus mercaderías a distintas localidades de la provincia y a provincias cercanas, y requieren ayuda económica del gobierno provincial o municipal para poder proveerse de materia prima (sobre todo lana) para trabajar.

Tienen en ejecución un proyecto que involucra la construcción de un Salón Artesanal con financiamiento de 15.000 pesos del Programa Manos a la Obra y créditos (de 4.000 pesos por artesano) para la compra de materia prima a través del PRODERNOA. El proyecto involucra a 44 artesanos que participan activamente y tiene 50 beneficiarios.

**ASOCIACIÓN GANADERA -
ANTOFAGASTA DE LA SIERRA**

Es una asociación de productores de alcance local que tiene su personería jurídica en trámite. Se entrevistó al presidente de la Asociación, señor Santiago Morales y a uno de sus miembros, la señora Incolaza Beltral.

Sus integrantes son trabajadores y artesanos rurales, algunos de ellos aborígenes, a quienes la Asociación brinda servicios de capacitación y subsidios.

IV. ARTESANOS

La actividad artesanal nuclea al grupo familiar donde se dividen las actividades entre todos sus miembros incluyendo los niños. De esta manera toman contacto con los oficios de artesano a temprana edad ya que las técnicas, destrezas, la organización del trabajo y su resultado como obra artesanal son transmitidos de generación en generación.

De acuerdo con la información suministrada por la Dirección de Artesanías de Catamarca, la provincia tendría alrededor de 3.000 artesanos activos directos. Es decir, basándose en la constitución de una familia tipo de cuatro personas serían doce mil las que dependen de la producción artesanal. Los 3.000 artesanos activos representan el 3,62 por ciento de la población ocupada de la provincia.

La multiculturalidad que caracteriza a la provincia se expresa en las distintas piezas artesanales que involucran el rescate de técnicas autóctonas como el teñido de lanas y los diseños, la iconografía precolombina en la alfarería y la cerámica, los estilos persas en la confección de alfombras, procesos de destilación europeos de frutas para la obtención de licores, vinos y aguardientes. Todas expresiones en formas de trabajo que significan procesos culturales diversos, en un mismo espacio regional.

Las artesanías de origen aborigen: son las que responden a expresiones culturales que han sobrevivido al proceso de aculturación provocado por la colonización española. En el rubro textil se observa una simbología de carácter étnico andino rescatado por el arte moderno en cada región. La alfarería es el reflejo más antiguo como expresión del pueblo utilizada en los homenajes funerarios, utilitarios y artísticos. La cerámica precolombina es hoy objeto de la investigación, recuperación y transferencia de técnicas indígenas utilizadas en la

realización de piezas artesanales. La cestería constituye, sobre la base de los hallazgos arqueológicos, el antecedente de la cerámica, de gran calidad que varía según la técnica y el tipo de material usado sea de mimbre, simbol, paja brava o cortadera.

Las artesanías de origen criollo: con la llegada del español se adaptó para el tejido el uso del telar horizontal a pedal de origen hispánico con el peine de madera. Este rubro está relacionado con la cría de cabras, ovejas, llamas y vicuñas; el hilado obtenido y su teñido conforman la materia prima para la confección de colchas bordadas en coloridos diseños, puyos de llama, alpaca o de ovejas, chalinas, alforjas, warascas, alfombras, peleros, tapices, medias y guantes. En cerámica, la influencia de la alfarería española se encuentra en los utensilios domésticos para el almacenamiento de granos, pasas, aceitunas o vinos. En cuero, en las zonas de actividad ganadera, los trenzadores, sogueros y talabarteros producen arneses, caronas, cabestros, lazos, cinchas, monturas, guardamontes, arcones y odres de cuero crudo, sillas, catres de cuero y tientos. En madera, tallados de bateas, utensilios de cocina, morteros de uso doméstico, telares criollos, ovilladores, puertas, ventanas y mesas.

Los artesanos están organizados de múltiples formas: independientes y aislados, en cooperativas, en asociaciones civiles y en pequeños grupos. Entre los factores que podrían contribuir a mantener una producción regular sostenida y de mayor volumen, sin duda influiría la posibilidad de que los artesanos mejoren su capacidad de asociarse.

La producción artesanal tiene fluctuaciones durante todo el año: en los meses del verano la producción decae mientras que en el invierno el sector presenta la mayor oferta de productos artesanales.

V. ASPECTOS ECONÓMICOS DE LA PRODUCCIÓN ARTESANAL

La producción artesanal de la Provincia de Catamarca constituye un factor significativo en la generación de empleo directo en los diferentes rubros. Las artesanías catamarqueñas han obtenido importantes reconocimientos en los ámbitos nacional e internacional y la participación de los artesanos locales en ferias y eventos está creciendo. Los tejidos, alfombras y tallados en rodocrocita son las producciones más destacadas y representativas de la provincia.

El mapa de artesanías de la provincia está conformado por las siguientes regiones:

- **En la Región Puna**, que comprende el Departamento de Antofagasta de la Sierra y una pequeña porción del Departamento de Belén, se destacan las artesanías de piedra, tallado en madera y tejido.

- **La Región Oeste** comprende los departamentos de Pomán, parte de Tinogasta, Belén,

Santa María y Andalgalá. Se caracteriza por las artesanías de tejido, cuero, cestería, cerámica y dulces.

- **La Región Centro** comprende los departamentos de Capital, Valle Viejo, Fray Mamerto Esquiú, Ambato, Paclín, el Alto, parte de Ancasti y Capayán. Encontramos artesanías en piedra, cerámica, tallado en madera, cuero, cestería y dulces.

- **La Región Este** se confunde con el monte del Chaco santiagueño, está conformada por los departamentos de Santa Rosa, Ancasti y La Paz. Allí prevalecen las artesanías de tejido, dulces y cuero.

En la siguiente tabla se sintetizan los principales rubros y productos artesanales de la provincia, que luego se presentan con mayor detalle.

Tipo de artesanía	Producto	Localización	Cantidad de artesanos (estimada)
1º Tejido	Mantas, ponchos, barracanes, chales, tapices, puyos, camperas	Regiones Puna, Oeste y Este, Belén, Santa María, San José, Londres	Puna: 100 Belén: 2.000 Santa María: 800
2º Alfarería	Tazas, platos, pocillos de café, jarrones, cuencos, piezas utilitarias y de ornamentación	Regiones Oeste y Centro, Fiambalá, Tinogasta, Condorhuasi, Andalgalá, Santa María y Valle Central de Catamarca	100
3º Cestería en simbol	Centros de mesa, canastos, floreros, veladores, canastos para ropa, paneras, posavazos, posafuentes y otros elementos utilitarios	Región Oeste, sólo en Santa María	s/d

Tipo de artesanía	Producto	Localización	Cantidad de artesanos (estimada)
Piedra	Piezas en rodocrocita: aros, collares, prendedores	Canteras de la Región Puna y Central	s/d
Cuero	Billeteras, bolsos, cintos, peleros, hebillas, llaveros y sacones, chalecos y sobretodos en piel	Regiones Oeste, Centro y Este	s/d
Plata	Portarretratos, hebillas, juegos de té, bombillas y mates	Región Oeste, Andalgalá	s/d

Fuente: Elaboración propia sobre la base de entrevistas con la directora de Artesanías y comerciantes y material bibliográfico.

A continuación se describen las principales características de los distintos rubros artesanales que se practican en la provincia, incluyendo para cada uno de ellos los principales productos, los materiales que se utilizan y las técnicas que se aplican.

Tejidos

Las piezas artesanales de mayor representatividad en la provincia son los tejidos. En este campo, Catamarca ofrece una rica y variada producción. Este arte, conocido desde antes de la conquista española, en la actualidad alcanzó un alto grado de perfeccionamiento⁸.

Sintéticamente, los principales productos y técnicas utilizados son: frazadas, ponchos y puyos realizados con peines horizontales; tapices y alfombras con peines verticales; chales y chalinas en telares de pala, y gorros, medias y guantes confeccionados con dos agujas o más. Las técnicas modernas han desplazado el uso de las tinturas vegetales, con las cuales se acostumbra-

ba a teñir, reemplazándolas por anilinas sintéticas, que algunas veces no ofrecen ni la vasta variedad de colores, ni la perennidad de las antes usadas.

Si bien algunos artesanos se dedican al hilado, torcido, lavado, teñido, tejido, en telar de pala, en telar de peine vertical y horizontal, también hay otros que además son productores de las materias primas: criadores de ovejas y llamas, que esquilan, hilan y tiñen sus hilos y posteriormente tejen sus piezas, especialmente para determinadas fechas del año que coinciden con fiestas y ferias de las localidades dentro de la provincia o en otras provincias.

El área textil de la provincia se puede organizar de acuerdo con la zona geográfica y sus características particulares, de la siguiente manera:

Departamento Tinogasta: Se confeccionan cubrecamas de lana de oveja, con motivos de ramilletes de flores bordadas en el centro, a los costados y en las esquinas, destacándose el marrón oscuro en el medio del tejido. Las telas se caracterizan por sus colores lacres, rosa, cere-

za, granate, carmesí, escarlata, rojo sangre, amarillo limón, etc. Casi todos los tejidos tinogasteños llevan, en sus adornos, vivos colores crudos.

Departamento Valle Viejo: En Piedra Blanca se encuentra gran cantidad de lana de relincho y coloridas alforjas, mantas, ponchos y media mantas.

Departamento Pomán: En Saujil se confecciona el llamado poncho chesque de fondo marrón con largas rayas grises.

Departamento Capayán: Aquí también se realizan ponchos chesques con largos flecos de colores oscuros.

Departamento La Paz: En Icaño se tejen sobrepelos y alfombras.

Departamento Belén: Se confeccionan ponchos con boca, realizados con lana de alpaca, llama u oveja. En la zona de Londres se destacan los tejidos con dibujos incaicos. También se hacen puyos, unos con costura en el medio y otros sin ella. Hay tres calidades de puyos: el de llama, puro, liviano y suave (media manta); el de hilado más grueso, que va desde el color marrón hasta el gris, y el de tercera calidad, que es realizado con mezcla de lana de oveja y llama (puyo luchado).

Departamento Santa María: Con gran influencia del tejido salteño, se hacen alforjas, frazadones, sobrepelos o caronillas; esta última se realiza con lana gruesa y muy torcida, con armoniosa mezcla de colores, tiene forma rectangular y es utilizada en el recado de montar. En este departamento también se confeccionan mantas de lana de oveja, plasmadas en varios colores.

Merece destacarse que Santa María es la primera productora de tapices. Se reproducen,

por lo general, paisajes y figuras rupestres con alta creatividad. Los tintes se obtienen a través del tratamiento de vegetales de la zona. Se calcula que en este departamento existen más de cien artesanos dedicados a esta actividad. Los más destacados son Héctor Cruz, Ocampo y Enrique Salvatierra.

También se agregan a la producción anterior la fabricación de telas en piezas llamadas picote barracán y barchilla. Hay barracanes tejidos con mezcla de lanas de llama y oveja, que se usan para confeccionar faldas y pantalones.

Departamento Capital: Se destaca la producción de las renombradas alfombras catamarqueñas (antes mencionadas), en las cuales abundan motivos geométricos como grecas, cruces, recuadros y líneas escalonadas y también reproducen elementos estilizados de la flora regional.

Para esta tarea se utilizan telares verticales, con la particularidad de que la tejedora que inicia la alfombra tiene que continuar con la tarea hasta el final, manteniendo de esta forma la uniformidad del tejido. Las alfombras se clasifican según su calidad, y ésta se halla determinada por la cantidad de nudos por metro cuadrado. La gerencia de la Fábrica de Alfombras artesanales de la provincia establece seis calidades, desde los veintitún mil nudos hasta los ciento sesenta mil nudos por metro cuadrado.

Alfarería

Otro de los rubros importantes de la artesanía catamarqueña es la cerámica, cuyos principales productos son utilitarios, siendo las tazas, platos y pocillos de café los de mayor demanda.

En San Antonio, Fray Mamerto Esquiú, más precisamente en la escuela de cerámica que allí funciona, se trabaja la cerámica negra (técnica que consiste en el quemado por ahumado),

la cerámica natural y la roja. Los motivos que se emplean son antropomorfos, de la cultura precolombina.

La forma de comercialización es a particulares, por pedido, y también en ferias y mercados. Algunos de los compradores pertenecen al gremio de los gastronómicos, lo cual genera una demanda sostenida de piezas en cerámica utilitarias.

Cestería

En Santa María y Ambato se ha desarrollado una importante producción en cestería artesanal con fibras de simbol, paja tierna y flexible que crece en forma silvestre en las zonas montañosas de estos departamentos. Con ellas se fabrican, entretrejiéndolas, una gran diversidad de elementos ornamentales y de utilidad práctica como, por ejemplo, pantallas para lámparas, marcos para espejos, alfombras, papeleros, centros de mesa, canastos para compras y para ropa, etcétera.

Se trata de saberes aprendidos por transmisión familiar, aunque también se dictan cursos para recuperar técnicas antiguas en la producción de las piezas en cestería.

Piedra

La piedra más estimada y trabajada en la provincia es la rodocrocita (o Rosa del Inca), piedra preciosa, única en el mundo por su calidad, en especial la de color rojizo puro. En Andalgalá, más precisamente en Minas Capillitas, se localizan importantes vetas. Esta mina fue adquirida por Samuel Lafone Quevedo, quien la llamó La Restauradora, fundando un establecimiento modelo para la extracción de cobre de gran calidad a principios del siglo XX. En 1950 pasó a manos de Fabricaciones Militares y desde 1992

se ocupa de su explotación la empresa Minera Andina S.A.

En esta localidad también se obtienen variedades de ágatas, obsidiana, celestine y ónix. Por otra parte, en los departamentos Belén y Tinogasta, se puede encontrar cristal de roca.

Los trabajos son originales y únicos puesto que en cada modelo se conjuga la creatividad del artesano con el tipo de veta de cada piedra, lo cual es imposible de copiar o reproducir.

Algunos famosos artesanos exponen en la Fiesta Nacional del Poncho y también en ferias internacionales realizadas en Córdoba, Buenos Aires, Brasil y Chile. Algunos de los productos son considerados joyas y consisten en anillos, aros, prendedores y medallas, collares de diferentes colores de piedra, rosarios y cabullones.

Los trabajos se hacen en talleres domiciliarios independientes, y las piezas se venden a intermediarios, en mercados y ferias.

Cuero

En cuero crudo y de carpincho los artesanos confeccionan billeteras, bolsos, cintos, pejeros, hebillas, llaveros y prendas como sacones, chalecos y sobretodos. Tanto los cueros crudos como curtidos son adquiridos en otras provincias. En general, el oficio de quienes trabajan el cuero y las pieles lo han aprendido por cuenta propia o por transmisión familiar.

Metales

Las artesanías en plata son especialmente solicitadas por su carácter utilitario y de ornamentación. Entre las piezas de mayor demanda se pueden mencionar portarretratos, juegos de té de cinco piezas, bombillas y mates. Las materias primas –plata y alpaca– se adquieren en Buenos Aires.

También se realizan artesanías en hierro forjado y artístico. Con el hierro forjado se fabrican utilitarios como parrillas para asados, braseros, etc., y con el artístico, rejas artesanales, candelabros, pies de lámpara, posamacetas, etcétera.

ENTREVISTAS A ARTESANOS

Con la finalidad de ahondar en el conocimiento de las características económicas del trabajo artesanal, se realizaron dieciséis entrevistas en profundidad a diferentes artesanos⁹. Al respecto, las principales conclusiones generales indican:

- El **perfil** de los entrevistados corresponde a población criolla residente en zonas urbanas. Todos los casos tienen escolarización primaria completa y, además, la mitad tienen secundaria como nivel mínimo de educación.

- La mayoría de los artesanos entrevistados trabaja en taller propio, en su casa (aunque manifiestan un interés sobre la posibilidad de tener un taller junto a otros artesanos), y algunos (el 30 por ciento) reciben ayuda familiar¹⁰. Consideran a su oficio como una actividad exclusiva que constituye la **principal fuente de sus ingresos**; cobran sus trabajos por pieza y calculan que reciben un precio adecuado por ellas.

- Consultados acerca del **aprendizaje del oficio**, en general estos artesanos lo hicieron dentro del círculo familiar ampliado, aunque hay que resaltar que algunos se iniciaron en la Escuela de Artesanías de Catamarca. La mayoría ha participado en alguna capacitación formal, y de ellos todos manifiestan su deseo de continuar haciéndolo.

- Con respecto a las **variables de produc** -

ción, a continuación se comentan algunas especificidades obtenidas como resultado de las entrevistas:

- En cuanto a las **materias primas**, en todos los rubros y casos tienen un costo monetario, ya sea por la adquisición de las mismas o por el gasto del traslado hasta el lugar de recolección. Los artesanos incorporan estos costos en sus informales sistemas de gestión financiero-económica y que, sumados al tiempo que dedican a cada pieza, luego cargan al precio de venta, con lo cual logran recuperar sus costos.

- El **abastecimiento** de *lana* para los artesanos hiladores y tejedores proviene de los departamentos de Antofagasta de la Sierra y de la parte norte de los departamentos de Tinogasta y Belén, donde se encuentran las explotaciones ganaderas de llamas y ovejas¹¹.

Los artesanos orfebres de *plata*, *alpaca* y *oro* –a pesar de contar con los yacimientos mineros de Agua de Dionisio para la explotación de oro y plata, de Farallón Negro en el Departamento de Belén, del Yacimiento Bajo la Alumbra en los departamentos de Andalgalá y Belén para la explotación de cobre y oro– no adquieren sus materias primas en la provincia, sino que compran la plata y la alpaca en Buenos Aires.

Del mismo modo, los *cueros crudos* no se compran en la provincia sino que son adquiridos en Salta y Jujuy y los curtidos en Santa Fe. Las pieles son provistas por cazadores lugareños y son tratadas en Catamarca.

Las materias primas para las artesanías en *piedra* provienen de las Minas Capillitas en el Departamento de Andalgalá de la Región Oeste.

La *cestería* está relacionada con la accesibilidad a las materias primas: mimbre, simbol, paja brava, poleo, caña y cortadera, materiales que se encuentran en algunas localidades de las regiones Oeste y Centro.

- En cuanto al **tiempo** que lleva a los artesanos elaborar sus productos, se puede mencionar:

Las frazadas de dos plazas insumen un tiempo de tejido de un mes, los tapices de 0,90 por 1,50 metros veinte días, los ponchos quince días, los puyos quince días, los chales diez días y las camperas y chalecos pueden requerir hasta veinticinco días.

Los trabajos en metal llevan, por ejemplo, una semana para la elaboración de cien portarretratos de tamaño de fotografía y quince días para un juego de té de cinco piezas.

El tiempo de elaboración de piezas en simbol es de aproximadamente dos días para un velador, dos días para una mesa, 20 minutos para un centro de mesa, media hora para una panera y 40 a 180 minutos para los canastos y floreros, según su tamaño.

Las pulseras de cuero se pueden realizar en una hora, las billeteras en dos horas, mientras que los cintos pueden llevar desde una hora hasta dos días, dependiendo del diseño; un sacón de piel lleva una semana y una silla de cuero un día.

Ejemplos del tiempo que demandan las artesanías en madera son las cucharas, que suelen insumir alrededor de media hora, y las fuentes de algarrobo, que pueden realizarse en aproximadamente tres horas.

Por su parte, un charango demanda una semana de dedicación exclusiva y un bombo dos o tres días.

Los aros y cabullones realizados en rodocrocita demandan alrededor de veinte minutos en cada caso.

- En lo referido a *otros insumos* utilizados, no elaborados por ellos mismos, casi todos los rubros los tienen, pero no parece ser un ítem muy significativo.

- Finalmente, se investigó sobre **las alterna** -

tivas de comercialización que maneja este grupo de artesanos entrevistados, logrando las siguientes respuestas:

✓ El sistema de canje de artesanías es sólo utilizado por tres artesanos, quienes eventualmente intercambian sus productos por materias primas (cueros).

✓ A excepción del artesano de piedra y uno de los entrevistados que elabora instrumentos musicales (ambos les venden a intermediarios), todos comercializan en forma directa a particulares en sus propios talleres. Asimismo, casi todos participan en ferias y mercados locales y la mitad de ellos ha vendido alguna vez sus productos a otras provincias (Córdoba, Buenos Aires, Tucumán, Santiago del Estero, Salta y Jujuy). Demuestran escaso contacto con la temática exportadora.

ENTREVISTAS A CONSUMIDORES

La investigación sobre las preferencias de los consumidores de artesanías catamarqueñas surge de las ocho entrevistas realizadas a compradores de las mismas localizados en la Fiesta del Poncho y en comercios que las venden.

Las principales **conclusiones** indican:

• Siete de los ocho entrevistados eran de nacionalidad argentina, todos ellos turistas. Al momento de las consultas, todos habían comprado alguna artesanía y/o pensaban hacerlo.

• Los **productos** adquiridos por los entrevistados fueron artesanías de los rubros cestería (panera, florero y canastos), madera (cucharas, máscara y perchero), piedra (cenicero) y tejidos (guantes, tapiz y poncho). La finalidad principal de los mismos era para uso personal y regalos.

- Los **valores** de las compras concretadas se ubican entre los 3 y los 92 pesos, y la proyección de gastos a través de las respuestas al interrogante sobre si adquirirían más artesanías indica una intención de gastos promedio de 200 pesos.

- Finalmente, y en cuanto al **perfil de consumidores**, se entrevistaron cinco mujeres y tres hombres, de entre 30 y 64 años, todos ellos en ejercicio de algún oficio o profesión.

COMERCIALIZACIÓN

Dentro de las artesanías catamarqueñas el rubro tejidos presenta un comportamiento comercial singular, ya que desde la provincia, concretamente desde la localidad de Santa María, se abastece de tejidos realizados en dos y cinco agujas (gorros, bufandas, guantes, chalecos) y en telar (puyos, chales, mantas, frazadas, ponchos y triángulos) a todo el Valle Calchaquí: Amaicha del Valle, Tañi del Valle, El Mollar y San Miguel de Tucumán, llegando con sus tejidos hasta las Termas de Río Hondo (Santiago del Estero).

A continuación, se presenta una breve descripción de algunas características comerciales locales.

En la ciudad capital, el Mercado Artesanal cumple un papel muy relevante en la comercialización de artesanías de la provincia. En el mismo participan asociaciones de artesanos, Organismos No Gubernamentales que apoyan a los artesanos en algunos aspectos, y artesanos independientes.

Además del Mercado Artesanal provincial hay un mercado informal que funciona por las tardes en la Plazoleta 5 de Julio, sobre la calle Rivadavia.

En toda la provincia, la comercialización se encuentra vinculada con los circuitos turísticos. Entre los de mayor atracción se pueden mencionar:

1. Circuito Balcones del Valle, formado por el Departamento Capital, Valle Viejo, Fray Mamerto Esquiú y Capayán. En este circuito se encuentran los balcones de la Cuesta del Portezuelo.

2. Circuito Cumbres y Valles de Ambato, donde el principal atractivo es el Dique Las Pirquitas.

3. Circuito de Sierras y Lagos del Este, formado por la Villa de Portezuelo, la ruta 38 y la ruta 42.

4. Circuito Cumbres Nevadas de Aconquija, por donde circula el mayor volumen de artesanías, a través del Corredor de los Valles Calchaquíes, Santa María, el Corredor de Puna entre Belén y Antofagasta de la Sierra, y el Corredor Andino del Paso de San Francisco con una gran oferta de vinos y frutas secas.

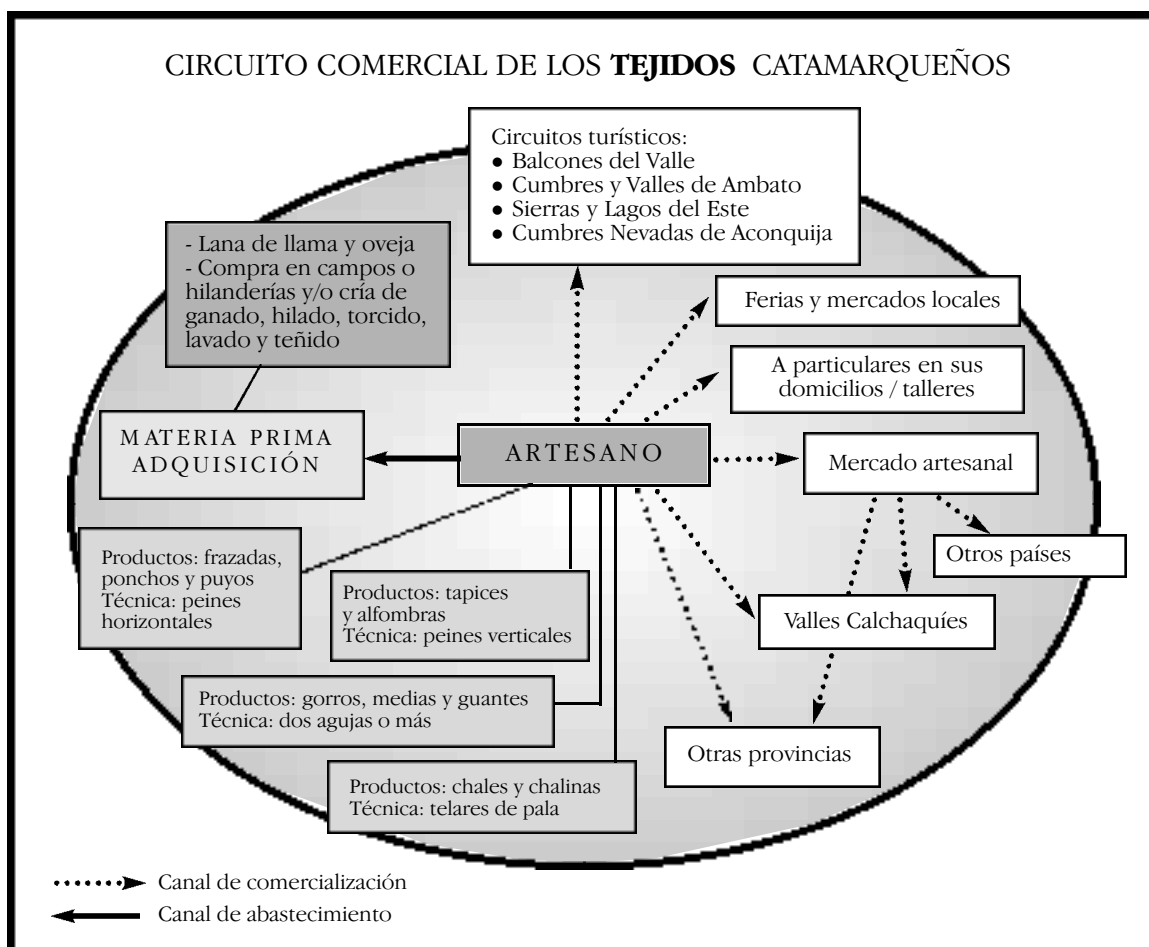
Otros espacios y eventos en los que se comercializan productos artesanales catamarqueños fuera de la provincia son¹²:

- Feria de la Flor (Provincia de Buenos Aires)
- Exposición Rural (Palermo - Ciudad de Buenos Aires)
- Feria de Junín (Provincia de Buenos Aires)
- Feria Internacional de Artesanías (Predio FECOR - Córdoba)
- FICO - Feria Internacional Córdoba (Predio FECOR - Córdoba)
- Fiesta Nacional del Poncho (Catamarca)
- Casa de Catamarca en la Ciudad de Buenos Aires
- Mercado Artesanal Permanente - Avenida Virgen del Valle 945. Catamarca. Tel.: (03833) 437862
- Feria Nacional de Artesanías y Arte Popular Augusto Raúl Cortázar (Cosquín - Córdoba)

Con respecto al desarrollo de las exportaciones sectoriales, la única experiencia registrada es la ya comentada participación de productos catamarqueños en la Feria de Milán de 2001 a través de la Dirección de Artesanías y el PRODERNOA.

CADENA PRODUCTIVA ARTESANAL

A modo de síntesis, el siguiente diagrama permite visualizar para los principales rubros artesanales de la provincia los circuitos de producción y comercialización detectados:



LOS PRECIOS DE LAS ARTESANÍAS CATAMARQUEÑAS EN EL MERCADO INTERNO

En el siguiente cuadro se pueden observar algunos valores de venta final al público, correspondientes al momento de realización de este

trabajo (tercer trimestre del año 2004, con un tipo de cambio aproximado a los 3 pesos por dólar estadounidense).

Producto	Precio final	Fuente
Puyo 2 plazas	\$ 250	Belén
Puyo 2 plazas	\$ 180	Belén
Puyo 2 plazas	\$ 200	Belén
Puyo 2 plazas	\$ 200	Belén
Puyo 2 plazas	\$ 250	Corral Quemado
Cabullón de rodocrocita	\$ 2	Andalgalá
Cabullón de rodocrocita (aros)	\$ 4	Andalgalá
Cabullón de rodocrocita (medallas)	\$ 15	Andalgalá
Cabullón de rodocrocita (collares)	\$ 12	Andalgalá
Bufanda	\$ 5, \$ 10 y \$ 15	Casa de Belén
Hilo de llama por kg	\$ 40	Casa de Belén
Hilo de oveja por kg	\$ 18, \$ 20 y \$ 25	Cada de Belén
Poncho de lana de oveja	\$ 300	Casa de Belén
Veladores de simbol	\$ 90	Feria del Poncho
Paneras de simbol	\$ 3 a \$ 10	Feria del Poncho
Floreros de simbol	\$ 8	Feria del Poncho
Pocillo y plato de cerámica	\$ 7	Feria del Poncho
Plato grande de cerámica	\$ 18	Feria del Poncho
Vasijas	\$ 10	Feria del Poncho
Ceniceros de piedra	\$ 30	Feria del Poncho
Cintos de cuero	\$ 20 a \$ 100	Feria del Poncho
Billeteras de cuero	\$ 25 a \$ 60	Feria del Poncho
Pulseras de cuero	\$ 10	Feria del Poncho
Carteras de cuero	\$ 100	Feria del Poncho
Fuentes de algarrobo	\$ 15 a \$ 200	Feria del Poncho
Cucharas de madera	\$ 5 a \$ 12	Feria del Poncho
Percheros de madera	\$ 20	Feria del Poncho
Máscaras	\$ 10	Feria del Poncho
Charango	\$ 210 a \$ 590	Feria del Poncho
Bombo	\$ 89 a \$ 150	Feria del Poncho
Tapices	\$ 150	Feria del Poncho
Alfombras	\$ 500 a \$ 550	Feria del Poncho
Camperas tejidas	\$ 250 a \$ 280	Feria del Poncho
Chalecos tejidos	\$ 95 a \$ 160	Feria del Poncho
Guantes	\$ 10	Feria del Poncho
Bufandas	\$ 10	Ciudad de Catamarca
Chales llama / oveja	\$ 15 a \$ 40	Ciudad de Catamarca
Puyos	\$ 200	Ciudad de Catamarca
Cubrecamas de colores	\$ 150	Ciudad de Catamarca

VI. DESCRIPCIÓN DE CASOS

Esta sección está constituida por una serie de casos o situaciones productivas que, si bien fueron utilizados para enriquecer el trabajo presentado anteriormente, en este punto se los incluye a modo narrativo, ya que los mismos permiten imaginar los procesos de creación y comercialización característicos y distintivos de algunos de los rubros artesanales que se desarrollan en la provincia de Catamarca.

En esta provincia se destaca especialmente la producción artesanal de alimentos. Si bien el presente estudio no comprendió como objeto de análisis a este rubro, dada su importancia se recolectó alguna información al respecto y la misma se incluye entre los casos presentados a continuación.

CASO 1

La elaboración de alimentos artesanales lógicamente se asocia con las producciones agrícolas que proveen las materias primas.

Es así como en el valle de la Región Central –departamentos Capayán, Valle Viejo, Fray Mamerto Esquiú, Paclín y Capital– aparecen las principales producciones de olivo (Pomán) y frutas. Allí se fabrican conservas, dulces, jaleas y mermeladas.

En la Región Este se desarrollan cultivos anuales y ganadería (Santa Rosa y La Paz). A partir de la cría de ganado caprino, cuya producción se intensificó con el mejoramiento genético de razas traídas de Nueva Zelanda, se ha incrementado la cantidad de leche para la producción artesanal de quesos y quesillos.

En la Región Oeste –localidades de Tinogasta, Belén y Santa María– hay viñedos y bodegas artesanales en los que se elaboran vinos pateros, mistela, licores y aguardiente. La región de Cijan también se distingue por sus dulces.

En estas localidades se cuenta con la oferta turística del Corredor de las Comidas Regionales.

CASO 2

En Pomán se entrevistó al señor Felipe Toledo que elabora artesanalmente vinos y aguardientes. La materia prima la obtiene de su propia tierra y de la compra de uva a otros viñateros, cuyo pago efectúa siempre en efectivo. Se trata de una producción familiar de un volumen de diez mil litros al año.

El oficio de la producción y el tratamiento de cepas lo aprendió de sus abuelos y padres. Los compradores principales son particulares, revendedores, los negocios de la zona y mercados locales.

También participa en ferias en otras provincias, enfrentando dichos gastos por su cuenta.

CASO 3

En la ciudad capital de San Fernando, la Casa Valdéz es un comercio tradicional de dulces y confituras finas, elaborados por la misma empresa que también produce frutas. La fabricación de dulces, jaleas, mermeladas y licores depende de la época del año en que se cosecha

cada fruta: en julio cosechan la lima; en verano, el membrillo; en marzo, la nuez, y entre abril y mayo, el cayote.

Su propietaria, la señora Marcela Valdéz, comenta que los productos de mayor venta son las nueces confitadas, los vinos pateros, mistela y seco de mesa, seguidos por los dulces de lima y cayote.

También manifiesta que nunca han realizado convenios con agencias de turismo ni con el Estado.

Considera que una manera para que las ventas de artesanías se optimicen, es promover Catamarca en el nivel nacional e internacional. También opina que algunas artesanías no se venden porque quieren cobrar precios que los productos no valen.

CASO 4

En la ciudad capital de la provincia vive el señor Solano Condorí, de 47 años, prestigioso artesano de la cestería en simbol. Proviene de una familia de artesanos de otros rubros, y es profesor en la Escuela Provincial de Artesanías.

Trabaja en su domicilio, con ayuda familiar, y suele viajar por largas temporadas –por ejemplo, en verano a la costa–, y produce allí donde instala su stand, lo cual comenta que le gusta mucho al público.

Obtuvo numerosos premios: Internacional de Córdoba; en la Fiesta del Canasto, en Concordia; en Colón; en la Rural de Río Cuarto;

en la Feria de Turismo en Palermo. Viajó a Chile representando al país; en el año 1993 fue personaje del año en Catamarca y actualmente se desempeña como “embajador de Turismo”.

En sus comentarios resalta las acciones que realiza la provincia para retener a sus artesanos, para que éstos puedan transmitir sus técnicas a los más jóvenes y para que participen en ferias y exposiciones en otras ciudades y países.

CASO 5

En el marco del Programa de Promoción y Desarrollo del Sector Artesanal que depende de la Subsecretaría de Comercio e Industria del Ministerio de Producción y Desarrollo, se ha realizado la confección de una alfombra-escudo de la Virgen, por encargo de la curia local.

Esta importante pieza, la alfombra-escudo, mide cinco por cinco metros, y ha sido confeccionada con hilado de algodón. El diseño del escudo de la Virgen contiene el manto, la flor de lis y el lema SPES NOSTRA (esperanza nuestra). Trabajaron –incluso en días domingo y feriados– trece tejedoras, utilizando tres telares durante diez meses; un diseñador; tres operarias para la elaboración del urdido; dos recortadores; tres husadores, y tres operarios para el trabajo final de relieve. La alfombra fue confeccionada en calidad 30 x 30, es decir, 90.000 nudos por metro cuadrado. La pieza está ubicada en el centro del Presbiterio de la Catedral Basílica, desde la sede del obispo, hasta el altar.

Notas

1. En el organigrama de la Secretaría aparecen, además de los organismos directamente vinculados con el turismo, la Dirección de Artesanías y la Gerencia de la Fábrica de Alfombras, a cargo del señor Esteban Clarck.
2. Los fondos del POSOCO son recursos coparticipables que no tienen asignación específica.
3. CFI, *Manual de artesanías regionales argentinas*, pág.102, *op. cit.*
4. La Directora de Artesanías tiene la misma opinión contraria con respecto al Proyecto de Ley Nacional de Artesanías que actualmente está siendo tratado en comisión en el Congreso Nacional. Para la funcionaria “será una ley que rechazarán los artesanos, ya que los hace depender de la Secretaría de Industria, Comercio y Pequeña y Mediana Empresa”. Para la funcionaria, las PyMEs privilegian el producto y pierden de vista al artesano.
5. Ambas leyes se adjuntan en Anexo.
6. Programa de Desarrollo Rural del Noroeste Argentino, dependiente de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos de la Nación.
7. Subsecretaría de la Casa de Catamarca en Capital Federal, dependiente del Ministerio de Gobierno y Justicia. A cargo del doctor Juan Xavier Vehils Ruiz.
8. La técnica de tejido en el telar vertical se llama “smirna” de pelo recortado, es oriental y milenaria, y fue traída por inmigrantes persas que llegaron a Catamarca.
9. Diez en la ciudad capital, dos en Santa María, una en Ambato, una en Pomán, una en Belén y una Andalgalá. De ellos, un artesano se dedica a la alfarería, tres al tejido, uno a la platería, uno a la piedra, uno a la madera, cuatro a la cestería, dos a la fabricación de instrumentos musicales y tres al cuero.
10. Sólo aquellos que trabajan en la confección de alfombras y tapices concurren a los telares de la fábrica mencionada en apartados anteriores.
11. A modo orientativo, el kilo de lana de llama con un excelente torcido, color natural o teñido, con diferentes grosores de hilo, cuesta aproximadamente 40 pesos.
12. *Fuente:* Secretaría de Turismo de la Provincia de Catamarca.

ANEXO PROVINCIA DE CATAMARCA

GUÍA DE CONTACTOS

LEY 4.914/98 Y LEY 4.934 RÉGIMEN DE PROMOCIÓN DEL DESARROLLO TURÍSTICO PROVINCIAL

GUÍA DE CONTACTOS

Secretaría de Turismo
Av. Virgen del Valle 945
San Fernando del Valle de Catamarca
Tel.: (03833) 437598/593/594
Secretaria: Ingeniera Catalina Krapp
E-mail: secturcat@cedeconet.com.ar
www.turismocatamarca.gov.ar

Dirección de Artesanías
Av. Virgen del Valle 945
San Fernando del Valle de Catamarca
Tel.: (03833) 437598/593/594
Personal: 15/692333

Directora: Señora Mirtha Presas
artesaniascat@hotmail.com

Fábrica de Alfombras
Gral. Roca y Av. Virgen del Valle
San Fernando del Valle de Catamarca
Tel.: 03833-437598
Gerente: Don Esteban Clarck

Ministerio de Producción y Desarrollo
Sarmiento 589 - 4º piso
San Fernando del Valle de Catamarca
Tel.: (03833) 437588/90 - 437826

Ministro: Licenciado Luis Alberto Mazzoni
E-mail: minprod@catamarca.gov.ar
Sitio web: www.produccioncatamarca.gov.ar

PRODERNOA Catamarca

Sarmiento 613 - Planta Baja
San Fernando del Valle de Catamarca
Tel.: (03833) 437903
Coordinador: Ingeniero Luis Bravo
E-mail: ljbravo2000@yahoo.com

Casa de Catamarca en Buenos Aires

Av. Córdoba 2080, Ciudad de Buenos Aires
Tel.: (011) 4374-6891/5
Responsable: Doctor Juan Xavier Vehils Ruiz

Asociación Ruskaj-Muyana de Artesanos

Ruta Nacional N° 40 y Av. Las Américas
San José del Norte, Santa María, Catamarca
Tel.: (03833) 423415
Presidente: Artesano José Bernardino Maza

Cooperativa Barracanes Andinos

Av. Virgen del Valle 945
San Fernando del Valle de Catamarca
Tel.: (03833) 437598
Presidente: Artesana Amalia Fina Pogonza
artesaniascat@hotmail.com
ventas@artesaniascat.com.ar

Asociación Londrina de Artesanos

Calle Larou (frente a la plaza José Columbres)
Londres, Catamarca
Tel.: (03835) 491069
Representante: Señor Saidi Fues Masmnr

Asociación Teleras del Famayfil Valle del Sol

11 de Septiembre esquina Aramburu
Belén, Catamarca
Tel.: (03835) 461199
Presidente: Sara Margarita Delgado

Asociación de Productores Ganaderos de Antofagasta de la Sierra

Antofagasta de la Sierra
Tel.: (03835) 471001/002
Presidente: Señor Santiago Morales

Casa Belén Tejidos Regionales

(confecciones en telares criollos ponchos, chalinas, mantas, puyos de llama, oveja y alpaca)
Chacabuco 547, Catamarca
Tel.: (03833) 428393/422438

Dulces y Confituras Finas Valdéz S.A.

(frutas desecadas, aguardiente, confituras, gaznates, nuez confitada, mermeladas, alfajores, turrónes)
Sarmiento 586, Catamarca
Tel.: (03833) 425175

Bodegas y Viñedos Don Juan - Vinos Regionales Belén

San Martín 1091
Belén, Catamarca
Tel. y fax: (03835) 462567 casa
Personal (03835) 15698963

Oleivita

Aceite de Oliva Extra Virgen
Salta 920, Catamarca
Tel.: (03833) 486800/480801

Yacimientos Mineros de Agua de Dionisio

Complejo Minero Industrial de Farallón Negro
Explotación de oro y plata finos. Empresa com-
puesta gobierno nacional, gobierno provincial,
Universidad Nacional de Tucumán
Calle Salta 1127, Catamarca
Tel.: (03833) 420148/431656
Bartolomé Mitre 739, piso 5º
Ciudad de Buenos Aires
Tel.: (011) 4342-2507/2553

LEY Nº 4.914/98

RÉGIMEN DE PROMOCIÓN DEL DESARROLLO TURÍSTICO PROVINCIAL

OBJETIVOS:

- Promover la acción de la actividad privada en el desarrollo de la infraestructura y servicios turísticos.
- Crear las condiciones básicas para inversiones en infraestructura y contemplar las ya existentes.
- Conservar, proteger y desarrollar el patrimonio turístico natural, histórico y cultural de la Provincia, incrementando la preservación natural paisajística y arquitectónica.

ACTIVIDADES PROMOVIDAS:

- Explotación de los servicios de hotelería y afines.
- Explotación de instalaciones de descanso y recreación (colonias de vacaciones, bungalows, mini complejos turísticos, albergues de caza y pesca deportiva, muelles, complejos para la práctica de deportes de interés turístico, salones para actividades culturales, etcétera).
- Explotación de los servicios turísticos.
- Prestaciones vinculadas al turismo receptivo: Instituciones de formación profesional y/o técnica en turismo.
- Artesanías tradicionales.
- Urbanización: Comprende la construcción y habilitación de centros turísticos en zonas que determine el Poder Ejecutivo.
- Publicidad: Impresión de folletos, utilización de equipos audiovisuales, etcétera.

BENEFICIOS:

- Crédito Fiscal, por las inversiones en las actividades promovidas, para ser utilizado contra los tributos provinciales por la empresa o por terceros (no vigente).
- Exención Impositiva: Exención total de impuestos provinciales por el término de hasta 15 años a partir de la habilitación.
- Acuerdo de Créditos Especiales.
- Estabilidad fiscal de 15 años contados desde la aprobación del proyecto.

BENEFICIARIOS:

- Empresas que propongan desarrollar las actividades promovidas dentro del territorio provincial.

AUTORIDAD DE APLICACIÓN:

Poder Ejecutivo Provincial - Subsecretaría de Turismo.

COMPROMISO DE LOS BENEFICIARIOS:

- Aprovechamiento de recursos naturales y humanos de carácter provincial.
- Inversiones destinadas a nuevas plantas o modernización de las existentes en el territorio provincial.
- Preservar el medio ambiente.

REQUISITOS PARA ACCEDER A LOS BENEFICIOS:

- Antecedentes de la empresa.
- Información legal: Copia del Contrato Social y otra documentación que acredite poder para actuar en representación de la sociedad (artículo 26, inciso 2 del Decreto 1.476/98).
- Declaración Jurada de las sociedades donde manifiestan que:
 - La firma ha sido habilitada para operar en el país.
 - Detalle de la composición del capital social al momento de la Declaración Jurada.
 - Inexistencia de deudas exigibles o impagos de carácter fiscal, impositivo, aduanero, cambiario o previsional.
 - Acreditación de no haber incurrido en incumplimientos de anteriores regímenes de promoción turística.
- Estudio de Mercado.
- Proyecto que se propone: Indicando los

servicios turísticos que se propone brindar, dimensionamiento, incidencia en la actual estructura del mercado, y fecha estimativa de puesta en marcha del proyecto.

- Ingeniería del proyecto.
- Localización.
- Circuitos turísticos.
- Detalle por año del personal a ocupar (permanente o transitorio), cantidad, categoría, remuneración, etcétera.
- Inversiones del proyecto.
- Costo del proyecto.
- Financiamiento previsto.
- Plan de explotación.
- Determinación del punto de equilibrio.
- Estado de resultado proyectados.
- Cuadro de fuentes y uso de fondos.
- Efectos sobre la balanza de divisas, cálculo de indicadores de rentabilidad. Valor actual neto y tasa interna de retorno.
- Contaminación del medio ambiente y preservación de la naturaleza.
- Beneficios solicitados.

LEY Nº 4.934 - DECRETO Nº 2.140

Modifica la Ley Nº 4.914 de Inversiones en Turismo

El Senado y la Cámara de Diputados de la Provincia de Catamarca sancionan con fuerza de Ley

ARTÍCULO 1º: Sustitúyese el Artículo 2º de la Ley de Promoción de Inversiones en Turismo Nº 4.914 por el siguiente:

Artículo 2º.- A los fines de la presente Ley, discriminanse las siguientes Áreas de Promoción, dentro del territorio provincial:

1- ÁREA DE PROMOCIÓN “A”: Comprende el Departamento Antofagasta de la Sierra y las zonas de Puna y Prepuna de los restantes departamentos.

2- ÁREA DE PROMOCIÓN “B”: Comprende el departamento Capital, excluidas las zonas de: El Tala, El Jumeal, La Gruta y Parque Adan Quiroga.

3- ÁREA DE PROMOCIÓN “C”: Comprende el resto del territorio provincial, incluidos los centros y/o lugares turísticos de: El Tala, El Jumeal, La Gruta y Parque Adan Quiroga.

El presente régimen de promoción tendrá vigencia durante cinco (5) años contados a partir de la fecha de reglamentación de la presente Ley.

La autoridad de aplicación priorizará los proyectos de actividades promocionadas por la presente Ley de acuerdo a los requerimientos del desarrollo turístico provincial.

ARTÍCULO 2º: I. Sustitúyense los textos correspondientes a los numerales 4; 5; 5.1, y 5.2 del Artículo 3º, Capítulo II, Actividades Pro-

movidas de la Ley de Promoción de Inversiones en Turismo Nº 4.914 por los siguientes:

Artículo 3º.-

4: *Prestaciones vinculadas al turismo receptivo*: Comprende instituciones académicas, públicas o privadas de formación profesional y/o técnica en turismo, de acuerdo a lo especificado por la reglamentación.

5: *Artesanías tradicionales*:

5.1.: Elaboración, comercialización y difusión de la producción artesanal autóctona debidamente reconocida como tal, conforme lo establece la reglamentación.

5.2.: Construcción, equipamiento y habilitación de talleres artesanales.

ARTÍCULO 3º: Sustitúyese el texto del Artículo 4º de la Ley de Promoción de Inversiones en Turismo Nº 4.914 por el siguiente:

Artículo 4º.- El régimen de promoción establecido por la presente Ley, se integrará con los siguientes beneficios:

1. *Crédito fiscal contra tributos provinciales*

Los proyectos seleccionados por la autoridad de aplicación y aprobados por el Poder Ejecutivo tendrán derecho a Crédito Fiscal por las inversiones en las actividades promovidas por la presente Ley que abarquen todas las áreas de promoción definidas en el Artículo 2º y a

todas las actividades promovidas, excepto el Área de Promoción B a la que le corresponden sólo respecto a los acápites 1.1; 1.2; 2.3; 2.5; 3.1; 4, y 6 del Artículo 3º de la presente Ley. El cupo de Crédito Fiscal será el que se establezca anualmente en el Presupuesto General de la Provincia. El Crédito Fiscal obtenido por las inversiones promovidas será:

De hasta cien por ciento (100 %) de las mismas cuando sea aplicado en los 5 ejercicios fiscales posteriores al de la habilitación en cuotas anuales iguales.

De hasta setenta por ciento (70 %) de las mismas cuando sea aplicado en los 3 ejercicios fiscales posteriores al de la habilitación, en cuotas anuales iguales. Los Certificados de Crédito Fiscal podrán ser utilizados por su titular para el pago de obligaciones tributarias provinciales relacionadas con el proyecto objeto de promoción o transferidos a terceros a través de endoso para el pago de impuestos provinciales.

2. Exención impositiva

Los proyectos aprobados por el Poder Ejecutivo para el Área de Promoción A gozarán de la exención total de impuestos provinciales por el término de quince (15) años a partir de la habilitación.

Los proyectos aprobados por el Poder Ejecutivo para el Área de Promoción C gozarán de las siguientes exenciones de impuestos provinciales a partir de la habilitación:

AÑOS	PORCENTAJES
1 a 4	100 %
5	90 %
6	80 %
7	70 %
8	60 %
9	50 %
10;11;12;13;14;15	45 %, 40 %, 35 %, 30 %, 25 %, 20 %, respectivamente

3. Otros beneficios

Acuerdo de Créditos Especiales que a los fines de esta Ley instrumenten las autoridades financieras.

4. Estabilidad fiscal

Los proyectos aprobados en el marco de la presente Ley gozarán de estabilidad fiscal por el término de quince años contados a partir de la fecha de aprobación del proyecto promovido.

ARTÍCULO 4º: Modifícase el Artículo 5º de La Ley de Promoción de Inversiones de Turismo Nº 4.914 en el siguiente sentido:

I- Sustitúyese el texto del Inc. a) por el siguiente: Artículo 5º.- ...

Inc. a) Cuando la empresa beneficiaria, en cuanto se refiere a su zona, lugar o terreno de instalación, construya caminos de acceso, mejorado de enripiado o pavimentos, tendido de redes eléctricas, provisión de agua potable, desagües, obras de seguridad y defensa contra inundaciones u obras de infraestructura consideradas indispensables para cubrir servicios existentes y requeridos por razones técnicas, económicas y sociales y que por tal carácter pueden ser utilizados en beneficio común, gozará del beneficio consistente en un reconocimiento por parte del Estado Provincial del 50 % de las inversiones afectadas a tales obras, tomándose las mismas al costo real, sobre el que emitirá opinión técnica la Secretaría de Obras y Servicios Públicos. El reconocimiento se efectuará mediante el otorgamiento de un certificado de Crédito Fiscal transferible, cuya instrumentación, plazo y forma de utilización fijará la Reglamentación.

II- Incorpórase como Inc. c) el siguiente: Artículo 5º.- ...

Inc. c) Cuando las inversiones están relacionadas con la puesta en valor o mantenimiento de elementos del patrimonio arqueológico.

gico/histórico provincial, para la explotación turística controlada según la legislación vigente o futura. Asimismo, se podrán incluir beneficios adicionales para aquellas empresas que incluyan estudios de impacto ambiental u otros de carácter científico/cultural, no exigidos expresamente por la legislación vigente, en sus proyectos.

ARTÍCULO 5º: Sustitúyese el Artículo 6º de la Ley de Promoción de Inversiones en Turismo Nº 4.914 por el siguiente:

Artículo 6º.- Aféctanse con destino a la construcción y habilitación de centros o complejos turísticos, los inmuebles de propiedad de la Provincia que a tales efectos establezca el Poder Ejecutivo, quedando éste autorizado a transferirlo por alguno de los procedimientos que autorice la legislación vigente.

El valor base del inmueble será determinado por el Tribunal de Tasaciones de la Provincia. El precio de venta del inmueble podrá establecerse con una quita de hasta el cincuenta por ciento (50 %) sobre la tasación, a criterio de la Autoridad de Aplicación y considerando pautas de mercado.

ARTÍCULO 6º: Sustitúyese el Inc. 9) del Artículo 10º de la Ley de Promoción de Inversiones en Turismo Nº 4.914 por el siguiente:

Artículo 10º.- ... Inc. 9) Informe del impacto ambiental del proyecto turístico, aprobado por la autoridad de aplicación.

ARTÍCULO 7º: Sustitúyese el Artículo 13º de la Ley de Promoción de Inversiones en Turismo Nº 4.914 por el siguiente:

Artículo 13º.- Los montos de las penalidades que se apliquen en virtud del Artículo 18º de la presente Ley, ingresarán al Fondo de Promoción Turística creado por el Artículo 12º de la Ley Provincial de Turismo.

ARTÍCULO 8º: Derógase el Artículo 14º de la Ley de Promoción de Inversiones en Turismo Nº 4.914.

ARTÍCULO 9º: Encomiéndase al Poder Ejecutivo ordenar el texto de la Ley de Promoción de Inversiones en Turismo Nº 4.914, con arreglo a las modificaciones introducidas por la presente Ley.

ARTÍCULO 10º: De forma.

DADA EN LA SALA DE SESIONES DE LA LEGISLATURA DE LA PROVINCIA DE CATAMARCA A LOS VEINTISÉIS DÍAS DEL MES DE NOVIEMBRE DE MIL NOVECIENTOS NOVENTA Y SIETE.

CARLOS ALBERTO COLOMBO
Vice-Presidente a/c de la Presidencia
Cámara de Senadores

Sr. ALFREDO OSVALDO CARRIZO
Vice-Presidente a/c Presidencia
Cámara de Diputados

Dr. Luis Arturo Navarro,
Secretario Parlamentario
Cámara de Senadores

Dr. Guillermo Antonio Altamirano,
Secretario Parlamentario
Cámara de Diputados

PROVINCIA DE JUJUY

I. INTRODUCCIÓN

En la Provincia de Jujuy existen diferentes manifestaciones de piezas artesanales que responden a la diversidad cultural representativa de cada zona geográfica: andina –de Puna y Quebrada–, vallista y de yungas, de donde surgen las materias primas fundamentales para los distintos tipos de artesanías.

La Puna es una meseta, continuación del altiplano peruano-boliviano, que posee condiciones climáticas de aridez con temperaturas de fuerte amplitud térmica. La Quebrada de Humahuaca es una falla geológica con clima semiárido. Las artesanías predominantes en esta zona andina son los tejidos y la alfarería.

En la zona de valles el clima es templado y subtropical serrano. Se destacan las artesanías en cuero, plata con filigrana e instrumentos musicales. También son relevantes las artesanías en cuero para el trabajo rural del gaucho, las artesanías en cerámica (especialmente los cacharros de cocina y vajilla) y las de filigrana de plata y alpaca (de ornamentación y de uso personal). En menor medida, los tejidos de seda con piezas de chales y chalinás, las artesanías en piedra con los petroglifos del arte rupestre andino, y los instrumentos musicales de viento, percusión y cuerda.

La zona de yungas y Ramal posee serranías de bosque y selva (Parque Nacional Calilegua), de clima subtropical o cálido con estación seca y

precipitaciones. En esta zona predominan las artesanías en madera –tanto utilitarios y muebles para el hogar, como máscaras y piezas talladas– y, en menor medida, las artesanías de fibra vegetal (cestería y canastos para distintos usos).

El organismo del sector público vinculado con el sector artesanal es la Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia, de la que depende el Departamento de Antropología y Folclore.

Las entrevistas del trabajo de campo se realizaron en las localidades de San Salvador de Jujuy, Humahuaca, Tilcara, Maimará, Purmamarca, Volcán y El Carmen.

Las Organizaciones No Gubernamentales entrevistadas fueron: Asociación Humahuacueña de Artesanos, Cooperativa Agropecuaria Artesanal Unión Quebradas y Valles (CAUQUEVA), Asociación de Ganaderos, Artesanos y Mineros Aborígenes de la Puna (AGAYMAPU), Cooperativa Por Un Nuevo Hombre Americano (PUNHA) y Fundación Obra Claretiana para el Desarrollo (OCLADE).

En el sector privado, se consignaron las experiencias de “Hijas de la Luna S.A.” y “Flores del Cardón (s.h.)”.

En el mapa de la página 182 se presenta la localización de las instituciones públicas y privadas vinculadas con el sector artesanal y la distribución de los principales rubros artesanales en el territorio provincial.

II. ASPECTOS INSTITUCIONALES

El organismo que tiene a su cargo el desarrollo del sector artesanal, por la Ley de Artesanías Nº 5.122/99 y por la Ley de Ministerios de la provincia, es la Secretaría de Turismo y Cultura del Gobierno de la Provincia de Jujuy, entre cuyas dependencias se encuentra el Departamento de Antropología y Folclore, ambos organismos pertenecientes al Ministerio de Gobierno, Justicia, Cultura y Educación.

DEPARTAMENTO DE ANTROPOLOGÍA Y FOLCLORE

El Departamento cuenta con sólo dos personas y no tiene presupuesto asignado. Su responsable, Juan Carlos Rodríguez, es licenciado en Antropología y tiene diecisiete años de antigüedad en el cargo. Es también el responsable provincial ante el MATRA y participa de las reuniones federales.

Legislación

En 1999 se sancionó la Ley 5.122 de Preservación, Promoción y Desarrollo de las Artesanías Jujeñas. En ella se definen exhaustivamente los objetivos y alcances de la política artesanal de la provincia, que involucran:

- Planificar y desarrollar los oficios artesanales; difundir la actividad artesanal; certificar la autenticidad de los productos y la clasificación de las piezas; promover la formación de asociaciones y cooperativas de artesanos; organizar, poner en funcionamiento y actualizar el Registro

Único Provincial de Artesanos y de organizaciones vinculadas con la actividad artesanal; brindar asesoramiento y capacitación; establecer convenios y acuerdos que beneficien el desarrollo del sector, y fomentar la actividad en las comunidades aborígenes.

- Preveía el funcionamiento de un Consejo Provincial de Cultura *ad honorem* conformado por un representante de la Secretaría de Turismo, uno de la Dirección General de Desarrollo Social, uno de la Dirección Provincial de Industria, Comercio y Acción Cooperativa y cinco representantes de los artesanos designados por cada región de la provincia.

- Creaba un Fondo Provincial de Artesanías constituido por partidas presupuestarias, aportes de las organizaciones de artesanos, de entes nacionales, provinciales y municipios, de Organizaciones No Gubernamentales y organismos internacionales y donaciones, subsidios o legados. Con este fondo se proponía financiar la creación del Mercado de Artesanías con carácter de feria-taller, destinado a la proyección del sector y conectado con los circuitos turísticos de la provincia.

El funcionario entrevistado manifestó que, si bien la ley está vigente, prácticamente no se aplica. Asimismo, la falta de presupuesto sectorial y la escasez de recursos humanos limitan las posibilidades para el desarrollo de una política artesanal provincial y afectan la continuidad de las actividades tendientes a su consolidación.

A continuación se describen las acciones más relevantes que lleva a cabo en la actualidad.

Principales líneas de acción

✓ *Capacitación:* Realizan actividades regulares de capacitación en forma directa y coordinada con el MATRA.

Otras capacitaciones especiales fueron llevadas a cabo por medio de convenios:

- Con la Universidad de Jujuy, se financió la recuperación de diseño prehispánico en Yavi (90 piezas) y la recuperación de teñidos naturales en la zona Puna.

- Con Programas Nacionales como el CFI y el Programa Social Agropecuario (PSA), a través de los cuales se tramitaron préstamos destinados a asistencia técnica y fomento a microemprendimientos.

✓ *Registro de artesanos:* Se lleva desde 1996. Tiene 450 artesanos registrados. Se actualiza permanentemente, pero sólo en la medida en que los artesanos concurren al Departamento para la exposición de sus artesanías en alguna feria provincial, regional o nacional, coordinada por entes oficiales o de Organismos No Gubernamentales. El registro incluye la verificación del taller y su producción, pero se debe completar. (El listado se adjunta en Anexo.)

✓ *Certificación:* La Secretaría de Turismo y Cultura realiza la certificación de procedencia de las artesanías, no de calidad, y otorga certificación de autenticidad a los artesanos. Los criterios que aplica son la procedencia de las piezas, materia prima y otros insumos utilizados en la elaboración de la pieza, y acabado del producto artesanal. Los certificados son solicitados por el propio artesano. Consisten en etiquetas impresas donde se consignan el nombre del mismo, localidad de origen e identidad de la pieza. Es una práctica aplicada a cada obra realizada por aquellos artesanos que concurren al Departamento de Antropología y Folclore para la exposi-

ción y venta de sus productos en aquellos eventos regionales o nacionales, a los que asisten promocionados por la Secretaría de Cultura y Turismo. Años atrás se les reconocían algunos costos fijos de traslado como pasajes, tarifa de equipajes o alojamiento. Actualmente –2004/2005– no se está haciendo la certificación de autenticidad.

El Municipio de San Salvador de Jujuy tiene una ordenanza para la comercialización de artesanías que incluye la fiscalización de los talleres y la certificación de los productos.

✓ En cuanto a *política artesanal* en el nivel municipal, los municipios de Abra Pampa, Humahuaca, Tilcara, Volcán, Purmamarca, San Salvador de Jujuy y últimamente (en 2004) Palpalá, Calilegua y Libertador General San Martín son los únicos que tienen alguna política de apoyo artesanal, consistente en acciones básicas que no llegan a ser de desarrollo y, en general, sin articulación con las políticas de los organismos provinciales.

En el caso de la Municipalidad de San Salvador de Jujuy, el Área de Cultura coordinó algunas acciones con el nivel provincial durante la gestión radical, a pesar de las diferencias de signo político, pero los cambios de funcionarios en ambas instancias llevaron a suspenderlas y en la actualidad no hay contacto ni cooperación entre ambas administraciones.

El problema se agrava cuando todas las municipalidades y comisiones municipales se cierran en su comprensión del sector artesanal y determinan actividades sin articulación y coordinación con los organismos provinciales.

✓ Tampoco hay, actualmente, articulación con la Casa de la Provincia en Buenos Aires ya que hubo una mala experiencia entre la Casa y los artesanos coordinados por el Departamento de Antropología y Folclore. El Departamento y la Secretaría apoyaron la presencia de artesanías

de Jujuy en Buenos Aires, pero las piezas no fueron consideradas como merecían. Se descuidaron las obras que se enviaron y nadie se responsabilizó.

✓ En términos de política regional, el funcionario entrevistado señaló que hubo proyectos en ese sentido que no llegaron a concretarse. Considera que, para instalar una política sectorial que atienda las necesidades de la producción y comercialización de artesanías, se debe aplicar la ley vigente que plantea las principales acciones a desarrollar: el trabajo coordinado entre Estado, ONGs y asociaciones de base y lograr una presencia regional.

CASA DE LA PROVINCIA EN BUENOS AIRES

Se entrevistó a la encargada del Área de Cultura, señora Lucía Vargas, quien señaló que en la Casa de la Provincia ya no se reciben ni exponen artesanías. Antes los artesanos solían

dejar sus productos allí con fines de promoción, pero esta actividad se suspendió para evitar tener que responder ante la pérdida o deterioro de piezas. Ahora sólo se exponen regularmente pinturas y se gestionan a pedido los espacios para la exposición de artesanías.

Aunque no tienen presupuesto para promoción, hicieron una campaña de difusión a través de Presidencia de la Nación y la Secretaría de Recursos Renovables y en un canal de televisión por cable (Utilísima Satelital).

Remiten todas las invitaciones que reciben para exponer –por ejemplo en la Exposición Rural de Palermo o en el Palais de Glace– a la Secretaría de Turismo y Cultura de la Provincia, desde donde se seleccionan los artesanos participantes.

Según la entrevistada, llegan a la Casa muchos interesados en exportar, sobre todo prendas modernas confeccionadas con hilados artesanales, especialmente barracán, ponchos y charles. A los interesados se les entrega un listado de artesanos para que se conecten directamente¹. (Se adjunta en Anexo.)

III. ASOCIACIONES DE ARTESANOS, ONGs Y SECTOR PRIVADO

Las cooperativas constituyen la forma organizativa más eficiente en términos de acceso a mercados y venta de artesanías.

Los conflictos institucionales internos provocados por los intereses privados de algunos asociados y la confrontación de identidades político-partidarias incidieron fuertemente en la inercia organizacional del sector artesanal, demorando las decisiones requeridas para asumir modelos de organización adecuados a sus objetivos y metas a corto y mediano plazo, y generaron la pérdida de oportunidades de inversión al no demostrar capacidad para garantizar el cumplimiento de los acuerdos.

La clase dirigente de las asociaciones está caracterizada por el voluntarismo de pocos sin capacidad racional de gestión. Se destaca, en cambio, la vigorosidad de los artesanos jóvenes para involucrarse en las cuestiones organizacionales, evitar la inercia, y trabajar en favor de aquellas actividades que les permitan mantener un ingreso sostenido o permanente.

Se realizaron entrevistas a cuatro organizaciones civiles que brindan apoyo a los artesanos y se mantuvieron reuniones con miembros directivos de tres asociaciones de artesanos del Paseo de los Artesanos en la Vieja Estación del Ferrocarril Belgrano de San Salvador de Jujuy².

ASOCIACIÓN HUMAHUAQUEÑA DE ARTESANOS - HUMAHUACA

Es una asociación con personería jurídica provincial (Nº 1.283/82), con alcance en todo el Departamento de Humahuaca. Había perdido

protagonismo local por estar acéfala. Su actual presidente manifiesta la necesidad de organizarse y lograr una gestión racional para esta nueva etapa de renovación de autoridades.

Brindan capacitación y asistencia técnica a sus socios que son, sobre todo, artesanos aborígenes urbanos. No participan en redes ni tienen convenios con otras instituciones. Tampoco tienen proyectos en ejecución, pero cuentan con una base de datos sobre sus artesanos que incluye: nombre y apellido, documento de identidad y rubro artesanal.

Tienen una obra inconclusa, la Casa del Artesano, que aspiran que funcione como salón de producción, exposición y ventas de artesanías. Ya están levantadas las paredes pero aún faltan el techo y las aberturas.

Consideran que la unión entre los artesanos activos –productores de materias primas– y aquéllos sin materia prima podría acercar las mentalidades entre los mayores y los jóvenes para mejorar los servicios de la Asociación y defender sus espacios territoriales en la exposición y venta de sus artesanías.

Ante el incremento de visitantes (que permanecen en Humahuaca desde las 11.30 hasta las 14.30 horas a causa de los horarios de las distintas empresas de turismo de Salta y otras provincias), los viejos artesanos se han visto obligados a conciliar con los jóvenes una nueva estrategia para la oferta de sus artesanías. Los miembros de la Asociación se quejaron ante las autoridades municipales porque muchos comerciantes de artesanías –no artesanos– tenían sus puestos en lugares preferenciales. La atención a este reclamo les permitió lograr la ubicación en el

margen derecho del Monumento al Indio, mientras que sus competidores no artesanos ocupan el margen izquierdo, ofreciendo no sólo artesanías locales sino de otros lugares y de Bolivia.

COOPERATIVA AGROPECUARIA ARTESANAL UNIÓN QUEBRADAS Y VALLES (CAUQUEVA) - TILCARA

Es una comunidad aborígen kolla de alcance regional (Jujuy y Salta). Tiene matrícula nacional del INAI N° 17.824 y asiento en Tilcara. Su presidente es Edmundo Chuchuy.

La cooperativa participa de la Red Municipal y de la Red Agroindustrial Rural.

Presta servicios de asistencia técnica, microcrédito, venta, acceso a mercados y facilidades de facturación a sus 190 asociados que son principalmente pequeños productores rurales minifundistas con un 15 por ciento de artesanos aborígenes alfareros que hacen cerámica.

Cuenta con la base de datos de beneficiarios del Consejo de Administración de Pequeños Productores.

ASOCIACIÓN DE GANADEROS, ARTESANOS Y MINEROS ABORÍGENES DE LA PUNA (AGAYMAPU) - SUSQUES

Es una Asociación Civil con personería jurídica N° 1.462/93. Tiene sede en Pasto Chico, Departamento Susques, y una filial en Volcán. Su presidente es Santos Herminio Salva.

Su población beneficiaria son artesanos aborígenes rurales, principalmente mujeres, de la comunidad aborígen pasto chico - atacamas. Cuenta con registro de sus socias (12 artesanas tejedoras activas), a quienes presta servicios de acceso a mercados y venta.

Tiene un convenio de capacitación con CADIF/PSA y desde 2001 está vinculada con la

Feria Campesina de Volcán. No tiene proyectos en ejecución.

COOPERATIVA POR UN NUEVO HOMBRE AMERICANO (PUNHA)

Es una cooperativa de trabajo con matrícula nacional INAI N° 18.107. Tiene sedes en Abra Pampa (Central) y Maimará. Su presidenta es la señora Margarita Zerpa.

Brinda servicios de capacitación, asistencia técnica, promoción y difusión, acceso a los mercados y ventas a sus socios –artesanos rurales y urbanos– y cuenta con una base de datos informatizada de asociaciones, proyectos y beneficiarios.

Participa de la Red Puna³. También tiene un convenio con los municipios de Abra Pampa y Maimará y proyectos de capacitación con la Fundación FORMUJER.

Tiene en ejecución un proyecto de capacitación en hilados y tejidos y ha presentado un proyecto similar al Programa Manos a la Obra del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación, que se encuentra en trámite de aprobación.

FUNDACIÓN OBRA CLARETIANA PARA EL DESARROLLO (OCLADE)⁴ PRELATURA DE HUMAHUACA

La Fundación OCLADE se formó en el año 1983 y trabaja desde hace más de veinte años en Humahuaca. Fue creada por la orden de los claretianos cuando se hicieron cargo de esa prelatura, con el fin de iniciar una línea de trabajo social desde la iglesia con las distintas comunidades de la región.

Desde hace diez años atiende los comedores infantiles de la zona con fondos del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación.

En relación con el tema artesanías, desde el año 2000 tiene en ejecución el *Programa Runahuasi*, de producción y desarrollo, desde el cual trabaja con las comunidades aborígenes de la región otorgando capacitación, apoyo técnico y microcréditos para gestionar proyectos y financiar microemprendimientos de ganadería, agricultura, artesanías y servicios.

Tiene como población objetivo la comunidad kolla de la región de la Prelatura de Humahuaca, que abarca cinco departamentos de la Provincia de Jujuy (Humahuaca, Cochilota, Rinconada, Susques y Santa Catalina) y dos departamentos de Salta (Santa Victoria Oeste e Iruya). Este Programa también se financia mayoritariamente con fondos del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación –inicialmente del Programa Redes– que se complementa con otros aportes que consigue OCLADE.

Brinda capacitación en organización y derecho aborígen y también capacitaciones específicas para los microemprendimientos. Entre promotores y técnicos, en los dos programas participan aproximadamente veinte personas.

Los promotores de la Fundación OCLADE son docentes con capacitación en el área de infancia, o promotores comunitarios que tienen gran experiencia de trabajo en la zona. La mayoría hace aproximadamente diez años que se desempeña en la región y han sido capacitados en derecho aborígen, organización y producción.

Los técnicos que están desarrollando sus actividades son antropólogos, fisioterapeutas, psicólogos, ingenieros y abogados. Querrían realizar visitas mensuales de promotores y técnicos especializados en cada uno de los temas, pero no pueden hacerlo por falta de financiamiento.

Inicialmente se convocó a la presentación de proyectos que podían ser familiares, individuales o grupales, a través de promotores que acercaron la información a las distintas comunidades. El programa se hacía cargo de evaluar la

viabilidad de los proyectos, organizar el plan de trabajo junto con los emprendedores y realizar la formulación técnica. Los que eran viables se aprobaban y se financiaban. Comenzaron con una pequeña prueba piloto de 16 microemprendimientos con la gente que se animó a pedir créditos. Cuando el resto vio cómo funcionaba el programa, que se cumplía con el financiamiento y con la asistencia, comenzaron a aparecer emprendedores interesados en los microcréditos.

El proyecto Runahuasi tuvo dos etapas. Cuando comenzó en el año 2000 los préstamos se daban a devolver en cinco años y las cuotas eran accesibles, pero los fondos del proyecto no rotaban por lo que no se podía ampliar la oferta. En el año 2002 se reformuló y surgió el Runahuasi II, en el que el dinero se presta por dos años y se pone el fondo en rotación. De ese modo, esos mismos emprendedores pueden volver a pedir fondos o pueden ingresar otros nuevos.

Los préstamos más pequeños que se dieron fueron de 400 pesos y los de montos más importantes fueron de entre 2.500 y 3.000 pesos, a devolver en un plazo que se extendía a dos años como máximo.

SECTOR PRIVADO

HIJAS DE LA LUNA S.A.

Es una empresa de producción y comercialización de textiles artesanales que funciona en Tilcara. Su dueña es Andy Fuchs⁵, quien dirige y coordina todas las actividades: diseño, producción y encargos a proveedores, publicidad, relaciones públicas, ventas, etcétera.

Su estrategia radica en la recuperación de diseños y técnicas artesanales (tintura, tejidos, bordados, motivos) y sólo utiliza insumos natu-

rales y legales (lana de llama y oveja. No trabaja con lana de vicuña porque dado su alto costo no resulta económicamente rentable). El diseño de las prendas es de buen gusto y utiliza colores vivos, muy diferentes de lo que se suele ver.

Tiene acuerdos con laneros de la zona a quienes les compra su producción. Se provee de artesanos individuales o de grupos como la Cooperativa PUNHA o Flores del Cardón. A su vez contrata la realización de los teñidos (hechos con productos naturales) y a los hiladores y tejedores, sobre todo en telar y algo en crochet.

Parte del modo de trabajo consiste en un seguimiento personalizado en las distintas etapas de la producción y en la formación de grupos de tejedoras entrenadas en las técnicas, que muchas veces se retiran para iniciar su propia actividad.

La experiencia es exitosa en cuanto a la estrategia de venta, buen diseño y excelente presentación y folletería. Aparece, además, como una importante fuente de generación de empleo en la zona.

Los principales productos son artículos de vestir (bufandas, ruanas, chales, ponchos, gorros, guantes) y de decoración (alfombras, colchas, costales, fundas de almohadones).

Si bien el destino principal de las ventas no es el mercado interno, sino la exportación a partir de contactos directos, eventualmente vende en ferias a las que en ocasiones asiste (regionales del CFI; Feria del Sol en el Palais de Glace, Buenos Aires) y a comercios a los que les garantiza exclusividad como “Cheeky”, de Buenos Aires⁶, el local en Aeroparque e importantes hoteles.

FLORES DEL CARDON⁷

Es una Sociedad de Hecho dedicada a la actividad artesanal textil a partir de producción manual con telares muy precarios.

Se conformó a partir de una capacitación brindada por la Cooperativa PUNHA con un subsidio del Estado que les permitió adquirir los telares y el aprendizaje. Se reúnen de lunes a viernes por la tarde en un salón cedido por el Hotel de Turismo (municipal). En un espacio de unos 50 metros cuadrados poseen cinco telares, una rueca y un anafe para el teñido.

Inicialmente trabajaban veinte personas, luego quedaron ocho de las cuales cinco tejen en telares y tres con agujas. Compran la materia prima a terceros. Prácticamente no hilan, adquieren el hilado ya realizado a partir de lana ovina y de fibra de llama. Reciben las madejas ya lavadas. Realizan el teñido con tintes naturales y van controlando los tintes entre todas. Cada una de las integrantes aporta los yuyos del entorno de su casa o del camino.

Tejen a dos agujas, al crochet y en telar. Los telares fueron fabricados por la Cooperativa PUNHA. No tienen estimaciones de costos. En general el costo de la prenda se determina en función de las posibilidades de venta.

Producen a pedido y con diseños del mandatorio. Casi toda la producción es encargada y adquirida por “Hijas de la Luna”. Venden prendas terminadas (chalecos, mantas, sacos, telas) desde 25 pesos en adelante.

La mayoría de los integrantes no tiene otros ingresos que los generados por el grupo aunque también cuentan, desde que comenzaron, con subsidios de planes sociales.

IV. ARTESANOS

El registro provincial da cuenta de 450 artesanos, lo que refleja aproximadamente un 15 por ciento del total de 3.000 que se estima trabajan regularmente en los distintos rubros y localidades de la provincia. Se encuentran sobre todo en las Zonas de Puna y Quebrada y están surgiendo en Perico, San Antonio y parte del Ramal Jujeño.

Como se ha dicho, la Provincia de Jujuy presenta una gran diversidad artesanal proveniente de las distintas culturas y localizaciones geográficas, identificándose como kollas los de Puna y Quebrada y chiriguano (matacos, tobas, tembetas, cuñas) los del Ramal yungas chaco. En los últimos años de la década del 90 casi todas las comunidades obtuvieron reconocimiento, personería jurídica y la adjudicación de tierras sobre la base de la población asistida por los programas nacionales “Aborígenas”, del Instituto Nacional de Asuntos Indígenas y del “Programa Tierras”.

La zona de mayor producción artesanal corresponde a la región de la Quebrada que, sin embargo, presenta características diferentes según la localidad. Para detectar estas particularidades se presenta una breve caracterización para cada una de las localidades:

HUMAHUACA: La población artesanal es principalmente de la etnia kolla. OCLADE tuvo una activa participación en la organización de estas comunidades y en la conformación de los estatutos para que pudieran ser reconocidos, y continúa trabajando para su fortalecimiento.

El crecimiento del turismo en la Quebrada desde el año 2002 y su declaración como

Patrimonio Cultural de la Humanidad por la ONU en 2003 generaron una mayor demanda de artesanías y, por consiguiente, un incremento en los volúmenes de participación de diferentes rubros de piezas artesanales en los mercados locales.

Este proceso ha generado un incremento en los puestos de trabajo artesanal, en talleres individuales, familiares y de asociaciones para cumplir la demanda de cada segmento. No son puestos ocupacionales de empleo formal sino informal, en los que las asociaciones tratan de conseguir ciertos servicios para sus asociados con alguna cobertura social. Dicho proceso ha provocado la necesidad de mejorar el gerenciamiento de las asociaciones de artesanos.

TILCARA: Los artesanos están organizados en pequeños grupos sin una estrategia común, lo que les impide tener mayor relevancia en la competencia de artesanías de origen, frente al volumen y diversificación de oferta que muestran los comerciantes revendedores, cuyos proveedores mantienen sus circuitos tanto en temporada alta (invierno), como en la baja (verano).

PURMAMARCA: En los últimos diez años, esta localidad ha sufrido una gran transformación a partir de las inversiones en infraestructura y equipamiento social, principalmente por las obras de construcción de las rutas N° 52 y 16 (Paso de Jama), que permite el acceso a Chile y a puertos de agua profunda como Antofagasta e Iquique. Además se han hecho inversiones en hotelería, posadas y complejos habitacionales de arquitectura regional, con gran calidad de servi-

cios. Si bien existe una mayor presencia de turistas extranjeros, es el turismo local, regional y nacional el que prevalece.

Algunos artesanos reconocen el aporte de los talleres que se brindan en la municipalidad para los alumnos y docentes de la zona con el propósito de presentar y promocionar la tecnología, los diseños y la pigmentación de las cerámicas de los antiguos aborígenes del lugar.

VOLCÁN: En esta localidad hay una Feria Artesanal apoyada por el municipio y gerenciada por una Comisión de Artesanos ubicada en las instalaciones del ferrocarril General Manuel Belgrano. En ella se pueden encontrar artesanos de La Quiaca, Casira, Susques y El Moreno. El transporte hacia la Feria con sus mercaderías corre por cuenta de cada artesano y la Comisión le otorga los espacios. La Feria ha permitido que los habitantes residentes en Volcán cuenten con una parada atractiva para los turistas y la posibilidad de ofrecer diferentes servicios.

SAN SALVADOR DE JUJUY: En esta ciudad se pueden encontrar artesanías de los diferentes rubros (piedra, tejido, peletería, alfarería, cerámica, instrumentos de viento, filigrana en plata y oro, maderas, cuchillos y cueros).

Asimismo, en la capital de la provincia se

encuentra la mayor concentración de artesanos independientes y asociados. Los asociados están organizados en tres asociaciones civiles con personería jurídica en trámite –Unión Provincial de Artesanos de Jujuy (UPAJ), Centro Provincial de Artesanos Jujeños (CEPAJ)⁸ y Asociación Jujeña de Artesanos Unidos (AJAU)–, que realizan la exhibición regular de sus productos en el Paseo de los Artesanos de la vieja estación del Ferrocarril General Belgrano de la ciudad de San Salvador de Jujuy.

Finalmente, algunas opiniones apuntan a que los planes Trabajar desalientan la producción artesanal. Fundamentalmente están basadas sobre el hecho de que, por cuatro horas de trabajo diario obtienen 150 pesos sin tener que invertir más tiempo en adquirir un oficio de artesano (se requiere entre 8 y 12 horas de trabajo para que un artesano pueda mantener un hogar nuclear). Es decir que el desaliento pasa porque son muy pocos los jóvenes que se incorporan a los talleres de los maestros para aprender su oficio y tener un ingreso autosustentable. Existe una interpretación de que se debe ganar más y de una manera rápida, por lo tanto es más eficaz participar de una clientela política partidaria y obtener un subsidio (becas, bolsones de comida, subsidios no reintegrables, etcétera).

V. ASPECTOS ECONÓMICOS DE LA PRODUCCIÓN ARTESANAL

Jujuy cuenta con una importante diversidad de artesanías cuyas materias primas son adquiridas en localidades muy distantes a las de producción donde se encuentran los talleres de los artesanos.

Las artesanías de mayor participación en los mercados son las provenientes de la alfarería, luego siguen las artesanías tejidas en lanas de llama, oveja y vicuña y posteriormente los demás rubros.

Los artesanos jujeños se destacan por tener distinciones nacionales e internacionales en rubros como alfarería, tejido y cerámica, cuchillos, cueros e instrumentos musicales, lo que demuestra su capital cultural en el manejo de la materia prima y las herramientas y el uso de tecnología apropiada en la elaboración de las piezas artesanales.

En la comercialización de sus productos no tienen, en cambio, logros destacables.

Por un lado, aun cuando no existe un estudio de costos de los productos artesanales, se presume que algunas de las fases de producción, como el jornal de trabajo para la extracción de arcilla, el flete de traslado, el tiempo horas/hom-

bre en el preparado de la arcilla, etc., no están incluidas en el precio final. Lo mismo ocurre con los insumos naturales y aquellos derivados de la industria que se utilizan en algunos rubros, como el caso de los hilos teñidos. En definitiva, en general no existiría por parte de los artesanos la comprensión de sus costos de producción, por lo que la formación de precios de cada pieza artesanal no responde a un criterio de racionalidad económica.

Además, son muy pocos los que participan proporcionalmente del comercio exterior en comparación con otras ramas de la economía jujeña que registran un desarrollo significativo en los últimos años, y si lo logran es a través de ocasionales intermediarios⁹.

PRINCIPALES RUBROS Y PRODUCTOS POR LOCALIZACIÓN

En el siguiente cuadro se sintetizan los principales rubros y productos por localización, que se describen detalladamente más adelante en este mismo apartado.

Tipo de artesanía	Producto	Localización	Comunidad	Cantidad de artesanos (estimada)	Estacionalidad
1º Alfarería	Vasijas, platos, jarros, cerámica	Zona Andina (Puna y Quebrada) Zona Valles	Kolla, criollos urbanos	180	Seca, invierno y otoño
2º Tejido	Barracanes, ponchos, chales, frazadas, guantes, medias, etc.	Zona Puna Humahuaca, Yavi, Santa Catalina, Rinconada, Cochinoca	Kolla	130	abril- agosto
3º Talla en madera	Máscaras talladas en madera blanda y pintadas	Ramal Jujeno (Caimancito)	Chiriguano	25	
	Imaginería	Puna	Kolla	2	
	Mates y utensilios domésticos	Ramal Jujeno	Chiriguano	35	
4º Fibra vegetal	Canastos, sombreros, bolsos, fajas	Ramal Jujeno	Chiriguano	15	
5º Cuero crudo y curtido	Artesanías de uso campero	Zona Valles	Criollos	38	
	Instrumentos de percusión (bombos y cajas)	Zona Valles / El Carmen Purmamarca	Criollos y kolla	17	
	Talabartería y marroquinería	San Salvador de Jujuy, Tilcara	Criollos urbanos	5	
6º Instrumentos musicales	De viento, de cuerdas, de percusión	Humahuaca, San Salvador de Jujuy, Zona Valles	Kollas urbanos	26	
7º Metales	Colgantes, prendedores, aros, etc., en filigrana de plata	San Salvador de Jujuy, Tilcara	Criollos urbanos	19	
8º Piedra	Tallados de arte rupestre	Zona Andina, Zona Valles	Kolla	9	

Fuente: Elaboración propia sobre la base de las entrevistas realizadas a funcionarios e informantes clave.

Nota: Las cantidades de artesanos por rubro y localización son estimativas sobre la base de los datos registrados en la Dirección de Desarrollo Social, Área de Planeamiento Social, Secretaría de Desarrollo Social del Ministerio de Bienestar Social del Gobierno de la Provincia de Jujuy y de los suministrados por las Asociaciones de Artesanos con quienes se mantienen acciones coordinadas de cooperación.

La gran diversidad artesanal de la provincia determina modos de producción diferentes de acuerdo con el rubro del cual se trate. A continuación se describen algunas especificidades relacionadas con las variables de producción.

Alfarería

En cuanto a la alfarería, las artesanías de la Zona Andina se realizan con arcillas de diferentes colores y son sometidas a distintos niveles de calor.

Los principales productos son ollas, vasijas y cerámicas. Cuando se trata de artículos para uso doméstico (tazas, platos y jarros), además se realizan tratamientos con esmaltes para evitar filtraciones. La materia prima se obtiene por recolección¹⁰ del medio natural, y los gastos en otros insumos se refieren a la compra de pigmentos (50 gramos a 30 pesos), el costo del flete (que generalmente es en carretilla, al hombro, o en camioneta) y la mano de obra utilizada para palear y embolsar.

En particular, la cerámica de origen de Humahuaca es utilitaria, decorativa y de proyección folclórica; los artesanos trabajan por cuenta propia con conocimiento privado de los yacimientos elegidos, lugares con las arcillas a los que sólo ellos acceden en forma gratuita con el único costo de oportunidad del tiempo dedicado a recogerla.

El proceso productivo consiste en: 1°) la recolección de arcillas; 2°) la preparación de la materia prima (barlotina, pasta, engobes); 3°) el armado y pulido; 4°) la decoración, y 5°) el horneado. La mayoría de los ceramistas tienen su taller propio, independiente en su propia casa, admiten preferir cobrar por piezas y por encargo. Los que adquieren estos productos principalmente son particulares turistas y se vende además a los negocios de la zona, en los mercados y ferias. Según el tipo de piezas de artesa-

nías en cerámica, los precios de venta permiten recuperar los costos de producción, aunque esto depende de la cantidad de piezas diarias vendidas y del tipo de piezas (las que tienen arcillas con pigmentos son las que tienen más gastos).

Tejidos

Los tejidos se realizan en lana de llama, vicuña, oveja y cabra. Los productos derivados de los tejidos de lana son barracanes, ponchos, chales, ruanas, picotes, frazadas, jergones, guantes, gorros (chulo y pasamontañas), bufandas y medias confeccionadas con tres y cinco agujas.

En este caso, las materias primas tienen un costo económico, y las compran en el campo o a hilanderías mediante pago en efectivo (por ejemplo, 1 kilogramo de lana de llama sin hilar, 10 pesos; 1 kilogramo de lana de oveja sin hilar, 8 pesos; 1 kilogramo de fibra de vicuña, 220 pesos).

Entre las localidades proveedoras de materias primas de lanas de llamas, ovejas y vicuñas, están La Quiaca, Cienaguillas, Santa Catalina, El Toro, Coranzuli, Cochinoca, Lagunas de Pozuelos, Humahuaca, Abra Pampa, Coctaca y Aparzo. Los principales barraqueros tienen sus galpones de concentración de lanas en La Quiaca y Abra Pampa.

Los hilados se realizan con husos o puchas tradicionales o manuales, con tornos a pedal y también con tornos eléctricos en menor proporción de casos. De acuerdo con el tipo de artesanía en tejido que se produce en las distintas localidades, se hacen hilados finos, gruesos y teñidos en diferentes micrones de espesor, muchos de ellos alcanzando una calidad de hilados de alpaca.

Las urdimbres se ordenan en telares criollos a cielo abierto con peines de caña o de hilos y/o telares de cintura; por último, en telares tipo

español de cuatro pies bajo techo, con peine de acero y enjuños de metal o de hilos. En los procesos de hilado de lanas es necesario destacar el tratamiento que se les da con tinturas naturales de la zona y de anilinas químicas, obteniendo una variedad de hilados en colores diversos.

Los tiempos de producción varían de acuerdo con los diseños y el tamaño: los tapices pueden tardar entre uno y dos meses; las frazadas, cinco días; los barracanes, seis días; un poncho, quince días, y un cubrecama de una plaza ocho días. Un poncho de vicuña demora en confeccionarse entre cuarenta días y dos meses, mientras que en las mantas, chalinás, guantes y medias de vicuña el tiempo de producción depende de los pedidos y el hilado de las hiladoras.

Madera

Si bien las artesanías elaboradas en madera y las distintas materias primas utilizadas varían de acuerdo con la zona, en todos los casos el abastecimiento de la materia prima se realiza por medio de la recolección. Cada zona provee un tipo de madera que incluso se utiliza para la construcción de viviendas.

Dentro de la Zona Andina, en la Puna y más precisamente en la Laguna de Guayatayoc, se observan artesanías de imaginería, realizada en madera de cardón y queñúa, o emplean maderas blandas traídas de otros lugares para realizar imágenes de vírgenes, santos y cristos adorados en las diferentes localidades circundantes a la laguna.

En Humahuaca y La Quiaca, también se encuentran piezas de artesanía en madera de cardón, como mesas, sillas, escritorios, bandejas, etcétera.

En la Zona de Yungas, o sea el Ramal Jujeño, se ubican las localidades proveedoras de maderas duras y blandas con gran diversidad de especies de valor comercial.

Las variedades del Monte Chaqueño se encuentran en Palma Sola, Vinalito, Yuto y Caimancito, Lobaton y Acheral Lavallen. Las de Selva Transición se hallan en Santa Clara y El Fuerte, y las de Selva Tucumano Oranense (montañas) se registran en Valle Grande, Fraile Pintado, San Pedro, San Salvador de Jujuy y San Antonio.

Los productos artesanales de esta Zona de Yungas son piezas de palo santo, como mates, utilitarios domésticos (platos, bandejas de algarrobo), y utensilios para la cocina de madera blanda y liviana como, por ejemplo, pailas, cucharas, fuentones y bateas pequeñas, medianas y grandes.

En Caimancito (Ramal Jujeño) se realizan puertas de madera labradas y otros muebles del hogar con trabajos ornamentales en tallado, como por ejemplo marcos de espejos, roperos, placards. En esta localidad las comunidades aborígenes están recuperando el arte de las máscaras pintadas en colores vivos y talladas en madera blanda liviana.

Instrumentos musicales

En la provincia se producen diversos instrumentos musicales en forma artesanal. Luthiers de reconocida trayectoria por la calidad de sus instrumentos radican en Purmamarca y Humahuaca (charangos), en San Salvador de Jujuy (guitarras), y en la Zona de Valles (instrumentos de percusión como bombos legüeros y cajas bagualeras).

Más específicamente:

Los instrumentos de viento se encuentran en Humahuaca y San Salvador de Jujuy. Las materias primas utilizadas en su elaboración son caña colihue y madera para elaborar quenás, pincullos, quenachos, zamponías, antara, flauta de pan, zamponia cromática, erke y anatas. Se consiguen en las localidades del Ramal donde crece

la caña colihue. Su costo es sólo el transporte para su traslado y la mano de obra utilizada para el corte.

Los instrumentos de percusión se producen en la Zona Valles. Para las cajas bagualeras se utilizan madera terciada y cueros para ambos lados: para un lado, el de panza y para el otro, el de cordero o el de chivo con pelo, atados con finos tientos.

Los instrumentos de cuerdas (guitarras, violines) se producen en Humahuaca, Purmamarca y San Salvador de Jujuy. Para su elaboración se requiere de maderas especiales estacionadas y aclimatadas, las cuales tienen un costo de acuerdo con los metros cúbicos necesarios.

Cueros

El cuero –de cabra, llama, vaca, oveja, caballo– es utilizado para la elaboración artesanal de productos de uso campero (tientos, toquillas, barbijos, costuras, cuentaganados, sobrepelletes, guardacalzones), e instrumentos de percusión como bombos y cajas. Con los cueros de oveja se realizan los pellones para las monturas.

Entre las localidades proveedoras de cueros se encuentran: Cienaguillas, Abra Pampa, Tres Cruces, Santa Catalina, El Toro y Humahuaca. En algunas de ellas se cuenta con un matadero municipal y con la libre comercialización de carne de llama en los diferentes mercados, como es el caso de Humahuaca, Abra Pampa y La Quiaca.

El acopio y comercialización de cueros se realiza bajo diferentes formas de intercambio. Por un lado están los barraqueros que compran los mejores cueros, y, por otro, están los intermediarios que recogen el resto de los cueros al barrer y los ofrecen a las curtiembres de la región NOA, Córdoba y La Rioja.

En Jujuy no hay curtiembres industriales

sino de trabajo familiar semiempresarial, con curtidos de una calidad relativa al tipo de artesanías en que se emplea (casos monturas, guardamontes, guardacalzones, botas). Para las piezas artesanales en cuero de mayor calidad, los curtidos son obtenidos de Córdoba, Buenos Aires, La Rioja y Corrientes.

En la localidad de El Carmen (Zona Valles) también se encuentran artesanías de curtidos de cuero y cuero crudo. En este último se hacen monturas, riendas, bozales, cabezadas, cintas, cabestros, cinchas, peguales, encimeras, arcioneras, caronas y guardamontes. Con cueros curtidos se realizan todos los elementos de la cultura gaucha: estriberas, caronas, cintos, vainas de cuchillo y machetes, fundas para cortaplumas, revólveres, guardacalzones, llaveros y sombreros. En San Salvador de Jujuy y Tilcara se destacan la talabartería, el curtido, la marroquinería, indumentaria gaucha y artesanías finas en una escala de producción familiar.

Platería

En cuanto a la platería, las artesanías en filigrana de plata 1.000 o 900 constituyen otro rubro cuya participación en el mercado va consolidándose con una oferta de piezas pequeñas, como colgantes de oro 14 y de plata 900, prendedores, aros, cadenas, pulseras, llaveros, trabas de plata, árbol de vida, cajitas alhajeros y anillos. Estos artesanos trabajan en San Salvador de Jujuy y en Tilcara. La localidad proveedora de materia prima es Buenos Aires. El hilo de plata 900 o 1.000 se adquiere por kilogramo; el de oro para filigrana se compra por gramos.

Piedra

Los trabajos en piedra consisten en tallados de arte rupestre de petroglifos de Humahuaca

(Sapagua, Ocumazo) y de Yavi (Cordón Las Siete Hermanas, Cerro Peñas Coloradas). Se realizan de diferentes tamaños con piedras de la región, en alusión a las culturas antiguas de comunidades aborígenes residentes en la zona de Puna y Quebrada, con representaciones antropomorfas, de camélidos, de suris, de jinetes, y de motivos abstractos¹¹.

En la localidad de Cauchari (Departamento Susques) y en Cusi Cusi (Departamento Rinconada) elaboran pequeñas piezas de artesanías en piedra ónix (ceniceros, ornamentación, portarretratos, objetos de escritorio, etcétera).

En la localidad de El Carmen (Zona Valles) trabajan los picapedreros de las canteras de lajas que hacen lajas talladas para recuerdo a los difuntos, cruces y otras piezas ornamentales como flores; también confeccionan otros símbolos vinculados con la familia o el lugar de nacimiento.

Hilados en seda

Merece comentarse esta nueva actividad artesanal. En la localidad de El Carmen, a partir de la década del 90 se iniciaron actividades para la cría del gusano de seda cuyo principal nutriente son las moreras. Luego, con un cuidadoso proceso, se obtienen los capullos para su tratamiento de hilado y torcido mediante husos, de los que se obtienen las madejas de hilo de seda con las que se tejen en telar chales, pañuelos, chalinas, triángulos, etcétera.

ENTREVISTAS A ARTESANOS

Con la finalidad de ahondar en el conocimiento de las características económicas del trabajo artesanal, se realizaron diecisiete entrevistas en profundidad: una en la localidad de El Carmen, dos en Purmamarca, Tilcara y Volcán,

respectivamente, cuatro en Humahuaca y seis en San Salvador de Jujuy. De estos artesanos, cinco se dedican a la alfarería, cinco al rubro tejidos, dos a cueros, dos a instrumentos musicales, dos a la platería y uno a trabajos en piedra.

Las principales **conclusiones** indican:

- El **perfil** de los entrevistados se refiere a artesanos residentes en zonas urbanas. Casi el 90 por ciento posee escolaridad primaria completa, y, de ellos, el 50 por ciento completó su educación secundaria y dos artesanos superaron el nivel terciario. Catorce trabajan en sus propios talleres (cuatro de ellos con ayuda familiar) y los otros tres en talleres de terceros.

- Todos estos artesanos consideran su oficio como una **actividad exclusiva**. Si bien la información no es precisa en cuanto a los gastos familiares que solventan con estos ingresos, se deduce que pueden regenerar su capital de trabajo. La mayoría cree que recibe un precio justo por sus productos, y la forma de cobro es casi exclusivamente por pieza.

- Consultados acerca del **aprendizaje del oficio** –en promedio superan los veinte años de antigüedad– el 40 por ciento manifiesta haberlo hecho por cuenta propia, otro 40 por ciento dentro del círculo familiar ampliado, y los restantes en algún centro de capacitación. El 60 por ciento ha recibido en algún momento alguna capacitación formal en el tema y aparece un interés manifiesto por hacerlo por parte de casi todos los artesanos entrevistados.

- Para completar la investigación acerca de las características actuales del artesanato jujeño bajo una perspectiva económica, también se trató de obtener información sobre las **alternativas de comercialización** que maneja el grupo de artesanos entrevistados, logrando las siguientes respuestas:

- El sistema de canje de artesanías, ya sea con otros artesanos, por mercadería de consumo doméstico o por materia prima, no es de uso habitual.

- El canal preferido es la venta directa a particulares, en sus domicilios o talleres, y alrededor del 25 por ciento de los entrevistados manifestaron vender también a negocios de la zona y/o en ferias locales. Sin embargo, el 80 por ciento declaró desplazarse fuera de su localidad para vender sus productos, con financiamiento propio¹². Igual porcentaje de entrevistados manifestó haber vendido sus productos en/a otras provincias, principalmente Buenos Aires, Córdoba y Salta.

- Con respecto a las exportaciones, la mayoría no las ha realizado; sin embargo, se percibe cierta familiaridad e interés por esa faceta comercial, sobre todo por parte de quienes realizan productos más elaborados (talabartería, cerámica artística, platería).

ENTREVISTAS A CONSUMIDORES

La investigación sobre las preferencias de los consumidores de artesanías jujeñas se realizó a través de las veinte entrevistas efectuadas a compradores de artesanías encuestados en la Escalinata del Indio, Humahuaca (seis); en la Feria Campesina, El Volcán (dos); en la Feria de Artesanos de San Salvador de Jujuy (seis); en la Feria de la Plaza de Tilcara (tres), y en la Feria de la Plaza de Purmamarca (tres).

Las principales **conclusiones** indican:

- Todos los entrevistados eran turistas¹³, sólo un extranjero y el resto de nacionalidad argentina, de los cuales el 70 por ciento reside en Buenos Aires. Al momento de las consultas,

todos habían comprado alguna artesanía y la gran mayoría pensaba seguir comprando.

- Los **productos** artesanales adquiridos por los entrevistados fueron principalmente del rubro tejidos (gorros, medias pulóveres), seguido por alfarería (ollas, vasijas, otros productos de cerámica) y madera (mates y cucharas). Con respecto a la finalidad de las adquisiciones, aparecen en igual proporción los destinados al uso personal y los regalos.

- Los **valores** de las compras concretadas se ubican entre 1 y 30 pesos (promedio 12 pesos), mientras que la proyección de gastos –a través de las respuestas al interrogante acerca de si comprarían más artesanías–, indica una intención promedio de 60 pesos.

- En cuanto al **perfil de consumidores**, se entrevistaron dieciséis mujeres y cuatro hombres, entre 16 y 70 años, el 70 por ciento profesionales o técnicos. Si bien se intentó buscar asociaciones entre la tipología de los consumidores, sus actitudes de compra y sus intereses personales (*hobbies*, pasatiempos, deportes), los resultados no permiten realizar inferencias al respecto.

- Antes de finalizar el análisis de este grupo de entrevistados, merecen destacarse dos nichos de consumo con clientela propia: a) para el rubro de instrumentos musicales, cuyo público consumidor son los propios músicos que en algunas ocasiones los encargan especialmente, y b) para el rubro de cueros que presenta una demanda sostenida a causa del incremento del número de gauchos inscriptos en tres Centros Tradicionales de la provincia y, a la vez, vinculados con una red de todo el país. La Federación Jujeña de Gauchos cuenta con más de tres mil inscriptos de distintos centros y entre sus actividades siempre

están presentes las artesanías, fundamentalmente en las fiestas patronales.

ENTREVISTAS A COMERCIANTES O INTERMEDIARIOS

Se realizaron tres entrevistas, una en Purmamarca, otra en San Salvador de Jujuy, y la última en Tilcara. Las principales **conclusiones** indican:

- Los puntos de venta final entrevistados tienen mucha antigüedad en el rubro (el promedio es de veinticinco años) y las personas que los atienden demuestran tener conocimientos sobre las características de las artesanías, sus orígenes, materias primas y procesos de elaboración. A continuación se vuelcan algunas apreciaciones sobre los mismos:

- La procedencia de las artesanías ofrecidas al público es regional (Jujuy, Salta y Bolivia) y corresponden a todos los rubros ya mencionados.

- Las consultas que se llevaron a cabo en lo que se refiere a las formas y canales de abastecimiento indican que éste se realiza a través de los propios artesanos, a quienes en la mayoría de los casos pagan en efectivo mediante anticipos y cancelaciones sucesivas. En términos generales, el abastecimiento es regular aunque aparecen algunas dificultades en los productos tejidos a mano, a causa del tiempo que demanda su confección, y en algunas artesanías de procedencia lejana.

En cuanto al número de artesanos que abastecen a estos comerciantes, uno no respondió, otro manifestó que alrededor de 500, y el tercero 15. Las relaciones comerciales son interpersonales y no se detectaron contratos formalizados.

- En cuanto al margen de ganancias, el mismo depende del rubro y de la localidad de producción de la artesanía, siendo de un mínimo del 50 por ciento y llegando en algunos casos a una remarcación de hasta el 150 por ciento –en chalecos y camperas– por sobre los precios pagados a los artesanos.

- En los comercios en los cuales se realizaron las entrevistas, se observan importantes inversiones en infraestructura y equipamiento para la exposición y venta de artesanías, por lo cual podría deducirse que las utilidades de los emprendimientos permiten acciones en lo privado.

- Con respecto a la evolución y tendencias de las ventas, en general manifiestan un estancamiento vinculado con la crisis económica argentina.

- Como productos de mayor demanda, el criterio de los comerciantes indica a las cerámicas y tejidos utilitarios (estos últimos favorecidos por la facilidad de transporte). Los clientes en su mayoría son turistas argentinos y extranjeros, con algún grado de conocimientos sobre la temática artesanal, con preferencias de este tipo de productos por sobre lo industrial (a pesar de los mayores precios).

- También se solicitó a estos entrevistados que realizaran sugerencias que, de acuerdo con su visión, permitirían aumentar las ventas. Las mismas se refirieron, por un lado, a la renovación en los diseños y colores utilizados, y, por el otro, a desarrollar mayor difusión vinculada con el turismo. Como productos estratégicos para el desarrollo de mercados, mencionaron la cerámica negra y los tapices.

Complementariamente a la aplicación de estos cuestionarios, aparece información emer-

gente de las observaciones propias y de los comentarios de los informantes consultados en las distintas organizaciones. A continuación se presentan dichas referencias adicionales, para cada una de las localidades en que se realizó el trabajo de campo:

TILCARA: Los puestos de venta de artesanías están ubicados en la plaza principal. En las veredas del perímetro externo se ubican aquellos que no son artesanos, sino comerciantes revendedores de artesanías. En ellos se comercializan artesanías de origen boliviano y peruano así como de otras provincias argentinas: de Buenos Aires (*bijouterie* de recuerdo), de Córdoba (alfajores y ornamentación de recuerdo) y de Catamarca (dulces, vinos, conservas, alfajores). En los accesos internos de la plaza se encuentran los artesanos tilcareños con sus productos locales.

PURMAMARCA: El lugar principal de exposición y ventas de artesanías es la plaza, en la cual se ubican los distintos puestos de revendedores y artesanos ofreciendo sus productos a los turistas. Los viejos comercios ubicados frente a la plaza se han ido remodelando, brindando servicios de restaurantes, casa de té y venta de artesanías con exposición en vitrinas. Estos últimos ofrecen piezas artesanales de diferentes rubros y orígenes (Bolivia y Perú).

VOLCÁN: Aquí se localiza la Feria Artesanal Municipal de artesanos provenientes del interior de distintos departamentos de la Puna y la Quebrada. Los mismos cuentan con amplios espacios para la exposición y venta de sus artesanías.

HUMAHUACA: El sector artesanal está dividido en la generación adulta y en la de los jóvenes. Los primeros sólo han logrado emprendimientos inconclusos que afectan la incorporación de los nietos e hijos al mercado. Los jóve-

nes se detuvieron en la denuncia y el reclamo pero tampoco dieron continuidad a las líneas de trabajo alguna vez acordadas entre todos al formar la Asociación de Artesanos Humahuaqueños. El deterioro de esta situación es aquella en la cual los propios artesanos humahuaqueños son desplazados de los lugares de mayor concentración de turistas y esos espacios son ocupados por comerciantes y revendedores. Este conflicto llegó a las autoridades de la Municipalidad, las que adoptaron un criterio: los artesanos pueden vender sus productos en la margen derecha del Monumento a la Independencia, mientras que los otros pueden hacerlo sobre la margen izquierda. El reclamo de los artesanos sobre la venta en la vía pública de los productos de origen de otros países limítrofes, como Bolivia y Perú, fue recibido pero no se decidió nada oficialmente. Ante esta situación los artesanos adultos, jóvenes y los independientes se han propuesto cuidar sus oficios sobre la base de retomar la organización civil como el instrumento para protegerse, esperan terminar las obras y elaborar nuevos proyectos de capacitación, infraestructura y equipamiento, asistencia técnica y promoción de las artesanías de Humahuaca.

SAN SALVADOR DE JUJUY: Los artesanos ofrecen sus piezas en los alrededores de la Plaza Belgrano y en el Paseo de los Artesanos, ubicado en la vereda de la estación del Ferrocarril General Belgrano de la calle Urquiza. En invierno, temporada alta de turismo, los artesanos también exponen y venden sus productos en la recova de la Iglesia Catedral. La mayor cantidad de piezas artesanales se comercializa durante las vacaciones de invierno, en el mes de julio, lo que obliga a cada taller a prever la materia prima necesaria para mantener una oferta sostenida en esa época.

Antes de finalizar este apartado referido a la comercialización, y puesto que en esta provincia las ventas de artesanías están muy vinculadas

con la industria del turismo, se vuelcan algunas observaciones al respecto:

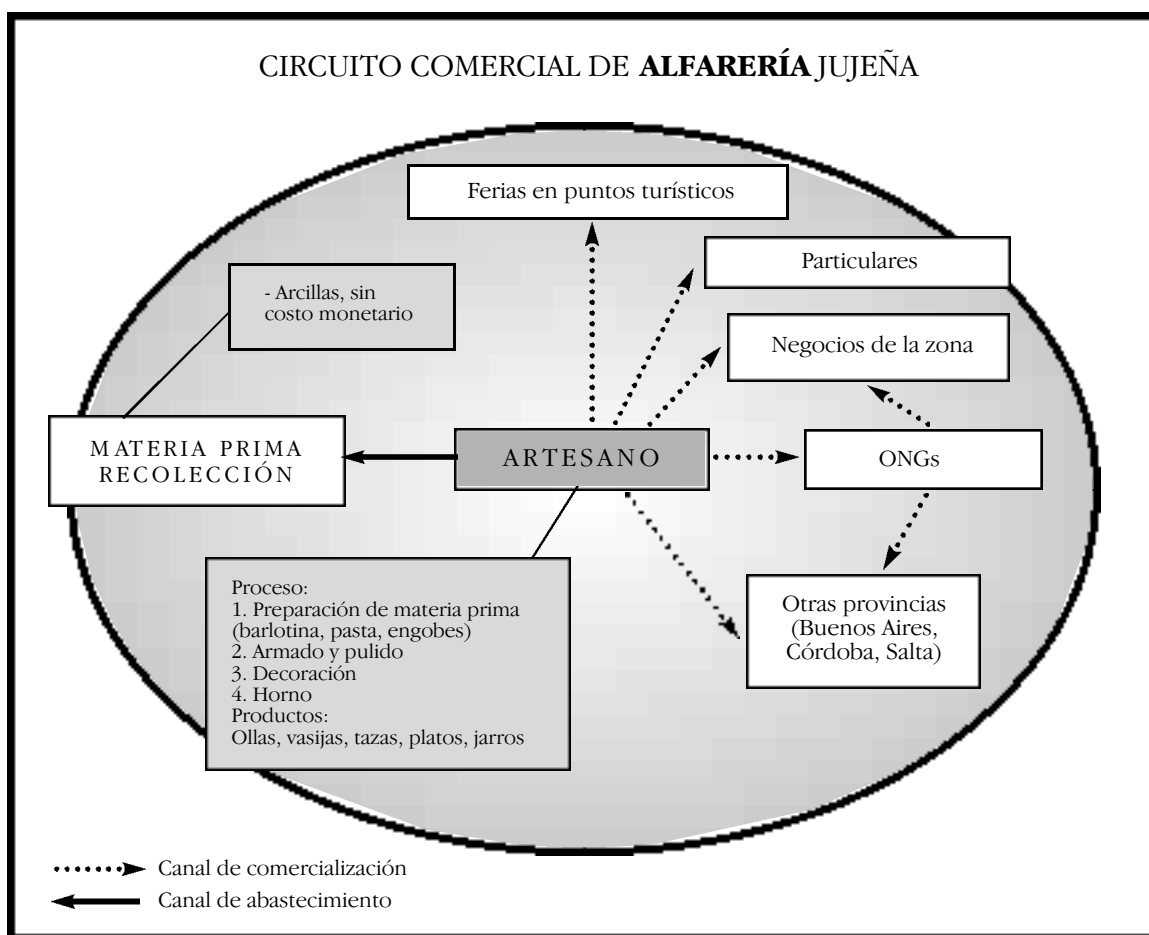
- Los principales puntos turísticos de comercialización en la provincia son: San Salvador de Jujuy, Volcán, Purmamarca, Maimará, Tilcara, Humahuaca y Abra Pampa.

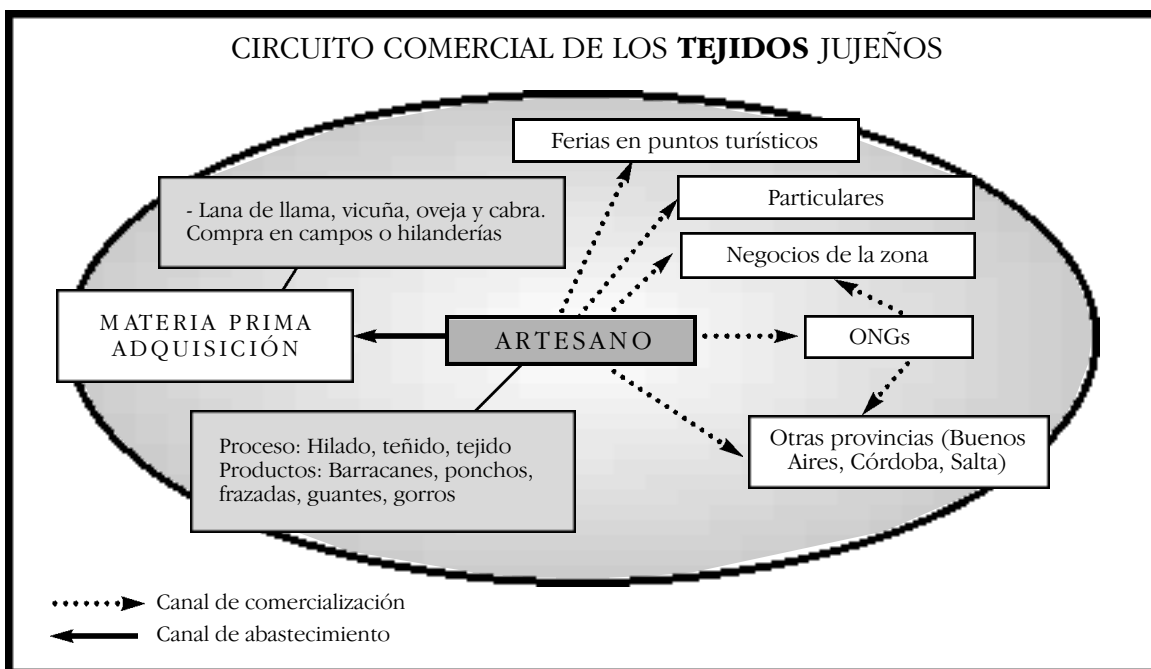
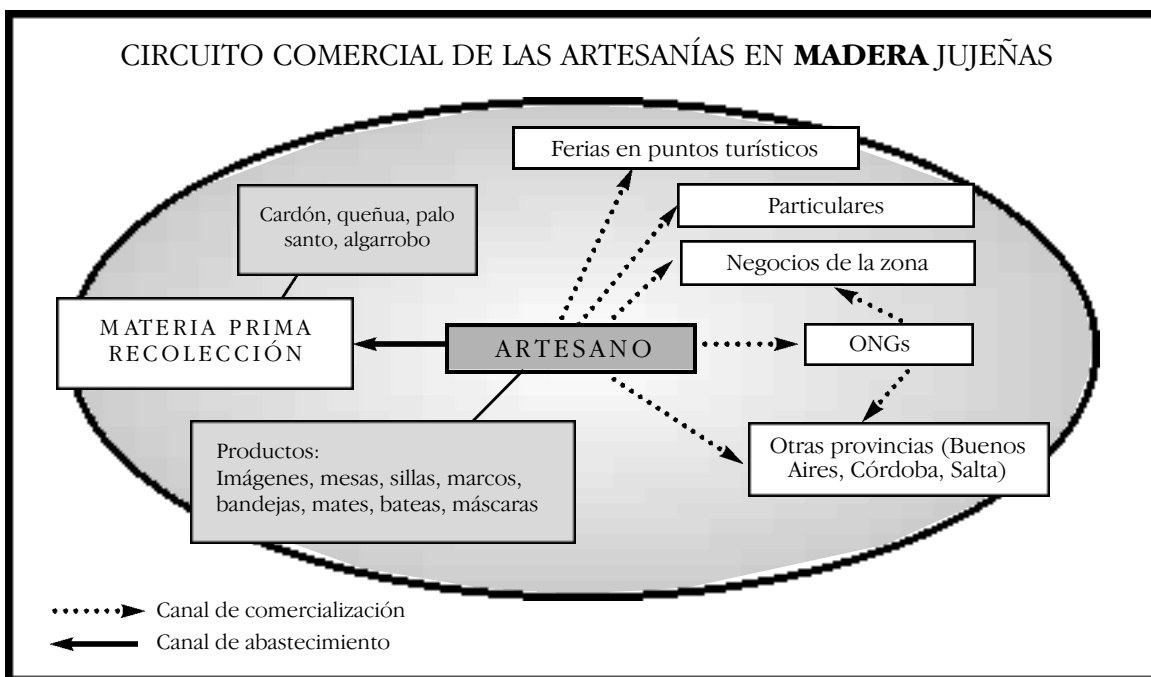
- No existe conciliación de intereses entre los artesanos, los pequeños comerciantes reventadores de artesanías, los comercios, la sociedad civil y la sociedad política (municipios, pro-

gramas nacionales, oficinas territoriales gubernamentales), que permita superar y mejorar las formas de atención al turista como industria generadora de ingresos.

CADENA PRODUCTIVA ARTESANAL

A modo de síntesis, el siguiente diagrama permite visualizar, para los principales rubros artesanales de la provincia, los circuitos de producción y comercialización detectados:





Relevamiento de precios de artesanías jujeñas en el mercado interno

Rubro: Tejidos		
Producto	Precio final	Fuente
Hilo de lana de llama	\$ 30 a \$ 40 / kg	Según color, calidad, grosor
Chaleco chico (niño) de lana de oveja	\$12 a \$15	Feria de Volcán y Purmamarca
Chaleco de oveja	\$ 25	Feria de Volcán y Purmamarca
Chaleco de lana de llama	\$ 20 a \$ 25	Feria de Volcán y Purmamarca
Chaleco largo	\$ 40	Feria de Volcán y Purmamarca
Chaleco de oveja y picote	\$ 35	Feria de Volcán y Purmamarca
Chal de llama	\$ 25 a \$ 30	Feria de Volcán y Purmamarca
Chalina de lana de llama	\$ 20 a \$ 40	Feria de Volcán y Purmamarca
Chalina de lana de oveja	\$ 25	Feria de Volcán y Purmamarca
Chalina de vicuña	\$ 150	Taller de Humahuaca
Pulóver grande de oveja	\$ 25 a \$ 40	Feria de Tilcara y Abra Pampa
Pulóver grande de llama	\$ 30	Feria de Tilcara y Abra Pampa
Pantalón de picote chico	\$ 25	Feria de Tilcara y Abra Pampa
Ponchito de lana de llama	\$ 45	Feria de Tilcara y Abra Pampa
Ponchito de lana de oveja	\$ 20	Feria de Tilcara y Abra Pampa
Poncho de llama para dama	\$ 45	Feria de Tilcara y Abra Pampa
Poncho grande de alpaca	\$ 70	Feria de Tilcara y Abra Pampa
Gorro de lana de oveja	\$ 4 a \$ 6	Feria de Tilcara y Abra Pampa
Gorro de lana de llama	\$ 5 a \$ 6	Feria de Tilcara y Abra Pampa
Chulos de llama	\$ 5 a \$ 8	Feria de Tilcara y Abra Pampa
Chulos de oveja	\$ 5	Feria de Tilcara y Abra Pampa
Bufanda de llama	\$ 12 a \$ 15	Feria de Volcán
Guantes medianos de llama	\$ 5	Feria de Volcán
Guantes grandes de llama	\$ 5 a \$ 6	Feria de Volcán
Guantes grandes de oveja	\$ 4 a \$ 5	Feria de Volcán
Guantes chicos de llama	\$ 4,50	Feria de Volcán
Guantes de vicuña	\$ 20	Taller de Humahuaca
Medias grandes, marrón, de llama	\$ 5	Feria de Volcán
Medias grandes, blanco, de llama	\$ 6 a \$ 7	Feria de Volcán
Medias chicas de llama	\$ 2 a \$ 4	Feria de Volcán
Medias chicas de oveja	\$ 2	Feria de Volcán
Medias medianas de llama	\$ 3 a \$ 6	Feria de Volcán
Medias medianas de oveja	\$ 2,50	Feria de Volcán
Medias grandes de llama	\$ 6 a \$ 7	Feria de Volcán
Medias grandes de oveja	\$ 4 a \$ 6	Feria de Volcán
Hilo de llama blanco (madeja)	\$ 32 / kg	Humahuaca, Abra Pampa
Hilo de llama grueso marrón	\$ 35 / kg	Humahuaca, Abra Pampa
Hilo de llama marrón de calidad	\$ 45 / kg	Humahuaca, Abra Pampa

Hilo de llama negro	\$ 55 / kg	Humahuaca, Abra Pampa
Hilo de oveja blanco de 800 gramos	\$ 20	Humahuaca, Abra Pampa
Bolsito de picote	\$ 8	Humahuaca, Abra Pampa
Bolsito tejido de oveja	\$ 4	Humahuaca, Abra Pampa
Bolsito tejido en llama	\$ 10 a \$ 12	Humahuaca, Abra Pampa
Mochila de picote	\$ 10 a \$ 15	Humahuaca, Abra Pampa
Onda	\$ 5 a \$ 10	Humahuaca, Abra Pampa
Faja	\$ 27	Humahuaca, Abra Pampa
Tapices (0,60 x 0,70 m)	\$ 25	Feria de Tilcara y Purmamarca
Tapices (0,90 x 0,65 m)	\$ 30	Feria de Tilcara y Purmamarca
Tapices (1 m x 0,60 m)	\$ 40 a \$ 60	Feria de Tilcara y Purmamarca
Tapices grandes (1,20 x 1,20 m)	\$ 75	Feria de Tilcara y Purmamarca
Frazada de lana de oveja (1 y 1/2 plaza)	\$ 70 a \$ 100	Humahuaca
Frazada de lana de oveja (2 plazas)	\$ 100 a \$ 120	Humahuaca
Frazada de lana de llama (1 y 1/2 plaza)	\$ 120 a \$ 130	Humahuaca
Frazada de lana de llama (2 plazas)	\$ 160	Humahuaca
Manta de llama	\$ 40	Humahuaca
Manta de cordillante (1,80 x 0,70 m)	\$ 75	Humahuaca
Picote (pieza de 6 m) liso	\$ 150	Abra Pampa
Picote (pieza de 6 m) con figura	\$ 220	Abra Pampa
Piezas chicas	\$ 20 a \$ 30	Paseo de los Artesanos S. S. J.
Piezas medianas	\$ 35	Paseo de los Artesanos S. S. J.
Piezas grandes	\$ 40	Paseo de los Artesanos S. S. J.
Guantes y medias	\$ 4 a \$ 12	Paseo de los Artesanos S. S. J.
Chalecos	\$ 12 a \$ 30	Paseo de los Artesanos S. S. J.
Chal	\$ 30 a \$ 38	Paseo de los Artesanos S. S. J.

Rubro: Alfarería		
Producto	Precio final	Fuente
Canastito de cerámica	\$ 1	Feria de Artesanos Catedral
Florerito de cerámica	\$ 0,80	Feria de Artesanos Catedral
Tacita de cerámica	\$ 1	Feria de Artesanos Catedral
Platito de cerámica	\$ 1	Feria de Artesanos Catedral
Cerámicas chicas	\$ 0,30	Paseo de los Artesanos S. S. J.
Cerámicas medianas	\$ 0,50	Paseo de los Artesanos S. S. J.
Cerámicas grandes	\$ 15 a \$ 30	Paseo de los Artesanos S. S. J.
Cerámicas chicas	\$ 2,50 a \$ 3	Paseo de los Artesanos del Ferrocarril, S. S. J.
Cerámicas medianas	\$ 5 a \$ 6	Paseo de los Artesanos del Ferrocarril, S. S. J.
Cerámicas grandes	\$ 12 a \$ 15	Paseo de los Artesanos del Ferrocarril, S. S. J.

Rubro: Piedra		
Producto	Precio final	Fuente
Placas de lajas	\$ 150 a \$ 200	Paseo de los Artesanos
Medallas de lajas	\$ 2	Paseo de los Artesanos

Rubro: Madera		
Producto	Precio final	Fuente
Jarrita de queñoa	\$ 4 a \$ 5	Feria Artesanal de Catedral S. S. Jujuy
Vaso grande de queñoa	\$ 3,50	Feria Artesanal de Catedral S. S. Jujuy
Vaso chico de queñoa	\$ 1,50	Feria Artesanal de Catedral S. S. Jujuy
Cuchara grande de queñoa	\$ 5	Feria Artesanal de Catedral S. S. Jujuy
Cuchara chica de queñoa	\$ 2,50	Feria Artesanal de Catedral S. S. Jujuy
Morteros de algarrobo, quebracho	\$ 20 a \$ 30	Feria Artesanal de Catedral S. S. Jujuy
Tablas de asado de algarrobo	\$ 8 a \$ 12	Feria Artesanal de Catedral S. S. Jujuy
Palos de amasar de algarrobo	\$ 6	Feria Artesanal de Catedral S. S. Jujuy
Trabajos en cardón	Sin precios	Pocos

Rubro: Trabajos en caña		
Producto	Precio final	Fuente
Cortina de puerta	\$ 30 a \$ 35	Paseo de los Artesanos S. S. Jujuy
Maceteros	\$ 5	Paseo de los Artesanos S. S. Jujuy
Envases	\$ 8 a \$ 10	Paseo de los Artesanos S. S. Jujuy
Mates con bombillas	\$ 4 a \$ 6	Paseo de los Artesanos S. S. Jujuy
Ceniceros	\$ 3	Paseo de los Artesanos S. S. Jujuy
Portalapiceras	\$ 3	Paseo de los Artesanos S. S. Jujuy

Rubro: Cuero		
Producto	Precio final	Fuente
Pieza de cuero badana	\$ 25 a \$ 30	La Quiaca. Feria de Catedral
Gorro de cuero curtido	\$ 15	La Quiaca. Feria de Catedral
Zapatones de cuero curtido	\$ 10 a \$ 20	La Quiaca. Feria de Catedral
Zapatones de cuero curtido dos colores	\$ 25 a \$ 30	La Quiaca. Feria de Catedral
Cuero grande de cabra curtido	\$ 10	La Quiaca. Feria de Catedral
Cuero chico de cabra curtido	\$ 4,50	La Quiaca. Feria de Catedral
Cuero de zorro	\$ 30	La Quiaca. Feria de Catedral
Sombreros de paño	\$ 16 a \$ 20	La Quiaca. Feria de Catedral

VI. DESCRIPCIÓN DE CASOS

CASO 1

En Tilcara, la señora Nelida Colque –profesora de matemáticas, de 26 años– desde hace cinco años, tiene un puesto de exposición y venta de artesanías de tejido y cerámica en la plaza. Las piezas de tejido son originarias de Tilcara y de Bolivia (chalinas, triángulos, mantas, etc.) y las de cerámica de Tilcara y de Huacalera (ollas, tazas, platos, cazuelas, etc.); sus proveedores mantienen una oferta sostenida durante todo el año. Considera que sus clientes prefieren las artesanías genuinas pero afirma que las de origen industrial son mucho más baratas. Resalta una mayor dinámica de visitantes turistas y comenta que las ventas en su puesto de las piezas de cerámica han decrecido, pero las de tejidos se mantienen. Cree que los tapices y la cerámica negra pueden tender a un crecimiento como segmento en el mercado local.

CASO 2

En Purmamarca, el lugar principal de exposición y venta de artesanías es la plaza, donde se ubican los puestos de revendedores y artesanos, ofreciendo sus productos a los turistas. La señora Esperanza Cruz, artesana de cerámica, reconoce el aporte de los talleres que se brindan en la Municipalidad para los alumnos y docentes de la zona con el propósito de presentar y promocionar la tecnología, los diseños y la pigmenta-

ción de las cerámicas de los antiguos aborígenes del lugar. Las piezas artesanales en cerámicas, utilitarios y pesebres muestran la incorporación de signos y símbolos antiguos. Los pesebres son las piezas de mayor demanda y tienen un compromiso con la embajada de Francia.

CASO 3

La demanda sostenida de las artesanías de cuero obedece al incremento del número de gauchos inscriptos en tres Centros Tradicionalistas, vinculados con una red de centros de todo el país. Entre sus actividades siempre están presentes las fiestas patronales, donde concurren artesanos de otros Centros Tradicionalistas del país, mostrando sus habilidades artesanales. La Federación Jujeña de Gauchos cuenta con más de tres mil inscriptos de distintos centros, lo cual convierte al rubro cuero en un segmento de las artesanías en constante crecimiento. La Asociación Gaucha Jujeña ha organizado marchas a caballo a Bolivia para distintos homenajes en conmemoración de batallas, héroes de la independencia y repatriación de los restos de próceres jujeños.

CASO 4

El señor Daniel Zenarruza, propietario del comercio El Guairur, es miembro de una familia

que tiene más de cuarenta años en el ramo artesanías. En su local vende artesanías de cerámica, tejidos, instrumentos musicales, piezas en madera, y también en metales.

Sostiene que no cuenta con un stock determinado por cada rubro, sino que todo es variable y la reposición se realiza día a día. Su abastecimiento es regular porque los artesanos se acercan a cobrar por las piezas ya entregadas, las que se pagan en efectivo y proporcionalmente a la cantidad de entrega. Sostiene que en los cinco rubros trata con 500 artesanos que trabajan para su comercio desde hace muchos años y la forma de pago utilizada es la contra entrega con saldo a convenir.

Afirma que los productos que tienen mayor demanda son, en cerámica, los utilitarios y ornamentales, y en tejidos las medias y los guantes según la época estacional correspondiente.

Sus principales clientes son los turistas y los propios jujeños para algunos productos como, por ejemplo, juegos de ajedrez hechos en piedra de ónix.

Considera que las ventas van atadas a la crisis económica de la Argentina. Para incrementar las ventas, cree que el Estado debería tener una política específica y los empresarios deben ser consultados e invitados a participar de una política sectorial como el turismo.

CASO 5

El señor Vidal Jerez, propietario del comercio Regionales Purmamarca, vende cerámica, tejidos en telar, tejidos a dos agujas, tapices y tejidos de Bolivia, costura artesanal (camperas, faldas), platería y madera. Trabaja en el rubro desde hace más de treinta años.

Sus stocks varían por estación y dice que no logra tener cantidades suficientes de las artesanías hechas a mano (dado el tiempo que requieren para su elaboración); en cambio, sí lo puede hacer en el caso de las artesanías semiindustriales.

Los canales principales de abastecimiento son: intermediarios para los productos semiindustriales, y los propios artesanos que ofrecen los productos hechos a mano; en ambos casos se paga en efectivo por piezas entregadas, prefiriendo como comerciante el último canal.

Sus clientes principales son los turistas extranjeros que ya tienen una información sobre las piezas que quieren, como los tejidos con teñidos naturales, optando por las artesanías auténticas y no por las semiindustriales.

Sostiene que las ventas han crecido en los últimos años, y propone la construcción de una política sectorial sobre turismo y artesanías que permita involucrar a todos los actores en la gestión y ejecución, ya que hoy se carece de ella.

Notas

1. Vale mencionar que el listado de la Casa de la Provincia en Buenos Aires es diferente del registro del Departamento de Antropología y Folclore.

2. Son la Unión Provincial de Artesanos de Jujuy (UPAJ); la Asociación Jujeña de Artesanos Unidos (AJAU), y el Centro Provincial de Artesanos Jujeños (CEPAJ). El Centro Provincial de Artesanos Jujeños del interior y la capital provincial (CEPAJ) organiza desde hace veinte años la Feria Provincial de Artesanías Tradicional y Popular. Este evento se realiza en la recova de la Iglesia Catedral para el mes de julio como parte del atractivo turístico del viejo casco de la ciudad. Asimismo, los miembros de este Centro han construido la estructura para la exhibición regular de sus productos en el Paseo de los Artesanos y la Vieja Estación de la ciudad de San Salvador de Jujuy.

3. Es una Asociación de pequeños productores de la Puna y la Quebrada Jujena que inició sus actividades en el año 1996. Surgió por necesidades básicas de siete comunidades, y en la actualidad forman parte de esta organización doce comunidades. Apunta al desarrollo sustentable de la región a partir del fortalecimiento de las organizaciones de base y el funcionamiento en red.

Organizaciones que la conforman: Organización Comunitaria Aborigen El Colorado; Organización Comunitaria Aborigen El Morado, San Roque; Organización Comunitaria Aborigen La Candelaria, Cieneguillas; Asociación Las Vicuñitas, Rinconada; Organización Comunitaria Aborigen Sol de Mayo, El Moreno; Asociación de Mujeres Artesanas de La Quiaca; Central de Comedores de Abra Pampa; Asociación Padres de la Escuela de Alternancia El Moreno; Organización Aborigen Flor de Lampazo, Tinaté; Asociación de Agricultores de San Cayetano de Juella; Centro Vecinal de Ocumazo; Organización Comunitaria Aborigen Santa Clara, La Quiaca; Asociación para la Promoción Integral (API); Centro Vecinal Provincias Argentinas (Ce.Ve.PA.); Asociación Agroganadera Aborigen de Quebraleña (AAQUE); Cooperativa CAUQUEVA; Centro de Desarrollo Aborigen (CEDEA); Asociación de Pequeños Productores de la Puna (APPP); Asociación de Básquet Abrapampeña (ABA); Cooperativa PUNHA, Abra Pampa; Asociación de Promotores en Desarrollo de Comunidades Aborígenes (APRODECA); Ayuda a la Familia Colla (AYFACO); Bachillerato a Distancia; Artesanos de Tilcara; Centro Vecinal Lagunillas de Pozuelos.

4. Tomado de una entrevista que figura en la página web del Programa Manos a la Obra. Ministerio de Desarrollo Social de la Nación.

5. Es hija de un empresario textil muy importante y por lo tanto cuenta con contactos para vender y exportar.

6. Un poncho para niño hilado a mano, tejido en telar y teñido con tintes naturales de 60 por 80 centímetros aproximadamente, con flecos y en dos colores se observó a la venta en 130 pesos.

7. Basado en Jáuregui Lorda, Horacio: *Alternativas para el procesamiento artesanal de lana ovina: estudio comparativo de emprendimientos textiles artesanales y semiindustriales*, CFI, 2001.

8. Las relaciones de los miembros del Centro Provincial de Artesanos Jujenos con el Municipio son dificultosas, ya que en ocasiones éste le ha disputado el espacio de la feria con un evento similar, así como por los cánones que deben pagar por el uso del Paseo y la Estación, que ellos han implementado. No sucede lo mismo con la Cámara de Turismo, ni con la Dirección de Cultura de quienes señalan depender.

9. Lo que se ha encontrado, según las entrevistas realizadas, es que algunos artesanos se han enterado de que sus piezas participaron en las tiendas de España, Italia o Francia, por intermedio de terceros que las enviaban desde Buenos Aires, pero sólo tuvieron una experiencia informal. Tampoco declararon el nombre del adquirente intermediario.

10. Entre las localidades proveedoras de materias primas se pueden mencionar: Casira, Humahuaca, Purmamarca, Susques, Tres Cruces, Yavi, Chaupirodeo y El Colorado. Más allá de estas localidades, en toda la Quebrada y Puna jujeñas existen yacimientos de arcillas de propiedades geológicas diversas, con la característica de que cada artesano que produce piezas de cerámica y alfarería mantiene en secreto los lugares proveedores de su materia prima que luego somete a un tratamiento de purificación, obteniendo diferentes valores de consistencia, colores y compactación.

11. Fernández Distel, Alicia A. *Petroglifos de Sapagua; Arte rupestre en Cerro Peñas Coloradas*, CEIC/CEHYSO, 2003.

12. Dos artesanos lo hacen a través de invitaciones o a cargo del comprador.

13. Su presencia obedece fundamentalmente a los tours que diseñan las empresas de transporte por aquellos circuitos preestablecidos y acordados con algunos comercios (de artesanías y de servicios de comida) y que los turistas son invitados a visitar. Las empresas que tienen mayores servicios en la Quebrada de Humahuaca son de las provincias de Salta, Tucumán y del sur.

ANEXO PROVINCIA DE JUJUY

GUÍA DE CONTACTOS

LEY Nº 5.122/99

**LISTADO DE ARTESANOS REGISTRADOS
EN LA CASA DE LA PROVINCIA DE JUJUY EN BUENOS AIRES**

**LISTADO DE ARTESANOS REGISTRADOS
EN EL DEPARTAMENTO DE ARTESANÍA Y FOLCLORE**

GUÍA DE CONTACTOS

**Secretaría de Estado de Turismo
y Cultura**
Gorriti 295
(4600) San Salvador de Jujuy
Tel.: (0388) 4221343/341
Fax: (0388) 4221343
Secretario: Dr. Jorge Antonio Noceti
www.secturjujuy.com.ar/turismo

**Departamento de Antropología
y Folclore**
Lavalle 432
(4600) San Salvador de Jujuy

Tel.: (0388) 4221315 / 4221343
Jefe de Departamento:
Lic. Juan Carlos Rodríguez
jcrodriguez@arnet.com.ar

**Unión Provincial de Artesanos
de Jujuy (UPAJ)**
Paseo de los Artesanos
(en la Vieja Estación del Ferrocarril
General Belgrano)
San Salvador de Jujuy
Tel.: (de Elva Méndez) (0388) 4262208
Presidente: Mamaní Anatolio

Centro Provincial de Artesanos Jujeños (CEPAJ)
Paseo de los Artesanos
(en la Vieja Estación del Ferrocarril General Belgrano)
San Salvador de Jujuy
Tel.: (de Oscar Mendoza) (0388) 4228143
Presidenta: Sra. Carrasco

Asociación Jujeña de Artesanos Unidos (AJAU)
Paseo de los Artesanos
(en la Vieja Estación del Ferrocarril General Belgrano)
San Salvador de Jujuy
Presidente: Sr. Sandoval

Asociación Humahuaqueña de Artesanos (AHA)
Calle Antártida N° 7
Humahuaca
Tel.: (03887) 421145
Presidente: Daniel Ramos

Cooperativa Agropecuaria Artesanal Unión Quebradas y Valles (CAUQUEVA)
Calle Belgrano s/n
Tilcara
Tel.: (0388) 4997185
Titular: Edmundo Chuychuy
Equipo de Coordinación: Andrés Longoni
info@cauqueva.com.ar
cauqueva@imagine.com.ar
www.cauqueva.com.ar

Asociación de Ganaderos, Artesanos y Mineros Aborígenes de la Puna (AGAYMAPU)
José Carmen Quispe s/n
Susques
Tel.: (0387) 489001 (cabina pública)
Presidente: Santos Herminio Salva

Cooperativa PUNHA
Ruta 9 Acceso Oeste
Maimará
Tel.: (0388) 499704 Maimará
(03887) 491047 Abra Pampa
Presidenta: Margarita Zerpa

Red Puna
Calle M. Domínguez N° 20
(4630) Humahuaca
Tel.: (03887) 421548
eugenia@imagine.com.ar
www.imagine.com.ar/redpuna

Hijas de la Luna S.A.
Belgrano (entre Padilla y Bolívar)
Casilla de Correo 14
(4624) Tilcara
Tel.: (0388) 4955229
Titular: Andy Fuchs
andyfux@imagine.com.ar

Flores del Cardón (S.H.)
Hotel de Turismo. Salón Ciruelo
Belgrano y Villafañe
(4624) Tilcara

LEY N° 5.122

DE PRESERVACIÓN, PROMOCIÓN Y DESARROLLO DE ARTESANÍAS JUJEÑAS

La Legislatura de Jujuy sanciona con fuerza de Ley

Artículo 1º - Objeto: La presente ley tiene por objeto regular la preservación, promoción y desarrollo de las artesanías jujeñas, como parte integrante del patrimonio cultural, provincial y nacional, y el reconocimiento del artesano como productor de elementos de significación cultural.

Artículo 2º - Definición: A los fines de la presente Ley, se entiende por artesanías a las modalidades de producción consistentes en actividades, destrezas o técnicas empíricas, con permanente dinamismo resolutivo y estético, mediante las cuales se obtienen objetos no industriales, elaborados manualmente o con recursos instrumentales sencillos donde la actividad manual es preponderante y que expresen las características individuales o colectivas de sus productores.

Artículo 3º - Carácter: Declárase de Interés Provincial la actividad artesanal en todo el territorio de la Provincia, como manifestación cultural autóctona y como elemento de identidad provincial y nacional.

Artículo 4º - Exclusión: Exclúyese de las disposiciones y alcances de esta ley a toda actividad que tenga por objeto la producción o reproducción de objetos mediante técnicas o procesos industriales.

Artículo 5º - Órgano de aplicación: La Secretaría de Estado de Cultura de la Provincia será el órgano de aplicación de la presente Ley.

Artículo 6º - Consejo Asesor: El órgano de aplicación contará con la asistencia de un (1) Consejo Asesor formado por un (1) representante de la Secretaría de Turismo, un (1) representante de la Dirección General de Desarrollo Social, un (1) representante de la Dirección Provincial de Industria, Comercio y Acción Cooperativa y cinco (5) representantes de los artesanos, designados por cada región de la Provincia. Los miembros del Consejo Asesor, en el ejercicio de las funciones propias del mismo, actuarán con carácter *ad honorem*.

Artículo 7º - Consejo Asesor. Función y atribuciones: El Consejo Asesor será presidido por el titular de la Secretaría de Estado de Cultura de la Provincia o por quien él mismo designe y tendrá la misión, funciones y organización que reglamentariamente se establezcan, con el objeto principal de contribuir a la elaboración de la política en materia de artesanías y de colaborar en la planificación de la distribución de los recursos destinados a la promoción de la actividad. El Consejo Asesor elevará al Consejo Provincial de Cultura las propuestas del área juntamente con los programas, proyectos y presupuestos correspondientes.

Artículo 8º - Atribuciones del órgano de aplicación: El órgano de aplicación tendrá las siguientes atribuciones y potestades:

a) Preservar el patrimonio artesanal de la Provincia de Jujuy.

b) Promover la actividad artesanal en su lugar de radicación integrando los factores que intervienen en el proceso.

c) Conservar, planificar y desarrollar los oficios artesanales para restablecer la prosperidad de este sector social.

d) Promover la investigación de las artesanías en sus aspectos sociales, culturales, históricos, etc.

e) Fiscalizar el cumplimiento de los recaudos que se establezcan con el objeto de legitimar el carácter artesanal de los productos.

f) Difundir globalmente el trabajo artesanal que se desarrolla en la Provincia a fin de suscitar su interés y la incorporación de los productos en el mercado.

g) Fijar pautas para la clasificación de las piezas artesanales.

h) Organizar un sistema que permita garantizar la autenticidad de piezas artesanales mediante el otorgamiento de sellos, etiquetas o certificados.

i) Difundir técnicas adecuadas para su experimentación en los sistemas de producción asegurando la armonización entre los más elevados niveles técnicos y la más genuina autenticidad.

j) Celebrar convenios que tiendan a facilitar la concreción de las facultades que se le asignan.

k) Propiciar el otorgamiento de subsidios o subvenciones tendientes a la promoción de las artesanías en general.

l) Gestionar ante organismos gubernamentales y no gubernamentales el otorgamiento de estímulos y becas para el perfeccionamiento de los artesanos.

m) Efectuar el diagnóstico cualitativo y cuantitativo de la oferta artesanal real y potencial de cada región de la Provincia, a fin de orientar la producción en función de las demandas del mercado.

n) Promover la formación de asociaciones y cooperativas de artesanos.

o) Organizar y poner en funcionamiento un Registro Único Provincial de Artesanos y de Organizaciones, Instituciones y Entidades vinculadas a la actividad artesanal, en el cual inscribirá y reconocerá a todas y cada una de las entidades u organizaciones de artesanos, como así también a aquellos artesanos independientes y grupos familiares de artesanos que no pertenezcan a ninguna entidad u organización, quienes deberán ajustarse a las disposiciones de la presente Ley.

p) Releva, cada dos (2) años como mínimo, los recursos humanos y logísticos destinados a la actividad artesanal en todo el territorio de la Provincia.

q) Procesar información, difundir y facilitar el acceso a la misma.

r) Brindar asesoramiento y capacitación en materia de costo y marketing de artesanías con el objeto de colaborar en la fijación de precios adecuados para lograr una mejor comercialización de las mismas.

Artículo 9º - Coordinación de acciones:

Sin perjuicio de las atribuciones conferidas en el artículo precedente, el órgano de aplicación coordinará acciones con los organismos competentes de la Nación y de la Provincia con el objeto de:

a) Fomentar la difusión de las artesanías en los centros penitenciarios del territorio provincial, en los centros de cuidados geriátricos o psiquiátricos o institutos de adolescentes o de otra índole, procurando dotarlos de talleres de artesanías tradicionales y/o urbanas.

b) Velar por la preservación y el desarrollo de las artesanías tradicionales o etnográficas, procurando asegurar el equilibrio ecológico y su posible alteración ante la creciente búsqueda de materia prima de origen vegetal o animal, en especial en aquellas zonas señaladas como de alto riesgo por las especies cohabitantes amenazadas a su extinción.

c) Fomentar una conexión permanente con los entes ligados a las áreas forestales, como así también de regulación y protección animal, con el objeto de proteger, reponer y reproducir las especies necesarias para la aplicación de la presente Ley.

d) Coordinar rutas concordantes con los circuitos turísticos de nivel nacional e internacional, sin desmedro de los ya preestablecidos de índole tradicional, cultural, religioso, etc.

e) Arbitrar los medios para organizar una Guía Turístico-Artesanal, de promoción a nivel nacional e internacional del patrimonio artesanal de la Provincia, valiéndose para su difusión de todos los medios y adelantos tecnológicos con los que se cuentan.

f) Conformar un registro de eventos nacionales e internacionales que se realizan periódicamente, a fin de que los artesanos cuenten con toda la información necesaria para poder acceder a los mismos, dándoles publicidad con la antelación necesaria por todos los medios de difusión disponibles.

g) Promover los acuerdos necesarios que faciliten el intercambio de servicios de apoyo a los artesanos y las exhibiciones internacionales a través de los cuales se proyecte la calidad de la producción artesanal jujeña.

Artículo 10º - Fomento de la actividad artesanal en las comunidades aborígenes. Núcleos educativos artesanales: El órgano de aplicación incentivará la creación de núcleos educativos artesanales en los lugares que existan comunidades aborígenes, integrados por artesanos y por conocedores de la tradición oral y las costumbres de la comunidad.

Artículo 11º - Finalidad: Los núcleos educativos artesanales que se conformen tendrán por finalidad:

a) Promover el desarrollo cultural de la comunidad aborígen en general.

b) Organizar espectáculos, exposiciones y actos culturales de la comunidad, emanados de su propia producción cultural.

c) Organizar a los artesanos y artistas de la comunidad para mejorar la calidad de sus obras y su nivel de ingresos.

d) Formar un banco de datos de la cultura y producción del grupo.

e) Dictar cursos de capacitación con maestros artesanos aborígenes para la transferencia de información cultural del grupo.

f) Dictar cursos para la formación de promotores culturales de la comunidad, los que deberán reunir las condiciones que reglamentariamente se establezcan.

Artículo 12º - Dependencia: Los núcleos educativos artesanales tendrán dependencia directa del órgano de aplicación de la presente Ley.

Artículo 13º - Mercado artesanal: Con los recursos provenientes del Fondo Provincial de Artesanías que se crea por esta Ley, facultase al Poder Ejecutivo provincial a construir y equipar el Mercado Provincial de Artesanías Jujéñas, con carácter de Feria Taller, acorde con las necesidades y la proyección de la actividad artesanal, contemplando la facilidad de avances y modificaciones que la beneficien en todos sus aspectos y conectado en forma excluyente con lo que se trace como circuito turístico de la Provincia.

Artículo 14º - Fondo Provincial de Artesanías: Créase el Fondo Provincial de Artesanías con el objeto de apoyar económicamente la concreción de los objetivos que contempla la presente Ley y sus acciones concurrentes.

Artículo 15º - Administración: El Fondo Provincial de Artesanías será administrado por el órgano de aplicación con arreglo a los lineamientos.

mientos que se establecen en la presente Ley y en conformidad con las normas legales vigentes.

Artículo 16º - Integración: El Fondo Provincial de Artesanías estará constituido por:

- a) Las partidas presupuestarias que se asignen por el Consejo Provincial de Cultura;
- b) Los aportes de las organizaciones de artesanos, municipios y entes nacionales y provinciales de diversos caracteres;
- c) Los aportes de organizaciones no gubernamentales y organismos internacionales;
- d) Las donaciones, subsidios o legados que se le efectúen;
- e) Cualquier otro aporte que se obtenga y que persiga los objetivos y fines de esta Ley.

Artículo 17º - Asignación de recursos: La asignación de los recursos del Fondo Provincial de Artesanías será realizada por el órgano de aplicación en los términos, procedimientos y condiciones que reglamentariamente se establezcan.

Artículo 18º - Rendición de cuentas de los beneficiarios: Los beneficiarios de las subvenciones que se otorguen con recursos del Fondo Provincial de Artesanías deberán rendir cuentas documentadas de los fines a los que han sido destinados.

Artículo 19º - Responsabilidad de los beneficiarios: La malversación o desvíos de los

subsidios recibidos serán motivo suficiente para retirar a los infractores de los beneficios de la Ley, sin perjuicios de las acciones legales que correspondan.

Artículo 20º - Beneficios impositivos: Los ingresos que obtengan los artesanos comprendidos en la presente Ley y reconocidos como tales por el órgano de aplicación, provenientes de las ventas de sus propios productos artesanales, quedan exentos del pago del impuesto sobre los ingresos brutos. Este beneficio tendrá vigencia para los períodos fiscales 1999 y 2000, con la condición de que dichas operaciones de ventas se efectúen en negocios establecidos en forma permanente o en exposiciones habilitadas por autoridad competente.

Artículo 21º - Invitación a municipios: Invítase a los Municipios de la Provincia a adoptar disposiciones tendientes a favorecer los objetivos de la presente Ley.

Artículo 22º - Reglamentación: El Poder Ejecutivo de la Provincia reglamentará la presente Ley en el término de noventa (90) días a partir de su publicación.

Artículo 23º - Comuníquese al Poder Ejecutivo Provincial.

*Sala de Sesiones, San Salvador de Jujuy,
15 de abril de 1999*

LISTADO DE ARTESANOS REGISTRADOS - CASA DE JUJUY EN BUENOS AIRES		
Nombre	Dirección	Localidad
Andrea Fuchs "Hijas de la Luna"	Belgrano s/n Tel.: (0388) 4955229 andyfux@imagine.com.ar	Tilcara
Pablo González Yurquina	Zárate 20, B° Bárbara Tel.: (03887) 421012	Humahuaca
María Eugenia Chiappé	Padilla y 25 de Mayo (0388) 4955211 eugetejidos@hotmail.com www.tilcarajujuy.com.ar	Tilcara
Cooperativa Puna	(03887) 491047	Abra Pampa
Roberto Puca	Limpitai s/n (03887) 421285	Humahuaca
Macaria Lusco	El Huancar (011) 49324957	Susques
Susana Graciela Alancai	(0388) 4276397	S. S. de Jujuy
Eco Textil Florescia Cersini	(0388) 4276397	S. S. de Jujuy
Marta Rosario Aguilar	Puya 767, 12 de Octubre	S. S. de Jujuy
Apolinario Alarcón	Suipacha 626	La Quiaca
Ángel Alberto Álvarez	Gianchino 552, Islas Malvinas	S. S. de Jujuy
Margarita Batallanos	202 Viviendas. Mza. 41, Lote 7, Alto Comedero	S. S. de Jujuy
Fortunata Burgos	1° de Mayo 487	S. S. de Jujuy
Genoveva Calpanchay	Av. Jujuy s/n	S. S. de Jujuy
Teresa Colque	Progreso s/n	Tilcara
Norberto Escalante	Entre Ríos 206	Humahuaca
Silvia Susana Farfán	Borges 448	S. S. de Jujuy
Mirta Frodermann de Aizama	Tilcara 504, B° Luján	S. S. de Jujuy
Maximiliana Guitian	Oros mayo	Rinconada
Esther Regina Lamas	San Martín s/n	Susques
Héctor Rolando Cañare	(011) 4697-0874	Abra Pampa
Fortunata Mamaní	El Huancar	Susques
Justina Mendoza	Rioja S/N, A° Independencia	Humahuaca
Andrea Portal	7 de Junio 35. Mariano Moreno	La Quiaca
Eusebia Soriano	Aráoz s/n	Susques
Adela Sarapura	Lugones s/n, Belgrano	S. S. de Jujuy
Alejandrina Vargas	Tierra del Fuego 25 Norte	S. S. de Jujuy

Cerámica, vasijas, artesanías en barro		
Nombre	Dirección	Localidad
Ricardo Ríos	Pellegrini esq. Irigoyen (0388) 4273411	Palpalá
Mario y Miguel Mendoza	El Carmen 879 (0388) 4230310	S. S. de Jujuy
Firno Ayarde	Sarmiento 240	S. S. de Jujuy
Roberto Salas	Alte. Brown 17 (03887) 421352	Humahuaca
Daniel Ramos	F. Molinari (03887) 421294	Humahuaca
Virginia Cruz	4931-7308	Casira-Santa Catalina
Graciela Alancay	Sarmiento 240 (0388) 4254930	S. S. de Jujuy
Humberto Mario Allegretti	Ruta 9	Maimará
Ramiro Pablo Barros	L41, 42 San P. de Reyes	S. S. de Jujuy
Gabriela de los Ángeles Flores	Los Quebrachales 837	S. S. de Jujuy
Nicolás Tito Flores	Los Quebrachales 837	S. S. de Jujuy
Susana Juárez (porcelana)	Chubut 882	S. S. de Jujuy
Rolando Kuntschik	Los Perales	S. S. de Jujuy
Gregorio Machaca	Mza. 2, L. 8, Loteo Bárcena	S. S. de Jujuy
Andrés Mendoza (escultura)	M. R. Galán 1083, Coronel Arias	S. S. de Jujuy
Evangelista Parraga	Independencia s/n	S. S. de Jujuy
Virginia Paz Soruco	Entre Ríos 206	Humahuaca
César Luciano Puca	V. Sársfield 325, Cuyaya	S. S. de Jujuy
Victoriano Salas	Castro Tolay y Quevedo	Humahuaca
Mario Sandoval	Reconquista 641, 23 de Agosto	Palpalá
Rómulo Omar Toconás	Ledesma 974, Alto Gorriti	S. S. de Jujuy
Manuel Valdiviezo	Copuyani s/n	Humahuaca

Varios		
Nombre	Dirección	Localidad
Telésforo Quispe (orfebre)	Gorriti 996	S. S. de Jujuy
Carlos Daniel Allieve (orfebre)	Hugo Wast 357	S. S. de Jujuy
Angélica Aisama (art. en chala)	22 de Mayo s/n Coronel Arias	S. S. de Jujuy
Germán Alfaro (cuchillería)	Huidobro 256, La Merced	San Pedro
Gustavo Eduardo Alí (metales)	Cochabamba 1357, Alte. Brown	S. S. de Jujuy
Veilma Armella Gutiérrez (cuero crudo y curtido)	Guatemala 961, M. Moreno	S. S. de Jujuy S. S. de Jujuy
Jaime Baoco (madera y caña)	Bergel 40, Belgrano	S. S. de Jujuy
Jorge Dante Batallanos (platería)	Panamá 871, M. Moreno	S. S. de Jujuy
Rosa Castillo de Carrasco (platería)	Portal 343, C. De Nieva	S. S. de Jujuy
Miguel Caucota (metales-martelados)	J. Moro 1447, Chingo	S. S. de Jujuy
René Contreras Carrasco (filigrana en plata)	Portal 349, C. De Nieva	S. S. de Jujuy
Carlos Esquibel (tallados en madera)	Pto. del Márquez 620, San José	S. S. de Jujuy
Rubén Orlando Flores (mimbre)	Bustamante s/n, Lozano	S. S. de Jujuy
Adolfo Javier Froderman (metales)	Tilcara 504, B° Luján	S. S. de Jujuy
Manuel Gerez (cuero crudo)	Guatemala 961, M. Moreno	S. S. de Jujuy
José Eugenio González (instrumentos de viento)	Cte. Corte 501, Cuyaya	S. S. de Jujuy
Adrián Grageda Villatarco (metales)	Peatonal 30 305	S. S. de Jujuy
Isabel Guari (instrumentos de viento)	Pasaje 21 638, Cuyaya	S. S. de Jujuy
Severo Guarita Colque (platería y cuero curtido)	Virrey Toledo 961, San Pedrito	S. S. de Jujuy
Eleodora Gutiérrez (cuero)	Guatemala 961, M. Moreno	S. S. de Jujuy
Ramón Alfredo Hoyos (platería)	Rivadavia 253, Alte. Brown	S. S. de Jujuy
Walter Daniel Luján (metales)	Bajo La Viña s/n	S. S. de Jujuy
Adriana Graciela Madariaga (metales, alambre)	S. Pérez 160	S. S. de Jujuy
Nieve Susana Mangold (palmeras y acuáticas)	Av. 65 1098, C. Verde	S. S. de Jujuy
Joaquín Martínez Subia (instrumentos de viento)	Los Tipules 241, Chijra	S. S. de Jujuy

Nombre	Dirección	Localidad
Cecilio Ramón Olive (madera, cuero y piel)	Mza. 326, L. 9, B5, Alto Comedero	S. S. de Jujuy
Próspero Eloy Quipildor (platería y bronce)	C. Krause 1331, Alto Comedero	S. S. de Jujuy
Luis Rivera (cueros)	Los Perales	S. S. de Jujuy
Hugo Robles (platería)	Colón 471, Mariano Moreno	S. S. de Jujuy
Anastasio Rodríguez (filigrana en plata)	C. Soto 545, Chijra	S. S. de Jujuy
Luisa Yolanda Serrano (filigrana en plata)	Venezuela 318, Moreno	S. S. de Jujuy
Carlos Gabriel Terceros (instrumentos de viento)	24 de Septiembre 778, M. Moreno	S. S. de Jujuy
Oillando Vargas (metales)	Alberdi 878	Palpalá
Carlos Rubén Yanes (cueros)	Olavaria 599, Cuyaya	S. S. de Jujuy
Néstor Peralta (talla en madera)	(03884) 425530	San Pedro
Ana Cornejo (platería)	Libertad 138 (0388) 4233182	S. S. de Jujuy
Jorge Caucota (orfebre)	Sarmiento 240 (0388) 4230835	S. S. de Jujuy
Isabel Gutiérrez (alfajores)	Sarmiento 240 (0388) 4234809	S. S. de Jujuy
El Chucupal S.R.L.		El Carmen

**LISTADO DE ARTESANOS / DEPARTAMENTO DE ARTESANÍA
Y FOLCLORE / SECRETARÍA DE TURISMO Y CULTURA**

Departamento	Localidad	Rubro artesanal
Cochinoca	Abra Laite	Tallado madera
Cochinoca	Abra Pampa	Hilados y tejidos con agujas
Cochinoca	Abra Pampa	Hilados y tejidos con agujas
Dr. Belgrano	Lozano	Tejido
Dr. Belgrano	Reyes	Cerámica
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	Alfarería
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	Bronce y alpaca
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	Bronce, alpaca y filigrana de plata
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	Calador de maderas
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	Caña bambú, metal y piedras
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	Cerámica
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	Cerámica
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	Cerámica
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	Cerámica
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	Cerámica
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	Cerámica
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	Cerámica
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	Cerámica
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	Cerámica
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	Cerámica
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	Ceramista
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	Ceramista
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	Cestería, escobillones, cerámica
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	Consejo de Organización Jujuy
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	Cuero
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	Cuero
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	Cueros, curtido
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	Cueros, curtido
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	Curtido y confección de pieles
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	Curtido y confección de pieles
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	Curtido y confección de pieles
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	Escultura en lianas
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	Espinas de cactus
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	Filigrana de plata
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	Filigrana de plata

Apellido	Nombre	Domicilio	Registro
Giménez	Irineo	s/n	22/05/1993
Martiarena	Beatriz Isabel	Senador Aráoz s/n	22/05/1993
Sumbaino	César Hugo	Pellegrini 210	22/05/1993
Vasques	Susan Nilda	s/n	22/05/1993
Barros	Ramiro	San Pablo de Reyes	22/05/1993
Moya	Daniela	Bº Belgrano s/n	
Llanos	Margarita G.	Mza. 99, Lote 4, 50 Viviendas - Alto Comedero	22/05/1993
Quipildor	Próspero Eloi	Mza. 99, Lote 4, 50 Viviendas - Alto Comedero	22/05/1993
Ramos	Enrique Leopoldo	Lote 27, Mza. 99, 50 Viviendas - Alto Comedero	22/05/1993
López	Humberto E.	Av. Jorge Cafrune 3170	21/09/2003
Aisama de Mendoza	Mónica		22/05/1993
Mendoza	Mario René		22/05/1993
Mendoza	Miguel Segundo	El Carmen 881, Bº Alto Gorriti	22/05/1993
Quirós	Marta	José de la Iglesia 2238	22/05/1993
Soria	Juan	Av. Galán 1083, Bº Santa Rosa	22/05/1993
Aisama	Mónica	El Carmen 881, Bº Alto Gorriti	22/05/1993
Chávez	Delia	Finca Escaro	22/05/1993
Chorolque	Mirta Dominga	Colombia 570, Bº Moreno	22/05/1993
García	Raúl Enrique	Venezuela N° 318	22/05/1993
Herrera	Víctor Bernardo	Colón 217, Bº Moreno	21/09/2003
Mendoza	Mario	s/n	22/05/1993
Mendoza	Oscar	s/n	22/05/1993
Cáceres	Berta Leticia	Peatonal 29 N° 2966, 560 Viviendas	22/05/1993
Apaza	Nimia	Belgrano 582	22/05/1993
Carretero	Wilton	Cuba N° 859	21/09/2003
Velázquez	Pedro	Mza. 0, Lote 8	21/09/2003
Garay	Yolanda Elsa	Colón 471, Bº Moreno	22/05/1993
Robles	Hugo	Colón 471, Bº Moreno	22/05/1993
Garay	Elsa Yolanda		
Rivera	Luis	Los Tipales 113, Bº Chijra	22/05/1993
Sosa	Isabel Fermina	Los Tipales 113, Bº Chijra	22/05/1993
Lima	Rosa		21/09/2003
Acosta	Vicente E.	Virrey Toledo 422, 560 Viviendas	22/05/1993
García	Raúl	Venezuela 318, Bº Moreno	22/05/1993
Serrano	Luisa Yolanda	Venezuela N° 318	21/09/2003

Departamento	Localidad	Rubro artesanal
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	Filigrana de plata
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	Instrumentos musicales
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	Instrumentos musicales
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	Madera - Apliques y afines
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	Madera - cardos
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	Maestra
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	Metal
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	Metal
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	Metal - platería
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	Metal noble
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	Peletería
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	Pieles y cuero
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	Tejeduría aborigen
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	Tejido
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	Tejido
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	Tejido
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	Tejido
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	Tejido
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	Tejido
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	Tejido en bastidor
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	Tejido tradicional
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	Tejidos
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	Tejidos y confección
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	Telares
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	Trenzados
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	
Dr. Belgrano	S. S. de Jujuy	
Dr. Belgrano	Villa Jardín de Reyes	Cuero y cerámica
Humahuaca	Coctaca	Telares
Humahuaca	Humahuaca	Cerámica
Humahuaca	Humahuaca	Cerámica
Humahuaca	Humahuaca	Cerámica
Humahuaca	Humahuaca	Cerámica
Humahuaca	Humahuaca	Cerámica
Humahuaca	Humahuaca	Cerámica
Humahuaca	Humahuaca	Cerámica

Apellido	Nombre	Domicilio	Registro
Serrano	Nicanor	Venezuela N° 318	21/09/2003
Terceros	Carlos Gabriel	Abra Pampa N° 177	21/09/2003
Guari	Isabel	Peatonal 21 N° 638, B° Cuyaya	22/05/1993
Juárez	José Ricardo	Carlos Alvarado N° 50	21/09/2003
Flores	Fausto		21/09/2003
De Los Ríos	Carmen	Alvear 687	22/05/1993
Hoyos	Víctor Jorge	Pje. Medina 211	21/09/2003
Quispe	Fernando	Pje. Naranjito N° 1340	21/09/2003
Rodríguez	R. José	Providencia N° 61	21/09/2003
Vargas	Orlando	J. B. Alberdi N° 878	21/09/2003
Miranda	Bernardina	Cerro Labrado 1069, B° San F. Alava	22/05/1993
Sosa de Rivera	Isabel		
Camino	Miguel Ángel	Lavalle 325	22/05/1993
Burgos	Fortunata	Av. 1° de Mayo 478	22/05/1993
Calpanchay	René	Los Quebrachales 497	
Condorí	Carlos	Pje. Florida N° 689	
Cruz	Sarita	Cuba N° 859	
Farfan	Silvia Susana	Av. 1° de Mayo 478	22/05/1993
Lamas	Esther R.	La Porteña N° 409	22/05/1993
Mamani	Cresencia	Casa N° 5	22/05/1993
Sosa	Gloria Beatriz	Amapola N° 766	21/09/2003
Miranda	Rosmery Amanda	Los Tipales N° 65	21/09/2003
Portal	Andrea		21/09/2003
Aguilar	Mirtha	Bouchar 767	21/09/2003
Vacaflor	Edit del Valle	José de la Iglesia 1065	22/05/1993
Tapia	Milan	Mza 328, L. 15, Sector B5	21/09/2003
Cruz	Antonia Hilda	Mza. 1, L. 9	21/09/2003
Mamaní	Ricardo	Mza. 325, L. 5	21/09/2003
Mendoza	Miguel Segunda	El Carmen 856	21/09/2003
Ríos	Ricardo	Virreinato 135	21/09/2003
Sandoval	Pedro	Piquete N° 1305, Mza. 353, L. 15	21/09/2003
Rodríguez	Inocencio	Humahuaqueño 250	22/05/1993
González	Rosario Martín	s/n	22/05/1993
Flores	Fausta	s/n	22/05/1993
Lamas	Domingo	s/n	22/05/1993
Salas	Roberto	Almirante Brown 16	22/05/1993
Salas	Victoriano	Salta s/n	22/05/1993
Tarcalla	Roque	44 Viviendas, Casa 24, B° Santa Bárbara	
Toconas	José Luis	s/n	21/09/2003
Toconas	Leocadia	Maestro Rural 31	22/05/1993

Departamento	Localidad	Rubro artesanal
Humahuaca	Humahuaca	Cerámica
Humahuaca	Humahuaca	Docente
Humahuaca	Humahuaca	Maestro Artesanía Plástica
Humahuaca	Humahuaca	Tapices y alfombras
Humahuaca	Humahuaca	Tapices y alfombras
Humahuaca	Humahuaca	Tapices y alfombras
Humahuaca	Humahuaca	Tejido
Humahuaca	Humahuaca	Telares
Humahuaca	Humahuaca	Telares
Humahuaca	Humahuaca	Telares
Humahuaca	Humahuaca	Telares
Humahuaca	Humahuaca	Telares
Humahuaca	Humahuaca	Telares
Humahuaca	Humahuaca	Telares
Humahuaca	Tres Cruces	Cardón - queñua
San Pedro	San Pedro	Cerámica
San Pedro	San Pedro	Cerámica
Santa Catalina	Cabrería	Tejido
Santa Catalina	Cabrería	Tejido
Santa Catalina	Cabrería	Tejido
Santa Catalina	Casira	Alfarería
Santa Catalina	Casira	Alfarería
Santa Catalina	Casira	Alfarería
Santa Catalina	Casira	Alfarería
Santa Catalina	Casira	Alfarería
Santa Catalina	Casira	Alfarería
Santa Catalina	Casira	Alfarería
Santa Catalina	Casira	Alfarería
Santa Catalina	Casira	Alfarería
Santa Catalina	Casira	Alfarería
Santa Catalina	Casira	Alfarería
Santa Catalina	Casira	Alfarería
Santa Catalina	Casira	Alfarería
Santa Catalina	Casira	Alfarería
Santa Catalina	Casira	Alfarería
Santa Catalina	Casira	Alfarería
Santa Catalina	Casira	Alfarería
Santa Catalina	La Quiaca	Alfarería, peletería, curtido
Santa Catalina	San Francisco	Tejido

Apellido	Nombre	Domicilio	Registro
Cárdenas	Néstor Vicente	s/n	22/05/1993
Centeno	María Aurora	Jujuy 155	22/05/1993
Condori	Alfredo G.	Venezuela s/n, B° Santa Bárbara	22/05/1993
Bautista	Plácida	Av. Belgrano 114	07/05/1988
Cabana	Cristina	Ejército del Norte s/n, Medalla Milagrosa	05/05/1988
Sosa	Crispín	Av. Belgrano 114	07/05/1988
Urbina	Gertrudis	s/n	22/05/1993
Copa	Norma	s/n	07/05/1988
Cruz	Gladis	Corrientes 291	07/05/1988
Escobar	Miriam Berta	Buenos Aires 95	22/05/1993
Flores	Marcos	Av. Coronel Arias s/n	22/05/1993
González	María Rosa	Corrientes 1230	22/05/1993
Gozales	José Alberto	Av. Ejército del Norte s/n	22/05/1993
Guerrero	Hermelinda	Mza. 63 N° 17, B° Sargento Cabral	22/05/1993
Puca	Roberto	Bella Esperanza s/n	22/05/1993
Martínez	Pedro	B° Villafañe s/n	22/05/1993
Sanguino	Horacio Santiago	Cerro Zapla 168, B° San Pedrito	22/05/1993
Soto	Graciela Mirta	Av. 25 de Mayo 342, B° 14 de Abril	22/05/1993
Carrillo	Quintín	s/n	22/05/1993
Morales	Marcelo	s/n	22/05/1993
Morales	Paulina	s/n	22/05/1993
Cruz	Andrea	s/n	
Cruz	Isidora	s/n	
Cruz	Nicolasa	s/n	
Esteban	Elena Yolanda	s/n	22/05/1993
Mamani	Alejandra	s/n	
Mamani	Andrea	s/n	
Mamani	Bernarda	s/n	
Mamani	Desideria	s/n	
Mamani	Guadalupe	s/n	22/05/1993
Mamani	Ricardo	s/n	
Martínez	Isidora	s/n	
Moya	Pastora	s/n	
Nieves	Saturnina	s/n	
Panaga	Evangelista	s/n	
Parrada	Verónica	s/n	22/05/1993
Aramayo	Josefina	s/n	22/05/1993
Cruz	Leonardo	s/n	22/05/1993
Gaspar	Aide Ester	Santa Fe 260	22/05/1993
Cari	Francisco	s/n	22/05/1993

Apellido	Nombre	Domicilio	Registro
Carrillo	Cecilio	s/n	22/05/1993
Carrillo	Eduardo	s/n	22/05/1993
Carrillo	Gerardo	s/n	22/05/1993
Carrillo	José	s/n	22/05/1993
Cruz	Esteban	s/n	22/05/1993
Cruz	Justina	s/n	22/05/1993
Cruz	Lucas	s/n	22/05/1993
Cruz	Mauricio	s/n	22/05/1993
Cruz	Natividad	s/n	22/05/1993
Cruz	Pablo	s/n	22/05/1993
Cruz	Ricardo	s/n	22/05/1993
Cruz	Sandalio	s/n	22/05/1993
Laureano	Cipriano	s/n	22/05/1993
Laureano	Damián	s/n	22/05/1993
Laureano	Daniel	s/n	
Laureano	Nicasio	s/n	22/05/1993
Laureano	Silvano	s/n	22/05/1993
Quispe	Esteban	s/n	
Quispe	Máximo	s/n	22/05/1993
Quispe	Simón	s/n	22/05/1993
Calpanchay	Cecilia	s/n	
Lusco	Andrea	s/n	
Soriano	Eusebia	s/n	22/05/1993
Vásquez	Presenta	s/n	
Nieves	Soriano	s/n	
Calpanchay	Félix	s/n	
Cruz	Inés	Mesada	
Luzco	Felisa	Arenales	
Luzco	Macaria	Agua Cabada	
Luzco	Silverio	San Antonio de los Cobres	
Luzco	Victoria	Central Argentina	
Quispe	Hilaria	s/n	
Santos	Fortunata	s/n	
Soriano	Isidoro	Agua Buena, Km 120	
Soriano	Juliana Esperanza	Agua Buena, Km 120	
Soriano	Lidia Concepción	Agua Buena, Km 120	
Vacazur	Simón	s/n	
Vásquez	Justino	s/n	
Vásquez de Calpanchay	Berta	s/n	
Vásquez de Calpanchay	Simona	s/n	

Departamento	Localidad	Rubro artesanal
Susques	La Mesada	Tejido
Susques	La Mesada	Tejido
Susques	Ojo de Agua	Tejido
Susques	Pasto Chico	Tejido
Susques	Pasto Chico	Tejido
Susques	Pasto Chico	Tejido
Susques	Pasto Chico	Tejido
Susques	Pasto Chico	Tejido
Susques	Pasto Chico	Tejido
Susques	Sey	Tejido
Susques	Sey	Tejido
Susques	Sey	Tejido
Susques	Sey	Tejido
Susques	Sey	Tejido
Susques	Sey	Tejido
Susques	Sey	Tejido
Susques	Sey	Tejido
Susques	Sey	Tejido
Susques	Sey	Tejido
Susques	Sey	Tejido
Susques	Sey	Tejido
Susques	Sey	Tejido
Susques	Sey	Tejido
Susques	Sey	Tejido
Susques	Sey	Tejido
Susques	Susques	Carpintería
Susques	Susques	Faja
Susques	Susques	Faja
Susques	Susques	Faja
Susques	Susques	Faja
Susques	Susques	Faja
Susques	Susques	Faja
Susques	Susques	Faja
Susques	Susques	Faja
Susques	Susques	Faja
Susques	Susques	Faja
Susques	Susques	Faja

Apellido	Nombre	Domicilio	Registro
Calapanchay	Andrea	s/n	
Vázquez de Soriano	Gladis	s/n	
Vásquez	Aurelia	s/n	21/09/2003
Barrios	Eduarda	s/n	22/05/1993
Barrios	Martín	s/n	21/09/2003
Lusco	Lucía	s/n	21/09/2003
Luzco	Visitación	s/n	21/09/2003
Mamani	Gerónimo	s/n	21/09/2003
Mamani	Zenón	s/n	
Alejo	Felisa	s/n	22/05/1993
Barrios	Eusebia	s/n	22/05/1993
Barrios	Florencio	s/n	
Calpanchay	Benita	s/n	
Calpanchay	Dominga	s/n	
Calpanchay	Edalio	s/n	22/05/1993
Flores	Josefa	s/n	
Guitian de Quispe	Sinforosa	s/n	22/05/1993
Guitiar	Conversión	s/n	
Mamani	Ceferina	s/n	22/05/1993
Mamani	Delfina	s/n	
Martínez	Rafael	s/n	
Quipildor	Alicia	s/n	22/05/1993
Quispe	Calixto	s/n	22/05/1993
Quispe	Milagros	s/n	22/05/1993
Quispe	Victorina	s/n	
Salva	Basilía	s/n	
Salva	Esperindion	s/n	
Vázquez	Amalia	s/n	22/05/1993
Puca	Verónica	Berrivera 7	22/05/1993
Calpanchay	Filomena	Pje. Arenales	22/05/1993
Cruz	Luisa	Av. San Luis N° 47	22/05/1993
De Vilte	Apolonia	Pje. Rivera	22/05/1993
Jorge De Cruz	Hilaria	Balcón s/n	22/05/1993
Ramos	Rosa	Florida 250	22/05/1993
Soriano	Andrea	Sarmiento esq. Balcarce s/n	22/05/1993
Soriano	Mercedes	Av. San Martín N° 44	22/05/1993
Soriano	Rita	Recoba N° 522	22/05/1993
Vázquez	Carmen	23 de Abril N° 712	22/05/1993
Vázquez	Delia	Florida N° 40	22/05/1993
Vázquez	María	Sarmiento N° 39	22/05/1993

Apellido	Nombre	Domicilio	Registro
Vázquez	Matea	Arenales s/n	22/05/1993
Vilte	Simona	Pje. Arenales N° 87	22/05/1993
Ábalos	Leoncia	Rivera N° 7	22/05/1993
Braulio	Jorge	Entre Ríos N° 12	22/05/1993
Calpanchay	Florentina	Av. San Martín	22/05/1993
Calpanchay	Higilio	Plaza Central Pieza 7	22/05/1993
Cárdenas	Juana	Sarmiento esq. Balcarce s/n	22/05/1993
Cruz	Omobona	Chorrillo s/n	22/05/1993
G. de Calpanchay	Andelma	Florida s/n	22/05/1993
Puca	Manuela	Pje. Arenales 104	22/05/1993
Ramos	Florencia	San Luis N° 32	22/05/1993
Ramos	Simona	San Luis N° 144	22/05/1993
Salva	Mercedes	Catamarca s/n	22/05/1993
Soriano	Ángela	Florida s/n	22/05/1993
Soriano	Emilia	Av. Jujuy 346	22/05/1993
Vasques	Rosenda	Av. San Martín	22/05/1993
Vasques	Sara	Sarmiento s/n	22/05/1993
Vásquez	Hilaria	Florida N° 40	22/05/1993
Vásquez	Luisa	San Luis N° 22	22/05/1993
Vásquez	Rita	Florida N° 432	22/05/1993
Vásquez	Santos	Florida 20	22/05/1993
Vásquez de Soriano	Santa Meliona	Av. San Martín 431	22/05/1993
Vázquez	Ana	Av. Jujuy 350	22/05/1993
Vázquez	Benigna	Pje. Rivera N° 21	22/05/1993
Vázquez	María	Sarmiento	22/05/1993
Vázquez	Natividad	Arenales	22/05/1993
Vázquez	Santusa	Florida s/n	22/05/1993
Vilte	Agustina	Pje. Rivera	22/05/1993
Vilte de Salva	Leonor	Catamarca	22/05/1993
Puca Luzco		Arenales	22/05/1993
Jorge	Genoveva	s/n	22/05/1993
Quispe	Faustina	s/n	22/05/1993
González	Mercedes	Bella Esperanza s/n	03/05/1988
Lamas	Carlos Martín	Bella Esperanza s/n	03/05/1988
Valerio	Florencia	Benideti s/n	22/05/1993
Valerio	Mabel Paulina	Villa Florida, La Banda	22/05/1993
Tolaba	Vicente	Álvarez Prado	22/05/1993
Sosa	Faustino	Misiones s/n, B° Sagrada Familia	22/05/1993
Cofía	Norma Gladis	Av. Coronel Arias s/n	07/05/1988
Mendoza	Anahu A.		22/05/1993

PROVINCIA DE SALTA

I. INTRODUCCIÓN

La Provincia de Salta tiene una geografía que propició la diversidad de su patrimonio cultural y la provisión de materias primas e insumos para el desarrollo de los distintos rubros del trabajo artesanal.

Las artesanías más representativas del Área Andina son los tejidos. En la Puna, se realizan en aguja y telar, en la Pre Puna (cultura kolla) se destacan los tejidos de variados y vivos colores y en los valles se suman a la producción textil en telar, la alfarería, la cestería, el trabajo en madera de cardón y las artesanías en cuero.

El Área del Chaco se caracteriza por las artesanías de dos pueblos aborígenes: los chaquenses y los de la selva, entre las que se destacan los tejidos en chaguar, las tallas en hueso y madera, la cestería y la cerámica.

En el Área Criolla, las artesanías más representativas se vinculan con el gaucho salteño: trabajos en cuero y asta, platería y textiles en lana de oveja.

La política artesanal de la provincia involucra a dos áreas del sector público, la Secretaría de Cultura, cuya responsable es también la representante provincial ante el MATRA, y el área de Turismo, de la que depende el Mercado Artesanal. Como característica destacable, el sector artesanal de la provincia es objeto de numerosas investigaciones.

A todo ello se suma el trabajo de diversas Organizaciones No Gubernamentales. Se hicieron entrevistas en la Fundación para la Integración Federal (FUNIF - Delegación Salta), la Fundación Siwok y la Fundación Valle Verde en Seclantás. También se entrevistó a la Asociación Salteña de Artesanos de la ciudad capital.

A continuación se presenta una caracterización del sector artesanal de la provincia, realizado a partir de información relevada a través de material bibliográfico y documental y de las entrevistas logradas durante el trabajo de campo a los distintos actores vinculados con el sector artesanal –funcionarios del sector público, Organizaciones No Gubernamentales, asociaciones de artesanos, artesanos, comerciantes y consumidores–.

Las entrevistas se llevaron a cabo en las localidades de Salta Capital, Seclantás, Cachi, El Colte y San Antonio de los Cobres, por lo que se relevaron datos primarios en tres de las áreas citadas: Valles Calchaquíes, Puna y Área Criolla.

En el mapa de la página 183 se presenta la localización de las instituciones públicas y privadas vinculadas con el sector artesanal. Asimismo se puede visualizar la distribución de los principales rubros artesanales en el territorio provincial.

II. ASPECTOS INSTITUCIONALES

Como se mencionara, las áreas del sector público vinculadas con el sector artesanal son dos: la Secretaría de Cultura del Ministerio de Educación y el Mercado Artesanal dependiente de la Secretaría de Turismo de la Gobernación. Asimismo, el Ministerio de la Producción y el Empleo atiende la problemática artesanal, como la del resto de los sectores productivos, asistiéndolos, por ejemplo, en misiones comerciales y ferias en el exterior.

SECRETARÍA DE CULTURA

El Programa de Desarrollo Artesanal constituye el eje de la política provincial hacia el sector. Está a cargo de la señora Otilia Carrique –que es también la representante provincial ante el MATRA– y de la licenciada María Fernanda Sola¹, que asesora el Programa desde hace 15 años.

Se rige por la Ley N° 7.237 del año 2003, recientemente reglamentada², y designa a la Secretaría de Cultura como su órgano de aplicación con los siguientes objetivos:

- Promover, modernizar y reestructurar la actividad artesanal, mejorando sus condiciones de gestión, competitividad y rentabilidad.
- Fomentar el desarrollo de nuevas manifestaciones artesanales.
- Favorecer la enseñanza tendiente a la formación de artesanos.

- Facilitar la accesibilidad del sector a líneas de crédito preferenciales y/o subvenciones, fomentando la implementación de sistemas asociativos.

- Coordinar las manifestaciones artesanales con los programas turísticos de la provincia.

- Promover la investigación y la recuperación del patrimonio cultural de la provincia para su puesta en valor.

Para ello, crea un Fondo de Fomento Artesanal integrado por los aportes de organismos oficiales y privados provinciales, municipales, nacionales o internacionales, y prevé la realización de convenios con el Ministerio de la Producción y el Empleo para la aplicación de la Ley N° 7.163/01³ que propicia el “Sistema Provincial de Certificación de Origen de los Productos Salteños”, con el fin de garantizar la procedencia y calidad de la producción tradicional y orgánica, incluyendo las artesanías.

La Ley habilita a la Secretaría de Cultura a definir regiones artesanales con el fin de promover, difundir y proteger las artesanías representativas de cada territorio, y prevé el desarrollo de las siguientes líneas de acción:

- Brindar capacitación y asistencia técnica y legal a los artesanos, organizaciones artesanales y organismos provinciales o municipales que lo requieran.
- Crear un registro provincial de artesanos

y organizaciones o entidades vinculadas con la actividad artesanal.

- Calificar las actividades artesanales y sus artesanías para asegurar que se adecuen a la definición establecida⁴.

- Facilitar a los artesanos y sus organizaciones el acceso a créditos, becas y subsidios destinados a mejorar sus condiciones productivas.

- Fomentar la implementación de sistemas asociativos.

- Desarrollar estrategias tendientes a la conservación de las técnicas tradicionales propias de la identidad provincial.

- Promover la exhibición de artesanías en exposiciones, eventos y certámenes en el ámbito provincial, regional, nacional o internacional.

- Coordinar acciones de desarrollo con organizaciones gubernamentales y no gubernamentales provinciales, nacionales e internacionales.

La ejecución de estas acciones se ve, sin embargo, limitada por el acotado equipo de gestión y el presupuesto disponible, que en el año 2004 ascendió a 30.000 pesos.

Principales líneas de acción

- ✓ Actualmente el Programa de Desarrollo Artesanal brinda a los artesanos asistencia técnica y capacitación en coordinación con el MATRA.

En este sentido, los funcionarios entrevistados constataron la falta de presentación de proyectos en el rubro artesanías para el Programa Manos a la Obra del Ministerio de

Desarrollo Social de la Nación en la magnitud que se esperaba, como consecuencia directa de la falta de información apropiada y capacidades para la elaboración y presentación de proyectos.

- ✓ Con el fin de incrementar la producción, están otorgando microcréditos a artesanos en forma experimental.

- ✓ También organizan y difunden ferias y eventos. Para la promoción de la producción artesanal está en proceso el armado de una página web y el diseño para la edición de un catálogo de artesanías.

- ✓ Están reformulando el mapa provincial de artesanías y estiman que actualmente hay una población de alrededor de 6.000 artesanos trabajando en la provincia. Aunque sostienen que el registro de artesanos está en reformulación permanente, no se pudo tener acceso a información precisa.

- ✓ De acuerdo con las funcionarias entrevistadas, en la política artesanal de la provincia adquieren un importante papel los municipios, y el nivel central provincial trabaja de manera coordinada y descentralizada con aquellos que concentran la mayor cantidad de artesanos:

- En el Área Andina, Puna: San Antonio de los Cobres y Tolar Grande. En los Valles Calchaquies: Municipios de Cafayate, San Carlos, Animaná, Molino, Seclantás, Cachi, Payogasta y La Poma.

- En el Área del Chaco Salteño: Municipio de Embarcación, Aguaray y Tartagal.

- En el Área Criolla: los Municipios de Joaquín V. González, El Galpón, Metán, Rosario de la Frontera y Salta Capital.

Las actividades descentralizadas que se realizan con los municipios consisten en proveer asistencia técnica y capacitación en el marco del Programa Federal de Desarrollo Artesanal y en brindar apoyo para la realización de eventos puntuales relacionados con la promoción y venta de artesanías. Son los propios municipios los que aceptan sumarse o no a estas acciones que se desarrollan sin que exista transferencia presupuestaria por parte de la Secretaría de Cultura.

- ✓ **Articulación:** La Secretaría de Cultura coordina acciones con otras dependencias públicas provinciales como el Mercado Artesanal –para la comercialización– y con el Ministerio de la Producción para la certificación de calidad, autenticidad y origen de los productos artesanales (Ley 7.163). También están trabajando con el MATRA en el desarrollo de certificación nacional de autenticidad.

En cambio, la relación con la Casa de la Provincia en Buenos Aires es poco fluida y no existen actividades conjuntas.

Aunque destacan el trabajo que despliegan con los artesanos algunas Organizaciones No Gubernamentales como Fundación Amanecer (Cachi - Valle Calchaquí) y Fundapaz (Chaco Salteño), no se señaló que se hubieran llevado a cabo acciones articuladas desde el sector público.

- ✓ Contaron con la asistencia técnica del CFI para el impulso del Proyecto “Artesanías tradicionales de la Provincia de Salta - Desarrollo de imagen” que se inició en el año 2001 con el objetivo de “superar los problemas de comercialización de los productos artesanales salteños y lograr su adecuada colocación tanto en los circuitos turísticos y culturales del mercado interno argentino como en los mercados internacionales”. En ese marco se realizaron diversas acciones de capacitación para los artesanos, destina-

das a proporcionarles una mayor comprensión de los modernos sistemas de calidad, packaging, management y comercialización de los productos en la economía globalizada.

Los frutos principales del proyecto fueron: un informe sobre la *Producción Artesanal de las Culturas del Chaco Salteño*, la realización del documental *Artesanía tradicional de Salta, herencia viva* (que se presentó en un importante evento en septiembre de 2002)⁵ y el diseño de un logotipo identificador de las artesanías tradicionales de la provincia que representa la diversidad de la producción y se asocia con los conceptos de producción cultural, trabajo manual y calidad.

- ✓ La funcionaria entrevistada considera que, si bien existe una política provincial hacia el sector artesanal, descentralizada en los municipios y articulada con las asociaciones de artesanos, es necesario consolidarla a través del fortalecimiento del equipo técnico de gestión y la asignación de mayores fondos para el desarrollo del sector.

MERCADO ARTESANAL - SECRETARÍA DE TURISMO

El Mercado Artesanal está ubicado en la zona oeste de la Ciudad de Salta. Es una dependencia de la Secretaría de Turismo de la Gobernación que está a cargo del señor Bernardo Rosedo Aragón, quien, a su vez, es uno de los responsables del Plan Maestro de Turismo de la provincia.

El administrador del Mercado, Aldo Isidro Rivera, tiene nueve años de antigüedad en el cargo y 32 años de trabajo en turismo. El Mercado cuenta con dos empleados y carece de presupuesto propio aunque se lo estaría tramitando ante la Secretaría de Turismo para financiar el Mercado y sus ferias.

Principales líneas de acción

✓ *Capacitación:* Articulan acciones de capacitación en artesanías con el CFI. Aunque el Mercado no cuenta con estudios propios, destaca la contribución de las investigaciones realizadas por las licenciadas Liliana Madrid (1970) y Fernanda Sola.

✓ *Registro de artesanos:* No cuenta con registro de artesanos, pero sí de las asociaciones de artesanos que participan y exponen sus artesanías en el Mercado.

✓ *Certificación:* De acuerdo con el funcionario entrevistado también realizan certificación de calidad y procedencia de las artesanías del Mercado.

✓ *Comercialización:* Actualmente el Mercado está funcionando con las organizaciones de artesanos de distintas localidades que utilizan sin cargo las instalaciones para trabajar, exponer y vender las artesanías provenientes de sus asociados. Antes, el Mercado compraba las artesanías y las vendía. Hoy, sin el presupuesto requerido, la dirección sólo promueve la participación de las asociaciones para la exposición y venta de sus propias artesanías.

Las comisiones directivas de las asociaciones de artesanos de la capital y del interior que se congregan en el Mercado son las que determinan la posibilidad de sus miembros de exponer y vender allí, y son las que autorizan el acceso o no de otras organizaciones, generando de esta manera grupos de interés común que compiten entre sí.

El titular considera necesario recuperar el presupuesto del Mercado para lograr la capacidad de comprar y comercializar.

✓ Como actividades de *promoción y difusión*, organizan y participan en ferias.

✓ Respecto de la *articulación* con otros organismos, el funcionario entrevistado señaló que la política artesanal es descentralizada, con un gran protagonismo de los municipios, entre los que destaca a Cafayate, San Antonio de los Cobres, Cachi, Molinos, Seclantás y Luracatao.

Como ya se mencionara, la descentralización consiste en que los municipios tienen la autonomía para definir acciones en favor de los artesanos, sin que esto implique un presupuesto específico destinado al sector. Un ejemplo del apoyo de los gobiernos municipales son los espacios que les otorgan a los artesanos para la exposición y venta de artesanías en los mercados locales.

En cuanto al trabajo con ONGs, aunque valora por sus acciones en apoyo del sector artesanal a las Organizaciones No Gubernamentales “Argentina Solidaria” y “Pucará”, no señaló la existencia de actuaciones conjuntas o articuladas.

✓ Con referencia a los *proyectos en ejecución*, considera importante el Corredor Sur de Artesanías, circuito turístico de la Provincia de Salta que abarca las localidades de Rosario de la Frontera, Metán, Quemes, el Galpón y Joaquín V. González, todas ellas comprendidas en la denominada Área Criolla. Allí, el director del Mercado Artesanal de la ciudad de Salta Capital ha dado cursos y asistencia técnica a las agrupaciones de artesanos para su organización asociativa, mejorar la calidad de los productos artesanales y ocupar los segmentos del mercado de manera sostenida.

✓ Como *acciones pendientes* para el desarrollo del sector señala la necesidad de realizar el censo de artesanos, un estudio de costos de producción de las piezas con demanda sostenida, asistencia técnica en marketing y comercialización de artesanías y el otorgamiento de un documento de identificación a los artesanos.

El director del Mercado sostiene que la mayor dificultad para la implementación de una política artesanal es la falta de capacitación y organización de las asociaciones de artesanos para la comercialización.

CASA DE LA PROVINCIA DE SALTA EN BUENOS AIRES⁶

La Casa de Salta en Buenos Aires posee una gran vidriera en la cual se recrean sus regiones características mediante cactus, piedras que

decoran el piso, y se exhiben instrumentos musicales como bombos y cajas bagualeras, tejidos y cerámicas y hay un telar instalado en el que suele estar tejiendo un artesano. Además se promocionan los cursos de tejido a telar que dicta allí el artesano Jesús Casimiro, oriundo de los valles.

En la Casa de la Provincia no se venden artesanías porque por estatuto no puede realizar esta actividad. Cuando llegan los artesanos a Buenos Aires los remiten a la Feria de Retiro o de Mataderos y también a los Centros de Residentes Salteños que venden productos regionales.

III. ASOCIACIÓN DE ARTESANOS Y ONGs

Se entrevistó a tres Organizaciones No Gubernamentales involucradas con el sector artesanal que trabajan con artesanos rurales, criollos y aborígenes, principalmente mujeres, en ventas y capacitación, pero ninguna de ellas realiza acciones tendientes a fortalecer las asociaciones de artesanos ni en gestión económica.

Además se consigna el caso de la Fundación Siwok, por su interesante experiencia en comercialización interna y externa de artesanías wichi.

ASOCIACIÓN SALTEÑA DE ARTESANOS - CIUDAD DE SALTA

Es una Asociación Civil sin fines de lucro con alcance provincial y personería jurídica N° 1.702 del 22/11/1984. Su presidente es el señor Rubén Erazo y se entrevistó a su proesorero, el artesano Carlos Copa.

Sus asociados son artesanos rurales, aborígenes o no, la mayoría mujeres. Las principales comunidades aborígenes con las que trabajan son los wichi, que habitan el Área del Chaco.

Los servicios que brinda la Asociación son de promoción, difusión, ventas y exportación.

Cuenta con bases de datos sobre proyectos y beneficiarios, a los que se puede acceder con autorización del presidente.

Participa en redes con otras asociaciones de artesanos del interior de la provincia: ASUN, en la que se agrupan los que se dedican a cerámica, cuero, platería y tejido; ASAI, que trabaja sobre todo con artesanos del tejido y APPAGADD que nuclea a productores de artesanías textiles puneñas.

Tienen un acuerdo con la provincia para intervenir exponiendo y vendiendo sus artesanías en el Mercado Artesanal provincial.

Además, realizaron exposiciones en Feriñoa y Palermo, en Buenos Aires. No tienen proyectos en ejecución en este momento.

FUNDACIÓN PARA LA INTEGRACIÓN FEDERAL (FUNIF - DELEGACIÓN SALTA) - CIUDAD DE SALTA

Es una fundación de alcance nacional que tiene delegaciones provinciales. La presidente de la Delegación Salta es la señora Susana Canela. Se entrevistó a su secretario, el señor Marcelo Morales, que tiene una antigüedad de dos años en la institución.

Su población beneficiaria son trabajadores rurales, artesanos rurales y urbanos, principalmente mujeres, a quienes brindan capacitación, asistencia técnica y microcréditos. Tiene una base de datos no informatizada a la que no se tuvo acceso. Sus instalaciones de infraestructura y equipamiento para la capacitación son apropiadas.

Tuvo proyectos de capacitación y asistencia técnica en cerámica, tejidos, dulces regionales y chacinados, iniciados en 1995 y concluidos en 2003. Actualmente no cuenta con programas en ejecución.

La Delegación Salta tiene un convenio de cooperación con la Municipalidad de la Ciudad de Salta para asistencia técnica y difusión, así como con el Banco Nación y con algunos Programas Nacionales a los que presentan proyectos para sus beneficiarios.

FUNDACIÓN VALLE VERDE - SECLANTÁS

Es una fundación con sede en la finca Monteneiva en la localidad de Seclantás. Tiene alcance regional en la Zona de los Valles Calchaquies y personería jurídica N° 223 del año 2001.

Su presidente, desde el año 2001, es el señor Oscar Walfrido Aban que trabaja en la región desde hace quince años.

Su población beneficiaria son trabajadores, artesanos rurales y aborígenes, principalmente mujeres. Las comunidades aborígenes destinatarias de sus acciones son Luracatao (población de la Parte Alta), Churcal, Brealito, Pichanal, Amblayó, Seclantás, El Colte, El Barrial y San José.

Los servicios que presta la Fundación son: capacitación, asistencia técnica, promoción, difusión, accesibilidad a los mercados y también microcréditos para el establecimiento de un banco de hilados que permita a los artesanos contar con un stock permanente.

La Fundación Valle Verde participa en redes con las organizaciones Warmis (Abra Pampa, Jujuy) y Amauta (Tucumán). El trabajo en red les permite obtener diversos apoyos y recursos que se detallan a continuación:

- Apoyo financiero de Avina, Suiza.
- Apoyo en organización (Warmis, Abra Pampa).
- Capacitación en la producción agropecuaria y comercialización (PSA, Unidad Ejecutora de Salta; Amauta, Tucumán).
- Curso de Diseño Textil (UBA, Carrera de Diseño; directora: Graciela Suen).
- Documental video (Secretaría de Cultura del Gobierno de Salta).
- Comercialización y Comercio Justo (Shinkal, Buenos Aires).
- Intercambio de información (Universidad Católica de Salta).

Tiene concluida la ejecución de dos proyectos:

1. *El camino del artesano*, que incluyó como subproyectos: Sitios arqueológicos, Pinturas rupestres y Guías auxiliares de turismo local.

2. *Productos regionales* (dulces, pasas, vino, miel, queso, carne, huevos, fruta deshidratada y pimentón).

El proyecto en ejecución más importante que tienen en la actualidad es el *Desarrollo de turismo local seclanteño*, muy valorado por el presidente de la Fundación ya que permitiría “un protagonismo efectivo de los lugareños en sus actividades, con autonomía, capacidad de vender lo que cada uno produce, y fortalecer la autoestima de los vecinos de Seclantás, para lograr una convivencia armónica y autosustentable con una organización racional y humana sin mezquindades particulares”.

Sin embargo, se ha observado que no todos los artesanos tejedores de Seclantás participan de los servicios que describe el presidente de la Fundación Valle Verde. Existe un grupo de artesanos independientes que no pertenece a ninguna asociación, otros que están a la espera de las actividades coordinadas por la Municipalidad de Seclantás y, finalmente, aquellos que sólo participan en la Fundación. No hay unión entre los artesanos para lograr una organización social independiente y autónoma de los padrones políticos de turno.

FUNDACIÓN SIWOK⁷

Fundación Siwok es una institución que trabaja con las comunidades wichi del Norte Argentino (Chaco Salteño, Salta) en la producción y comercialización de artesanías. Aunque en los últimos veinte años ha sido independien-

te, tiene contacto muy cercano con el programa social de la Diócesis Anglicana local.

Comenzó a trabajar en 1980 y ahora provee de un ingreso para vivir a más de 100 familias wichis y a más de 40 familias urbanas, previniendo que estos aborígenes emigren a las ciudades en donde pierden su salud, educación, lenguaje, cultura y el propio respeto.

Su misión es: “Promover y preservar los valores culturales, artísticos y sociales propios de los pueblos aborígenes de Argentina. A partir de esto crear fuentes de trabajo que contribuyan al desarrollo integral de sus familias, con especial hincapié en los jóvenes, para permitir un mejoramiento de su calidad de vida, afirmando sus raíces e identidad”. Tiene como objetivo capacitar a los aborígenes en el mejoramiento de sus diseños, utilizando sus técnicas tradicionales y materiales naturales de fácil acceso en el Norte de Argentina. Entre sus actividades previstas incluye un curso de diseño de artesanías, y la visita a ferias junto a un artesano aborígen.

“Misión Chaqueña”, donde se producen las artesanías, se sitúa a orillas del río de Bermejo, a 350 kilómetros al Noroeste de la colonial ciudad de Salta. Fue fundado al principio

del siglo XX por los misioneros anglicanos en la tierra donada por la familia de Leach. Las artesanías son hechas a mano por la comunidad wichi que vive en las planicies del Chaco Salteño. Todos los materiales provienen de sus alrededores y se agrega todo el trabajo posible de modo que haya un uso racional de los recursos del bosque. La producción artesanal es una manera de adaptarse a los cambios sin perder su cultura e identidad.

Vinculado con la Fundación se presenta “Artesanías Siwok” (*Siwok Crafts*) que se define como un “negocio socio y ecológicamente sostenible que produce artesanías con las comunidades aborígenes wichi y habitantes pobres del Noroeste de la Argentina”. Es miembro de la Federación de Comercio Justo (*Fair Trade Federation*). En su página web se accede a una importante presentación (oferta) de productos artesanales wichi, con sus fotos, códigos y tamaños (trabajos en palo santo, animales, objetos de uso diario y productos en chaguar) que se pueden comprar directamente por internet. Tiene además diversos datos de contacto y locales de venta: uno en la ciudad de Salta, uno en el Reino Unido y tres en los Estados Unidos (en Nueva York, en Texas y en el Noroeste).

IV. ARTESANOS⁹

La información respecto de la cantidad de artesanos que actualmente trabajan en la provincia dista mucho de ser precisa. Como se ha dicho, la Secretaría de Cultura estima unos 6.000 artesanos activos y el administrador del Mercado Artesanal de Salta calcula unos 2.500. Aunque ambos funcionarios dicen contar con un registro realizado por el CFI, no se pudo acceder a la base de información y la variación en las cifras indica que no se ha trabajado en su actualización.

Los artesanos salteños residen o proceden de las tres principales regiones de la provincia:

El Área Andina con sus tres culturas: Alto Andina o Puna, la cultura kolla de la Pre Puna y la selva de montaña, y la cultura vallista calchaquí.

La Puna comprende los departamentos de Los Andes y el sector septentrional de La Poma. La principal actividad artesanal de la zona son los tejidos rústicos en aguja y telar que tienen su mayor demanda en los turistas que llegan a través del Tren a las Nubes. Esta actividad se vincula con la cría de ovejas y llamas de las que se obtienen lanas y carne¹⁰.

La Pre Puna abarca los departamentos de Santa Victoria, Iruya y parte de Orán. Es la zona en que se concentra la cultura kolla. La actividad principal de estas comunidades marginales es la cría de ganado, principalmente ovinos y caprinos. En la cultura kolla se destacan los tejidos de variados y vivos colores, hilados con husos manuales y elaborados con la lana de los rebaños domésticos.

El Valle Calchaquí está ubicado al Oeste de la provincia, en la cordillera oriental Salto-Jujeña, y comprende los departamentos de La Poma, Cachi, Molinos, San Carlos y Cafayate¹¹.

En los valles prevalecen la actividad agrícola, destinada al mercado local, y la turística, aunque con marcada estacionalidad.

Los pueblos vallistas son herederos mestizados de las culturas pulares y calchaquíes o diaguitas. Se destacan por la producción textil en telar, la alfarería, la cestería, el trabajo en madera de cardón y las artesanías en cuero.

En el Área del Chaco se encuentran las culturas con mayor identidad étnica, integradas por dos grupos de pueblo aborígenes: los chaqueños (wichi, chorote, chulupi y toba) y los de la selva (guaraní y chané) para quienes la confección y venta de artesanías se ha convertido en una actividad productiva significativa en las últimas décadas.

Los wichi, originariamente cazadores, recolectores y pescadores seminómades, son el grupo mayoritario en la provincia. Las mujeres trabajan la fibra del chaguar produciendo textiles y los hombres realizan tallas en madera con incrustaciones en asta y hueso. Los guaraníes están representados en Salta por los chiriguano y los ava guaraní que se destacan por la confección de cestas y canastos con caña o liana y la producción de muebles o estantes en mimbre. Los chané tienen sus comunidades más importantes en Tuyuntí y Campo Durán. Organizados y representados por sus caciques, realizan máscaras rituales y decorativas talladas en madera de palo borracho. Las mujeres trabajan la arcilla produciendo artesanías en cerámica.

Por último, el Área Criolla expresa la cultura criolla-ganadera que se encuentra tanto en la zona andina prepuneña, como en los valles intermontanos y la llanura chaqueña. Su representante es el gaucho salteño –peón, puestero o

pequeño propietario—, que se destaca en el trabajo del cuero, asta, platería y textiles en lana de oveja.

Desde el punto de vista cultural, la Puna y la Pre Puna son zonas más conservadoras, en las que se encuentra un neto predominio de las téc-

nicas artesanales más tradicionales. En cambio en el Valle Calchaquí, que se ha visto más impactado por la demanda externa a través del turismo, se puede observar una gama más amplia de manufacturas que a veces se distancian bastante de los diseños y productos originales.

V. ASPECTOS ECONÓMICOS DE LA PRODUCCIÓN ARTESANAL

Las artesanías salteñas y sus modos de producción también pueden caracterizarse de acuerdo con la ubicación regional que se viene practicando a lo largo de este trabajo.

En el siguiente cuadro es posible apreciar

una síntesis de la producción artesanal de la Provincia de Salta y a continuación se presentan, para los diferentes rubros artesanales, los principales productos, materiales y técnicas para obtenerlos.

Tipo de artesanía	Producto	Localización	Comunidad	Cantidad de artesanos (estimada)
Tejidos	Pulóveres, guantes, medias, chales y mantas ruanas	Zona Andina: Puna y Pre Puna	Culturas puna y kolla	250
	Barracanes	Zona Valle Calchaquí Norte: Luracatao	Culturas puna, diaguita y calchaquí	35
	Ponchos	Zona Valle Calchaquí Norte: Seclantás (El Colte)	Culturas puna, diaguita y calchaquí	45
	Chaguar: fajas, cintos, chupas, bolsos, monederos, cortes de tela, caminos y centros de mesa	Área Chaco: Misión Chaqueña, Embarcación, Orán, Pichanal	Cultura wichi	180
Alfarería	Cerámica utilitaria y ornamental; vasijas, platos, jarros	Área Andina: Cachi, Cafayate y San Carlos	Culturas puna, diaguita y calchaquí	140
	Pesebres y jarras decorada con motivos naturalistas	Área del Chaco	Cultura chané	70
Cestería	Cestos en poleo; canastos, portabotellas, alfombras en simbol	Sur del Valle Calchaquí	Culturas puna, diaguita y calchaquí	40
	Canastos, estantes y muebles en mimbre	Área del Chaco	Chiriguano y ava guaraníes	80

Tipo de artesanía	Producto	Localización	Comunidad	Cantidad de artesanos (estimada)
Madera	Cajas, alhajeros, veladores, bandejas, percheros en cardón	Zona Valle Calchaquí Norte: Payogasta y La Poma	Culturas puna, diaguita y calchaquí	75
	Talla de platos y fuentes	Pre Puna	Culturas puna, diaguita y calchaquí	35
	Tallas wichi y máscaras chané	Área del Chaco	Wichi y chané	90
Cuero	Objetos útiles en la vida rural	Área Criolla, Pre Puna, Norte Valle Calchaquí y Llanura Chaqueña	“Gaucho salteño”; criollo - mestizo	260
Platería	Piezas de uso personal, de ornamentación para lo rural y utensilios domésticos	Área Criolla	Cultura occidental española	27

Fuente: Elaboración propia sobre la base de información secundaria y entrevistas a funcionarios. La estimación de la cantidad de artesanos por rubro es una muestra representativa del 28,67 por ciento de la población total de artesanos activos.

Tejidos¹²

Las prendas rústicas tejidas en lana de camélidos (llama y vicuña en menor medida) son muy apreciadas por su suavidad y abrigo y, al igual que los tejidos en lana de oveja, son representativas del *Área Puna*. Los artesanos utilizan los colores naturales de la lana y decoran las prendas con una variedad de dibujos geométricos o representaciones esquematizadas de llama. La técnica del tejido es dominada por casi todas las mujeres. Con dos agujas hacen pulóveres y chalecos, con tres agujas se tejen medias y con cinco agujas gorros, bufandas, medias y guantes.

También manejan con destreza el telar en la producción de frazadas, barracanes, ruanas y mantas. Se utilizan distintos tipos de telar: el

aldeano español, peine o peinecillo, bastidor, telar de piso o estacas y telar de cintura, los dos últimos de origen indígena.

En el *Valle Calchaquí* se encuentra una de las más importantes tradiciones textiles en telar criollo del país. Su producción consiste principalmente en frazadas, alfombras, ponchos, pejeros, picotes, barracanes, tapices, fajas, bolsos y mantas. Hay muchas variaciones locales en la producción textil según predomine una orientación hacia el autoconsumo o hacia el mercado. Las mujeres se dedican al hilado manual con la “puzcana”, un sencillo instrumento de madera con un pequeño tortero de piedra o madera que actúa como contrapeso. El hilado puede ser efectuado con tres elementos diferentes: el huso (pushka en quechua), el palo mismidor y el torno para hilar¹³.

La localidad de *El Colte* destaca como centro de especialización en la elaboración de ponchos. Por el hecho de ser una actividad productiva principal se puede apreciar una cierta especificidad de tareas en el núcleo familiar. Los colores más utilizados son el rojo con guardas negras o salteñas y el nogalado (obtenido por infusión con cáscara de nogal). En los últimos tiempos han empezado a tejer también ruanas, fajas, bolsos, chuspas (pequeñas bolsitas decoradas) y pulseras, por ser productos de menor precio y más fácilmente comercializables. En este caso se puede hablar de una producción claramente orientada al mercado, a pesar de algunas dificultades de comercialización que les impiden mantener un flujo constante de capital para abastecerse de lana.

Las telas o tejidos de faz mixta son confeccionadas en piezas. El centro más destacado de producción es *Luracatao* en el Departamento de Molinos. En la actualidad se tejen principalmente barracanes y picotes en piezas de 10 a 15 metros. Son trabajos de alto valor pues se realizan con hilo muy fino hilado a mano y son demandados en los mercados urbanos para la confección de trajes, chalecos, camperas y sacos, entre otras prendas.

Los tejidos en tapiz se realizan tanto en telar como en bastidor. Pertenecen al tipo de tejido denominado faz de trama, en el cual se obtiene el dibujo por entrelazamiento de hilos de distintos colores que van cubriendo la urdimbre. Los diseños reflejan la influencia del mercado turístico sobre el desarrollo de las artesanías. Se dividen en “paisajes” o motivos realistas regionales; “rupestres”, inspirados en el rico arte rupestre de las culturas indígenas, e “incaicos”, inspirados en motivos de la iconografía arqueológica.

Las mujeres de la cultura kolla de la *Pre Puna* realizan sus tejidos con la lana de los rebaños domésticos. Se destacan las frazadas, pullos, ponchos, peleros, chuspas, fajas y alforjas de

variados y vivos colores. Como característica cultural, además de la realización del hilo en forma manual con el huso prehispánico, sobresale el uso todavía vigente de un telar indígena o “al piso”, además del telar criollo. El destino principal de las artesanías producidas es el autoconsumo o la realización por encargo.

La producción característica de los pueblos del *Área Chaqueño* son los textiles realizados en malla de chaguar; específicamente los producen los wichis, cuyas técnicas y estéticas se mantienen desde hace siglos. Las mujeres trabajan la fibra del chaguar como antaño, reunidas en los patios de tierra, vigilando a los niños¹⁴. Los principales productos son yicas y caminos de mesa.

Alfarería

La alfarería en el *Área Andina* se realiza con el más rústico de los recursos, el barro, material estable por la cocción. Los artesanos aprenden el dominio de esta técnica de sus mayores o en talleres.

El esplendor prehispánico de esta disciplina quedó prácticamente reducido en la actualidad a la producción de alfarería rústica para uso doméstico. No obstante, en las últimas décadas surgió una producción comercial de alfarería ornamental, generalmente vinculada con los centros de mayor desarrollo turístico como *Cachi*, *Cafayate* y *San Carlos*. Los artesanos realizan una variedad de formas utilitarias y ornamentales empleando instrumentos sencillos y combinando distintas técnicas como la tradicional de rodete, el modelado, y en ocasiones con el auxilio del torno de pie o moldes para producir piezas que luego son terminadas a mano.

El color de las piezas –rojas o negras– varía según la técnica de cocción. Para la decoración predomina la utilización del engobe –pintura

con arcillas de colores previo a la cocción-, el grabado y la incisión. Tanto para los motivos como para las formas, toman inspiración en la alfarería prehispánica sometiéndola a diferentes reinterpretaciones, combinando con campos geométricos, guardas o motivos del arte rupestre regional.

La cerámica en el *Área del Chaco* es una tarea exclusiva de las mujeres chané. Sus técnicas posiblemente fueron adquiridas en los antiguos contactos con las culturas andinas, aunque en el estilo se puede apreciar también la influencia recibida de los misioneros religiosos, esto se advierte especialmente en la realización de los pesebres de gran originalidad, la variedad de jarras y la decoración con flores y guardas naturalistas¹⁵.

Cestería

En el *Área Andina*, la cestería más difundida es la elaborada en caña partida con armazón de molle, aunque en la actualidad sólo la realizan algunos pobladores mayores en las zonas rurales.

En el *Sur del Valle Calchaquí*, con eje en la localidad de Animaná, aparece la producción de cestos en poleo y simbol. El simbol es una planta perenne de la familia de las gramíneas que crece en lugares arenosos y salitrosos, con la que se realizan, en distintos formatos, canastos, con tapa o sin ella, paneras, portabotellas, servilleteros, posapavas y alfombras. El poleo es una planta herbácea anual de la familia de las labiadas (de uso medicinal). Los cestos de poleo se destacan por su belleza y rusticidad.

En el *Área del Chaco*, los guaraníes, representados en Salta por los grupos chiriguano y los ava guaraní, elaboran canastos con caña partida y bejuco o liana. También utilizan el sauce mimbre y la afata para la confección de muebles y estantes.

Madera

Al *Norte del Valle Calchaquí*, especialmente en las localidades de Payogasta y La Poma, se nuclean los artesanos del cardón. Realizan cajas, alhajeros, veladores, percheros, portarretratos, bandejas y una gran variedad de muebles (sillas, mesas, bibliotecas). Aunque el cardón es una especie de gran dispersión en toda el área andina, se encuentra protegida luego de la creación del Parque Nacional Los Cardones en el Departamento de Cachi. Su uso está restringido exclusivamente a la madera caída y muerta por lo que los especialistas en esta disciplina son escasos. Este recurso tiene características estéticas únicas tales como el color y su textura porosa que, sumado a las restricciones en su uso, requiere que sea manejada como una madera preciosa. Los artesanos aplican la técnica de parquetería y la incrustación de maderas combinadas.

En la *Zona Prepuneña* y en las localidades ubicadas en el bosque montano se aprovecha una importante variedad de maderas para realizar tallados. Entre las especies utilizadas se destacan el cedro criollo, el pacará y el palo borracho para la talla de platos, fuentes y cucharas. Actualmente se observa el comienzo de alguna diversificación de los productos y la incorporación de nuevos diseños.

En la zona de la *Isla de Cañas* emplean madera de pacará y en *Los Toldos* madera de cedro. Las herramientas son muy simples: hachas, machetes, gubias, azuelas y lijas.

En el *Área Chaco*, los hombres wichi utilizan para sus tallas el palo santo y maderas duras del bosque chaqueño, de gran calidad y variedad de colores, como el guayacán, el iscayante, el quebracho y el mistol. También realizan incrustaciones de asta o hueso. Además de representar figuras de una variedad de animales del monte, han aprendido de los misioneros a realizar trópicos o pesebres y cristos tallados con maestría¹⁶.

Los chané confeccionan sus máscaras rituales o decorativas con madera del yuchán o palo borracho, árbol emblemático de las culturas del Gran Chaco, que tallan en verde. Las máscaras rituales se denominan ñña-ña y tradicionalmente consistían en figuras zoomorfas y antropomorfas. El rostro humano es estilizado, con planos que representan los rasgos más destacados, casi siempre pintado de blanco y bordeado de plumas negras. Algunas máscaras antropomorfas llevan sobre la cabeza una prolongación decorada. En otros casos agregan una especie de visera sobre la frente. Impulsados por la demanda del mercado, hoy se realizan casi exclusivamente figuras de animales y en tamaños más pequeños, acorde con su nueva funcionalidad decorativa. Loros, búhos, tigres, pumas, zorros, corzuelas y acutis son parte de la fauna representada¹⁷.

Cuero

En el *Área Criolla*, la ganadería vacuna, de amplia difusión en distintos ámbitos de la provincia, permitió el surgimiento de artesanos especializados en trabajos en cuero. Los gauchos salteños, peones, puesteros o pequeños propietarios se destacan en el trabajo del cuero curtido, crudo o sobado, y en las labores en trenzados y piezas útiles para la vida rural como aperos, monturas, sillas, sogas, lazos, bozales, guardamontes, guardacalzones, catres, respaldos para asientos y arcones.

Este eje productivo incluye tanto la *Zona Andina Prepuneña* (especialmente Santa Victoria), como el sector *Norte del Valle Calchaquí* (Payogasta y La Poma) y la *Llanura Chaqueña*.

Metal

La platería, que alcanzó un importante desarrollo durante el período colonial por su rela-

ción con las explotaciones mineras del Alto Perú, hoy se encuentra relacionada con los centros urbanos y el mercado turístico. El platero realiza mates, bombillas, cuchillos con empuñaduras en hueso y asta con guardas de plata y alpaca, fuentes con empuñadura de ornamentación en alpaca, pasapañuelos en alpaca, plata y oro y cuenta-ganados en plata. De acuerdo con las fuentes consultadas se encuentran entre 19 a 24 plateros activos en la ciudad de Salta.

ENTREVISTAS A ARTESANOS

Los artesanos en Salta están organizados productivamente de diferentes maneras: aunque la más frecuente es la independiente, con ayuda familiar, también existen pequeños talleres con operarios, asociaciones civiles y cooperativas de trabajo. De acuerdo con las estimaciones del administrador del Mercado Artesanal, casi el 70 por ciento de los artesanos activos de oficio viven de la artesanía exclusivamente, constituyendo la principal fuente de ingresos para la subsistencia de gran parte de los hogares de los artesanos.

Con la finalidad de ahondar en el conocimiento de las características económicas del trabajo artesanal, se realizaron diez entrevistas en profundidad a diferentes artesanos¹⁸. Al respecto, las principales **conclusiones** generales indican:

- El **perfil** de los entrevistados se refiere a población criolla residente en zonas urbanas en el caso de los artesanos dedicados a la platería, cestería, cuero y madera, y a población aborigen en el caso de los artesanos textiles. Salvo un caso, todos tienen escolarización primaria completa como nivel mínimo de educación.

- La mayoría de los artesanos entrevistados trabajan solos y en forma independiente;

consideran a su oficio como una actividad exclusiva que constituye la **principal fuente de sus ingresos**; cobran sus trabajos por pieza y calculan que reciben un precio adecuado por ellos.

- Consultados acerca del **aprendizaje del oficio**, la mayoría declara haberlo hecho desde niños o adolescentes y dentro del círculo familiar. La mayoría nunca ha recibido capacitación formal en el tema, sin embargo se advierte un interés manifiesto por hacerlo en el caso de los que alguna vez lo han experimentado. No aparecen voluntades muy explícitas por realizar trabajos grupales.

- Con respecto a las **variables de producción**, a continuación se comentan algunas especificidades obtenidas de las entrevistas:

- ✓ En cuanto a las **materias primas**, las mismas tienen un costo monetario que los artesanos tienen incorporado en sus informales sistemas de gestión financiero-económica y que, sumado al tiempo que dedican a cada pieza, luego incorporan al precio de venta, con lo cual logran recuperar sus costos.

- ✓ En lo que se refiere al **tiempo** que les lleva elaborar sus productos, se pueden mencionar como ejemplos:

- Un poncho típico salteño insume entre 15 y 20 días, con una capacidad de producción de alrededor de 20 ponchos al año;

- Las alfombras pueden llevar hasta 18 días, dependiendo de su tamaño;

- Los tapices de 0,70 por 0,90 metros demandan hasta 5 días de tejido.

- ✓ El **abastecimiento** de las materias primas se lleva a cabo de la siguiente manera:

- De lana de oveja hilada se realiza en localidades cercanas (por ejemplo, los artesanos de Seclantás lo hacen en Luracatao, Departamento

de Molinos) a un costo que oscila entre 18 y 70 pesos el kilo, dependiendo del tipo de hilado en sus diferentes micrones de grosor, y lo pagan en efectivo. El costo de la lana de llama es de 40 pesos por kilogramo.

- Para las actividades en metales, se proveen de plata y alpaca en Buenos Aires o Salta¹⁹, a un costo aproximado de 60 pesos (grosor 02) por kilogramo.

- La adquisición de cueros de vaca se realiza a un costo de 80 a 100 pesos por pieza de cuero con pelo. El kilogramo de cuero curtido para suela se consigue a 18 pesos, el cuero de descarte curtido al cromo a 50 pesos por metro cuadrado y el de napa a 70 pesos. En Jujuy está la casa Garzón (calzado, talabartería, tapicería) y en Salta encontramos “La Rosa”, Ing. Soler, Zona Industrial, Cerrillo Gauchot.

- En cuanto a las materias primas utilizadas para los trabajos en madera y cestería, es importante tener en cuenta que los artesanos entrevistados corresponden al grupo de “urbanos” y es por ello que no siempre tienen acceso a la recolección gratuita de las mismas.

- En lo referido a las inversiones en herramientas para trabajar en estos rubros, se ha detectado que los artesanos se preocupan por mantener sus herramientas, aunque no las perfeccionan ni introducen innovaciones que permitan mejorar la elaboración de sus productos.

- Finalmente, se investigó sobre las **alternativas de comercialización** que maneja este grupo de artesanos entrevistados, logrando las siguientes respuestas:

- ✓ El sistema de canje de artesanías es solamente utilizado por dos artesanos que las intercambian por otras artesanías en las ferias.

- ✓ Todos venden en forma directa a particulares en sus propios talleres, que es el canal en el cual reciben los precios más altos, a excep-

ción de los plateros que realizan mejores ventas en las ferias locales o fuera de la provincia. Tres artesanos del tejido en telar venden a intermediarios de Buenos Aires y Neuquén. Muchos salen a vender a otras provincias²⁰ bajo su propio cargo, y sólo dos se han vinculado con el negocio de exportación: uno solamente avanzó hasta la entrega de muestras y otro dice que sus productos llegan a Francia por intermedio de un operador francés (no brinda mayores precisiones).

ENTREVISTAS A CONSUMIDORES

La investigación sobre las preferencias de los consumidores de artesanías salteñas se basará sobre las ocho entrevistas realizadas a compradores de artesanías localizados en la ciudad de Salta.

Las principales **conclusiones** indican:

- La mitad de los entrevistados eran turistas, de nacionalidad argentina y el resto residentes en la ciudad de Salta. Al momento de las consultas, todos habían comprado alguna artesanía y pensaban comprar más.

- Los **productos** artesanales adquiridos por los entrevistados fueron principalmente juegos del rubro alfarería (juegos de té, ollas y figuras de cerámica), seguidos por los tejidos (ponchos y chales) y por artículos de cuero (pulseras y botas) y el principal destino o finalidad de las adquisiciones fue el uso personal.

- Los **valores** de las compras concretadas se ubican entre los 3 y los 350 pesos y la proyección de gastos a través las respuestas al interrogante acerca de si comprarían más artesanías, indica una intención de gastos promedio de 60 pesos.

- Finalmente, y en cuanto al **perfil de**

consumidores, se entrevistaron cinco mujeres y tres hombres, entre 28 y 50 años.

COMERCIALIZACIÓN

Como se verá, las ventas de artesanías y, por lo tanto, el dinamismo sectorial están íntimamente asociados con el desarrollo del turismo.

- Desde la década del 90, en la Provincia de Salta se está ejecutando un Plan Maestro de Turismo, elaborado por un equipo conformado por técnicos provinciales y una consultora inglesa. La Secretaría de Turismo de la Gobernación y la Cámara de Turismo de Salta coordinaron cada etapa del Plan y se han cumplido algunas metas en materia de infraestructura, equipamiento y servicios. Asimismo, los indicadores demuestran un aumento del flujo turístico en la Provincia de Salta durante todo el año, proveniente de la misma región NOA, de otras Provincias y del extranjero, lo cual derivó en una mayor inversión en hoteles, posadas, hosterías y campings que elevaron la capacidad de albergue en número de camas, y el mayor cuidado y mantenimiento de rutas provinciales, municipales y nacionales así como el incremento de comercios de artículos regionales en el microcentro de la ciudad de Salta. Vinculado con el sector artesanal, se resalta el aumento de los espacios públicos ocupados por los artesanos a modo de ferias, como la que se organiza los días domingo en la calle Balcarce, considerada la máxima exposición artesanal y de atracción turística.

- Los circuitos turísticos de la provincia de Salta son:

- Circuito Andino o Puna (ruta nacional N° 51, Quebrada del Toro, Tastil, San Antonio de los Cobres, ruta nacional N° 40, La Poma);

- Circuito de los Valles Calchaquíes (ruta nacional N° 68, Cafayate y Tolombon, ruta N° 40, Animaná, San Carlos, Cachi; ruta N° 33, Cuesta del Obispo);

- Circuito Norte (Orán, Embarcación, Tartagal, Pocitos, sobre ruta N° 34 y 50);

- Circuito Sur (Güemes, Metán, Rosario de la Frontera, sobre ruta N° 34).

● Las localidades de mayor concentración de ventas de artesanías son Salta Capital, Cafayate, Cachi y las paradas del Tren a las Nubes.

Continuando con una presentación regional, que obedece a las distintas características del artesanato salteño, a continuación se describen las alternativas comerciales que se observan en la provincia²¹.

En el Área Puna los artesanos venden a los turistas del Tren de las Nubes. El tipo de comercialización es directa ya que los artesanos concurren con sus productos al encuentro del ocasional visitante. De esta manera, la venta de sus productos es muy restringida, tomando en consideración que el tren tiene reducidas salidas durante el año y las paradas estipuladas son dos: una en el viaducto de La Polvorilla y la otra en la estación ferroviaria de San Antonio de los Cobres con un tiempo aproximado de 20 minutos cada una. Para aprovechar al máximo estas paradas, los artesanos se desplazan en vehículos desde San Antonio de los Cobres hasta el viaducto distante 32 kilómetros y viceversa, aunque no todos pueden hacerlo. Desde San Antonio hay camionetas destinadas a tal fin, que cobran por persona 3 pesos el viaje.

En el Valle Calchaquí Norte, sobre una base textil tradicional, algunos agentes externos, comercializadores y Organizaciones No Gubernamentales han influido sobre el desarrollo artesanal local más reciente. Estos agentes han propiciado ciertas líneas de trabajo orientadas en

algunos casos a mercados de exportación. En todos los casos han sido acciones puntuales y poco integradas.

En el Valle Calchaquí Sur, la comercialización se realiza a través de los mercados artesanales donde los hay, como en Cafayate (donde el Mercado de Artesanías nuclea a muchos artesanos) y San Carlos. En Animaná dicho mercado se está constituyendo. Como alternativa de comercialización, ofrece ventajas: el artesano vende sus productos en forma directa, ya que el mismo respeta el precio fijado por el productor, sólo un 15 por ciento es retenido para gastos de mantenimiento.

En los centros urbanos de las localidades mencionadas, también se observan revendedores ambulantes o puesteros con algunas artesanías locales y otras semiindustriales de origen boliviano y peruano.

En las zonas menos relacionadas con el turismo (Luracatao, Tacuil, Colomé, Payogasta y La Poma en el Valle y Santa Victoria en la Pre Puna), la mayoría de los artesanos venden sus productos a clientes locales o a intermediarios, puesto que no conocen ni pueden costearse los gastos del viaje para hacerlo en otros circuitos.

En el caso de las artesanías aborígenes (zona de Pichanal, Orán, Embarcación, Tartagal, Aguaray, Salvador Mazza y Los Toldos), la forma de comercialización es por encargo y a través de intermediarios reconocidos por ellos que compran productos al por mayor. No siempre los pagos por las artesanías son en efectivo, sino que muchas veces son con víveres (bolsas de azúcar, de harina, aceite, grasas, sal, levadura, alcohol, etcétera.).

Sobre la Ruta 34 se encuentran algunos puestos de artesanías ofertadas por los artesanos o miembros de su grupo familiar que trabajan la madera de algarrobo, palo santo y quebracho, pudiéndose adquirir directamente a modo minorista. También pueden encontrarse las artesanías de chaguar, las de animales de la selva

hechas en maderas o en arcillas, y pequeñas mascarar con imágenes de pájaros, de pumas o yaguararé.

No todos los artesanos tienen conocimientos sobre las modalidades de comercialización, y los que concentran mayor información son los residentes en los lugares turísticos como los Valles Calchaquíes, Salta Capital y el Tren de las Nubes. El resto está en proceso de asimilación sobre los canales de comercialización más convenientes.

En cuanto a los márgenes de ganancias, en general los artesanos fijan el precio según la complejidad del trabajo y el tiempo que les insueme, pero también aparecen precios locales de mercado o fijados por los escasos intermediarios que interactúan directamente con ellos.

Especialmente en los lugares donde la oferta de productos artesanales es abundante y ya hay relación con un mercado turístico (como sucede con los ponchos y frazadas en Iruya o Seclantás), este precio de mercado tiene un piso que está muy cerca del costo: materia prima más mano de obra. En muchos casos los artesanos circulan por el pueblo en los momentos de llegada de turistas intentando vender sus productos en forma directa y obtener así el dinero en efectivo.

Resulta importante destacar que la producción artesanal tradicional está expuesta al constante asedio de otro tipo de productos que dificultan seriamente su existencia, como las manufacturas de proyección folclórica de tipo industrial, por lo general fabricadas en serie y con materiales sintéticos, y que constituyen imitaciones de mala calidad de las piezas tradicionales²².

En la comercialización de los ponchos del centro del Valle Calchaquí (Molinos y Seclantás) llama la atención que el precio de venta no refleje la diferencia entre los ponchos realizados con hilo hilado a mano y aquellos hechos con hilo industrial. Este fenómeno denota uno de los principales problemas de las artesanías tradicio-

nales: la falta de valorización del trabajo manual y de sus características, expresadas en detalles como la falta de homogeneidad del color.

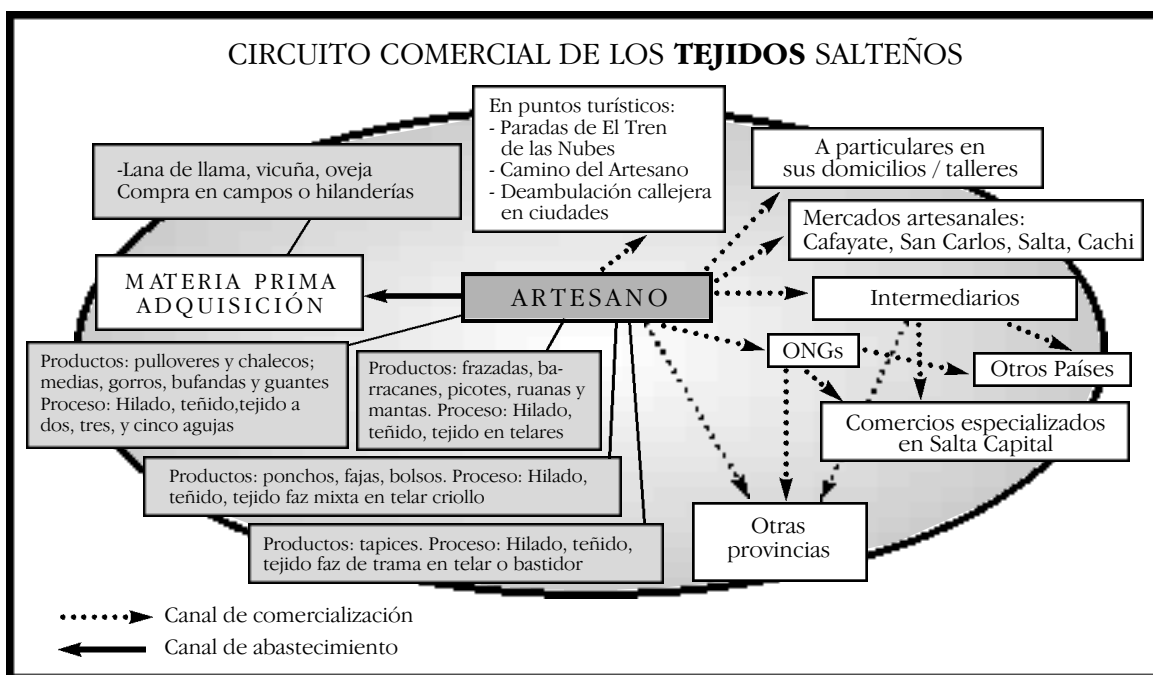
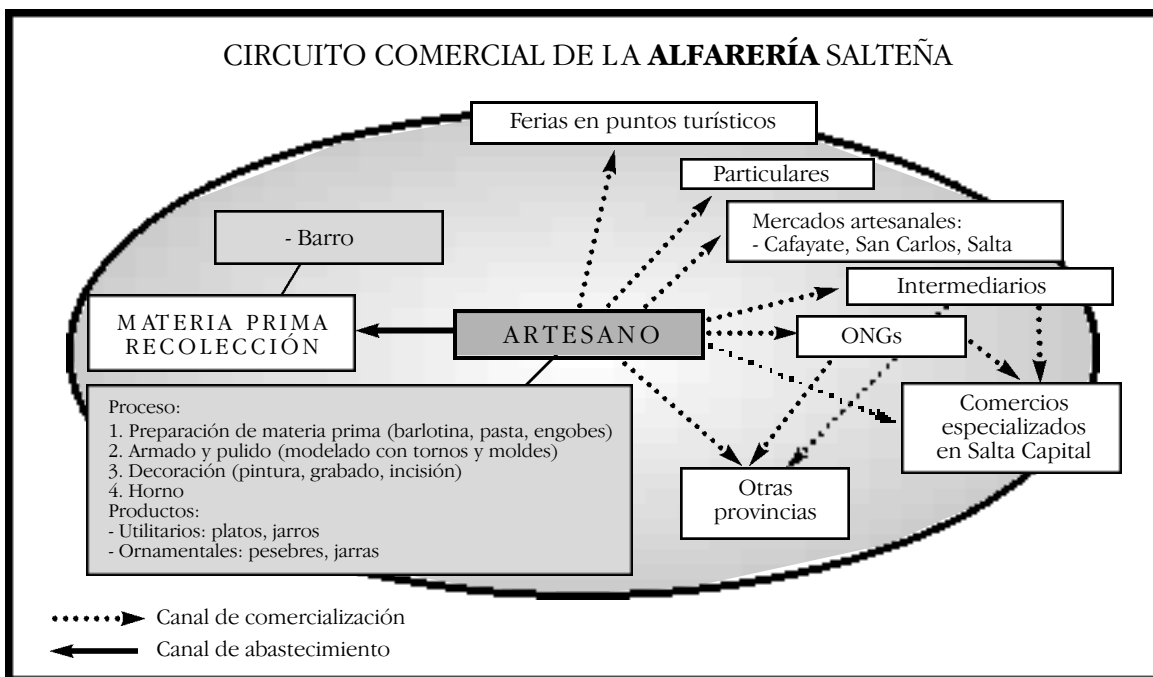
ENTREVISTAS A COMERCIANTES

Se han entrevistado dos comercios de Salta Capital: “El Chaguar” y “Juguito Artesanías”, ubicados en el microcentro. La oferta de productos artesanales de ambos son cerámica, tejidos, maderas, alpaca y dulces; pero fundamentalmente los ponchos salteños en el primero y los juegos de té de cerámica en el segundo. La preferencia de los turistas está centrada en los productos artesanales tradicionales. Las piezas que han manifestado un crecimiento por su demanda son los ponchos y los productos de cerámica.

La competencia y el auge de los comercios de productos regionales en Salta Capital han tenido significación social y cultural, como efecto y resultado del incremento del turismo regional, nacional y extranjero. En estos últimos tres años, se registra un crecimiento de los comercios de artículos regionales, todos ellos con vidrieras especialmente diseñadas para los turistas y de diferentes niveles de presentación de las artesanías. La generación de utilidades que aparentemente se obtiene de estos productos consolida un segmento de comerciantes pequeños, medianos y grandes como parte del sector artesanal. También comercializan productos semiindustriales y artesanales de otras provincias y países.

CADENA PRODUCTIVA ARTESANAL

A modo de síntesis, los siguientes diagramas permiten visualizar para los principales rubros artesanales de la provincia los circuitos de producción y comercialización detectados:



LOS PRECIOS DE LAS ARTESANÍAS SALTENAS EN EL MERCADO INTERNO

Ya se ha mencionado la fuerte competencia que, para las artesanías locales, representan productos similares (principalmente textiles, cerámicas y cestería) provenientes de otros países como Perú, Bolivia o el Sudeste Asiático, o de otras provincias como Catamarca, Córdoba o Jujuy. Estos productos, muchas veces industrializados, se venden en los comercios de “regionales” haciéndolos pasar por locales puesto que la mención del lugar de fabricación no existe o en muchos casos está borrada o tachada.

Obviamente esta situación se ve reflejada en los precios, ya que los precios de venta de los productos mencionados son a veces la mitad de sus equivalentes en las artesanías locales, provocando una importante distorsión en el proceso de comercialización, pues el turista poco adiestrado no diferencia las características y el valor del trabajo manual²³.

En el cuadro que se presenta a continuación pueden observarse algunos valores correspondientes al momento de realización de este trabajo (tercer trimestre del año 2004, con un tipo de cambio aproximado a los 3 pesos por dólar estadounidense).

Producto	Precio final	Fuente
Ponchos	\$ 70 a \$ 80	Iruya. CFI
Ponchos	\$ 80 a \$ 90	Seclantás. CFI
Ponchos	\$ 150 a \$ 200	Ciudad de Salta. CFI
Ponchos salteños tradicionales	\$ 280 a \$ 340	Seclantás. Entrevista a artesano
Poncho tareas rurales y de uso festivo	\$ 370 a \$ 420	Seclantás. Entrevista a artesano
Poncho	\$ 50	Ciudad de Salta. Entrevista a consumidor
Juego de té	\$ 65	Ciudad de Salta. Entrevista a consumidor
Juego de té	\$ 50 a \$ 70	Ciudad de Salta. Encuesta a comerciantes
Olla cerámica	\$ 15	Ciudad de Salta. Entrevista a consumidor
Pulsera de cuero	\$ 3	Ciudad de Salta. Entrevista a consumidor
Figuras humanas - cerámica	\$ 25	Ciudad de Salta. Entrevista a consumidor
Chal	\$ 90	Ciudad de Salta. Entrevista a consumidor
Botas	\$ 350	Ciudad de Salta. Entrevista a consumidor
Canasto	\$ 12	Ciudad de Salta. Entrevista a consumidor
Pulóveres	\$ 30 a \$ 45	Ciudad de Salta. Encuesta a comerciantes

VI. DESCRIPCIÓN DE CASOS

Esta sección está constituida por una serie de casos o situaciones de producción que, si bien fueron utilizados para enriquecer el trabajo presentado anteriormente, en este punto se los incluye a modo narrativo, ya que los mismos permiten imaginar los procesos de creación y comercialización característicos y distintivos de algunos de los rubros artesanales que se desarrollan en la Provincia de Salta.

CASO 1

En el área de los Valles Calchaquíes, en la localidad de Seclantás y en el Paraje de El Colte, se ubica “Camino del artesano” paralelo a la ruta N° 40.

A los costados de este Camino se encuentran los hogares de los vecinos con sus telares criollos a cielo abierto o bajo sombra, telares de dos y cuatros pedales con peines y telares con illawas. Estas herramientas artesanales demuestran los niveles de capacidad de uso sobre las técnicas en tejidos y teñidos para la confección de telas y prendas que representan las artesanías del lugar.

La pieza artesanal que destaca a esta zona es el poncho salteño, con sus colores tradicionales –rojo y franjas negras–, que demanda entre 15 y 20 días de trabajo. Por pedido se realizan ponchos salteños con hilos de fino hilado y tratado de lanas de vellón de ovinos, que dan como resultado un poncho liviano de abrigo, de fiesta o de misa de los domingos. Además se producen ponchos de trabajo para el monte, el frío y la lluvia que son los que usan los gauchos en sus ta-

reas de cuidado, arreo y pastoreo de ganado vacuno y caballar, que cuentan con particularidades como su peso y su entramado que impide que pasen el agua, la helada escarcha y el frío rocío.

Aquí se entrevistó a unos de los tejedores más destacados y reconocidos de Salta por sus trabajos de tejidos de ponchos, el señor Alfonso Guzmán, de 65 años, nacido y criado en Seclantás, con primario incompleto y doce hijos que se integran en el trabajo artesanal familiar. El señor Guzmán inició sus actividades como tejedor a los 15 años y tiene una antigüedad de cincuenta años en el oficio. Sus conocimientos han sido asimilados de su abuelo y de su padre, pero también se considera autodidacta en referencia a la confección de telas en distintos puntos. La organización del trabajo es independiente en su casa como taller familiar, su materia prima principal es la lana de oveja hilada que la adquiere en Luracatao, Departamento Molinos, a un costo aproximado de 70 pesos por kilogramo²⁴. Tiene una capacidad de producción de 20 ponchos por año.

La forma de venta de los ponchos es sólo a compradores particulares directamente en el lugar de trabajo y por pedido. Cuenta con más de 10 ponchos para mostrar a los consumidores. Considera que los ponchos tienen un precio justo. Con la venta de cada artesanía cubre los costos de la lana y de mantenimiento familiar.

Sus ponchos han sido vendidos en Buenos Aires, Córdoba, Salta, Jujuy, Cafayate y también a Francia, Bélgica, Suiza y los Estados Unidos. El señor Guzmán nunca exportó por su cuenta ni tampoco recibió información sobre cómo hacerlo.

Entre las obras que destaca el propio artesano se encuentra la confección de la bandera de Salta, diseño y color, así como también el poncho salteño obsequiado por el gobierno argentino al Papa Juan Pablo II.

CASO 2

Siguiendo por el “Camino del artesano” aparecen los tejedores de alfombras, tapices, frazadas y chales. Años antes, iban a vender sus artesanías a Cachi, distante a unos 38 kilómetros, en el mercado municipal de artesanías o en algunos comercios de artículos regionales, cuyos precios y número de piezas vendidas no eran tan favorables como los que hoy permite este Camino.

El circuito turístico de Cachi incluye una casa de información turística y un salón de exposición y venta de artesanías de la Municipalidad. A modo de pequeño mercado, se pueden encontrar artesanías textiles, de alfarería, de cuero y de piedras.

El papel de la Municipalidad es de fundamental importancia, ya que su trabajo en coordinación con los organismos provinciales del Poder Ejecutivo como la Secretaría de Turismo, el Mercado Artesanal de Salta y la Secretaría de Cultura, promueven las actividades artesanales en cada temporada. El aspecto político-partidario municipal influye para que algunos artesanos tengan mayor participación en las ventas de artesanías y las formas de comercialización más convenientes.

Como artesano representativo de este rubro y de esta zona, se entrevistó al señor Héctor Plácido Morales, nacido en Seclantás, con secundario incompleto, una antigüedad en el oficio del tejido de treinta y cuatro años y cuyo aprendizaje inició a la edad de 11 años.

La organización de su trabajo es independiente, en su casa, y prefiere cobrar por pieza y

por pedido. La materia prima que utiliza es lana hilada de Seclantás, Luracatao y de otras fincas, que adquiere a un precio que oscila entre 18 y 35 pesos mediante una compra anual en efectivo de aproximadamente 100 kilogramos de lana. El tiempo en que se hace una alfombra puede ser de hasta 18 días, dependiendo de su tamaño, y de hasta 5 días de tejido el de los tapices de 0,70 por 0,90 metros.

Vende sus artesanías a compradores particulares directamente y a intermediarios revendedores, por ejemplo, a la casa de artesanías regionales “Andes Huasi” de Salta Capital. Los mejores precios los obtiene de la venta directa a turistas y considera que son justos y cubren los gastos de producción y de sustento familiar. También ha enviado pedidos a Buenos Aires, Rosario y Córdoba, y a través de un operador francés algunos de sus productos llegan a Europa.

De acuerdo con lo planteado por los artesanos de Seclantás, la situación de la venta de artesanías de tejidos en telar ha mejorado sus ingresos, pero no de una manera sostenida como la que anhelan. El crecimiento del turismo ha permitido que ese Camino sea visitado y transitado por turistas extranjeros y de la región.

CASO 3

En la localidad de San Antonio de los Cobres, se conversó con los artesanos Miguel Orlando Siales y Teófila Urbano, ambos miembros de la Comunidad Indígena Kolla Unidos. Ellos sostienen que sus oficios en tejidos e hilados en sus diferentes formas son fruto de la transmisión de conocimientos básicos de sus abuelos a sus padres y de ellos a sus hijos.

Sus artesanías consisten en chalecos, pulóveres, gorras, chales, carteritas, medias y guantes; su antigüedad en el oficio es de treinta años y lo hacen en su casa que funciona como taller

independiente. Ambos coinciden en que prefieren cobrar sus artesanías por pieza. Tanto la lana de oveja como la de llama las adquieren a los productores de la zona y son pagadas al contado, en efectivo. Manifiestan que obtienen los mejores precios cuando las artesanías son compradas por los turistas.

CASO 4

En Salta Capital aparecen en las boutiques tejidos artesanales bajo la forma de trajecitos para mujer, barracanes, ruanas de picote con estampados de chaguar, chaquetas y pantalones de picote con bordados de encaje, algunos de los cuales son diseños exclusivos. Cada prenda describe el origen de la tela y del grupo de tejedores.

La tejedora Guadalupe Elizabeth Rosas Portal trabaja en telar colonial y bastidor, confeccionando prendas como chales, ruanas, bufandas, en su taller con la ayuda de familiares. Utiliza lana de llama hilada, cuyo precio por kilo es de 40 pesos. Sus trabajos son cobrados al contado y por pieza, y vendidos tanto directamente a particulares como a intermediarios y en ferias y exposiciones que realizan en la provincia. También tuvo oportunidad de ofrecer sus artesanías en Córdoba, Mendoza y Tucumán.

En el microcentro de Salta, se han abierto en los últimos dos años una importante cantidad de casas de productos regionales. Lo más representativo del auge de la exposición y venta de los productos artesanales lo constituyen las tres cuadras o más de feria artesanal de la calle Balcarce, convocando los domingos a un importante porcentaje de artesanos y una minoría de revendedores de artesanías. Este hecho trascendió a los artesanos del interior, provocando en algunos su concurrencia los días domingo.

CASO 5

En el Área Criolla, a la que pertenece la ciudad de Salta Capital, se observa la mayor concentración de plateros, entre ellos, el señor Roberto Ceballos y la señora Guillermina Salazar de Ceballos, quienes trabajan en el oficio desde los 12 y 20 años, respectivamente, ambos con una antigüedad en el rubro artesanal de más de treinta años.

El oficio de artesano platero ya lleva cuatro generaciones que mantienen la producción de artesanías en plata y alpaca. Los conocimientos de la fundición y aleaciones con plata y alpaca y de los procesos de vaciado, cincelado, caleado y repujado fueron transmitidos por los ancianos a los jóvenes. La capacitación fue siempre entre miembros de la familia únicamente. Los trabajos elaborados por el abuelo y el padre tienen menciones de reconocimiento en Japón, Italia y España.

Sus principales artículos son las bateas de madera con aplicaciones en plata y alpaca labradas, mates de plata y alpaca, mates de madera con aplicaciones en plata y alpaca, bombillas de mate labradas y ornamentadas, portarretratos, fuentes, tarjeteros, elementos de escritorio, pasapañuelos, dijes y pulseras con baños de plata.

La plata la adquieren en Buenos Aires y la de mejor calidad la importan de México. Su costo por kilogramo (para un grosor 02) es de 60 pesos. Los productos que tienen mayor demanda son las bombillas, los mates y las bateas enchapadas que se hacen con la madera de pacara traída desde Orán, localidad ubicada en el Área Chaqueña.

Las artesanías de plata y alpaca se venden principalmente a los compradores particulares, y, en segundo lugar, a los negocios de la zona, en los mercados, en las ferias y sobre todo en la Feria de la Estación en la calle Balcarce. Consideran que reciben precios adecuados que les permiten cubrir los gastos básicos de materia

prima, mano de obra y gastos de participación en exposiciones.

Asisten periódicamente a ferias artesanales de todo el país (Río Cuarto, Pergamino, Salta, Mendoza, Corrientes, Entre Ríos, La Pampa,

Misiones, Santa Fe y Buenos Aires), asumiendo el costo de los pasajes y estadía y el pago del espacio por stand. No han podido vender al exterior, aunque entregaron muestras, pero nunca han tenido respuestas.

Notas

1. Se entrevistó a la licenciada Sola, antropóloga, que tiene una Maestría de Desarrollo Sustentable en Artesanías en UNLP/FLACAM, un postgrado sobre comercialización de artesanías en Paraguay y es autora de trabajos del CFI.

2. Las leyes mencionadas se adjuntan en Anexo.

3. En su artículo 7, la Ley 7.163 establece: “El Poder Ejecutivo incentivará y promoverá la producción, el agregado de valor, la inserción en el mercado local, la comercialización ventajosa y exportación de todos aquellos productos que dispongan del ‘Sello de Producto Salteño’ y se constituyan en representativos por su vinculación con características culturales, tradicionales y geográficas de la provincia y la región (...). Con el fin de promoverlos e incentivarlos, el P.E. podrá disponer de exenciones y diferimientos impositivos, establecer acuerdos o adoptar todas aquellas medidas que contribuyan a facilitar su comercialización en el ámbito nacional e internacional”.

4. Define como “artesanía” a las modalidades de producción consistentes en actividades, destrezas o técnicas empíricas con dinamismo resolutivo y estético, mediante las cuales se obtienen objetos no industriales a partir de materias primas en su estado natural y/o procesadas industrialmente, elaboradas en forma manual y/o con recursos instrumentales en los que la actividad manual sea preponderante y que expresen las características culturales, individuales o colectivas de sus productores. Entiende por “artesano” a todo aquel trabajador que, de acuerdo con su oficio, sentimiento o ingenio, crea fundamentalmente su obra por medio de su habilidad manual.

5. Con el apoyo del Consejo Federal de Inversiones, la Dirección General de Cultura de la Secretaría de Cultura de la provincia presentó, entre el 17 y 26 de septiembre de 2002, la muestra denominada “Artesanías tradicionales de Salta, herencia viva”, en la que estuvieron presentes artesanos de las comunidades wichi, chané, guaraní y andina con más de mil piezas seleccionadas. Se desarrolló además un sistema adecuado de exhibición con el objetivo de acentuar las cualidades de la producción. La muestra logró la presencia de operadores turísticos, comercializadores de artesanías y, asimismo, despertó el interés de profesionales y estudiantes de diversas disciplinas vinculadas con el arte, el desarrollo autóctono, la comunicación visual, el desarrollo turístico, etcétera.

6. Entrevistado: Maximiliano Bianco, responsable del Área de Cultura.

7. Tomado de la página web www.siwok.com

8. www.fairtradefederation.org

9. Este apartado está basado en: Teseira, María Elena y Sola, María Fernanda: *Revalorización de las artesa-*

nías folclóricas y etnográficas, CFI, 2001, y en Sola, M. Fernanda: *Artesanías tradicionales de la Provincia de Salta, herencia viva*, CFI, 2002.

10. En la región hay también criaderos de vicuñas en semicautiverio que venden la preciada lana (300 gramos de fibra por animal), especialmente después de la Convención Internacional de Protección de Especies de Fauna Americana en Extinción, que autoriza la comercialización de las fibras obtenidas en estos establecimientos.

11. Se trata de un extenso valle que se prolonga en las provincias de Tucumán (departamento de Tafí) y Catamarca (departamento de Santa María). El sector Norte o Valle de Arriba se extiende hasta la quebrada del río Angastaco y Sierra de Apacheta. Abarca parte del Departamento de La Poma y los departamentos de Cachi y Molinos. El Valle Sur o “de Abajo” abarca los departamentos de San Carlos y Molinos, al sur del Río Angastaco.

12. La caracterización de los rubros artesanales fue tomada del exhaustivo trabajo de la licenciada María Fernanda Sola, *Artesanías tradicionales de la Provincia de Salta, herencia viva*, CFI, 2002.

13. Diana Rolandi de Perrot y Dora Jiménez de Pupareli: “La tejeduría tradicional de la Puna Argentino - Boliviana”, *Cuadernos del Instituto Nacional de Antropología*, 1985.

14. Sola, María Fernanda, *op. cit.* pág. 14.

15. Sola, María Fernanda, *op. cit.* pág. 20.

16. Sola, María Fernanda, *op. cit.* pág. 15.

17. Sola, María Fernanda, *op. cit.* págs. 18 y 19.

18. Siete en la ciudad de Salta, dos en Seclantás y una en San Antonio de los Cobres. De ellos, cinco artesanos se dedican a los tejidos, dos a la platería, y los tres restantes al cuero, a la cestería y a realizar trabajos en madera respectivamente.

19. En algunos casos que necesitan materiales de mejor calidad, los importan de México.

20. Las más mencionadas en forma decrecientes fueron Buenos Aires, Córdoba, Tucumán, Mendoza, Catamarca, Corrientes y Entre Ríos.

21. Basado en Teseira y Sola, *op. cit.* CFI, 2001, y en observaciones propias.

22. Un claro ejemplo son los tejidos y “ponchos salteños” producidos industrialmente en Córdoba, Bolivia o Perú.

23. Esto se ve favorecido por la actitud de muchos guías de turismo que llevan sus contingentes únicamente a locales donde se venden estos productos regionales industrializados, recibiendo un porcentaje o comisión sobre las ventas realizadas. En la localidad de Cafayate el Mercado Artesanal es proporcionalmente menos visitado que otros negocios de venta de regionales.

24. Valores de agosto del 2004.

ANEXO PROVINCIA DE SALTA

GUÍA DE CONTACTOS

LEY Nº 7.237/03

PROTECCIÓN DE LAS MANIFESTACIONES ARTESANALES

LEY 7.163/01

SELLO DE PRODUCTO SALTEÑO

LEY 3.673/86

PROMOCIÓN Y DESARROLLO DEL ABORIGEN

GUÍA DE CONTACTOS

**Casa de la Provincia de Salta
en Buenos Aires**

Av. Roque Sáenz Peña 933
Capital Federal, Buenos Aires
Tel.: (05411)4326-2456

**Secretaría de Cultura -
Ministerio de Educación**

Mitre 23, Ciudad de Salta
(0387) 421-6285

Secretaría:

Sra. Eleonora Rabinowicz de Ferrer

**Programa de Desarrollo Artesanal -
Secretaría de Cultura**

Caseros 460, Ciudad de Salta
Tel.: (0387) 431-5884 / 431-6042

Fax: (0387) 432-0307 /421-8001

secult@gobiernosalta.gov.ar

Asesora: Lic. María Fernanda Sola

Mercado Artesanal -

Secretaría de Turismo /

Ministerio de la Producción

Avda. San Martín Nº 2555, Ciudad de Salta

Tel.: (0387) 434-2808
Administrador: Sr. Aldo Isidro Rivera

Asociación Salteña de Artesanos
Pje. Daniel Frías 1836 / San Martín 2555,
Ciudad de Salta
Tel.: (0387) 434-5414
Titular: Rubén Erazo
Protesorero: Artesano Carlos Copa

**Fundación para la Integración Federal
(FUNIF Salta)**
Córdoba 134, Salta
Tel./Fax: (0387) 422-7782
funif_salta@arnet.com.ar
www.funif.org.ar
Titular: Susana Canela
Secretario: Marcelo Morales

Fundación Valle Verde
Finca Montenera
Seclantás
C.P. 4414 - Salta
Titular: Oscar Walfrido Aban

**Fundación Siwok -
Artesanías Siwok**
Pje. Adolfo Basso 330
(4400) Ciudad de Salta

Tel./Fax: (0387) +54-387-4395463
Celular: (0387) 155-096482
Representante en Buenos Aires:
David Carr Rollitt - Tel.: +54-11-155-001-6620
siwokba@yahoo.com.ar
pedidos@siwok.com

REINO UNIDO
Siwok UK (Charity)
Sales: Bill Mercer
Tel.: +44 (0) 1280-823955
sales@siwok.org.uk
<http://www.siwok.org.uk>

ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA
Texas - USA:
Mollie Polhemus
info@siwokandmore.com
<http://www.siwokandmore.com>

Northwest - USA:
Pablo Merlo Flores
pablo@teleport.com

New York - USA:
Laura Rozenberg
Tel.: 212-717-4805
info@patagonbird.com
<http://www.patagonbird.com>

LEY Nº 7.237

PROTECCIÓN DE LAS MANIFESTACIONES ARTESANALES Y ARTESANÍAS

Promulgada por Decreto Nº 1.109 del 24/06/03

Sancionada el 05/06/03. B.O. Nº 16.668. Expte. Nº 90-15.097/02

Capítulo I: Protección de las Manifestaciones Artesanales

Art. 1º: Declárase de Interés Provincial las actividades artesanales y las artesanías, como manifestaciones de la identidad provincial y del patrimonio cultural.

Capítulo II: Definición

Art. 2º: A los fines de la presente Ley, se entiende por “Artesanía” a las modalidades de producción consistentes en actividades, destrezas o técnicas empíricas con dinamismo resolutivo y estético, mediante las cuales se obtienen objetivos no industriales a partir de materias primas en su estado natural y/o procesadas industrialmente, elaboradas manualmente y/o con recursos instrumentales en los que la actividad manual sea preponderante, y que expresan las características culturales, individuales o colectivas de sus productores. Se entiende por “Artesano”, a todo aquel trabajador que, de acuerdo a su oficio, sentimiento o ingenio, crea fundamentalmente su obra por medio de la habilidad manual.

Capítulo III: Objeto

Art. 3º: La presente Ley tiene por objeto:

a) Promover la modernización y reestructuración de la actividad artesanal, mejorando sus condiciones de gestión, competitividad y rentabilidad en el mercado.

b) Fomentar el desarrollo de nuevas manifestaciones artesanales.

c) Favorecer la enseñanza que permita la formación de artesanos y el desarrollo de las actividades artesanales.

d) Facilitar la accesibilidad del sector artesano a líneas de crédito preferenciales y/o subvenciones, así como fomentar la implementación de sistemas asociativos.

e) Coordinar las manifestaciones artesanales con los programas turísticos de la Provincia.

Capítulo IV: Autoridad de Aplicación

Art. 4º: Será Autoridad de Aplicación de la presente Ley, la Secretaría de Cultura de la Provincia o el organismo que en el futuro la reemplace.

Art. 5º: La Autoridad de Aplicación calificará a las actividades artesanales y sus artesanías, para que sean consideradas como tales en conformidad con el artículo 2º, dejando constancia fundada de las circunstancias que así lo ameritan.

Art. 6º: La Autoridad de Aplicación tendrá a su cargo la promoción, preservación y desarro-

llo de las actividades artesanales, a través de las siguientes acciones:

a) Capacitar, formar y asistir técnica y legalmente a los artesanos, organizaciones artesanales, organismos provinciales y municipales que así lo requieran.

b) Facilitar a los artesanos y organizaciones artesanales, el acceso a créditos, becas y subsidios destinados a mejorar las condiciones productivas.

c) Fomentar la implementación de sistemas asociativos.

d) Desarrollar estrategias que permitan la conservación de las técnicas artesanales tradicionales propias de la identidad provincial.

e) Promover la exhibición de exposiciones, eventos y certámenes para la divulgación de las artesanías y de la actividad artesanal en los ámbitos provinciales, regionales, nacionales e internacionales.

f) Coordinar acciones de cooperación, asistencia y desarrollo con organizaciones gubernamentales y no gubernamentales provinciales, nacionales e internacionales.

g) Difundir los planes de fomento, programas de formación artesanal, declaraciones de protección singularizada y la regulación de marcas de origen o calificaciones similares que se proyecten.

Capítulo V: Registros

Art. 7º: La Autoridad de Aplicación creará un Registro Provincial de Artesanos, de Organizaciones, Instituciones y Entidades vinculadas a las artesanías y/o a la actividad artesanal.

Art. 8º: La Autoridad de Aplicación celebrará convenios con el Ministerio de la Producción y el Empleo a los efectos de la aplicación de la Ley 7.163.

Capítulo VI: Fondo de Fomento Artesanal

Art. 9º: Créase el Fondo de Fomento Artesanal, el que será gerenciado y administrado por la Autoridad de Aplicación.

Art. 10º: El Fondo de Fomento Artesanal estará integrado por:

a) Los aportes de organismos oficiales y privados, municipales, provinciales, nacionales e internacionales.

b) Todo ingreso que pueda obtener por cualquier título, herencia, legado o donación.

c) Todo otro ingreso no previsto en los incisos anteriores.

Capítulo VII: Cláusulas Generales

Art. 11º: La Autoridad de Aplicación podrá establecer Regiones Artesanales dentro de la Provincia y, por motivos fundados, podrá priorizar la protección de las artesanías o de la actividad artesanal representativas de un determinado territorio o lugar, a los fines de su promoción, difusión y aplicación de la presente Ley.

Art. 12º: Invítase a los Municipios de la Provincia a adherir al régimen establecido por la presente Ley.

Art. 13º: El Poder Ejecutivo de la Provincia reglamentará la presente Ley dentro de los noventa (90) días a partir de su vigencia.

Art. 14º: Comuníquese al Poder Ejecutivo.

Salta, 05 de junio de 2003

LEY Nº 7.163

Promulgada por Decreto Nº 2.430 el 04/12/2001 -

Sancionada el 13/11/2001 - B. O. Nº 16.289 - Expte. Nº 91-10.207/00

El Senado y la Cámara de Diputados de la Provincia, sancionan con fuerza de ley:

Sello de Producto Salteño - Fomento de la Producción Tradicional y Orgánica, Indicaciones de Procedencia y Denominación de Origen

Artículo 1º: Créase el “Sistema Provincial de Certificación de Origen de los Productos Salteños”, que se registrá por la presente ley.

Art. 2º: El sistema instituido otorgará “Sello de Producto Salteño” como garantía del origen en el territorio provincial y calidad de los productos, primarios o elaborados, artesanales o industrializados, que cumplan además con los requisitos que establece la presente Ley y su reglamentación.

Art. 3º: La emisión del “Sello de Producto Salteño”, estará a cargo de la Provincia de Salta, que para ello podrá convenir con las Universidades locales, instituciones y organismos técnicos nacionales o internacionales y asociaciones de productores, los criterios, normas y requerimientos destinados a respaldar y garantizar la producción local de calidad, como medio de apoyo para su inserción en los mercados consumidores como productos diferenciados.

Art. 4º: El “Sello de Producto Salteño” será gratuito y se otorgará por producto a toda persona física o jurídica que cumpla con los requisitos que se establezcan por vía reglamentaria. Quié-

nes hayan accedido a este derecho lo conservarán mientras se ajusten a las normativas en vigencia.

Art. 5º: Todos aquellos productos de origen salteño que dispongan de certificación como productos ecológicos, biológicos u orgánicos y/o indicación de procedencia o denominación de origen aprobada en el marco de la normativa nacional vigente, tendrán derecho a utilizar sin más trámite adicional que su registro a nivel provincial, el “Sello de Producto Salteño”.

Art. 6º: Las personas físicas o jurídicas que hayan obtenido el derecho al uso del “Sello de Producto Salteño”, podrán exhibirlo en sus productos, locales, publicidad y elementos de promoción, mientras se mantenga su vigencia.

Art. 7º: El Poder Ejecutivo Provincial incentivará y promoverá la producción, el agregado de valor, la inserción en el mercado local, la comercialización ventajosa y exportación de todos aquellos productos que dispongan del “Sello de Producto Salteño”, de aquellos que por su vinculación a las características culturales, tradicionales y geográficas de la Provincia y de la Región se constituyan en representativos de la producción salteña y en especial de los productos ecológicos, biológicos u orgánicos con indicación de procedencia o denominación de origen.

A los efectos de la incentivación y promoción dispuesta en el párrafo anterior, el Poder

Ejecutivo Provincial podrá disponer de exenciones y diferimientos impositivos, establecer acuerdos con entidades y empresas certificadoras del origen, calidad y naturaleza de los productos con el objeto de reducir los costos de certificación a los productores y adoptar o inducir la adopción de todas aquellas medidas que contribuyan a facilitar la comercialización en el ámbito nacional e internacional de los productos certificados.

Art. 8º: El Poder Ejecutivo Provincial incentivará y apoyará las iniciativas individuales o colectivas de los productores de la Provincia y de la región, que constituyan los Consejos de Promoción previstos en la Ley Nacional N° 25.380, para la utilización de “Indicaciones de Procedencia” y “Denominaciones de Origen” en la comercialización de productos de origen agrícola y alimentarios, en estado natural, acondicionados o procesados.

Art. 9º: En casos de crisis graves que pongan en peligro la subsistencia de las economías

regionales y/o la generación de mano de obra en las comunidades agrodependientes y a fin de atenuar sus consecuencias sociales, facúltase al Poder Ejecutivo a adoptar medidas extraordinarias de protección a la producción local y al trabajo.

Art. 10º: Será Autoridad de Aplicación de la presente ley el Ministerio de la Producción y el Empleo, a través de la Secretaría de la Producción.

En el plazo de sesenta (60) días a partir de la promulgación de la presente ley, la Autoridad de Aplicación, deberá reglamentarla.

Art. 11º: Invítase a los Municipios a dictar las normas municipales que contribuyan a apoyar los objetivos buscados en esta ley.

Art. 12º: Comuníquese al Poder Ejecutivo.

Dada en la Sala de Sesiones de la Legislatura de la Provincia de Salta, en sesión del día trece del mes de noviembre del año dos mil uno.

LEY Nº 6.373

LEY DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO DEL ABORIGEN

Sanción: 06/06/86 / Promulgación: 16/06/86

CAPÍTULO I - DE LOS OBJETIVOS

Art. 1: Esta ley tiene como objetivos:

a) Promover el desarrollo pleno del Aborigen y de sus comunidades fomentando su integración en la vida provincial y nacional, a partir de sus potencialidades y formas organizativas básicas, respetando sus valores culturales propios.

b) Desterrar la postergación y el marginamiento de sus comunidades, anulando toda forma de explotación y uso de la fuerza y coerción como forma de integración compulsiva, en aras de obtener la plena vigencia de la justicia social con el desempeño protagónico de sus integrantes.

c) Adecuar las políticas en educación, salud, vivienda y seguridad social y económica, destinadas a este sector de la población, tomando en cuenta los objetivos de esta ley.

d) Promover el desarrollo económico-social y cultural, superando la miseria mediante su incorporación en el mercado productivo y de consumo, tomando en consideración sus propios anhelos y necesidades.

CAPÍTULO II - CREACIÓN DEL INSTITUTO PROVINCIAL DEL ABORIGEN

Art. 2: Créase el INSTITUTO PROVINCIAL DEL ABORIGEN como entidad autárquica y descentralizada que se vinculará directamente al Poder Ejecutivo para su funcionamiento. El mismo

ejercerá las facultades que por esta ley se le atribuyen, y las que en su consecuencia se dicten.

Art. 3: El Instituto tendrá su domicilio legal en la ciudad de Tartagal, pudiendo establecer subsedes, delegaciones, agencias o representantes en cualquier lugar de la provincia, del país o del extranjero, constituyendo domicilios especiales en sus casos.

Art. 4: El Instituto tendrá por objeto:

a) Programar, reglamentar, organizar, gestionar y controlar todos los actos que como consecuencia de esta ley se originen y las que tiendan a la consecución de sus objetivos.

b) Disponer, administrar y realizar toda clase de contratos, operaciones y negociaciones que no sean contrarias al objetivo de esta ley.

c) Representar a las comunidades aborígenes y/o a sus integrantes ante entidades privadas o públicas, municipales, provinciales, nacionales o internacionales, en todo acto que se realice en beneficio de los mismos.

d) Coordinar con las distintas áreas del gobierno o privadas en la aplicación y cumplimiento de la presente ley.

SECCIÓN I - DE LA DIRECCIÓN Y ADMINISTRACIÓN DEL INSTITUTO PROVINCIAL DEL ABORIGEN

Art. 5: El INSTITUTO PROVINCIAL DEL ABORIGEN será conducido por un Directorio que estará

integrado por un presidente y 8 (ocho) vocales y durarán en sus funciones dos años, pudiendo ser reelectos.

Art. 6: El presidente y dos vocales serán designados por el Poder Ejecutivo, no así los vocales restantes que serán aborígenes designados por cada grupo étnico mayoritario en asamblea.

Art. 7: Son deberes y atribuciones del Directorio:

a) Proponer al Ejecutivo el presupuesto general de gastos y cálculos de recursos y someter a su consideración la memoria y balance anual.

b) Contratar un cuerpo de asesores profesionales en las áreas sanitarias, educativas, jurídicas, económicas y comunitaria.

c) Designar el personal del Instituto, debiendo darse prioridad a los aborígenes.

d) Aceptar subsidios, donaciones con o sin cargos, y legados. Para aceptar donaciones con cargo, previamente deberá dictaminar Fiscalía de Gobierno.

e) Ejecutar y coordinar con los organismos provinciales competentes, la realización de obras y prestación de servicios.

f) Contraer empréstitos con entidades financieras públicas o privadas, con autorización del Poder Ejecutivo o Legislativo, según corresponda.

g) Aprobar los programas financieros de producción, comercialización y acción social del organismo.

h) Celebrar convenios con organismos internacionales, nacionales, provinciales y municipales que tengan por objeto el cumplimiento de funciones vinculadas al Instituto, sujeto a la aprobación legislativa que corresponda.

i) En general, ejecutar toda clase de actos y celebrar los contratos necesarios o convenientes para el cumplimiento de sus funciones.

j) Dictar su reglamento de funcionamiento.

Art. 8: Son deberes y atribuciones del presidente:

a) Convocar y presidir las reuniones del directorio.

b) Adoptar decisiones respecto de todos los asuntos administrativos y técnicos que fueren de competencia del Directorio cuando razones de urgencia lo exijan, debiendo tener el aval de por lo menos cuatro vocales, y dar cuenta a aquél en la primera reunión que celebre.

c) Ejecutar y controlar el cumplimiento de las resoluciones que adopte el Directorio.

d) Proponer al Directorio la designación, contratación, promoción o remoción del personal.

e) Proponer al Directorio los precios de compra-venta de los distintos bienes de producción del aborigen.

f) Informar al Directorio sobre la marcha de las actividades del Instituto.

g) Intervenir en el manejo de los fondos del Instituto con sujeción a las normas de la presente ley y las que establezca el Directorio, llevando el inventario general de los bienes pertenecientes al Instituto.

h) Proponer al Directorio las operaciones financieras que sean necesarias o convenientes para el cumplimiento de los objetivos del Instituto.

i) Dirigir y ejercer el control del personal de las dependencias y actividades del Instituto.

j) Considerar, analizar y viabilizar las propuestas del consejo consultivo y hacer conocer a éste de los actos que realice.

SECCIÓN II - DEL CONSEJO CONSULTIVO

Art. 9: El consejo consultivo estará compuesto por representantes aborígenes de los dis-

tintos municipios que cuentan con esa población en forma proporcional a la cantidad de habitantes aborígenes que residen en cada uno de ellos y teniendo en cuenta los grupos étnicos.

Art. 10: Tendrá como funciones asesorar, proponer y presentar al Directorio todos los planes, programas e iniciativas que estime convenientes al espíritu de la presente ley.

Art. 11: Analizar y evaluar los actos realizados por el Directorio del Instituto.

Art. 12: Los cargos serán rentados y su designación será por el término de un (1) año, pudiendo ser reelectos.

CAPÍTULO III - DE LA ADJUDICACIÓN DE TIERRAS

Art. 13: El INSTITUTO PROVINCIAL DEL ABORIGEN deberá realizar un relevamiento de los asentamientos aborígenes actuales precisando su ubicación geográfica con la indicación de sus integrantes.

Art. 14: El INSTITUTO PROVINCIAL DEL ABORIGEN realizará todos los trámites necesarios para la adjudicación, explotación y entrega definitiva en propiedad de las tierras públicas y/o privadas, que se expropian para tal fin. Para su cometido, todas las reparticiones del área gubernamental deberán prestar el más amplio apoyo y asistencia.

Art. 15: La entrega en propiedad de los inmuebles se efectuará de acuerdo a la libre determinación de sus integrantes y en las dimensiones que económica y socialmente sean convenientes, para ambos casos la entrega se realizará a título gratuito.

Art. 16: La propiedad comunitaria se establecerá en alguna de las distintas formas societarias que admite la ley, pudiendo los interesados elegir la más conveniente a sus objetivos.

Art. 17: Para la adjudicación en propiedad definitiva de las tierras, ya sean en su asentamiento actual o los casos que impliquen un traslado, deberá hacerse con el consentimiento libre y expreso de la población aborígen involucrada.

Art. 18: A los fines del cumplimiento del artículo precedente, el INSTITUTO PROVINCIAL DEL ABORIGEN deberá implementar el mecanismo de consulta adecuado de común acuerdo con el consejo consultivo.

Art. 19: La Escribanía de Gobierno formalizará los instrumentos traslativos de dominio con la condición de que los inmuebles transferidos deben ser intransferibles a cualquier título, por el término de diez (10) años, desde la escrituración, la que debe realizarse en un plazo no mayor a seis meses de su adjudicación.

Art. 20: Los inmuebles adjudicados en propiedad comunitaria sólo podrán gravarse con consentimiento expreso del consejo consultivo y del INSTITUTO PROVINCIAL DEL ABORIGEN.

CAPÍTULO IV - DEL DESARROLLO ECONÓMICO

Art. 21: El INSTITUTO PROVINCIAL DEL ABORIGEN promoverá el desarrollo económico de los aborígenes mediante el apoyo directo en bienes o servicios a toda la actividad lícita que los mismos realicen. Con tal finalidad incentivará la agricultura, ganadería, pesca, artesanías, manufacturas, etc., mediante la entrega de maquinarias, semillas, herramientas, muebles y

útiles y el equipamiento necesario para las actividades que desarrollen.

Art. 22: El INSTITUTO PROVINCIAL DEL ABORIGEN creará un mercado concentrador de producción aborígen, que deberá tener como forma organizativa la de una sociedad comercial, de economía mixta o federación de cooperativas.

Art. 23: El mercado concentrador tendrá la finalidad de ser entidad intermedia de comercialización de los productos aborígenes, agrícolas, ganaderos, ictícolas, artesanales, manufactureros, preindustriales, de la caza, etc. Además será ente de abastecimiento, distribución y financiación de insumos o mercaderías de consumo, aprovechando las ventajas de la economía de escala.

Art. 24: Asistirá a los aborígenes en los aspectos técnicos para el manejo racional de los recursos disponibles y dará apoyo económico para el mejoramiento de la producción y la comercialización. Realizará la capacitación en artes, oficios, técnicos o profesionales, tomando en cuenta la actividad económica que realiza la comunidad.

Art. 25: Durante un período de diez (10) años a partir de la sanción de la presente ley quedará exenta del pago de impuestos provinciales y/o municipales toda actividad desarrollada por los aborígenes.

Art. 26: Quedan exentas del pago de mensura, amojonamiento, instrumentación de títulos y pago de impuestos por el plazo de diez (10) años las tierras que se adjudiquen a los beneficiarios de esta ley.

Art. 27: La promoción del desarrollo económico se efectuará con la participación activa de todos los integrantes de las comunidades

basadas en el principio de solidaridad social, cuidando que no se impongan formas de producción contrarias a los usos y costumbres de sus miembros.

CAPÍTULO V - DE LA EDUCACIÓN

Art. 28: El INSTITUTO PROVINCIAL DEL ABORIGEN efectuará las coordinaciones necesarias para el logro de los siguientes objetivos:

a) Promover un sistema educativo que beneficie a todos los niveles de la población aborígen estableciendo un vínculo de intercambio cultural, mediante la formulación de bases curriculares adecuadas al contexto cultural regional.

b) Regionalización de la enseñanza, tomando como marco de referencia la cultura del educando para su paulatino acercamiento al contexto cultural global, con la implementación de planes de estudio que correspondan a las características y modalidades de la región.

c) Coordinar con los organismos correspondientes la formación de docentes especializados que procuren la investigación, el desarrollo y la aplicación de tecnologías educativas apropiadas.

d) Solicitar a los niveles que corresponda la implementación de campañas intensivas de educación de adultos, a los efectos de reducir el índice de analfabetismo y promover la educación bilingüe.

e) Facilitar y normar el pase directo de los alumnos de un establecimiento educativo a otro, teniendo en cuenta la característica cultural de seminomadismo, como forma de evitar la repitencia y deserción escolar.

f) Difundir el conocimiento antropológico-social de las culturas aborígenes utilizando los medios masivos de comunicación estatal.

g) Posibilitar, mediante un adecuado sistema de becas, el acceso de educandos de cada

grupo étnico a carreras docentes de nivel secundario, terciario y universitario.

CAPÍTULO VI - DE LA SALUD

Art. 29: El INSTITUTO PROVINCIAL DEL ABORIGEN, en coordinación con los organismos específicos, determinará la obligatoriedad de que todos los profesionales del área sanitaria, médicos, bioquímicos, nutricionistas, enfermeros y otros, que desarrollen sus actividades en zonas de asentamientos aborígenes, tomen previo conocimiento de los aspectos socioculturales de la población bajo su atención.

Art. 30: Se implementarán las coordinaciones y acciones necesarias para:

a) Incrementar la infraestructura existente creando centros sanitarios con atención permanente, para la real cobertura total de la población aborígen.

b) Facilitar el acceso de jóvenes de cada grupo étnico a carreras relacionadas con la salud, medicina, enfermería, nutrición y otras.

c) Implementar un sistema de becas de estudio a efectos de dar cumplimiento a lo establecido en el inciso anterior.

d) Revalorizar culturalmente la “Medicina Empírica” vigente en cada grupo étnico, reconociendo y respetando su aporte en conocimientos, procurando una natural inserción del aborígen en el sistema sanitario.

e) Incorporar representaciones aborígenes en los consejos asesores sanitarios que indica la Ley N° 6.277, con las facultades y obligaciones que indica la misma.

CAPÍTULO VII - DE LAS VIVIENDAS

Art. 31: Los organismos provinciales y/o

nacionales, o cualquier otra institución estatal o privada, que contemple en sus programas la construcción de viviendas destinadas a comunidades aborígenes, deberán realizar las coordinaciones necesarias con el INSTITUTO PROVINCIAL DEL ABORIGEN a efectos de adoptar los proyectos de las viviendas a construir al proceso de cambio en el que se encuentra este sector de la población.

Art. 32: De la totalidad de las viviendas que se construyan en la Provincia, a través de los planes gubernamentales, como mínimo deberá destinarse el cinco por ciento (5 %) de dicho presupuesto hasta cubrir las necesidades habitacionales de este sector de la población.

Art. 33: Todo plan de viviendas a implementarse deberá realizar e interpretar las características socio-culturales de sus destinatarios en lo referente a la vivienda familiar, su uso, dimensiones, uso de espacios abiertos y cerrados, etc., y además se deberá propender a:

a) Fomentar la participación de los adjudicatarios para determinar tipos de viviendas y formas de urbanización adecuados.

b) Implementar planes de viviendas accesibles a los grupos familiares asentados en áreas urbanas, periurbanas y rurales.

c) Fomentar la implementación de sistemas de construcción comunitaria, basados en relación de solidaridad y ayuda mutua.

CAPÍTULO VIII - DE LA SEGURIDAD SOCIAL

Art. 34: El INSTITUTO PROVINCIAL DEL ABORIGEN será ente gestor de todo beneficio previsional o asistencia para aborígenes que establezca la Provincia o la Nación, a cuyo fin podrá firmar convenios con ésta.

Art. 35: La Caja de Previsión Social de la Provincia o del Poder Ejecutivo deberá disponer como mínimo, a los aborígenes, el diez por ciento (10 %) del total de pensiones no contributivas que se otorgue.

Art. 36: El Estado nacional o municipal deberá dar preferencia a la incorporación de personal aborígen en los organismos y reparticiones en las zonas adyacentes a cada comunidad.

CAPÍTULO IX - DE LOS RECURSOS Y PATRIMONIOS

Art. 37: El patrimonio del INSTITUTO PROVINCIAL DEL ABORIGEN estará integrado por:

a) Los bienes inventariados y de propiedad del actual Departamento de Integración del Aborígen.

b) Los demás bienes que se adquieran por compra, permuta, cesión, donaciones o cualquier otra forma jurídica.

c) El dos por ciento (2 %) del total que le corresponde al Gobierno de la Provincia en concepto de regalías petrolíferas que perciba de la Nación.

Art. 38: El INSTITUTO PROVINCIAL DEL ABORIGEN administrará los créditos especiales que el Banco Provincial de Salta deberá disponer para fomentar la producción y consumo personal. Con tal finalidad deberá asignarse como mínimo el uno por ciento (1 %) del total del crédito que otorgue el banco por cualquier concepto.

Art. 39: El Poder Ejecutivo reglamentará la presente ley a la que se adherirán las respectivas municipalidades, con comunidades aborígenes mediante convenios.

CAPÍTULO X - DISPOSICIÓN TRANSITORIA

Art. 40: Facúltase al Poder Ejecutivo a mantener en funcionamiento el actual Departamento de Integración del Aborígen dependiente de la Dirección de Promoción Social de la Secretaría de Estado de Seguridad Social del Ministerio de Bienestar Social, con el objetivo de organizar el Congreso Aborígen que elegirá los representantes necesarios para la conformación de los consejos creados por la presente.

Art. 41: Comuníquese, etc.

PROVINCIA DE TUCUMÁN

I. INTRODUCCIÓN

En Tucumán el sector artesanal tiene cierto desarrollo a pesar de no recibir prácticamente ningún tipo de apoyo por parte del estado provincial.

Podría decirse que actualmente no hay una política de artesanías en Tucumán. De hecho, es la única provincia del país que no tiene representante ante el MATRA y no cuenta con una representatividad orgánica institucional que trabaje en favor del área artesanal exclusivamente.

El área del sector público vinculada con esta actividad es la Secretaría de Turismo, de la que depende el Mercado Artesanal de Tucumán.

Se entrevistó al administrador del Mercado Artesanal provincial, licenciado Dardo Marcelo Caillou, al representante de la Secretaría de Turismo de Tafí del Valle y al jefe del Área Arte y Producción de la Secretaría de Cultura de la Municipalidad de Monteros.

En el sector no oficial, se visitaron las cooperativas Manos Argentinas y La Montaña, de

San Miguel de Tucumán, y la Cooperativa de Tejedoras Unión Diaguita, de Tafí del Valle.

Se carece de proyectos a corto y largo plazo tanto desde el sector público como desde el ámbito privado para revertir la deplorable situación en que se encuentra el rubro artesanal en Tucumán.

A continuación se presenta una caracterización del sector artesanal de la provincia, realizado a partir de información relevada a través de material bibliográfico y documental y de las entrevistas logradas durante el trabajo de campo a los distintos actores vinculados con el sector artesanal –funcionarios del sector público, Organizaciones No Gubernamentales, asociaciones de artesanos, artesanos, comerciantes y consumidores–.

En el mapa de la página 184 se presenta la localización de las instituciones públicas y privadas vinculadas con el sector artesanal y visualizar la distribución de los principales rubros artesanales en el territorio provincial.

II. ASPECTOS INSTITUCIONALES

El organismo del sector público provincial que tiene mayor vinculación con el sector artesanal es la Secretaría de Turismo, de la que depende el Mercado Artesanal de Tucumán. En menor medida tienen alguna injerencia la Secretaría de Cultura, que incide en la conservación de las técnicas tradicionales, y la Secretaría de Bienestar Social que maneja los planes sociales, pero ninguna de estas áreas cuenta con responsables en la temática artesanal.

MERCADO ARTESANAL DE TUCUMÁN - SECRETARÍA DE ESTADO DE TURISMO

La Secretaría de Turismo depende del Ministerio de Desarrollo Productivo de la provincia y su jefe de Prensa y Difusión, señor Dardo Marcelo Caillou, es a la vez el administrador del Mercado Artesanal.

Esta doble función responde a lo establecido en la única ley específica con que cuenta la provincia respecto del sector artesanal: Ley N° 5.149 del año 80, que crea el Mercado Artesanal de Tucumán “como organismo descentralizado en dependencia de la Secretaría de Estado de Turismo, con la misión de relevar, proteger y promocionar el patrimonio de las artesanías tradicionales”. Fue reglamentada a través del Decreto N° 2.526 del mismo año, y desde entonces no ha tenido actualizaciones ni modificaciones.

La Ley establecía que el Directorio del Mercado Artesanal estaría a cargo de una Comisión honoraria integrada por un representante de las secretarías de Estado de Turismo,

Bienestar Social y Cultura, y su administrador se elegiría entre los funcionarios jerárquicos de dichos organismos, a propuesta de la Secretaría de Turismo.

La Provincia aportaría el inmueble y el capital inicial para su funcionamiento¹ y se asignaban al Mercado Artesanal las siguientes funciones:

- a) Otorgar certificados de autenticidad a las piezas artesanales.
- b) Relevar el patrimonio artesanal provincial.
- c) Informar a las entidades de crédito que lo requieran sobre el movimiento económico de cada artesano dentro del mercado.
- d) Organizar exposiciones y ferias.
- e) Auspiciar la investigación y fomento de las artesanías.
- f) Estudiar y proponer los sistemas de asistencia y previsión social de los artesanos.
- g) Realizar la comercialización de artesanías tradicionales de la Provincia, adquiriéndolas para ello directamente de los artesanos conforme con las pautas que se fijen por vía reglamentaria.
- h) Efectuar las compras y distribución de materia prima para la elaboración de las piezas de acuerdo con lo que fije la reglamentación.

Establecía que el Mercado Artesanal se

financiaría con el capital inicial aportado y el resultado de la comercialización de las artesanías, y eximía las operaciones de compra y comercialización de las artesanías y materias primas (incisos g y h) del cumplimiento de la ley de contabilidad de la provincia.

De acuerdo con el funcionario entrevistado, que lleva treinta años en el cargo y confeccionó un Atlas de Artesanías de la provincia, la Ley casi no se aplica y no existe actualmente una política provincial respecto del sector artesanal. Vale resaltar que el director del MATRA coincide con esta apreciación.

El Mercado funciona en la calle 24 de Septiembre, frente a la Plaza Independencia. La Provincia provee la infraestructura para su funcionamiento (salón para la exposición y ventas de artesanías) y el personal con que cuenta (cuatro personas). Tiene autonomía para diseñar políticas en el marco del Directorio *ad honorem* y no tiene presupuesto asignado. Se autofinancia con la compra-venta de artesanías.

Principales líneas de acción

Las acciones más importantes que realiza el Mercado Artesanal en la actualidad son:

- Compra-venta de productos artesanales en el mismo Mercado.
- Otorgamiento de préstamos para la compra de materias primas.
- Acciones de capacitación, que el funcionario entrevistado considera deberían reforzarse.
- Eventualmente realizan acciones de promoción y difusión a través de la organización de ferias y el otorgamiento de subsidios para la concurrencia de artesanos a ferias y exposiciones.

- Aunque no actualizan el registro de artesanos, estiman que hay entre 500 y 800 artesanos tradicionales trabajando en la provincia, sobre todo en las localidades de los Valles Calchaquies, San Pedro de Colalao, Burruyacú, Monteros y Famaillá.

- Los municipios que desarrollan acciones en materia artesanal lo hacen por propia iniciativa y eventualmente cuentan con apoyo del gobierno provincial para la realización de eventos. Los más destacados son: Amaicha del Valle, Quilmes, Colalao del Valle, Taquí del Valle y Simoca.

- No se detectó articulación o coordinación de acciones con Organizaciones No Gubernamentales ni con la Casa de la Provincia de Tucumán en Buenos Aires.

SECRETARÍA DE TURISMO DEL MUNICIPIO DE TAFÍ DEL VALLE

El representante de la Secretaría de Turismo en Taquí del Valle –señor Daniel Carrazano– sostiene que la provincia no cuenta con una política de apoyo y fomento de las artesanías ya que no llevan registro de artesanías ni de artesanos, no se realiza certificación de calidad o procedencia ni tienen catálogos. Asimismo señala que los subsidios de la Secretaría de Turismo no llegan a la comunidad de Taquí y que los artesanos no cuentan con una política asistencial o previsional. Sin embargo, rescata que la Secretaría de Turismo compra y comercializa artesanías de todas las localidades de la provincia.

El Municipio organiza ferias y eventos, brinda capacitación a los artesanos y también realiza acciones de promoción y difusión de sus artesanías.

No cuenta con relevamiento o registro

de artesanos, por lo que no puede precisar cuántos hay o los rubros en los que están trabajando.

En términos de articulación, mantiene una relación directa con el Municipio de Amaicha del Valle para la organización conjunta de ferias artesanales, y también se vincula sin intermediaciones con la Casa de la Provincia de Tucumán en Buenos Aires.

Considera que la producción artesanal es estacional y complementaria y en general se da en forma aislada, a excepción de los artesanos que participan de la Cooperativa Unión Diaguita Calchaquí, donde también se comercializan artesanías.

Sostiene que la producción artesanal de la zona podría incrementarse y lograr mayor regularidad si se apoyara a los artesanos con materia prima, aportes en infraestructura, herramientas y planes de comercialización.

MUNICIPALIDAD DE MONTEROS - DIRECCIÓN DE CULTURA - ÁREA ARTE Y PRODUCCIÓN

La directora de Cultura del municipio es la señora Verónica Corrotto de Mansilla y el jefe de área es el señor Walter Espeche (profesor de Artes Plásticas) que tiene un año de antigüedad en el cargo.

El área tiene una planta de cinco personas y 23 empleados del Plan Jefas y Jefes de Hogar Desocupados.

Entre las artesanías de mayor reconocimiento social en Monteros destacan las siguientes: en tejidos, la randa (encaje de red labrado o bordado a la aguja); en fibra vegetal (liana), la cestería; en asta, cuchillos con cabo de asta y otros objetos. La artesanía símbolo del lugar es la randa, que el municipio obsequia a todos los visitantes.

Las acciones que desarrollan con respecto a las artesanías son:

- Organización de ferias y eventos.
- Registro de artesanías.
- Capacitación para artesanos (curso sobre ventas y talleres de tejidos).
- Presentación de solicitudes de financiamiento al Programa Manos a la Obra (que se encuentran en trámite en el momento de esta investigación).

En agosto de 2004 hicieron una Feria de Artesanías y están planificando para el 40º aniversario del municipio en 2005, un evento que tendrá como objetivo el rescate de los artesanos y revalorización de las artesanías.

El funcionario entrevistado considera que la principal dificultad para el desarrollo del área es la falta de recursos económicos, aunque eventualmente cuentan con apoyo de la intendencia y del gobierno provincial (sobre todo para la organización de eventos). Sin embargo, con esas restricciones, el área tiene autonomía para el diseño de políticas y progresivamente se le está dando mayor importancia a las artesanías de la localidad.

El señor Espeche tomó la iniciativa de invitar a las intendencias de Concepción y Aguilar a realizar acciones conjuntas tendientes a revalorizar las artesanías en el marco de una estrategia microrregional y, en el mismo sentido, ha recibido invitaciones para participar de las ferias de artesanos de Simoca.

Sostiene que la provincia debería apoyar la creación de espacios públicos con infraestructura y equipamiento para las manifestaciones artísticas y culturales del pueblo. Han recibido apoyo de organismos privados (Comercio Castillo, Banco Empresario, Banco Nación) para la realización de diversos eventos culturales (música y canto, presencia en el municipio de la orquesta sinfónica de la provincia y el coro de la provincia, exposición y muestra de dibujos, pintura, teatro, entre otros) que en algún caso incluyeron artesanías.

No tiene relación alguna con la Casa de la Provincia de Tucumán en Buenos Aires, ni tiene conocimiento sobre ONGs que estén apoyando a los artesanos en el distrito municipal. Sabe que existe una asociación de artesanos pero no participó en actividades organizadas por la Municipalidad.

Considera que la producción artesanal tiene importantes fluctuaciones y que los factores que pueden contribuir a una producción más regular serían: contar con un espacio físico para la venta y exposición de artesanías y lograr continuidad en la organización de la feria artesanal. Afirma que se debería revalorizar la artesanía en todos sus rubros porque es una salida laboral no explotada, y que en los puntos de atracción turística que tiene Monteros (cuatro ríos con playas en el acceso sur) pueden organizarse paseos para los visitantes que se constituyan en espacios de oferta estacional de artesanías.

CASA DE LA PROVINCIA DE TUCUMÁN EN BUENOS AIRES

La Casa estuvo en remodelación durante el año 2004. Se entrevistó a la encargada de Turismo que estaba realizando, por cuenta propia, contactos con artesanos de Amaicha del Valle para que expusieran algunos de sus trabajos². En el momento de la visita no había artesanías para la venta³ y, ante la consulta, señaló que no sabía si más adelante se podrían conseguir allí artesanías de la provincia.

Aun cuando el administrador del Mercado Artesanal sostiene que no mantienen relación con la Casa de la Provincia de Tucumán en Buenos Aires, la entrevistada señaló que tienen un convenio con la Secretaría de Turismo provincial y mantienen vínculos con el Mercado Artesanal que les hace llegar folletería para que distribuyan.

III. ASOCIACIONES DE ARTESANOS Y ONGs

COOPERATIVA DE PROVISIÓN DE SERVICIOS PARA ARTESANOS MANOS ARGENTINAS - SAN MIGUEL DE TUCUMÁN

La Cooperativa esta inscripta en el INAES y también tiene personería jurídica provincial del año 2002. Tiene alcance local, pero es filial de una organización nacional, Manos Argentinas. Su presidenta, es la señora Liliana Juárez, que tiene dos años de antigüedad en el cargo.

Sus miembros son artesanos aborígenes rurales (de las comunidades wichi de Tartagal y Embarcación) y artesanos urbanos, principalmente mujeres y hombres jóvenes. Trabajan en los siguientes rubros: maderas, metal-alpaca, huesos, cerámica, material reciclado, tejido en telar y en dos agujas, prendas artesanales con tela tejida en telar de diseño exclusivo.

Las actividades que desarrolla la Cooperativa son de asistencia técnica, promoción, difusión y, en pequeña escala, venta de productos.

Solamente cuenta con el registro de asociados en la Cooperativa. No participa en redes, no tiene acuerdos ni convenios con el gobierno nacional, provincial o municipal ni con otras fundaciones o empresas.

Ejecutó un proyecto de infraestructura y equipamiento para la construcción de un "local comercial" para la exposición y venta de artesanías que involucró a treinta artesanos. El local está funcionando en la calle Crisóstomo Álvarez N° 451, en la Galería de Artesanías.

No ha recibido ningún apoyo para la exportación de artesanías pero sostiene que no hay cantidad suficiente de piezas para satisfacer la demanda externa.

COOPERATIVA DE TEJEDORAS UNIÓN DIAGUITA - TAFÍ DEL VALLE

Esta cooperativa de mujeres tejedoras cuenta con personería jurídica del año 2004 y tiene alcance local.

Sus asociadas son artesanas aborígenes rurales, a las que brinda servicios de capacitación y el espacio para la venta, a través de un acuerdo con el gobierno de la provincia para el alquiler del local de exposición y venta de tejidos hasta fin del año 2004.

No posee proyectos en ejecución, ni tampoco ejecutados. Su principal objetivo es la gestión de un subsidio –que se encuentra en trámite– para el teñido natural e hilado de lanas, en el marco del Programa Manos a la Obra del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación.

COMPLEJO CULTURAL PACHAMAMA

En la localidad de Amaicha del Valle, sitio de comunidades indígenas, el artesano Héctor Cruz instaló un centro artesanal desde el cual surgen importantes expresiones de la tejeduría, cerámica negra y otras manifestaciones culturales. Allí ha nucleado a un grupo de artesanos (tejedores, alfaretos, talladores, etc.) que exponen y venden piezas.

Este sitio es un complejo que involucra un gran museo arqueológico-antropológico dotado de un área de geología y paleontología, pero en el que se destaca especialmente una colección de tapices y esculturas del artista Héctor Cruz.

En el museo también se pueden apreciar algunas figuras trabajadas sobre la piedra o el metal: esculturas de motivos indígenas que recrean la cultura aborígen.

Al oeste de Amaicha del Valle, se encuentran las Sierras de Quilmes, donde se ubicaba el mayor asentamiento indígena precolombino en territorio argentino. Allí se elevan las famosas Ruinas de los Quilmes, uno de los máximos yacimientos arqueológicos del país. Los indios quil-

mes resistieron la conquista y fueron trasladados, a mediados del siglo XVII, al sur de la provincia de Buenos Aires. Sin embargo dejaron allí un importante patrimonio cultural que fue rescatado por iniciativa de la Universidad Nacional de Tucumán y el gobierno provincial. Al pie de las ruinas se ubica un hotel, un museo y una tienda de artesanías que fueron también creados por Héctor Cruz. En el museo y tienda se comercializan todas las artesanías de la región.

IV. ARTESANOS

Como se ha dicho, de acuerdo con el administrador del Mercado Artesanal provincial, habría en la actualidad entre 500 y 800 artesanos tradicionales trabajando en la provincia de Tucumán.

En la *ciudad capital* se encuentra la mayor cantidad de artesanos de todos los rubros: cerámica, madera, cuero, metal y tejido. Desde allí se aprovisiona no sólo a la capital sino también a varias zonas de la provincia.

Tafí del Valle es el principal centro turístico de la provincia y la localidad donde se concentra el mayor número de artesanos después de San Miguel de Tucumán.

El funcionario entrevistado señaló que en Tafí el sector artesanal está creciendo al ritmo del importante aumento del turismo y se están realizando talleres de capacitación orientados a satisfacer los requerimientos de los visitantes que son los principales demandantes de artesanías. También se están produciendo reuniones entre los encargados de las áreas de Cultura y Turismo de Amaicha del Valle, Colalao del Valle y demás comunidades del Valle Calchaquí para tratar de

crear una denominación de origen de los productos que se realizan en la provincia y lograr la homogeneidad del Valle en cuanto a cartelería, información turística y artesanías.

Otra área de concentración de artesanos es la *Zona Sur* (Monteros, Santa Lucía, Acheral, Concepción, etc.), que provee de “randas” a toda la provincia. Como se señaló, la randa es un tejido introducido por las damas castellanas en la época de la fundación de la ciudad de San Miguel de Tucumán.

Santa María (ciudad de la Provincia de Catamarca lindera con Tucumán) forma parte del mismo circuito económico, geográfico, cultural y artesanal, por lo que se transformó también en proveedora de tejidos para todo el Valle Calchaquí, Amaicha del Valle, Tafí del Valle, El Mollar y San Miguel de Tucumán, llegando hasta las Termas de Río Hondo (Santiago del Estero). Santa María es, de alguna forma, la última ciudad del corredor turístico de los Valles Calchaquíes (ruta 49) que comienzan en Cachi, Provincia de Salta.

V. ASPECTOS ECONÓMICOS DE LA PRODUCCIÓN ARTESANAL

En el siguiente cuadro se sintetizan los principales rubros y productos artesanales de la provincia, que luego se presentan con mayor detalle.

Tipo de artesanía	Producto	Localización	Comunidad	Cantidad de artesanos (estimada)
1º Tejido	Mantas, ponchos, prendas de lana, randas	Los Zazos, Taí, el Mollar y Amaicha, Quilmes, Monteros, San Miguel de Tucumán	Calchaquí	160
2º Cuero y talabartería	Billeteras, cintos, carteras, monederos, trenzado de riendas, cabezadas, cinchas y fustas	Zonas ganaderas, Simoca, Trancas, San Miguel de Tucumán	Criolla	40
3º Alfarería	Máscaras, jarrones, cuencos, platos, piezas utilitarias y de ornamentación	Los Zazos, Amaicha, Quilmes, San Miguel de Tucumán	Calchaquí y criolla	140
Cestería	Pantallas, canastos, esteras	Amaicha del Valle, Los Puestos, Pampa Mayo y Departamento Capital	Calchaquí y otras	30
Platería	Jarros, mates, bombillas, cabos y vainas de cuchillos	San Miguel de Tucumán, Taí del Valle	Criolla	15
Asta y hueso	Utensilios de uso doméstico y elementos de ornamentación	San Miguel de Tucumán	Criolla	9
Madera	Morteros, bateas, catres, bastos de aperos	San Miguel de Tucumán	Criolla y mestiza	35

Fuente: Elaboración propia sobre la base de entrevistas con funcionarios y material informativo del Mercado Artesanal.

A continuación se describen las principales características de los distintos rubros artesanales que se practican en la provincia, incluyendo para cada uno de ellos los materiales que se utilizan, las técnicas que se aplican y los productos logrados.

Tejidos

Las artesanías textiles son realizadas con lana de oveja, pelo de llama, guanaco, alpaca y vicuña. Los tejidos con lana de vicuña son de gran calidad aunque su producción es cada vez menor a causa de la paulatina extinción de los mencionados animales. Sin embargo, existe hoy en la región un programa de recuperación de las vicuñas y otros camélidos que ha dado importantes resultados y permite la provisión de esta preciada lana a las tejedoras tradicionales.

Los tintes, originalmente procedentes de la flora autóctona, en la actualidad suelen ser reemplazados por anilinas industriales.

Como productos se destacan:

- El poncho tucumano: la mayor producción procede de la zona de los valles (Tafi del Valle y Amaicha del Valle). Su tejido es de una consistencia especial que permite usarlo para protegerse de lluvias y nevadas.

- Las mantas, que son tejidas en telar con diseños que incluyen motivos florales, listados geométricos.

- La randa, sutil encaje de hilo labrado o bordado a la aguja, es la artesanía más característica de Tucumán, y no se encuentra en otras provincias. En este material se confeccionan piezas de ornamentación (camino de mesa, carpetas, ornamentos religiosos) y vestimenta (cuellos, puntillas, pañuelitos, baberos, etc.). La técnica proviene de España y fue mantenida a través de las generaciones desde el siglo XVIII, sobre todo

en el sur, zona de asentamiento más antiguo en la provincia. La mayor concentración de randas se encuentra en El Cercado, pequeña población cerca de Monteros. Se pueden admirar ejemplares en el Museo Folclórico Provincial y, como se dijo, la Municipalidad de Monteros la considera artesanía símbolo del lugar y la obsequia a sus visitantes.

Resulta interesante señalar que el abastecimiento de tejidos para todo el Valle Calchaquí es realizado desde la localidad de Santa María, Catamarca, tanto de productos realizados en dos y cinco agujas (gorros, bufandas, guantes, chalecos), como en telar (puyos, chales, mantas, frazadas, ponchos y triángulos).

Cuero

Este rubro está ligado a las zonas ganaderas, donde expertos artesanos trenzan lazos de diferentes tipos: riendas, cabezadas, cinchas, fustas, vainas, pencas, pellones y torcidos.

El origen de la talabartería se remonta a la primera mitad del siglo XIX. Las localidades en que se desarrolla principalmente esta actividad son Monteros, Simoca, Anfama, Villa Benjamín, Aráoz, San Pedro de Colalao y Lamadrid. Los productos tucumanos, como las suelas coloradas o negras combinadas ocasionalmente con cuero crudo, se distinguen del resto del país por sus trabajos de repujado y cincelado.

Alfarería

Esta actividad artesanal conserva técnicas indígenas (modelado directo y chorizo o rodete) y, en muchos casos, es transmitida de padres a hijos. Por lo general los artesanos trabajan en talleres propios, solos o con ayuda familiar.

La materia prima principal (arcilla) es extraí-

da de vetas naturales. Los demás insumos que se utilizan se adquieren en negocios del ramo.

Los principales productos en este rubro son: máscaras, jarrones, piezas de ornamentación y utilitarios como cuencos, fuentes, platos y vasos realizados en alfarería y cerámica.

Los artesanos prefieren vender sus productos por piezas en la Feria del Indio, que realizan artesanos de la zona en un parador que se encuentra en el camino a Tañi del Valle (Ruta provincial N° 307, entre las localidades de Acherai y El Mollar), prácticamente a mitad de la cuesta hacia las cumbres calchaquíes. En dicho parador se encuentra el Monumento al Indio, donde automóviles privados, colectivos y algunos tours paran para ver el espectáculo natural y allí un grupo de artesanos de la zona armaron una feria de puestos precarios que ellos mismos mantienen, sin apoyo del gobierno provincial o municipal.

Platería

El antecedente histórico de los artesanos actuales lo constituyeron los llegados desde el Perú a la Gobernación de Tucumán. Los artesanos que aún conservan la técnica tradicional del trabajo de la plata pueden ser encontrados en los departamentos Capital, Monteros, Concepción, Anfama, Medina y Amaicha del Valle.

Los principales productos en este rubro son: jarros, mates, bombillas, cabos y vainas de cuchillo, enchapado de monturas, riendas o cabezadas.

Madera

La riqueza forestal de la provincia otorgó fama a la producción artesanal de la madera. Entre las construcciones más importantes realizadas con madera se encuentran las carretas uti-

lizadas en el país durante el siglo XVII, los trapiches necesarios para los ingenios, instrumentos musicales, calabazas pirograbadas y otros objetos. Actualmente, los artesanos dedicados a estos rubros producen morteros, bateas, catres, palas para barrer hornos y bastos de aperos, entre otros productos.

Piedra

De este rubro artesanal surgen productos de lapidado en piedras de rodocrocita, lapizlázuli, ortiz, etc., tanto de uso decorativo, como de uso personal (dijes, gargantillas y puntas de flecha).

Cestería

Los artesanos de las zonas de Amaicha del Valle, Los Puestos, Pampa Mayo y Departamento Capital realizan pantallas, canastos y esteras con material proveniente de totoras, poleo, palma, paja colorada y caña hueca. Los sistemas de tejido incluyen el apareado, espiral, aduja o ajedrez.

Asta

La artesanía del asta es una de las más antiguas. Con asta y hueso se realizan múltiples utensilios de uso doméstico así como elementos de ornamentación.

ENTREVISTAS A ARTESANOS

Con la finalidad de ahondar en el conocimiento de las características económicas del trabajo artesanal, se realizaron seis entrevistas en profundidad a diferentes artesanos⁴. Al respecto, las principales **conclusiones** generales indican:

- El **perfil** de los entrevistados se refiere a población criolla residente en zonas urbanas. En todos los casos tienen algún grado de escolarización secundaria como nivel mínimo de educación.

- La mayoría de los artesanos entrevistados trabaja en taller propio, en su casa, algunos con ayuda familiar. Consideran su oficio como una actividad exclusiva que constituye la **principal fuente de sus ingresos**; cobran sus trabajos por pieza y calculan que reciben un precio adecuado por ellas.

- Consultados acerca del **aprendizaje del oficio**, la mayoría declara haberlo hecho desde niños o adolescentes y dentro del círculo familiar. A excepción del artesano platero, los demás nunca han recibido capacitación formal en el tema, sin embargo aparece avidez por hacerlo.

- Con respecto a las **variables de producción**, a continuación se comentan algunas especificidades obtenidas de las entrevistas:

- ✓ En cuanto a las **materias primas**, las mismas tienen un costo monetario que los artesanos tienen incorporado en sus informales sistemas de gestión financiero-económica y que, sumado al tiempo que dedican a cada pieza, luego incorporan al precio de venta, con lo cual logran recuperar sus costos.

- ✓ En lo que se refiere al **tiempo** que les lleva elaborar sus productos, se puede mencionar:

La confección de randas insume, según el producto, entre 10 días (pañuelitos) y 40 días (camino de mesa).

La confección del poncho está en el orden de 15 a 20 días con el preparado de lanas hiladas y teñidas de oveja. Sus precios difieren según las

guardas tejidas en el poncho, casi siempre depende del color distinto al conjunto (negro sobre blanco, etcétera).

Los cuencos de cerámica pueden llevar un día.

Dependiendo de su tamaño, se logran alrededor de 30 piezas de metal por mes (aproximadamente 20 kilogramos).

- ✓ El **abastecimiento**: El *bilo* para las randas es abastecido por mercerías locales a un costo de 4,80 pesos el ovillo.

La *lana* de oveja y de llama se adquiere en localidades de la zona (por ejemplo, los artesanos de Tafí del Valle compran lana de llama en Santa María y de oveja en Tafí) a un costo aproximado de 40 a 55 pesos el kilogramo la de llama y la de oveja entre 18 y 25 pesos el kilogramo.

De *plata, oro y alpaca*, para las actividades en metales, se proveen en Buenos Aires. El kilogramo de alpaca o plata 900 de México se adquiere en Buenos Aires a un precio aproximado, según el valor del dólar, de entre 600 y 800 pesos los 1.000 gramos de plata buena. El precio del gramo de oro de 18 kilates es de unos 37 pesos según su cotización⁵.

En cuanto a las materias primas utilizadas para los trabajos en *madera, arcilla y cestería*, algunos artesanos tienen acceso a la recolección gratuita y otros las adquieren.

- ✓ En lo que respecta a las inversiones en herramientas que deben realizar para trabajar en estos rubros, algunos artesanos manifiestan que no renuevan sus herramientas de trabajo artesanal y algunos fabrican sus propios elementos para cumplir con el diseño de sus productos.

- Finalmente, se investigó sobre las **alternativas de comercialización** que maneja este grupo de artesanos entrevistados, logrando las siguientes respuestas:

✓ El sistema de canje de artesanías es solamente utilizado por dos de los entrevistados que las intercambian por otras a otros artesanos y ocasionalmente por diferentes productos en almacenes de la zona.

✓ A excepción del artesano de la piedra (que trabaja para intermediarios y comercios), todos venden en forma directa a particulares en sus propios talleres. Algunos han comercializado sus productos a otras provincias (Córdoba y Buenos Aires) y el platero tuvo una experiencia de exportación a Alemania y España, a través de una fundación.

ENTREVISTAS A CONSUMIDORES

La investigación sobre las preferencias de los consumidores de artesanías tucumanas se basará sobre las siete entrevistas realizadas a compradores de las mismas localizados en distintos puntos de la ciudad capital.

Las principales **conclusiones** indican:

- Todos los entrevistados eran de nacionalidad argentina, cuatro turistas de otras provincias, y el resto residentes en la ciudad de Tucumán. Al momento de las consultas, todos habían comprado alguna artesanía o pensaban hacerlo.

- Los **productos** adquiridos por los entrevistados no fueron artesanías del tipo tradicional, eje de este estudio, sino piezas de recuerdo (Casas de Tucumán en madera y cerámica), de *bijouterie* (aros y llaveros) y alimentos (alfajores, vinos).

- Los **valores** de las compras concretadas se ubican entre los 15 y los 20 pesos y la proyección de gastos, a través de las respuestas al interrogante acerca de si comprarían más artesanías,

indica una intención de gastos promedio de 50 pesos.

- Finalmente, y en cuanto al **perfil de consumidores**, se entrevistaron tres mujeres y cuatro hombres, de entre 25 y 45 años.

COMERCIALIZACIÓN

A modo de apreciación general, puede decirse que las artesanías de origen tucumano tienen una escasa participación en los segmentos de mercado, y es variable de acuerdo con el rubro que se trate. En los lugares de mayor atracción turística, como el circuito de los Valles Calchaquíes, Tañi del Valle y Amaicha del Valle, existen comercios de artículos regionales en los que se ofrecen artesanías provenientes de otras provincias: los textiles provienen de Catamarca, mucha platería de la Provincia de Buenos Aires, y la *bijouterie* y las piezas de alfarería y cerámica de Córdoba. Es decir que tienen proveedores que no son precisamente artesanos locales.

A continuación, se presenta una breve descripción de algunas características comerciales locales:

- La Municipalidad de San Miguel de Tucumán organiza, junto con los vecinos de la zona, una Feria Artesanal en la Plaza Alberdi –que se encuentra en las inmediaciones de la estación de trenes– que cuenta con cuarenta artesanos permanentes. Se están gestionando más puestos por la gran demanda por parte de otros artesanos.

- En los Valles Calchaquíes en las localidades del Mollar, los Zazos, Amaicha, La Ovejera y Tañi del Valle, aparecen artesanos productores y otros que no lo son. De los artesanos locales son muy pocos los que venden sostenidamente sus productos a los comercios revendedores,

muchos mantienen sus puestos en algunos puntos del circuito turístico como el Monumento al Indio, o en otros parajes sobre la ruta hacia Amaicha del Valle.

- En la feria de los domingos de Simoca se encuentran algunas artesanías de cuero para uso rural, como arneses para caballo de trabajo, y también a los artesanos constructores de sulkis livianos con asientos para dos personas y ruedas de 1,5 metros de diámetro, con rayos de hierros y una banda rodante de caucho de 3 centímetros de espesor. Estos sulkis tienen trabajo en hierro, en madera, en pintura-fileteado y en cuero para los elementos del tiro del caballo.

ENTREVISTAS A COMERCIANTES

Se realizaron seis entrevistas en comercios de ventas de artesanías y productos regionales, una en Tafí del Valle y el resto en la ciudad de San Miguel de Tucumán. En general, todos los comercios ofrecen una mezcla de artesanías, alimentos y productos regionales, están ubicados en locales a la calle y cuentan con exposiciones en vitrinas o paneles.

Las principales **conclusiones** indican:

- Los puntos de venta final en que se realizaron las entrevistas, tienen mucha antigüedad en el rubro (el promedio supera los dieciséis años) y las personas que los atienden demuestran poseer conocimientos sobre las características de las artesanías, sus orígenes, materias primas y procesos de elaboración

- La procedencia de las artesanías ofrecidas al público es tanto urbana como de otras localidades de la provincia (Tafí del Valle y Amaicha del Valle), de otras provincias de la región (Salta, Jujuy y Catamarca), y del país (Córdoba, Buenos Aires y Santa Fe).

- Las consultas referidas a las formas y canales de abastecimiento indican que las artesanías locales son principalmente adquiridas directamente a los artesanos (a quienes prefieren comprarles porque ofrecen mejores precios), mientras que el resto de los productos los reciben de intermediarios que se acercan a ofertarlos. En todos los casos pagan al contado. Dicen tener un abastecimiento regular y sin dificultades, salvo un caso que manifiesta que le resulta difícil conseguir artesanías de buena calidad, sobre todo aquellas que insumen mucho tiempo en su elaboración.

- Las relaciones comerciales son interpersonales y no se detectaron contratos formalizados.

- En cuanto al margen de ganancias, depende de los productos y de que la venta se realice en temporada alta o baja. En términos generales, los productos de cada rubro pueden tener una tasa de recarga de entre el 47 y el 97 por ciento.

- Como productos de mayor demanda, de acuerdo con el criterio de los comerciantes, aparecen los anillos y aros de metal, a causa de que están de moda, y tejidos, por su facilidad de transporte.

- Finalmente, se solicitó a estos entrevistados algunos comentarios acerca de los conocimientos de sus clientes sobre artesanías y respecto de las preferencias de los mismos; también se les pidió que ofrecieran algunas sugerencias que, de acuerdo con su visión, permitirían aumentar las ventas. A continuación se presenta una síntesis de las opiniones de los entrevistados en cada local:

Comercio Manu: El entrevistado sugirió que para los productos que no se venden o de poca salida se organicen ofertas. Considera que

los productos que deberían aumentar su presencia en los mercados son la ropa, indumentaria, accesorios y cerámica.

Plaza de Almas: Consideran que las preferencias de los turistas extranjeros son los tejidos y las cerámicas. Sostienen que debería haber mayor producción de cerámica utilitaria.

Tinku Huasi (Tafi del Valle): Cree que deberían incrementar su presencia en el mercado todos los artículos que tengan originalidad, personalidad, calidad y representen la cultura del lugar.

Regionales Gloria: La entrevistada manifiesta que los clientes buscan un recuerdo de Tucumán o algún sabor del lugar como los dulces y los vinos y que prefieren los productos artesanales hechos a mano. Comenta que el año 2004 ha sido mucho mejor que los anteriores y han tenido un crecimiento en la demanda de artesanías porque ha mejorado el acceso de los turistas a Tucumán y su poder adquisitivo. Sostiene que para incrementar las ventas es necesario tener las reglas de juego claras entre el municipio y los comerciantes contribuyentes, ya que la municipalidad autorizó a revendedores y a algunos artesanos a vender sus productos sobre la vereda de la Casa de la Independencia, lugar de mayor afluencia de turistas nacionales y extranjeros en San Miguel de Tucumán.

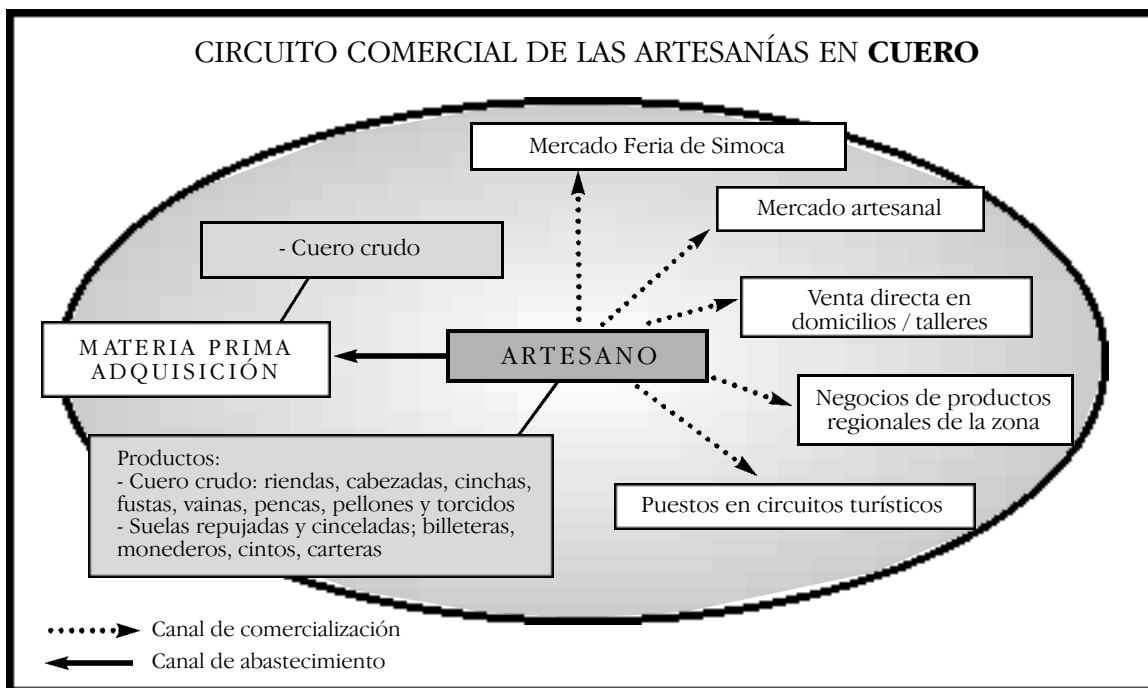
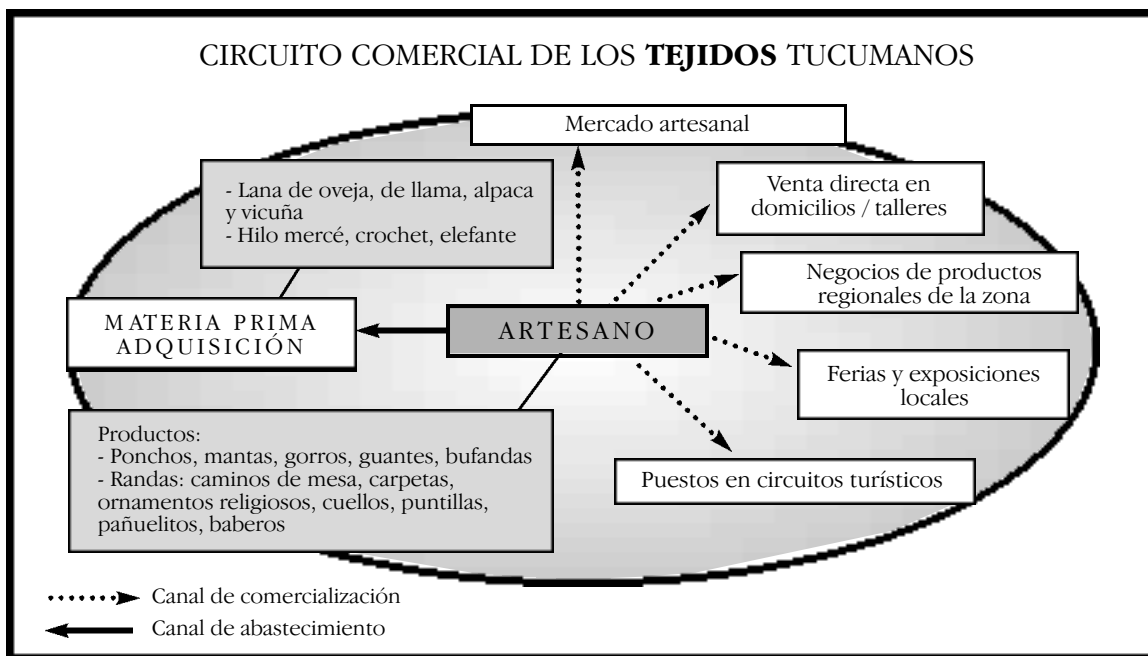
El Cardón: En este comercio, los productos que tienen mayor demanda son los portarretratos, bandejas y cajas de té hechos en plata y alpaca. El tipo de compradores son fundamentalmente tucumanos. Los extranjeros prefieren lo artesanal ecológico al momento de adquirir una pieza artesanal. Las preferencias de los turistas dependen de su origen: italianos y españoles optan por la platería; los suizos y alemanes prefieren prendas de lanas y les resultan muy atractivas las artesanías wichi (palo santo, hueso, tejidos en cha-

guar). Con respecto a la tendencia en la venta de artesanías, sostiene que se ha mantenido su nivel aunque, según las modas, las piezas que han tenido un crecimiento marcado de consumo son los pastilleros, las cajas de té, platos y bandejas de plata y alpaca. La entrevistada cree que para facilitar la venta de productos se debe captar un público consumidor con mayor poder adquisitivo. También expone un reclamo hacia la competencia desleal, con respecto a los revendedores y aquellos estudiantes universitarios que traen artesanías de su lugar de origen, que cuando no pueden vender en la calle, terminan ofreciéndolos a los comercios. Resalta el papel de la universidad, como “importadora de gente” a través de sus congresos.

Regional Independencia: Este negocio se especializa en artículos confitados y cerámicas; en el primer rubro, las piezas artesanales que predominan son alfajores y alfeñiques; en el segundo, jarrones y cacharros de cocina y ornamentación. Los compradores son principalmente turistas, algunos tienen información acerca de lo que quieren comprar, prefiriendo lo hecho artesanalmente. A los turistas les agradan las novedades, el arte rupestre, el cardón tallado, la caña tallada y los equipos de mates con bolsones de cuero y otros materiales. Comenta que las ventas han mejorado en el 2004 respecto del 2001. Las piezas artesanales que registraron un mayor crecimiento son las trabajadas a mano en cerámica (figuras de paisanos en trabajo rural). Cree que para mejorar y facilitar las ventas el artesano debería cambiar los motivos y diseños.

CADENA PRODUCTIVA ARTESANAL

A modo de síntesis, los siguientes diagramas permiten visualizar para los principales rubros artesanales de la Provincia de Tucumán los circuitos de producción y comercialización detectados:



LOS PRECIOS DE LAS ARTESANÍAS TUCUMANAS EN EL MERCADO INTERNO

En el cuadro que se presenta a continuación se pueden observar algunos valores de

venta final al público, correspondientes al período en que se llevó a cabo este trabajo (tercer trimestre del año 2004, con un tipo de cambio aproximado a los 3 pesos por dólar estadounidense).

Producto	Precio final	Fuente
Anillos de plata	\$ 25	Tinku Huasi
Aros de plata	\$ 25	Tinku Huasi
Aros de plata	\$ 20	Paseo Casa de la Independencia
Anillos de metal	\$ 7 a \$ 50	Plaza de Almas
Tápices	\$ 39	Regionales Gloria
Recuerdos en cerámica	\$ 2 a \$ 20	Regionales Gloria
Casa de Tucumán en cerámica	\$ 15	Paseo Casa de la Independencia
Casa de Tucumán en madera	\$ 20	Paseo Casa de la Independencia
Chal	\$ 20	Feria Manos del Mundo
Randa pequeña	\$ 10	Artesana señora Reyes Mamonte
Randa mediana	\$ 20	Artesana señora Reyes Mamonte
Randa grande	\$ 40 o más	Artesana señora Reyes Mamonte
Bandeja de plata	\$ 350	El Cardón
Ponchos	\$ 450	El Cardón
Tápices	\$ 39	El Cardón

VI. DESCRIPCIÓN DE CASOS

Esta sección está constituida por una serie de casos o situaciones de producción, que, si bien fueron utilizados para enriquecer el trabajo presentado anteriormente, en este punto se los incluye a modo narrativo, ya que los mismos permiten imaginar los procesos de creación y comercialización característicos y distintivos de algunos de los rubros artesanales que se desarrollan en la Provincia de Tucumán.

CASO 1

En la localidad de Monteros la señora Reyes del Tránsito Mamonte es la artesana textil de mayor prestigio en la localidad. Confecciona randas para cuellos, pañuelitos, carpetas redondas y caminos de mesa. Aprendió el oficio de sus padres y abuelos. Tiene una antigüedad en el rubro de cincuenta y cinco años, trabaja cuatro horas por la tarde y cuatro horas por la noche, es independiente y elabora sus artesanías en su casa. Cobra por pieza y las hace por pedido. El aprovisionamiento de la materia prima lo efectúa en la mercería local adquiriendo hilo mercé croché N° 60/70 o 20/40 o elefante, con un costo aproximado de 4,80 pesos el ovillo. El artículo de mayor venta es el pañuelito, seguido por las escarapelas. Los productos son vendidos a compradores particulares y considera que los precios que cobra son correctos porque cubren los gastos: randa pequeña 10 pesos, randa mediana 20 pesos y randa grande 40 pesos o más, según el tamaño y cantidad de hilo insumido y según el diseño de la figura tejida, redondas, rectangula-

res, cuadradas, hexagonales y octogonales. No viaja a ningún lado y sólo trabaja sus artesanías en Monteros. Nunca exportó pero sabe que sus piezas artesanales llegaron a Buenos Aires y España.

CASO 2

El señor Alberto Shija es un platero indigenista de Tafí del Valle, que posee la única fundición en la zona. Afirmó que sus artesanías se están vendiendo muy bien e incluso aclaró que no estaba tomando pedidos porque vendía toda su producción a consumidores finales con los que obtiene mejor precio.

Las materias primas que utiliza son plata, oro y alpaca, que adquiere en Buenos Aires en casas de comercio (Vilme, Casimiro, Banfi). Las técnicas que utiliza son el cincelado, grabado y cera perdida. Los motivos en los que basa sus piezas son sobre todo indigenistas y, en menor grado, de otras culturas. El tiempo que lleva realizar el grabado es de 30 días. Su oficio lo aprendió por medio de capacitaciones y luego practicando en talleres de Perú, Colombia y Chile.

Trabaja en forma independiente, solo en su casa y prefiere cobrar por pieza. Los mejores precios los obtiene en las exposiciones. Vendió en Córdoba y en Buenos Aires. Por medio de una fundación, que actuó como intermediario, vendió en Alemania y España.

Sostiene que las artesanías locales no tienen la calidad que exigen los mercados de comercialización, motivo por el cual los comer-

ciantes de Tafí ofrecen artesanías de otras provincias adquiridas por medio de intermediarios.

A pesar de poseer un horno de fundición y demás elementos estimados que significan una importante inversión y de tener una antigüedad de quince años en Tafí, cree que todavía es considerado un foráneo para la comunidad y no ha logrado alcanzar un reconocimiento por su trabajo artesanal.

CASO 3

En la localidad del Mollar se realizó el Primer Encuentro Nacional de Comunidades Indígenas. Allí se entrevistó a Luis Manfredi, responsable de la organización del Encuentro, oriundo de la comunidad indígena de Amaicha del Valle y lapidador que trabaja con rodocrocita, lapizlázuli, ortiz, etc. Sus trabajos en piedra son de tipo decorativo, de uso personal, dijes, gargantillas, puntas de flecha y cabullones. La rodocrocita se extrae de las minas de Andalgalá (Catamarca). La organización del trabajo es en taller propio, con familiares, y el oficio lo aprendió trabajando en un taller. Sus productos los vende a intermediarios y negocios de la zona; prefiere cobrar sus productos por pieza.

El señor Manfredi comentó que Amaicha está recibiendo un subsidio del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) de 2 millones de pesos para el desarrollo de la comunidad, y que en esta línea se están realizando talleres de curtido en cuero, tejido en telar y fotografía que durarían hasta fines del año 2004.

CASO 4⁶

La producción de *vino patero* se realiza en un paraje conocido como Los Zazos. Desde hace diez años el señor Esteban Siñeris se dedica a la vinificación artesanal cuyo proceso tarda ocho meses. Trabaja en su propio predio junto a otras cinco personas. Vende a almacenes de la zona, intermediarios y compradores particulares. Tiene una producción de 7.000 botellas al año y destacó el problema que significa el aprovisionamiento de corchos ya que los buenos vienen de Portugal y son caros.

CASO 5

En Simoca, los artesanos señores Torrejón, Escalante y Ortiz son considerados como los más destacados en la construcción manual de sulkis. Se trata de sulkis livianos de tiro de un caballo, con asientos para dos personas. Para su fabricación se utilizan hierros, maderas, pinturas, caucho y talabartería. La madera es especial, estacionada, cepillada a mano y preparada para soportar la tracción de tiro. Las materias primas y los insumos los adquiere cada artesano en la propia localidad. Se realizan por pedido a un precio que varía entre 1.800 y 2.500 pesos (sin inclusión de los arneses de tiro para el caballo). Cada sulki se distingue por la pintura de fileteado, sus diseños y colores. El 8 de diciembre se festeja el Día de la Virgen y se hace la Fiesta del Sulki, transporte utilizado por algunos residentes de Simoca y alrededores.

Notas

1. 20 millones de pesos de 1980.
2. Los artesanos son Ángela Balderrama y Jorge Siga, *kasapacha@hotmail.com*
3. En otra oportunidad se consultó en la Casa de la Provincia sobre lugares adonde comprar artesanías tucumanas, señalaron que lo más conveniente era buscarlas en la calle Florida.
4. Dos en la ciudad Capital, dos en Tafi del Valle, una en Monteros y una en Amaicha del Valle. De ellos, dos artesanos se dedican a la alfarería, uno al tejido, uno a la platería, uno a la piedra y uno al cuero.
5. Toda información de julio de 2004, ligada al precio del dólar. Hoy puede ser distinta.
6. Si bien este caso y el siguiente se refieren a actividades artesanales que se encuentran fuera del objeto de estudio de este trabajo, por ser relevantes en sus respectivas localidades se decidió presentarlos.

ANEXO PROVINCIA DE TUCUMÁN

GUÍA DE CONTACTOS

Secretaría de Turismo

24 de Septiembre 484, San Miguel de Tucumán

Tel.: (0381) 422-2199

Tel./Fax: (0381) 422-3742 / 431-1472

Informes: 0800-555-8828

www.turismoentucuman.com

turismo@tucuman.gov.a

Secretaría: Mercedes Paz / Jefe de Prensa

y Difusión: Sr. Dardo Marcelo Caillou

Mercado Artesanal

24 de Septiembre 565, San Miguel de Tucumán

Tel.: (0381) 421-8250 Informes: 0800-555-8828

www.turismoentucuman.com

Administrador: Sr. Dardo Marcelo Caillou

Secretaría de Turismo - Taí del Valle

Av. Presidente Perón 120, Taí del Valle

Representante: Sr. Daniel Carrazano

Dirección de Cultura - Área Arte y Producción / Municipalidad de Monteros

Rivadavia esquina San Martín, Monteros

Tel.: (0381) 15/594-0809

espechewalter@yahoo.com.ar

Casa de la Provincia de Tucumán en Buenos Aires

Suipacha 140, Capital Federal

Tel.: (011) 4322-0489 / 4322-0010

/ 4322-0492 (Int.117) De 9.30 a 17.30 horas

casadetucuman@yahoo.com.ar

<http://www.tucuman.gov.ar>

Cooperativa de provisión de servicios para artesanos "Manos Argentinas"

Calle Gobernador Gutiérrez N° 1350

San Miguel de Tucumán

Tel.: (0381) 428-6471

Presidente: Liliana Juárez

Cooperativa La Montaña

Rivadavia 464, piso 6°

San Miguel de Tucumán

Tel.: (0381) 15/5897690

www.lamontaña.com

dulceslamont@hotmail.com

Cooperativa Unión Diaguita

Calle Critto, Taí del Valle, Tucumán

Tel.: (03867) 421790

Titular: Liliana Pastrona

El Cardón

Crisóstomo Álvarez 427

San Miguel de Tucumán

Tel.: (0381) 421-4085

Regional Independencia (Comercio)

Calle Congreso N° 148

San Miguel de Tucumán

Tel.: (0381) 434-1236

regionalesindependencia@yahoo.com.ar

Regional Gloria (Comercio)

Congreso 124

San Miguel de Tucumán

alpa_garijo@hotmail.com

6. CONCLUSIONES, SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

En este capítulo se presentan las principales sugerencias y recomendaciones que surgen de las conclusiones del trabajo realizado.

En primer término se incluyen las que consideramos válidas para toda la región NOA y luego las particulares para cada una de las provincias.

PARA TODA LA REGIÓN NOA

- En la actualidad existen varios planes sociales nacionales que requieren capacidades que, como las artesanales, tienen características de oficios. Estos programas o planes cuentan con importantes partidas presupuestarias que podrían aplicarse al desarrollo del sector artesanal. Asimismo, aparecen diversos programas específicos como los de género, aborígenes y jóvenes que también actúan sobre el campo artesanal. Es por ello que se sugiere:

Asociar las acciones del PRODERNOA con las de programas sociales vigentes.

- Es interesante la experiencia de la Provincia de Catamarca que destina recursos provenientes de líneas de subsidio del Programa Social Comunitario (POSOCO), del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación, a proyectos de capacitación de artesanos. En este caso resulta recomendable:

Sugerir a las otras provincias de la región utilizar esta vía como una posible fuente de recursos para el desarrollo del sector artesanal.

- A través del estudio se detectó un gran déficit en materia de identificación de la población artesanal, por lo que sólo se cuenta con estimaciones generales (no por localización ni por rubro artesanal), desactualizadas e incompletas. Puesto que ésta constituye una información vital para el diseño e implementación de intervenciones, se recomienda:

Fomentar la implementación de registros provinciales de artesanos, según los criterios del MATRA, con la finalidad de generar bases de datos homologables.

- En general las provincias cuentan con marcos legales antiguos y desactualizados con escaso cumplimiento reglamentario. Por ello se sugiere:

Proponer a los poderes legislativos provinciales una revisión de las necesidades de actualización del marco legal vigente.

- La mayoría de las acciones de capacitación no se ven acompañadas a posteriori por asistencia técnica y social, lo cual hace que dichos esfuerzos muchas veces no sean capitalizados ni por el artesano ni por la sociedad. Al respecto se recomienda:

Que los esfuerzos en capacitación no sean aislados, sino que formen parte de programas de acompañamiento que incluyan la aplicación concreta de los objetivos pretendidos en los diferentes cursos o talleres.

- Las ONGs y asociaciones de artesanos

presentan deficiencias institucionales en diversos aspectos, que redundan en un desarrollo sectorial poco dinámico. Al respecto se recomienda que las líneas de trabajo con dichas organizaciones se refieran a:

- Generar vínculos y descentralización en municipios;

- Apoyarlos en las iniciativas de apertura de nuevas bocas comerciales en otras localidades;

- Colaborar en la organización de festivales típicos y de las sociedades rurales locales;

- Asignar recursos para sistematizar la información y conocimientos disponibles;

- Generar aportes en infraestructura, equipamiento y asistencia técnica (dotarlos de computadora con internet, creación de una sencilla página web, elaboración de catálogos impresos y electrónicos), y

- Colaborar en la gestión de las personerías jurídicas de aquellas organizaciones que no han completado los trámites.

- El sector artesanal presenta un alto grado de informalidad en todas las provincias, que algunas veces limita las posibilidades comerciales que exigen realizar las operaciones con facturación. Al respecto se sugiere:

Realizar reuniones informativas y talleres de capacitación sobre la temática tributaria para este segmento productivo.

- El relevamiento realizado mostró que los artesanos trabajan en forma aislada y con ayuda familiar. Sin embargo, la experiencia en otras provincias y países demuestra que la pro-

ductividad y las condiciones de trabajo mejoran notablemente mediante el trabajo organizado. Ello, a su vez, facilita la ejecución de programas y proyectos. Por ello se sugiere:

Promover la creación de talleres que agrupen artesanos en espacios productivos que les permitan compartir saberes, herramientas, supervisión, capacitación, y mejores ambientes de trabajo.

- Las posibilidades de comercialización local se amplían notablemente cuando las ventas están vinculadas con redes de agroturismo, turismo rural y/o turismo cultural. Por eso se sugiere:

Promover la visibilidad de los talleres y asentamientos de los artesanos incorporándolos a los programas de promoción general, y desarrollando proyectos específicos de identificación (folletos, mapas, señalización de talleres y rutas).

Facilitar la participación de los artesanos en eventos realizados en la región y fuera de sus respectivas provincias.

- La experiencia en otros países y provincias demuestra que el comercio de artesanías se ve limitado cuando no se cuenta con una oferta diversificada de productos. Es muy difícil que esta situación se genere espontáneamente por las características del artesanato del NOA y su dispersión geográfica, o por la actuación de las ONGs que trabajan con el sector. Por ello se sugiere a la unidad ejecutora central del PRODERNOA:

Realizar una prueba piloto que tenga por objetivo la conformación de una canasta de productos artesanales de distintos rubros, que permita lograr una oferta sostenible en cantidad, calidad y plazos de entrega.

- El trabajo efectuado demostró que no se utilizan las Casas de las provincias en la ciudad de Buenos Aires como bocas de expendio de las respectivas artesanías, a pesar de recibir permanentes demandas. Como forma de estimular el comercio, se sugiere:

Proponer a los poderes ejecutivos provinciales desarrollar esta línea de política. En algunos casos ello requerirá la revisión de estatutos y normas legales y la puesta en marcha de una determinada logística. Para estos temas se recomienda a PRODERNOA la prestación de la asistencia técnica que requiera cada provincia.

- Algunos artesanos necesitan financiamiento para inversión en nuevas herramientas, para sostener el capital de trabajo y/o para la creación en los talleres o lugares de trabajo de espacios adecuados específicamente dedicados a la exposición y venta de sus productos. Es por ello que se aconseja:

Puesta en funcionamiento de una línea de pequeños créditos blandos o gratuitos. Como alternativa se sugiere analizar la ingeniería de reembolsos en especie, lo cual permitiría armar la canasta de productos mencionada en el párrafo anterior.

- En la Argentina se observa una “explosión” en materia de diseño que podría convertirse en atractivo nicho comercial para los productos artesanales. Ello se ve ratificado por algunas experiencias, como es el caso del emprendimiento “Hijas de la Luna”, de Jujuy. Al respecto se sugiere:

Aprovechar esta situación articulando a los productores artesanales con diseñadores de distintos rubros (textil, bazar, muebles, modas, decoración, etcétera).

- Se ha observado que la demanda de productos artesanales está asociada con su identificación y origen, por medio de rotulados y etiquetas o pequeños folletos que los acompañan. Al respecto se recomienda:

Apoyar los procesos de CERTIFICACIÓN de artesanías, con la finalidad de resguardar el patrimonio cultural, la identidad y calidad de los productos, así como los diseños, procesos y las técnicas involucradas.

- En general, las definiciones de artesanías, no incluyen la producción de alimentos y es por ello que dicho rubro no ha sido objeto de estudio de la presente investigación.

Sin embargo, se ha observado que la elaboración de alimentos en forma casera y a pequeña escala es una actividad muy desarrollada en la región y una importante fuente de generación de ingresos familiares.

Actualmente, la venta de alimentos artesanales que genera alguna desconfianza en los consumidores en cuanto a su calidad, preparación, conservación e insumos utilizados, es una importante limitante en las decisiones de adquisición de estos productos.

Por otro lado, muchas experiencias indican que las políticas destinadas a la incorporación de conceptos y acciones en seguridad alimentaria tienen un gran impacto de desarrollo territorial ya que las mismas se apoyan en enfoques sistémicos de protección de la salud, del medio ambiente y de las relaciones laborales; además, necesariamente involucran a toda la red de actores intervinientes: los municipios y sus inspectores, los niños a través de la educación escolar en la materia, los centros de salud, los productores primarios de las materias primas que luego se procesan y los comercios que exponen y venden estos alimentos. Teniendo en cuenta las consideraciones anteriores, se propone:

Organizar por zonas pequeños grupos de productores, por tipo de rubro alimentario, y asistirlos en la implementación de sistemas de calidad que les permitan demostrar la inocuidad de los alimentos que ofrecen al público, utilizando este concepto como herramienta de marketing.

Realizar capacitaciones a agentes que actúan como multiplicadores (asesores agropecuarios, funcionarios provinciales y municipales, docentes) en las temáticas de las Buenas Prácticas.

Desarrollar sencillas campañas de comunicación social sobre seguridad alimentaria (calidad e inocuidad).

PARA LA PROVINCIA DE CATAMARCA

- El evento más importante de difusión y ventas de artesanías de la provincia es la realización anual de la Feria del Poncho. La XXXV Feria Nacional Artesanal se celebró en las dos últimas semanas de julio de 2005 y contó con una participación estimada en aproximadamente 1.500 artesanos. Entonces se sugiere:

Apoyar la Feria del 2005 (que se estima que triplicará la cantidad de artesanos participantes respecto del año anterior) y promover acciones para ampliar la participación de artesanos y asociaciones de artesanos de otras provincias.

- La provincia tiene en elaboración proyectos que apuntan a facilitar la inscripción de los artesanos en el IVA Eventual y al establecimiento de subsidios para artesanos mayores de 60 años. Se recomienda:

Apoyar estos proyectos (con asistencia técnica

ca) para lograr que se conviertan en políticas concretas. También analizar la viabilidad de implementar estas mismas políticas en otras provincias.

- La Asociación “Ruskaj-Muyana” de Artesanos de la localidad de San José tiene una iniciativa de comercialización que apunta a organizar las ventas a través de una carpa itinerante. También tienen en ejecución un proyecto que involucra la construcción de un Salón Artesanal. En este caso se recomienda:

Brindar asistencia técnica integral para el desarrollo de ambos proyectos de comercialización.

- De acuerdo con las entrevistas realizadas, la mayoría de los artesanos están organizados bajo la forma jurídica de Asociación Civil y se detectaron pocas cooperativas. Se recomienda:

Apoyar con acciones de asistencia técnica la profundización de los niveles organizacionales de las asociaciones de artesanos, incluyendo aspectos como: la concreción de trámites de personerías jurídicas, la actualización de registros de asociados, la presentación de balances anuales y el afianzamiento del gerenciamiento en general.

- La mayoría de los artesanos entrevistados ha participado en alguna capacitación formal, y todos manifestaron su deseo de continuar haciéndolo. Por lo tanto se sugiere:

Apoyar las iniciativas provinciales existentes, promover el desarrollo de cursos y talleres de capacitación en los lugares de producción y facilitar el acceso de los artesanos a los mismos.

- Con la finalidad de favorecer la participa-

ción de artesanos y asociaciones en ferias y exposiciones en localidades alejadas de sus lugares de residencia o fuera de la provincia, se recomienda especialmente:

Fijar mecanismos que posibiliten a los artesanos una mayor participación en dichos eventos.

PARA LA PROVINCIA DE JUJUY

- En la provincia se registra un déficit de gestión en las asociaciones de artesanos y una dependencia de las apoyaturas políticas con mucho voluntarismo y poca profesionalización. Por ello se recomienda:

Brindar asistencia técnica con el fin de mejorar los niveles organizacionales de las asociaciones de artesanos en aspectos como: gestión administrativa, cálculos de costos y precios, tramitación de personerías jurídicas; actualización de registros de asociados; presentación de balances, y el afianzamiento del gerenciamiento en general.

- La Asociación Humahuaqueña de Artesanos tiene hoy una obra inconclusa, la Casa del Artesano, que aspiran que funcione como salón de producción, exposición y ventas de artesanías. Dada la relevancia de este emprendimiento, se recomienda:

Apoyar esta iniciativa buscando el patrocinio o auspicio del sector privado.

- La Quebrada de Humahuaca ha sido declarada por la UNESCO Patrimonio Cultural y Natural de la Humanidad. Esto provocó una importante afluencia turística, por lo que se recomienda:

Apoyar los proyectos que incluyan iniciativas de vinculación del desarrollo artesanal con esta identificación de origen: crear una marca regional, establecer sistemas de identificación para las piezas, dar visibilidad a la historia del lugar, etcétera.

- En los mercados y comercios de artesanías se ha detectado la presencia mayoritaria de productos de procedencia de países limítrofes así como de productos elaborados en forma industrial. Ante esta situación se recomienda:

Buscar los mecanismos que aseguren la identificación y separación de productos artesanales locales de los otros productos en exposición, jerarquizando aquellos producidos en forma artesanal.

PARA LA PROVINCIA DE SALTA

- La mayoría de los artesanos entrevistados no participaron en experiencias de capacitación formal pero se registra una demanda al respecto. Se sugiere entonces:

Promover el desarrollo de cursos y talleres de capacitación en los lugares de producción y facilitar el acceso de los artesanos a los mismos.

- En el Valle Calchaquí Sur se han registrado varios mercados artesanales; sin embargo, muchos son aún incipientes o irregulares en su funcionamiento. En este sentido se recomienda:

Fortalecer los mercados artesanales existentes y apoyar especialmente aquellos que se están constituyendo como el de Animaná.

- La comercialización de los ponchos del centro del Valle Calchaquí se realiza sobre la base

de precios de venta que no reflejan las diferencias entre los ponchos hechos con hilo hilado a mano de los industriales. Se recomienda:

Prestar asistencia técnica con el fin de desarrollar estrategias de puesta en valor de los productos auténticamente artesanales diferenciándolos de los que se fabrican en serie, a través de acciones de comunicación y marketing que destaquen y jerarquicen el proceso de elaboración.

PARA LA PROVINCIA DE TUCUMÁN

- La provincia no tiene hoy representante ante el MATRA como reflejo de la ausencia general de políticas hacia el sector artesanal. Se recomienda:

Motivar a la provincia con el fin de iniciar su participación formal en el MATRA y vincular a los artesanos con esta institución para aprovechar los incentivos que tienen para con el sector.

- La mayoría de los artesanos entrevistados declaró no haber realizado cursos de capacitación, a excepción de los artesanos plateros. Sin embargo, expresaron avidez por hacerlo. Se recomienda entonces:

Comenzar por aprovechar las acciones que el MATRA realiza al respecto, organizando talleres y capacitaciones que den respuesta a esta demanda.

- Se han detectado falencias de conocimientos sobre la problemática artesanal en todos los actores involucrados. Por ello se recomienda:

- Capacitar a funcionarios y técnicos provin-

ciales y de las ONGs, en comunicación, comercialización interna y externa y gestión y organización;

- Capacitar a los artesanos en diseño, calidad, utilización de envases y embalajes; gestión económico-financiera de sus actividades, y formas asociativas, y

- Fomentar la transmisión cultural de los oficios entre maestros y nuevas generaciones de artesanos.

- Los municipios que desarrollan acciones en materia artesanal lo hacen por propia iniciativa y sólo eventualmente cuentan con apoyos acotados del gobierno provincial para la realización de ferias y eventos. En este contexto, se recomienda:

Apoyar proyectos municipales o locales tendientes a desarrollar y jerarquizar el sector artesanal.

- La localidad de Monteros, como tantas otras de la Provincia de Tucumán, posee puntos de atracción turística en los que podrían organizarse paseos para los visitantes que se constituyan en espacios de oferta estacional de artesanías. Por consiguiente, se sugiere

Promover en la provincia el desarrollo de proyectos de vinculación del sector artesanal con el turístico, apoyando las iniciativas que actualmente existen en diversos municipios.

- El Municipio de Tafí del Valle está desarrollando reuniones con los encargados de las áreas de Cultura y Turismo de Amaicha del Valle, Colalao del Valle y demás comunidades del Valle Calchaquí, con el fin de crear una denominación de origen de los productos que se realizan en la

provincia y lograr la homogeneidad del Valle en cuanto a cartelería, información turística y artesanías. Se recomienda:

Apoyar las iniciativas de articulación y desarrollo microrregional del sector artesanal en las localidades del Valle Calchaquí.

- Santa María (Catamarca) es, de alguna forma, la última ciudad del corredor turístico de los Valles Calchaquíes (Ruta 40) que comienzan en La Poma y Cachi, en la Provincia de Salta y conforman una subregión con las localidades

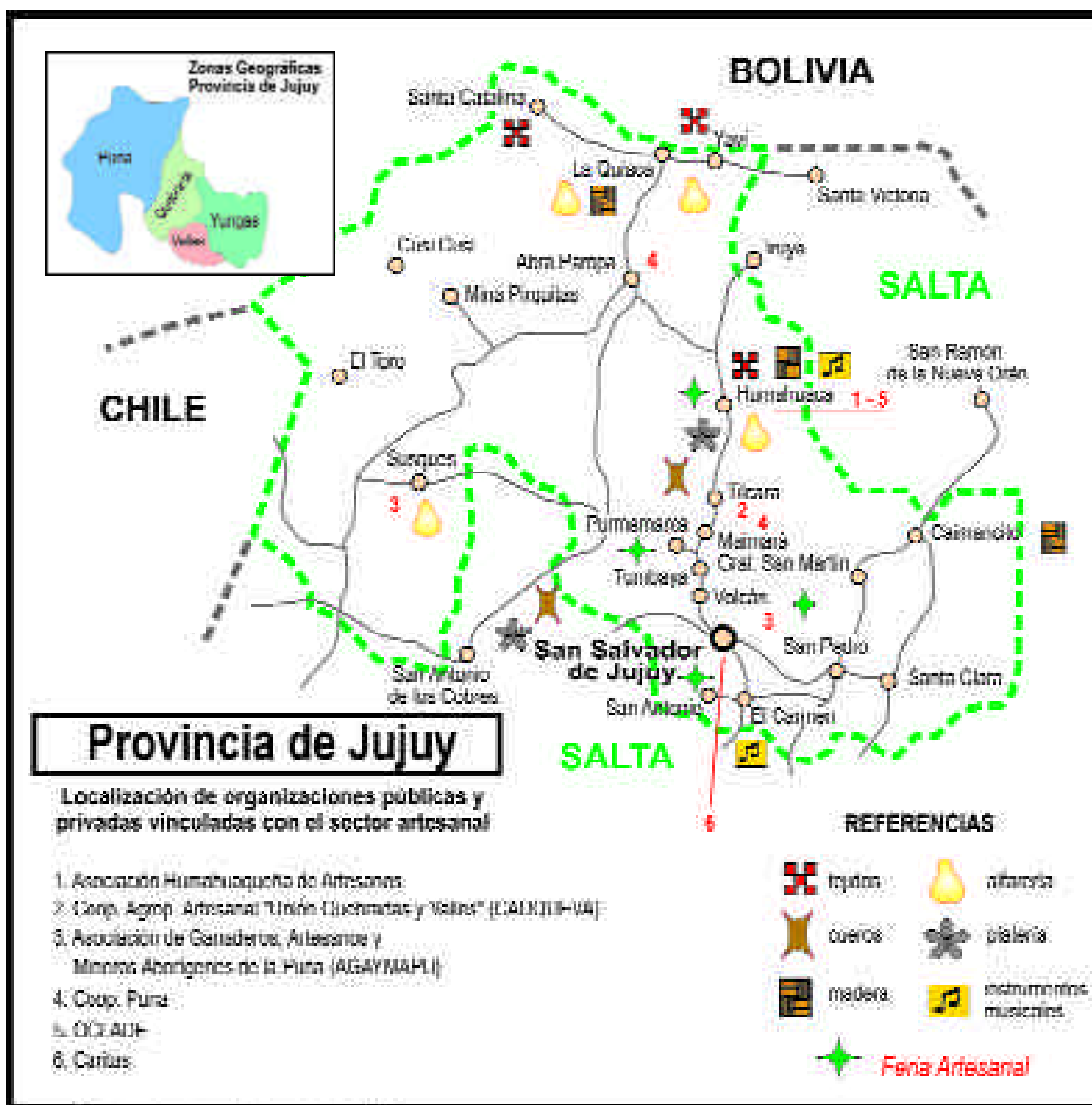
de San Carlos, Animaná, Cafayate, Colalao del Valle, Ruinas de Quilmes, Amaicha del Valle (Provincia de Tucumán) y también se revinculan con Tafi del Valle y El Mollar así como con San Miguel de Tucumán, llegando hasta las Termas de Río Hondo (Santiago del Estero) al este de los Valles Calchaquíes. Es por ello que se recomienda:

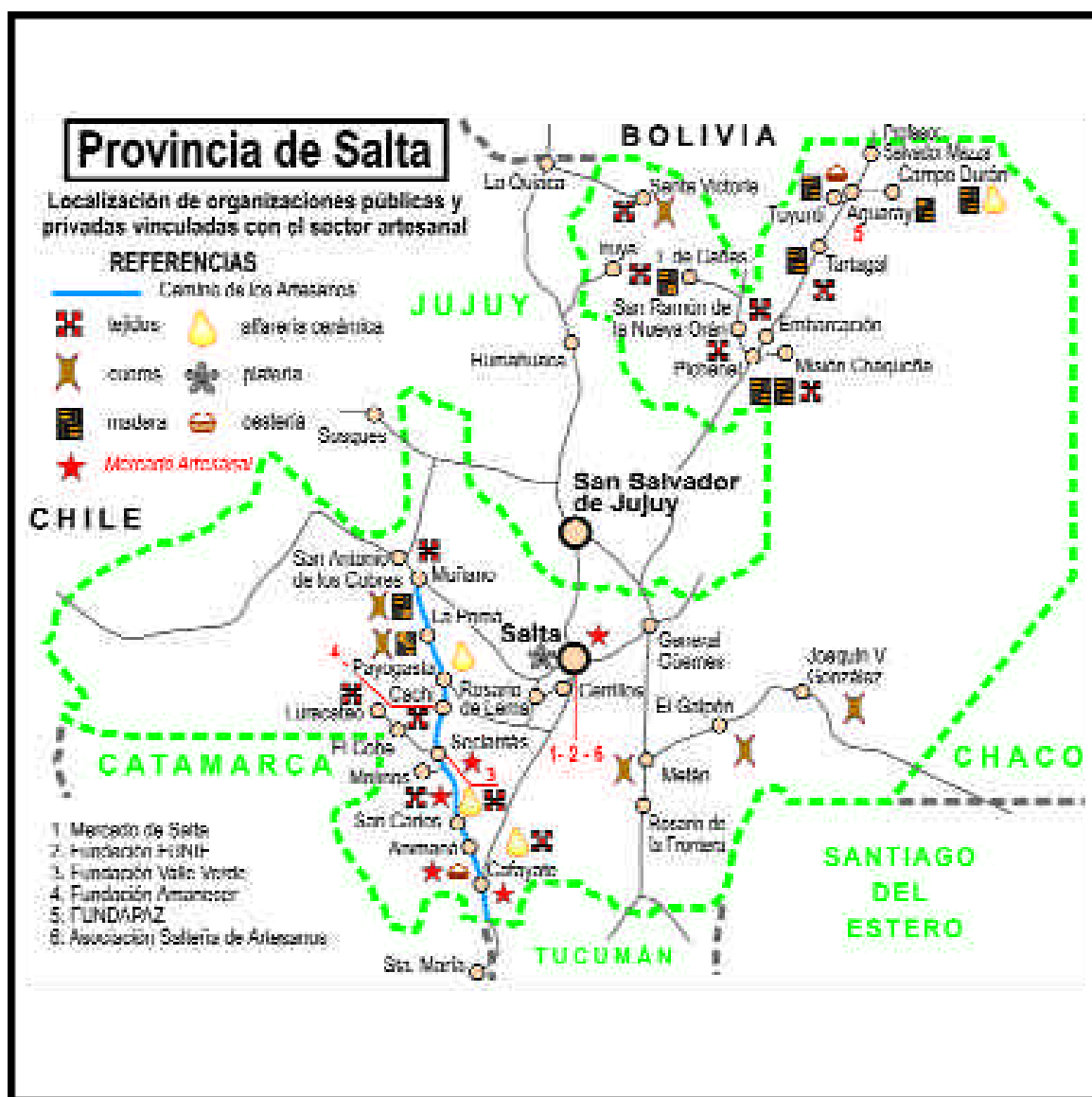
Impulsar proyectos regionales que integren recursos y esfuerzos con el fin de promover el desarrollo artesanal en el corredor turístico del Camino del Artesano.

MAPAS PROVINCIALES CON REFERENCIAS

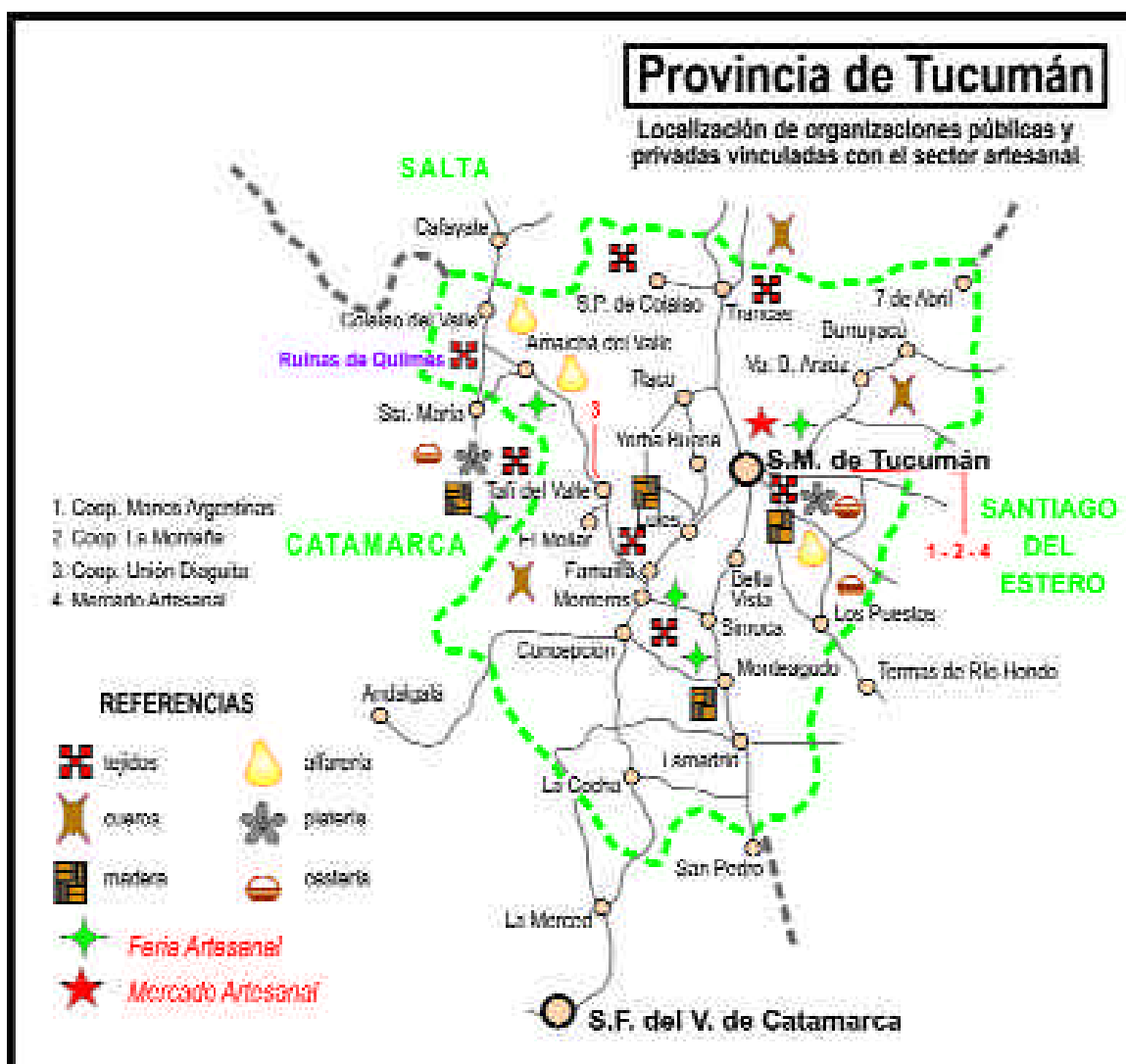


Fuente: Elaboración propia según relevamiento julio 2004





Fuente: Elaboración propia según relevamiento julio 2004



Fuente: Elaboración propia según relevamiento julio 2004

ARTESANÍAS DE CATAMARCA



1.



2.

1. Poncho de lana de oveja. Teñido con la técnica de plangi. Artesana: Selva Díaz. Londres, Catamarca. Premio a la Recuperación Técnica en la XXXV Fiesta Nacional del Poncho, Catamarca, 2005. Colección Museo del Hombre del Instituto Nacional de Antropología y Pensamiento Latinoamericano.

2. Poncho listado de lana de llama. Titulado por el artesano "Amanecer". Artesano: Rogelio Antonio Carrizo. Belén, Catamarca. Colección Museo del Hombre del Instituto Nacional de Antropología y Pensamiento Latinoamericano.



3. Faja de lana de oveja. Antofagasta de la Sierra, Catamarca. Colección Museo del Hombre del Instituto Nacional de Antropología y Pensamiento Latinoamericano.

4. Tipas para aventar granos. Izquierda: artesana María Elena Seco (Ambato - El Bolsón). Catamarca. Colección Museo del Hombre del Instituto Nacional de Antropología y Pensamiento Latinoamericano.



3.

4.



5.

5. Alforja de lana de oveja. Diseño “carancheado”. Artesano: Demetrio Gómez. Belén, Catamarca. Colección Museo del Hombre del Instituto Nacional de Antropología y Pensamiento Latinoamericano.

6. (Página siguiente) Manta de lana de oveja bordada. Artesana: Adalcira Flores de Andrada. Tinogasta, Catamarca. Colección Museo del Hombre del Instituto Nacional de Antropología y Pensamiento Latinoamericano.



6.

ARTESANÍAS DE JUJUY



1.



2.

1. Figura de mujer “La Leñera”. Artesano: Ricardo Ríos. Jujuy. Colección Museo del Hombre del Instituto Nacional de Antropología y Pensamiento Latinoamericano.

2. Pesebre. Purmamarca, Jujuy. Colección Museo del Hombre del Instituto Nacional de Antropología y Pensamiento Latinoamericano.



3.



4.



5.

3. Gargantilla y pulsera en filigrana de plata. Jujuy. Colección Museo del Hombre del Instituto Nacional de Antropología y Pensamiento Latinoamericano.

4. Bolsa “chuspa” para guardar hojas de coca. Artesana: Natalia Colizayo. Suripugio, Jujuy. Colección Museo del Hombre del Instituto Nacional de Antropología y Pensamiento Latinoamericano.

5. Prendedor realizado en filigrana de plata. Jujuy. Colección Museo del Hombre del Instituto Nacional de Antropología y Pensamiento Latinoamericano.



6 a.



6 b.



7.



8.

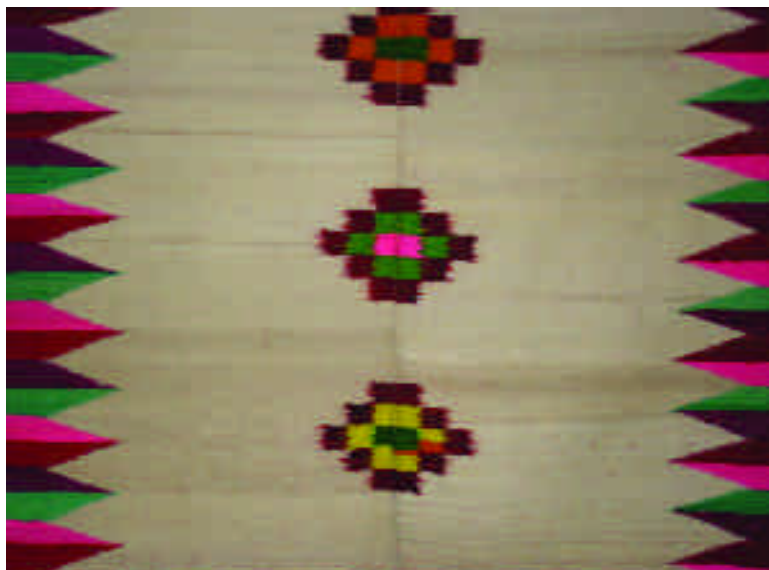
6 a y b. Cortes de barracán de lana de oveja. Artesano: Nicolás Lamas. Santa Catalina, Jujuy. Colección Museo del Hombre del Instituto Nacional de Antropología y Pensamiento Latinoamericano.

7. Picote de lana de oveja. Artesano: Damaso Condorí. Inticancha, Jujuy. Colección Museo del Hombre del Instituto Nacional de Antropología y Pensamiento Latinoamericano.

8. Cordigote o cordellate de lana de oveja. Motivo de ojo de perdiz. Artesano: Eulalio Lamas. Castro Tolay, Jujuy. Colección Museo del Hombre del Instituto Nacional de Antropología y Pensamiento Latinoamericano.



9.



10 a.



10 b.



11.

9. Faja. Artesana: Daría Flores. Inticancha, Jujuy. Colección Museo del Hombre del Instituto Nacional de Antropología y Pensamiento Latinoamericano.

10 a y b. Frazada, Jujuy. Colección Museo del Hombre del Instituto Nacional de Antropología y Pensamiento Latinoamericano.

11. Bolsas "chuspas". Artesana: Luisa Lamas. Castro Tolay, Jujuy. Colección Museo del Hombre del Instituto Nacional de Antropología y Pensamiento Latinoamericano.

ARTESANÍAS DE SALTA



1.



2.



3.

1. Figuras de animales. Grupo chané. Salta. Colección Museo del Hombre del Instituto Nacional de Antropología y Pensamiento Latinoamericano.

2. Vaso antropomorfo. Grupo wichi. Salta. Colección Museo del Hombre del Instituto Nacional de Antropología y Pensamiento Latinoamericano.

3. Jarra. Grupo wichi. Salta. Colección Museo del Hombre del Instituto Nacional de Antropología y Pensamiento Latinoamericano.

4. (Página siguiente) Máscara de madera. Grupo chané. Salta. Colección Museo del Hombre del Instituto Nacional de Antropología y Pensamiento Latinoamericano.

4.







6.



7.



8.

5. (*Página anterior*) Cesto. Grupo wichi. Salta. Colección Museo del Hombre del Instituto Nacional de Antropología y Pensamiento Latinoamericano (INAPL).

6. Camino de lana de oveja. Grupo wichi. Salta. Colección Museo del Hombre del INAPL.

7. Camino de lana de oveja. Grupo wichi. Salta. Colección Museo del Hombre del INAPL.

8. Faja de lana de oveja. Grupo wichi. Tartagal, Salta. Colección Museo del Hombre del INAPL.

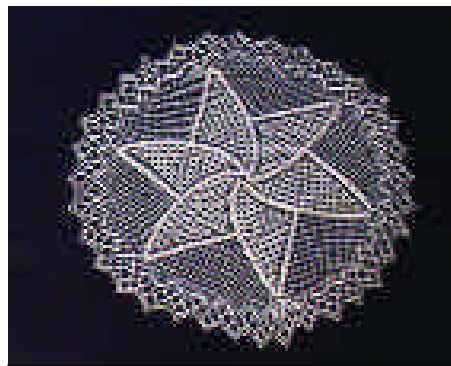
ARTESANÍAS DE TUCUMÁN



1.



2.



3.

1. Mate y bombilla de plata. Artesano: David Gerez. Concepción, Tucumán. Colección Museo del Hombre del INAPL.

2 y 3. Randas de hilo. Artesana: Sara Rosa Sosa. Monteros, Tucumán. Colección Museo del Hombre del INAPL.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL CONSULTADA

- Alcayaga, Sandra Herrera. *Guía metodológica para apoyar la ejecución de proyectos con poblaciones indígenas*. Programa Regional de Apoyo a los Pueblos Indígenas de la Cuenca del Amazonas. Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (FIDA). Corporación Andina de Fomento (CAF). Procasur. 1997.
- CFI. Bendahan, O. N.: *Estudio de costos de producción de la artesanía aborígen de la provincia de Misiones*. Informe final, 1980.
- CFI. Programa Regional de Apoyo al Desarrollo de Camélidos Sudamericanos –Argentina, Bolivia, Perú, Chile–, agosto 1994. Gestión de organizaciones campesinas (FIDA: Proyecto Fomento de Transmisión de Tecnología a las comunidades campesinas).
- CFI. Serie II: *Norte Grande Argentino*, 1988. Capítulo “Artesanías”.
- CFI. María Elena Teseira y María Fernanda Sola: *Situación de las artesanías en el área de proyecto (Oeste Andino de la Provincia de Salta: Puna, Pre Puna, Valle Calchaquí Norte, Valle Calchaquí Sur)*, julio 2001.
- CFI. María Elena Teseira y María Fernanda Sola: *Revalorización de las Artesanías Folclóricas y Etnográficas*, 2001.
- CFI. Salvador Medina: *La promoción de las artesanías en el desarrollo económico de la Puna jujeña*, 1995.
- CFI. Tula, Aída B. Proyecto Desarrollo de Pequeñas Comunidades, Provincia de Catamarca. Censo de Artesanos, 1998.
- CFI. Burgos, Mariela Ondina. Proyecto Desarrollo de Pequeñas Comunidades, Provincia de Salta. Asistencia técnica a los artesanos de los Valles Calchaquíes, julio 1999.
- CFI. Hamelink, Juan Carlos: *Estudio sobre la artesanía misionera no aborígen*, 1982.
- CFI 941.1. Lic. María de los Ángeles Carluci, Lic. Adela Kuncher: *Diagnóstico de la situación del sector artesanal en la Provincia de La Rioja*, agosto 1980.
- CFI 941.2. Lic. María de los Ángeles Carluci, Lic. Adela Kuncher: *Algunas apreciaciones sobre la estructura de costos de la producción artesanal, volúmenes de producción e ingresos de los artesanos*. Provincia de La Rioja, julio 1980.
- CFI. *Manual de artesanías regionales*, 1979.

- CFI. Riveros, G.: *Desarrollo microrregional sostenible de una comunidad aborigen chaqueña*, julio 1998.
- CFI. Veiravé, Federico A., Yedro, Tania: *Segundo informe parcial sobre la producción chaqueña exportable*, 2002.
- CFI. Quiróz, Nélica A.: *Antecedentes de estudios e investigaciones sobre artesanías en la Argentina*, diciembre 1992.
- CFI. Tasso, Alberto: *Diagnóstico de la producción artesanal en Santiago del Estero*, 2000.
- CFI. Boletín N° 39. *Artesanías tradicionales de la Provincia de Salta*. Desarrollo de imagen.
- Cowan Ros, Carlos: "ONGs de desarrollo rural: estructura, dimensión y desafíos ante el nuevo siglo". *Realidad Económica* N° 176, págs. 99-115. IADE, Buenos Aires, 2000.
- Lombera Cuadrado, Héctor: *Acerca de los colectivos más necesitados, políticas de desarrollo integral*. MATRA, 1993.
- Mordo, Carlos: *Artesanía y consumo. Estudios de opinión sobre el mercado de la producción artesanal*. Secretaría de Desarrollo Social, Fondo Mixto de Cooperación Hispano-Argentino. Buenos Aires, 1997.
- Mordo, Carlos: *La herencia olvidada. Arte indígena en la Argentina*. Fondo Nacional de las Artes, 2001.
- Nassif, Natividad: *Las artesanías tradicionales en Santiago del Estero. Estudio de su rentabilidad*. Santiago del Estero, 1981. (Tesis de Licenciatura, Universidad Católica de Santiago del Estero. Inédito.)
- Rotman, Mónica: "La producción artesanal urbana, reproducción social y acumulación de capital". *Cuadernos de Antropología Social*, N° 6, UBA, 1992.
- Rotman, Mónica: "Cultura y mercado: prácticas e imaginarios en la construcción y reproducción de eventos culturales y comerciales". *Cuadernos de Antropología Social*, N° 11, UBA, 2000.
- Tasso, Alberto: "Teleros y sogueros. La artesanía tradicional de Santiago del Estero entre la cultura, la historia y el mercado". 5° Congreso Nacional de Estudios del trabajo. Documento electrónico en Ministerio de Economía, 2001.

ANEXO GENERAL I

PLANILLAS PARA ENTREVISTAS

Proyecto ARTESANÍAS

PRODERNEA – PRODERNOA

GUÍA DE ENTREVISTA A ARTESANOS

1. ESPECIALIDAD

¿Qué tipo de artesanías realiza? (las más importantes)

.....

Rubro	Objeto	¿En cuánto tiempo lo hace?

¿Cómo aprendió su oficio? *(Marcar lo que corresponda)*

Por su cuenta	
De sus padres o abuelos	
De sus amigos o vecinos	
En la escuela	
Otra capacitación	
Trabajando (taller)	
De otro modo (especificar)	

¿A qué edad aprendió el oficio? ¿Cuánto hace que trabaja como artesano?

1.1. Capacitación

¿Se capacita periódicamente en su actividad? Sí ☐ No ☐

(Si se capacita) ¿Cómo lo hace?

.....

¿Grupal o individual?

¿Desea seguir capacitándose? Sí ☐ No ☐

1.2. Ocupación

¿Trabaja solamente en artesanías?

Sí ☐ ¿Cuántas horas por día? ¿Todo el año?

No ☐ (si contesta No, pasa al cuadro de abajo)

Ocupación principal y otras	Época del año	Horas diarias por ocupación
1.		
2.		
3.		
4.		

¿Preferiría trabajar solamente como artesano? Sí ☐ No ☐

.....

.....

2. PRODUCCIÓN

2.1. Organización del trabajo *(Marcar lo que corresponda)*

Organización del trabajo		Especificaciones
Independiente. Sólo en su casa	☐	¿Preferiría trabajar en un taller con otros artesanos? Sí..... No.....
Taller propio (c/familiares)	☐	¿Cuántas personas trabajan?
Taller propio (contratando personal no familiar)	☐	¿Cuántas personas trabajan?
Contratado en un taller	☐	¿Cuántas personas trabajan?
Otras:	☐	

• ¿Cómo cobra su trabajo? Por pieza ☐ Por hora de trabajo ☐ Por mes ☐

• ¿Cómo preferiría cobrar?

2.1. Aprovisionamiento de materia prima

¿Qué materia/s prima/s utiliza para elaborar sus productos, y cómo las obtiene?
(tomar la más importante en volumen para cada productor)

Materia prima que utiliza	¿Cómo las obtiene? ¹	¿Cuánto le cuesta?
1.		
2.		
3.		
4.		

1. La recolecta (del suelo, plantas, animales, etc.), por canje, la compra, se la da algún organismo de fomento, etcétera.

Si las compra,

Materia prima	¿A quién le compra?	¿Cómo la paga?	¿Cuánto le cuesta?
1.			
2.			
3.			
4.			

2.2. Volumen de producción

¿Cuántas artesanías produce por mes/año del producto más importante para el artesano?

Producto 1 Cantidad aproximada Por mes/temp./año

Producto 2 Cantidad aproximada Por mes/temp./año

COMERCIALIZACIÓN

Producto 1

Si canjea sus productos:

¿Con quiénes canjea sus productos? *(marcar lo que corresponda y especificar)*

Otros artesanos		
Almacenes de la zona		
Intermediarios x materia prima		
Otros (especificar)		

Si vende sus productos:

¿A quién vende sus productos? *(marcar lo que corresponda y especificar)*

Compradores particulares directamente		
Intermediarios (revendedores) particulares		
Cooperativas de artesanos		
Negocios de la zona		
Fundaciones		
Mercados o ferias locales		
Ferias o exposiciones fuera de la provincia		
Otras (especificar)		

¿En cuál de estos casos logra mejores precios de venta?.....

¿Recupera los gastos que tuvo? Sí ☐ No ☐

Lo que cobra ¿para qué le alcanza, más o menos? ¿Qué tipos de gastos cubre?

¿Considera que le pagan un precio justo teniendo en cuenta todo lo que invierte?

Producto 2

Si canjea sus productos:

¿Con quiénes canjea sus productos? (marcar lo que corresponda y especificar)

Otros artesanos	☐	
Almacenes de la zona	☐	
Intermediarios x materia prima	☐	
Otros (especificar)	☐	

Si vende sus productos:

¿A quién vende sus productos? (marcar lo que corresponda y especificar)

Compradores particulares directamente	☐	
Intermediarios (revendedores) particulares	☐	
Cooperativas de artesanos	☐	
Negocios de la zona	☐	
Fundaciones	☐	
Mercados o ferias locales	☐	
Ferias o exposiciones fuera de la provincia	☐	
Otras (especificar)	☐	

¿En cuál de estos casos logra mejores precios de venta?

¿Recupera los gastos que tuvo?

Sí

☐

No

☐

Lo que cobra ¿para qué le alcanza, más o menos? ¿Qué tipos de gastos cubre?

¿Considera que le pagan un precio justo teniendo en cuenta todo lo que invierte?

Si va a ferias o mercados fuera de su localidad:

¿Cómo paga su viaje y el traslado de sus mercaderías?

Si vendió a Córdoba o Buenos Aires o a otras provincias:

(especificar otras provincias) ¿Cuánto vendió? ¿Cómo lo hizo?

Si alguna vez exportó: ¿Cuánto exportó? ¿Cómo lo hizo? ¿Adónde?

3. DATOS PERSONALES DEL ARTESANO

3.1. Identificación

Nombre:
Fecha de nacimiento (día/mes/año):/...../..... Sexo:
Lugar de nacimiento: Localidad:
Provincia: País:

3.2. Domicilio

Calle:
Número: Depto.: Piso: Mza.: Lote:
Barrio o Paraje: Localidad:
Depto. o Distrito: Provincia:
Teléfono: Mail:

3.3. Vivienda, composición familiar y escolaridad

Cantidad de personas que viven en la casa:
De éstos, ¿cuántos son familiares?:
Grado de escolaridad del artesano: Del cónyuge:
Tipo de vivienda:² Cantidad de cuartos:
Hijos: cantidad ¿cuántos van a la escuela?: ¿alguno trabaja con Ud.?

Fecha entrevista / Entrevistador	
Provincia	
Localidad / Zona (U/R)	
Comunidad	

2. Casilla, rancho, casa de material, departamento / Provisión de agua (Sí-No) / Baño dentro de la casa (Sí-No).

Proyecto ARTESANÍAS PRODERNEA – PRODERNOA

GUÍA DE ENTREVISTA A COMERCIANTES / INTERMEDIARIOS

1. ¿Cuánto tiempo hace que actúa en el ramo de las artesanías?

.....

2. ¿Qué productos artesanales comercializa?

Tipo de producto	Origen	Canal de aprovisionamiento	Costo/Precio (aproximado)
1.			
2.			
3.			
4.			

3. ¿Qué productos predominan actualmente en sus existencias? ¿Y cuál es la razón de ese predominio?

Tipo	Piezas	Razón del predominio

4. ¿Siempre predominan estos productos en sus stocks, o varían estacionalmente?

.....

5. ¿Qué productos tienen una mayor demanda?

Producto	Origen	Precio
1.		
2.		
3.		
4.		

6. ¿A qué razón adjudica esta/s preferencia/s en la demanda?

.....

.....

7. ¿Qué tipo de compradores tiene? ¿Cómo los caracterizaría?

.....

.....

8. ¿Los compradores de productos artesanales suelen llegar con un conocimiento previo sobre los productos que eligen? ¿Qué tipo de conocimiento tienen sobre ellos?

.....

.....

9. ¿Sus clientes prefieren los productos artesanales o semiindustrializados?

.....

.....

10. ¿Cuáles son las preferencias de los turistas, según su procedencia?

.....

.....

11. ¿Logra tener un abastecimiento regular y suficiente de los productos que registran mayor salida?

.....

.....

12. Si tiene dificultades, ¿cuáles son las principales razones que dificultan su abastecimiento?

.....

.....

13. ¿Estaría dispuesto a comprar más piezas en caso de contar con un canal regular de abastecimiento? ¿Qué cantidades?

.....

.....

14. ¿Qué canal/es utiliza para abastecerse?

Canal	Producto	Forma de pago
Comercios mayoristas de la zona/provincia		
Comercios mayoristas de otras zonas/provincias (¿Cuáles?)		
Intermediarios que vienen a ofrecerle		
Ferias y/o exposiciones en la provincia de origen		
Mercados artesanales oficiales		
Directamente del artesano -En el domicilio -Por correspondencia		
Otros (talleres)		

15. ¿Con cuántos artesanos trabaja?

16. ¿Cuál/es de estos canales prefiere? ¿Por qué?

.....

.....

17. ¿Tiene convenios o acuerdos con instituciones públicas o privadas (empresas de turismo)?

.....

.....

18. ¿Cuál es el volumen promedio y cuál ha sido la evolución de las ventas de artesanías en el último año: crecieron, decrecieron o permanecieron iguales?

.....

.....

19. ¿Cuáles han sido las piezas artesanales que registraron crecimiento o decrecimiento marcado en el último año?

Pieza	Evolución	Volumen (más del 10 %, más del 50 %, etc.)

20. ¿A qué factores atribuye estas tendencias?

.....

.....

21. ¿Qué sugerencias puede hacer para facilitar la venta de los productos que no se venden con facilidad?

.....

.....

22. ¿Qué productos, de acuerdo a su criterio, deberían acrecentar su presencia en el mercado por ser más interesantes para la venta? Señalarlos por orden decreciente.

.....

.....

Fecha entrevista/ Entrevistador	
Provincia	
Localidad	
Nombre del establecimiento	
Especialidad	
Caracterización	
Ubicación	Calle: Nº Piso: Depto./Of. Nº Manzana: Lote: Barrio o Paraje: Localidad: Provincia: Tel.: Fax: Mail: Página web:
Entrevistado/s	Nombre y apellido: Edad: Profesión:

RELEVAMIENTO DE PRECIOS - COMERCIANTES

Producto	Precio	Lugar
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		
6.		

Producto	Precio	Lugar
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		
6.		

Producto	Precio	Lugar
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		
6.		

RELEVAMIENTO DE PRECIOS EN FERIAS O MERCADOS

Producto	Precio	Lugar
Artesano 1		
Artesano 2		
Artesano 3		
Artesano 4		
Artesano 5		
Artesano 6		
Artesano 7		
Artesano 8		
Artesano 9		
Artesano 10		

Producto	Precio	Lugar
Artesano 1		
Artesano 2		
Artesano 3		
Artesano 4		
Artesano 5		
Artesano 6		
Artesano 7		
Artesano 8		
Artesano 9		
Artesano 10		

Proyecto ARTESANÍAS

PRODERNEA – PRODERNOA

GUÍA DE ENTREVISTA A CONSUMIDORES

A. Motivación de compra

1. ¿CÓMO SE ENTERÓ DE ESTA FIESTA / MERCADO / EVENTO?

2. ¿COMPRÓ ARTESANÍAS?

Sí ☐ No ☐ (en caso negativo pasa a 3)

En caso positivo, ¿qué artesanías compró?

2.1. ARTESANÍA 1:		2.1.1. ¿CUÁNTO LA PAGÓ?: \$	
2.1.2. ¿CON QUÉ FINALIDAD? (marcar con X según corresponda)		☐ Uso personal ☐ Regalo / atención ☐ Recuerdo del lugar ☐ Colección ☐ Por encargo / para terceros ☐ Otro	
2.2. ARTESANÍA 2:		2.2.1. ¿CUÁNTO LA PAGÓ?: \$	
2.2.2. ¿CON QUÉ FINALIDAD? (marcar con X según corresponda)		☐ Uso personal ☐ Regalo / atención ☐ Recuerdo del lugar ☐ Colección ☐ Por encargo / para terceros ☐ Otro	

2.3. ARTESANÍA 3: 2.3.1. ¿CUÁNTO LA PAGÓ?: \$	
2.3.2. ¿CON QUÉ FINALIDAD? (marcar con X según corresponda)	☐ Uso personal ☐ Regalo / atención ☐ Recuerdo del lugar ☐ Colección ☐ Por encargo / para terceros ☐ Otro

3. ¿PIENSA COMPRAR MÁS ARTESANÍAS?

Sí ☐ No ☐ (en caso negativo pasa a 4)

3.1. ¿SABE CUÁL/ES?

.....

3.2. ¿CUÁNTO ESTIMA QUE GASTARÁ?

\$

3.3. ¿CON QUÉ FINALIDAD? (marcar con X según corresponda)	☐ Uso personal ☐ Regalo / atención ☐ Recuerdo del lugar ☐ Colección ☐ Por encargo / para terceros ☐ Otro
--	---

4. ¿POR QUÉ NO COMPRA ARTESANÍAS? (marcar con X según corresponda)	☐ Por falta de recursos ☐ Por dificultad de transporte ☐ Por baja calidad de las artesanías comparada con las de otros lugares ☐ Precios muy caros ☐ Vine sólo a mirar / pasear ☐ Otros
---	--

B. Tipología del consumidor

1. Nacionalidad: 2. Ciudad de residencia:

3. Sexo: Hombre ☐ Mujer ☐ 4. Edad:

5. Profesión:

6. Intereses personales (*hobbies, pasatiempos, deportes*):

.....

7. ¿Cuánto tiempo hace que está en esta localidad?

8. ¿Cuánto tiempo más se quedará?

9. ¿De qué ciudad viene?

10. ¿Hacia dónde va?

C. Referencias

Encuestador:

Provincia: Ciudad: Fecha:

Fiesta / Mercado / Evento:

Cantidad estimada de artesanos:

Duración de la feria / evento:

Cantidad estimada de público ese día:

Proyecto ARTESANÍAS

PRODERNEA – PRODERNOA

GUÍA DE ENTREVISTA A ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES O DE LA COMUNIDAD

1. TIPO Y CARACTERÍSTICAS DE LA ORGANIZACIÓN

(Marque con una cruz lo que corresponda)

P1.

Tipo de organización	Marcar	Especificaciones	
Asociación de productores			Ir a P2.
Asociación Civil			
Fundación			
Cooperativa			
Mutual			
Federación			
Confederación			
Otros			Ir a P3.
Cooperadora escolar			
Grupo comunitario			
Unión vecinal			
Entidad religiosa			
Otros			

P2.

Características	Marcar	Especificaciones
Personería jurídica		Nº: Año:
Es filial de una organización nacional o internacional		
Tiene filiales en el exterior		País:
Alcance nacional		Provincias implicadas:
Alcance regional		Provincias implicadas:
Alcance provincial		Partidos / ciudades implicadas:
Alcance local		Ciudad / Población:
Tiene filiales en la provincia		¿Cuáles?

P3.

Características	Marcar	Especificaciones
Alcance regional		Provincias implicadas
Alcance provincial		Partidos / ciudades implicadas
Alcance local		Ciudad / Población
Tiene filiales en la provincia		¿Cuáles?

P4. Población beneficiaria a que se dirige *(respuesta múltiple)*

Características	Marcar
Trabajadores rurales	
Artesanos rurales	
Artesanos aborígenes rurales	
Artesanos urbanos	
Artesanos aborígenes urbanos	
Principalmente mujeres	
Principalmente hombres	
Principalmente jóvenes	

P5. Principales comunidades aborígenes beneficiarias de sus actividades:

.....

.....

.....

.....

.....

P6. ¿Cuáles son las principales actividades desarrolladas por la institución en relación con los artesanos / artesanías?

Capacitación	
Asistencia técnica	
Promoción, difusión	
Microcréditos	
Asistencia jurídica	
Asistencia social	
Accesibilidad a los mercados	
Venta	
Exportación	
Estudios	
Otros	

P7.

Base de datos	Marcar	¿Se puede acceder?
Tiene base de datos sobre Asociaciones		
Tiene base de datos sobre Proyectos		
Tiene base de datos sobre Beneficiarios		

2. PARTICIPACIÓN EN REDES

1. ¿Trabajan habitualmente con otras instituciones u organizaciones en el área artesanías?

Sí ☐ No ☐

¿Cuáles?

.....

.....

Nombre de la organización	Programa / Año	Actividad que realizan en conjunto

2.1. ¿Participa de la Red de Comercio Justo?

Sí ☐ No ☐

¿Con qué organizaciones?

.....

.....

.....

3. ARTICULACIÓN - ACUERDOS O CONVENIOS

3.1. ¿Tienen acuerdos o convenios vigentes con el gobierno provincial / Nacional respecto del sector artesanal?

Sí ☐ No ☐

Contenidos del acuerdo/convenio:

.....

.....

.....

.....

3.2. ¿Tienen acuerdos o convenios vigentes con gobierno/s municipal/es respecto del sector artesanal?

Sí ☐ No ☐

Municipio	Contenidos acuerdos o convenios

3.3. ¿Tienen acuerdos o convenios vigentes con otras organizaciones o fundaciones (nacionales y/o internacionales) respecto del sector artesanal?

Sí ☐ No ☐

Fundaciones	Contenidos acuerdos o convenios

3.4. ¿Tienen acuerdos o convenios vigentes con empresas, negocios o intermediarios para la venta u exportación de producción artesanal?

Sí ☐ No ☐

Empresas / Ferias / Compradores	Contenidos acuerdos o convenios

4. PROYECTOS

4.1. Proyectos ya finalizados (UN PROYECTO)

¿Han ejecutado proyectos con artesanos de la provincia de ?

Sí ☐ No ☐

Mencionen el más significativo para ustedes.

Nombre del Proyecto	
Período de ejecución	
Presupuesto	
Fuente/s de financiamiento (Estado, particulares, del exterior)	
Localización geográfica (especificar)	
Población destinataria (tipo de beneficiarios)	
Cantidad de artesanos involucrados	
Objetivos	
Acciones involucradas (capacitación, asistencia técnica, promoción, difusión, microcréditos, asistencia jurídica, asistencia social, accesibilidad a los mercados, venta, exportación, estudios, otros)	
Nivel de participación de los beneficiarios (diseño, implementación)	
Logros obtenidos	
Claves de éxito	
Grado de satisfacción de los beneficiarios	
Condiciones de sustentabilidad	
Condiciones de replicabilidad	
Dificultades encontradas	
Demandas percibidas	
Referentes identificados	

4.2. Proyectos en ejecución (EL MÁS IMPORTANTE DE HOY)

¿Han ejecutado proyectos con artesanos de la provincia de ?

Sí ☐ No ☐

Nombre del Proyecto	
Período de ejecución	
Presupuesto	
Fuente/s de financiamiento (Estado, particulares, del exterior)	
Localización geográfica (especificar)	
Áreas involucradas	
Población destinataria (tipo de beneficiarios)	
Cantidad de artesanos involucrados	
Objetivos	
Acciones involucradas (capacitación, asistencia técnica, promoción, difusión, microcréditos, asistencia jurídica, asistencia social, accesibilidad a los mercados, venta, exportación, estudios, otros)	
Nivel de participación de los beneficiarios (diseño, implementación, gestión, etc.)	
Logros obtenidos	
Claves de éxito	
Grado de satisfacción de los beneficiarios	
Condiciones de sustentabilidad	
Condiciones de replicabilidad	
Dificultades encontradas	
Demandas percibidas	
Referentes identificados	

5. EXPORTACIÓN

¿Han realizado o apoyado tareas de exportación de artesanías? Sí ☐ No ☐

¿A qué países?

.....

¿Qué volumen y monto involucraban?

.....

5.1. ¿Tienen continuidad en la exportación? Sí ☐ No ☐

¿Por qué?

.....

¿Con quién exportan? Nombre:

Ciudad:

Fecha entrevista:	Entrevistador:
Provincia	
Organización / Sigla	
Ubicación	Calle:..... Nº..... Piso: Depto./Of. Nº..... Localidad:..... Provincia:..... Tel.: Fax:..... Mail: Página web:
Titular	Nombre y apellido:
Entrevistado/s	Nombre y apellido: Edad: Profesión:
Función / Cargo	
Antigüedad en el cargo	

Proyecto ARTESANÍAS PRODERNEA – PRODERNOA

GUÍA DE ENTREVISTA A FUNCIONARIOS DEL SECTOR PÚBLICO O INFORMANTES CLAVE

A. MAPA ORGANISMOS PÚBLICOS

1. ¿En qué dependencia funciona el área de artesanías en la provincia?

.....

2. ¿A cargo de qué persona está?

.....

3. ¿De quién depende dentro de la estructura?

.....

4. ¿Hay una política provincial respecto de las artesanías? ¿Está regida por alguna legislación?
¿De cuándo es? ¿En qué medida se aplica?

.....

5. ¿Cuánto personal tiene?

.....

6. ¿Con qué presupuesto anual cuenta aproximadamente?

.....

7. ¿Qué servicios le prestan a los artesanos?

.....

8. ¿Qué grado de autonomía tiene para diseñar/aplicar políticas?

.....

9. ¿Cuentan con apoyo de otros organismos nacionales / provinciales / privados / externos?
¿Cuáles? ¿En qué consiste el apoyo?

.....

.....

10. ¿Cuál es la relación con la Casa de la Provincia en Buenos Aires?

.....

.....

11. ¿Qué lugar ocupan los municipios en el tema artesanías? ¿La política es centralizada o descentralizada? ¿En qué aspectos intervienen los municipios?

.....

.....

12. En la provincia, ¿qué municipios tienen acciones relevantes en materia de artesanía?

.....

.....

13. ¿Qué otros organismos o dependencias públicas (provinciales, municipales o regionales) tienen injerencia en el tema?

Organismo	Dependencia	Funciones/Acciones

14. ¿Hay alguna articulación entre las acciones de estos organismos? ¿Cómo se produce?

.....

.....

15. ¿Poseen estudios / investigaciones / informes sobre las artesanías / artesanos de la provincia? ¿Se puede acceder a ellos?

.....

.....

16. ¿Tienen identificados referentes (personas) sobre el tema?

Sí ☐ No ☐

¿Quiénes?

.....

B. ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES

17. ¿Qué Organizaciones No Gubernamentales (fundaciones / iglesias / empresas) trabajan con artesanos en la provincia?

a.	
b.	
c.	
d.	

(Es importante detallar las formas de contactarlos)

C. POLÍTICAS / PROYECTOS / ACCIONES

18. ¿Cuáles son las acciones existentes respecto del tema artesanías / artesanos en la provincia?
(marcar las que correspondan)

Organizan mercados	
Organizan ferias	
Organizan eventos	
Censo / Registro de artesanos	
¿Actualizan los censos o registros?	
¿Llevan un registro de artesanías?	
¿Hacen catálogos?	
¿Realizan certificación de calidad o de procedencia?	
Capacitación o asistencia técnica a los artesanos	
Política de fomento de la producción (crédito, regulaciones, etc.)	
Subsidios o financiamientos para concurrencia a ferias o exposiciones	
Regulan / orientan o inciden en la formación de precios de las artesanías	
¿Realizan alguna distribución de insumos o herramientas?	
¿Tienen políticas asistenciales o previsionales para los artesanos?	
¿Políticas de difusión o promoción (campañas / página web, etc.)?	
¿Política de exportación?	

19. ¿Hay proyectos específicos ejecutándose actualmente en la provincia?

- ¿Cuántos?
- ¿Cuáles?
- ¿Qué objetivos / componentes tienen? (capacitación / promoción / etc.)

.....

- ¿Quién los financia?

.....

- ¿Quién los ejecuta?

.....

- ¿Es municipal, provincial o regional?

.....

- ¿A cuántos artesanos abarcan aproximadamente (población destinataria)?

.....

20. ¿Tuvieron algún proyecto exitoso en el pasado? ¿Qué características tenía? ¿Qué logros tuvo? ¿Cómo lo evaluaron? ¿Qué lecciones aprendieron?

.....

.....

.....

21. ¿Qué política para el sector debería hacer la provincia que actualmente no hace?

.....

.....

.....

22. ¿Cuáles son las principales dificultades para la implementación de políticas destinadas al sector artesanías en la provincia?

.....

.....

.....

D. MAPA SECTOR ARTESANÍAS

D.1. Artesanos

23. ¿Cuántos artesanos estima que trabajan en la provincia? *(Si puede estimar por localización y producto, detallarlo.)*

24. ¿En qué departamentos / municipios se localizan? ¿A qué comunidades pertenecen?

D.2. Artesanías

Tipo de artesanía	Localización	Comunidad	Cantidad (estimada) de artesanos	Volumen de producción (aprox.)	Estacionalidad Época del año con mayor producción
1.					
2.					
3.					
4.					
5.					

25. ¿Cuál de todas estas artesanías considera usted que es la más representativa de la provincia o comunidad o localidad? *(No sólo por calidad sino por posibilidad de desarrollo de mercados.)*

.....

.....

.....

D.3. Organización de la producción (sólo del producto más representativo)

26. ¿Cómo está organizada la producción?

- ☐ Artesanos aislados que producen en forma doméstica con ayuda familiar
- ☐ Organizados en cooperativas / talleres / empresas

.....

27. ¿La producción artesanal suele ser la fuente principal de ingresos, o es complementaria?

.....

.....

28. ¿La producción artesanal registra un ritmo parejo a lo largo del año o tiene fluctuaciones (o una estacionalidad marcada)?

.....

.....

29. ¿Qué factores podrían, a su juicio, contribuir a una producción más regular y con mayores volúmenes?

.....

.....

D.4. Comercialización

30. ¿Tienen conocimiento de las formas que los artesanos utilizan para vender sus productos? ¿Cuáles son las principales modalidades en la provincia?

31. ¿Cuántos puntos turísticos de comercialización existen? ¿Cuál es el más importante?

32. ¿Hay algún circuito de distribución fuera de la provincia, hacia otras provincias / a Buenos Aires o al exterior?

33. ¿Existe algún organismo oficial que comercialice la producción artesanal? ¿Cómo opera? ¿Cuántos artesanos involucra?

34. ¿Qué volumen tuvo la comercialización de productos artesanales de la provincia en el último año?

35. ¿Cuánto de ese volumen se vendió en el país y cuánto se exportó?

36. ¿Realizaron algún estudio de mercado, interno o exterior?

☐

a) de demanda

☐

b) de precios

37. Cualquier otra consideración que desee realizar:

.....

.....

Fecha entrevista:		Entrevistador:	
Provincia			
Organismo			
Dependencia (Prov./ Munic./ Reg.)			
Ubicación	Calle: Nº Piso Depto./Of. Nº Localidad:..... Provincia:..... Tel.: Fax: Mail: Página web:		
Entrevistado/s	Nombre y apellido: Edad:..... Profesión:		
Función / Cargo			
Antigüedad en el cargo			
Otros antecedentes relevantes			

ANEXO GENERAL II

**PROGRAMA FEDERAL
DE DESARROLLO ARTESANAL 2005
MATRA**

1. Denominación

Nombre del proyecto: PROGRAMA FEDERAL DE DESARROLLO ARTESANAL

2. Breve descripción del proyecto

El proyecto propone un programa de desarrollo regional autosustentable que opere como una alternativa laboral sostenida para el sector artesanal y está compuesto por los siguientes ejes:

1. Inventario de la artesanía total
2. Catalogación
3. Marketing
4. Transferencia tecnológica y capacitación

Tanto las etapas de investigación y prospección como las de registro y documentación proveerán la información suficiente para planificar y organizar sistemas de comercialización asociados con redes de turismo cultural.

A través de una infraestructura básica que garantice la comunicación y el flujo de información entre los centros gestores de la red se brindará al mercado una oferta cualificada y homologada de artesanías y productos que formen parte del patrimonio cultural, histórico y artístico de la Argentina.

El protagonismo de los propios artesanos entrenados en tecnologías de producción, comercialización, gestión y administración dará vida y continuidad a redes de turismo y artesanía, a través de la creación de marcas, certificados de origen y circuitos de interés para el turismo local y extranjero.

3. Localización

REPÚBLICA ARGENTINA - Comunidades aborígenes y criollas y talleres urbanos

4. Datos de referencia

La República Argentina está ubicada en el extremo sur del continente americano; culturalmente está dividida en seis regiones (NEA, NOA, Nuevo Cuyo, Centro, Patagonia y Conurbano Bonaerense) que se ajustan a la geografía, historia y desarrollo socioeconómico de cada una. Los grupos étnicos, entre los cuales se encuentra una gran cantidad de productores artesanales, están ubicados funda-

mentalmente en las regiones Patagonia, NEA y NOA; en el resto la producción artesanal está en manos de productores campesinos y urbanos. En este último caso configuran una gran cantidad de talleres de producción regular y más ordenada que en los demás. La división política del país está dada en veintitrés provincias y un distrito federal (Ciudad de Buenos Aires).

5. Ámbito de actuación del Programa

En comunidades aborígenes y criollas ubicadas en las regiones culturales antes nombradas

y en talleres urbanos previamente seleccionados.

6. Temporalidad

Duración del proyecto:

Fecha de inicio: marzo 2004

Fecha de finalización:
diciembre 2005

Periodicidad: Permanente (con resultados mensurables a corto, mediano y largo plazo), con cálculo de desarrollo efectivo a 3 (tres) años vista el comienzo del programa.

7. Institución gestora

Entidad argentina responsable del proyecto:
SCN y/o SEPyme

Dirección del contacto:
Posadas 1725 (1112) Buenos Aires, Argentina

Funcionario responsable del proyecto:
Prof. Héctor Lombera (Director de MATRA)

Telefax: (5411) 4803-0714
E-mail: sanoarte@yahoo.com.ar

8. Objetivos significativos del proyecto

Se propone a través del proyecto generar una actividad autosustentable, a partir de la capacitación y la transferencia de tecnologías apropiadas hacia el sector artesano para que éste opere como una alternativa laboral sostenida.

Se estima la importancia de la artesanía como generador de mejoras económicas en

los grupos carecientes por los bajos costos de adiestramiento, la utilización de materias primas locales y la ocupación extensiva.

Esta actividad generadora de puestos de trabajo e ingresos* promueve los valores culturales nativos y fomenta el desarrollo artístico autóctono reafirmando las identidades regionales.

* No se dispone de datos estadísticos actualizados que indiquen el número de talleres, la cantidad de puestos de trabajo ni los volúmenes de la producción.

8.1. *Objetivo general de desarrollo*

Brindar al sistema de producción y comercialización de artesanías los *medios* que la investigación, la capacitación y el marketing

desarrollaron para que el sector artesano argentino ingrese a niveles de alta competitividad.

9. **Actividades**

9.1. *Objetivos específicos del proyecto*

a.1. Obtener información acerca de la tipología, calidad y cantidad de lo producido por el sector en los diversos oficios para cada una de las regionales del país.

b.1. Documentar, catalogar y codificar según los sistemas clasificatorios y arancelarios vigentes la oferta de artesanías en cada provincia.

c.1. Conocer el mercado de las artesanías argentinas y su posicionamiento en el mercado minorista.

d.1. Optimizar y mejorar la calidad de los productos artesanales, los procesos de producción y la capacidad empresarial del sector.

e.1. Informatizar la Dirección de Programas de Artesanías de cada provincia y capacitar recursos humanos en el uso de las PC y programas informáticos para el desarrollo del sector.

f.1. Recopilar para cada región la información relativa a las siguientes variables (fase conceptual de la creación de redes de turismo y artesanía):

- Oferta de artesanías y talleres
- Oferta hotelera y diversos tipos de hospedajes (en regionales artesanales)
- Oferta de atracciones turísticas de valor cultural, histórico, arqueológico y ecológico.

9.2. *Indicadores del grado de consecución de los objetivos y fuentes de verificación de los indicadores*

a.1. *Inventario*

Indicadores

- Informes sectoriales
- Registro fotográfico
- Ficha del producto
- Programa informático (recursos naturales, humanos, económicos y producto bruto geográfico)

Fuentes

- Informes elaborados por los responsables de los Programas de Artesanías Provinciales y regionales
- Evaluando la etapa censal
- Producto fotográfico final compaginado por región, zona y oficio
- Publicación del fichero/disquetes
- Mapa interactivo de la actividad

b.1. *Catálogo*

Indicadores

- Ficha del producto (cantidad 250 completas) por año
- Elaboración del catálogo de oferta

Fuentes

- Informe técnico de una oferta consolidada a comerciantes y mayoristas
- Publicación y distribución de 1.000 ejemplares (700 mercado interno, 300 delegaciones comerciales en el exterior)
- Creación, actualización y mantenimiento de una página web

c.1. *Investigación de mercado* */ Marketing*

Indicadores

- Encuestas realizadas: 80

Fuentes

- Publicación de resultados de análisis de la investigación
- Grillas / cuadro de resultados / recomendaciones finales
- Verificaciones y evaluaciones. Total: 4 anuales

d.1. *Capacitación* */ Transferencia de tecnologías*

Indicadores

- Capacitación a través de cursos / talleres gratuitos a grupos de artesanos organizados (sesenta horas por cada oficio)

Fuentes

- Solicitudes provinciales de capacitación y asistencia técnicas
- Registros de asistentes y evaluaciones de los participantes
- Aplicación de los sistemas certificadoros vigentes (MATRA)
- Mejora en la calidad de producto y en la gestión comercial
- Verificación y evaluación de contratos de capacitadores

e.1. *Informatización de centros gestores del sector*

Indicadores

- Aplicación del programa informático, mínimo 24 capacitados designados por los responsables provinciales del sector
- Dotación de 25 equipos informáticos con módem

Fuentes

- Contratos cumplimentados, verificados y evaluados
- Programas en funcionamiento:
 - . Censo
 - . Catalogación
 - . Otras publicaciones
 - . Mapa interactivo de los oficios vigentes
 - . Resultados de la investigación de mercado
 - . Guía de cursos / talleres de capacitación
 - . Guía de proveedores
 - . Guía de oportunidades comerciales (Expoferias)
 - . Concursos y certámenes

10. Efectos y resultados

10.1. Resultados esperados (outputs)

a.1. Se habrá estimado una oferta consolidada de productos.

a.2. Se habrá registrado a productores, su equipamiento, la tecnología que aplican y el uso que realizan de recursos naturales renovables y no renovables.

a.3. Se habrá obtenido un mapa de oficios vigentes en el país.

b.1. Se habrá diseñado la Guía Clasificatoria de Productos Artesanales Argentinos y organizado de acuerdo con las normas vigentes nacionales e internacionales una oferta cualificada de productos dotados de certificado de origen.

c.1. Se contará con un diagnóstico de la demanda actual y potencial de mercado.

c.2. Se habrá diseñado un perfil del consumidor de artesanías (socio-demográfico, psicográfico con criterios de valoración) y sus hábitos de compra.

c.3. Se habrá transferido a los artesanos y a

los responsables de los Programas Provinciales la información sistematizada resultante de las investigaciones.

d.1. Se habrá capacitado a artesanos asociados en distintos oficios artesanales.

d.2. Se habrá brindado asistencia técnica a artesanos asociados sobre aspectos técnico-productivos de comercialización y asociacionismo.

d.3. Se habrá realizado transferencia de tecnologías apropiadas a cada oficio artesano.

e.1. Se habrá dotado de un equipamiento informático adecuado a cada uno de los organismos responsables de los Programas Provinciales de Artesanías.

e.2. Se habrán capacitado recursos humanos para la utilización del equipamiento informático y productivo y los programas elaborados.

f.1. Se dispondrá de información actualizada para planificar una oferta de redes de turismo y artesanías (fase conceptual).

11. Aspectos financieros

Presupuesto del Programa

1. Aportación de la SEPyME / Ministerio de Economía

2. Aportación de entidades argentinas (en su caso)

3. Aportación de entidades españolas (en su caso)

4. Aportaciones de organismos internacionales (en su caso)

Total presupuesto del Programa

Las solicitudes y aportes serán gestionados y posteriormente convenidos con las autoridades superiores de la Secretaría de Cultura de la Nación (SCN) y los organismos participantes.

11.1. Insumos (medios y costos) del proyecto (aportaciones de cada entidad a la realización del Programa).

ENTIDAD GESTORA Y RESPONSABLE DEL PROGRAMA: SEPYME

1. Honorarios y viáticos de técnicos capacitadores
2. Pasajes de técnicos, capacitadores y artesanos
3. Fletes y trámites aduaneros
4. Tasas e impuestos
5. Impresiones
6. Equipamiento técnico y productivo
7. Alojamiento y manutención de artesanos

ORGANISMOS PROVINCIALES Y MUNICIPALES

1. Gastos de manutención y alojamiento
2. Otros gastos de movilidad.
3. Infraestructura organizativa

FUNDACIÓN AIDECA - ESPAÑA (A GESTIONAR)

1. Honorarios de técnicos y expertos españoles
2. Aportes de infraestructura organizativa y comunicacional
3. Otros gastos

CONTRAPARTE ESPAÑOLA (A GESTIONAR)

1. Pasajes internacionales para técnicos, expertos, artesanos y docentes
2. Impresiones de manuales y material didáctico
3. Otros gastos

OTROS ORGANISMOS (NACIONALES E INTERNACIONALES)

(La cooperación que se gestione por convenio)

12. Datos cuantitativos

Se estima beneficiar con la capacitación, equipamiento y asistencia técnica a aproxima-

damente 2.000 artesanos en el primer año y a 6.000 al final del Programa.

13. Cronograma de actividades

Se estima la iniciación de las acciones durante el mes de febrero y su finalización en el mes de diciembre, respondiendo a las demandas

provinciales y coordinando con los organismos responsables del desarrollo artesanal provincial.

14. Demandas provinciales

Transferencia en tecnologías apropiadas en oficios

Tallado en asta. Fibra vegetal. Madera. Metales. Cerámica. Textiles. Moldería. Marroquinería. Cuero. Imaginería. Hierro y hojalata. Papel y cartonería. Lapidación y orfebrería. Tintóreas naturales. Reciclaje y restauración de muebles. Elaboración de puros. Técnicas de la seda.

Capacitación

Diseño. Informática para artesanías. Organización ferial. Gestión comercial y técnicas de exportación. Asociacionismo. Organización de minicurtiembres. Marketing. Organización productiva y búsqueda alternativa de nuevos mercados.

Jornadas

Las correspondientes a las reuniones regionales de responsables provinciales de artesanías. Jornadas y clases presenciales para evaluación del Curso de formación a distancia en comercialización y marketing (cofinanciado por el gobierno español).

Pasantías

De artesanos calificados con maestros artesanos para transformarse en multiplicadores de técnicas.

Programas especiales

Aquellos destinados a atender a grupos minoritarios, en riesgo, vulnerables (adolescentes, mujeres jefas de familia, aborígenes, pacientes de institutos especiales, encausados y liberados).

Aportes

Para concurrir a ferias y exposiciones con delegaciones de artesanos.

Cofinanciación

Para la adquisición de equipamiento e insumos.

Observaciones

Se prevé que los organismos provinciales demandantes de los servicios solicitarán algún tipo de asistencia no programada durante el ejercicio fiscal

Buenos Aires, mayo de 2004

ANEXO GENERAL III

MARCO NORMATIVO

CERTIFICADO NACIONAL DE ARTESANÍA

“Artículo 1º: Crear en el ámbito de la SECRETARÍA DE CULTURA de LA PRESIDENCIA DE LA NACIÓN el CERTIFICADO NACIONAL DE ARTESANÍA, cuyo modelo se acompaña e integra el Anexo I, que acredita el carácter artesanal de productos argentinos que reúnen los requisitos y criterios señalados en el mencionado Anexo, que forma parte integrante de la presente resolución; y se aprueban los Formularios 1 y 2 (Inicio del Trámite y Planilla de Solicitud –anverso y reverso–, respectivamente).

Art. 2º: Crear un Sello Triangular, que será aplicado al formulario que constata la documentación de la comercialización, y un Marbete, que será adherido a la pieza artesanal, cuyos modelos también se acompañan y que, asimismo, integran el Anexo antes indicado.

Art. 3º: El CERTIFICADO NACIONAL DE ARTESANÍA, así como los formularios 1 y 2, el Sello Triangular y el Marbete, creados por los artículos 1º y 2º de la presente Resolución, serán suscriptos indistintamente por los titulares del MERCADO DE ARTESANÍAS TRADICIONALES ARGENTINAS –MATRA–, dependiente de la DIRECCIÓN NACIONAL DE ACCIÓN FEDERAL E INDUSTRIAS CULTURALES, del INSTITUTO NACIONAL DE ANTROPOLOGÍA Y PENSAMIENTO LATINOAMERICANO –INAPL–, y de la Dirección Nacional de Política Cultural y Cooperación Internacional –DNPCyCI–. Estos organismos serán responsables para expedir el certificado que acredite el carácter de artesanía de los productos y entregar los marbetes que correspondan en forma gratuita.

Art. 4º: Aprobar el PROCEDIMIENTO PARA LA EMISIÓN DEL CERTIFICADO NACIONAL DE ARTESANÍA, que como Anexo II integra la presente medida, al que deberán ajustarse en un todo los organismos responsables, designados por el Artículo 3º de esta Resolución.

Art. 5º: Autorizar al MERCADO DE ARTESANÍAS TRADICIONALES ARGENTINAS –MATRA– a efectuar, en los casos que resulten pertinentes, las correspondientes consultas técnicas en materia artesanal al INSTITUTO NACIONAL DE ANTROPOLOGÍA Y PENSAMIENTO LATINOAMERICANO –INAPL– dependiente de la DIRECCIÓN NACIONAL DE PATRIMONIO Y MUSEOS, al CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES –CFI–, a los Mercados Artesanales Provinciales oficiales o cualquier otro organismo de carácter oficial de nivel provincial o municipal, con competencia en la materia.

Art. 6º: La DIRECCIÓN NACIONAL DE POLÍTICA CULTURAL Y COOPERACIÓN INTERNACIONAL de esta Secretaría supervisará el cumplimiento de las normativas y procedimientos internacionales, que en materia de acreditaciones del producto artesanal deban adoptarse, en función de acuerdos bilaterales, multilaterales e internacionales, por parte del organismo certificante.

Art. 7º: Regístrese, comuníquese, dése a la DIRECCIÓN NACIONAL DEL REGISTRO OFICIAL para su publicación. Oportunamente, archívese. - Torcuato S. Di Tella.”

ANEXO I / REQUISITOS Y CRITERIOS PARA LA ACREDITACIÓN DE LA CONDICIÓN ARTESANAL DE PRODUCTOS ELABORADOS EN LA REPÚBLICA ARGENTINA

Son productos artesanales aquellos producidos con intención artística y/o destinados a cumplir una función utilitaria, en forma predominantemente manual, cuyo diseño es representativo de la diversidad cultural de la República Argentina. Puede ser producido por un artesano individual o por una unidad productiva constituida por un grupo familiar extenso, con división de tareas en relación con las etapas de la ejecución de la pieza y/o la puesta en el mercado, o por un taller que comprenda diferentes jerarquías de actividades en la supervisión y ejecución, con maestros y aprendices.

El CERTIFICADO NACIONAL DE ARTESANÍA acredita:

- Que el producto corresponde a tipos de productos artesanales distintivos del país.
- Que el producto ha sido realizado, fundamentalmente, a mano o con máquinas movidas con energía básicamente humana.
- Que el producto presenta diseños representativos de la diversidad cultural de la REPÚBLICA ARGENTINA.
- Que el producto ha sido realizado en forma individual por un artesano o colectiva por una unidad productora de artesanías de la REPÚBLICA ARGENTINA.

MODELO DE CERTIFICADO NACIONAL DE PRODUCTOS ARTESANALES PARA LA EXPORTACIÓN

CERTIFICADO NACIONAL DE ARTESANÍA

Certifico que los siguientes productos son confeccionados en la República Argentina.

DESCRIPCIÓN:

CANTIDAD:

Y certifico que los artículos mencionados son artesanías, con características tradicionales, las cuales son típicas de la región en que fueron producidas (nombre de la región) y que han adquirido sus características esenciales mediante el trabajo manual de artesanos individuales o en comunidad por el procedimiento siguiente.....(p. ej.: tejido a telar, manual, hilado en huso, en rueca, etc.)

Cargo y firma del funcionario autorizado

Lugar y Fecha

Copia de FACTURA
NOMBRE, DIRECCIÓN Y NRO. DE EXPORTADOR
NOMBRE, DIRECCIÓN Y NRO. DE IMPORTADOR
SÍ / NO (Tachar lo que no corresponda)
MARBETES NUMERADOS DEL AL

MODELO DE FORMULARIO 1
SOLICITUD DE INICIO DE TRÁMITE

(Lugar y fecha)

SEÑOR SECRETARIO DE CULTURA DE LA PRESIDENCIA DE LA NACIÓN
S/D

Solicito, por la presente, la emisión del CERTIFICADO NACIONAL DE ARTESANÍA, de acuerdo con la Resolución S.C. N° /03, y de acuerdo con la normativa vigente.

Saludo a usted muy atentamente.

Firma, aclaración y N° de documento

DATOS DEL EXPORTADOR

1. Nombre y apellido y/o Razón Social:
2. Tipo y N° de documento:
3. Domicilio legal:
4. Tel. / Fax / Email:

ADJUNTOS:

- Copia de Certificado "A"
- Tres (3) copias de Factura de Venta
- Copias de desinfección (si corresponde)
- Copia de CUIT

FECHA APROXIMADA DE EMBARQUE DE LA MERCADERÍA

MODELO DE FORMULARIO 2
PLANILLA DE SOLICITUD (Anverso)

Datos del exportador

ANEXO II / PROCEDIMIENTO PARA LA EMISIÓN DEL CERTIFICADO NACIONAL DE ARTESANÍA

Cuando se trate de solicitudes de emisión de Certificado presentadas ante la SECRETARÍA DE CULTURA DE LA PRESIDENCIA DE LA NACIÓN, el solicitante deberá iniciar el trámite por el DEPARTAMENTO DE DESPACHO Y MESA DE ENTRADAS, que caratulará los Formularios 1 y 2 junto con el resto de la documentación presentada por el interesado. Con posterioridad girará los actuados al MERCADO DE ARTESANÍAS TRADICIONALES ARGENTINAS para la prosecución de su trámite.

Cuando se trate de solicitudes de emisión de Certificado provenientes del interior del país, la solicitud podrá ser presentada ante la autoridad provincial con competencia en materia artesanal, quien asignará un técnico provincial responsable de verificar la documentación presentada y las muestras de los productos que se pretende exportar.

El técnico provincial responsable emitirá un informe en el anverso del Formulario 2, indicando la pertinencia o no de la emisión del Certificado solicitado.

La autoridad provincial responsable remitirá al MATRA los originales de los formularios presentados, así como la documentación anexa requerida, vía postal, o por cualquier medio que garantice la recepción. El MATRA girará al DEPARTAMENTO DE DESPACHO Y MESA DE ENTRADAS los Formularios 1 y 2 recibidos, la que procederá a su caratulación, adjuntando por cuerda separada el resto de la documentación presentada por el interesado, devolviendo al MATRA los actuados para la prosecución del trámite.

El MATRA intervendrá extendiendo, si correspondiera, el CERTIFICADO NACIONAL DE ARTESANÍA, debidamente suscripto por cualquiera de los funcionarios autorizados al efecto, el que será entregado o remitido junto con los marbetes en los casos que correspondan, a la provincia de origen vía postal, o por cualquier medio que garantice la recepción. La autoridad provincial en materia artesanal será responsable de entregar al solicitante el Certificado y los marbetes o estampillas si fuera necesario.

El MATRA llevará un registro correlativo de los Certificados extendidos, así como de los marbetes entregados.

En los casos en que el otorgamiento de la Certificación sea denegado por no ajustarse a los requisitos y criterios descriptos en el Anexo I, aprobados por la presente resolución, tal denegación será definitiva e irreversible. Únicamente, se podrá solicitar la revisión de la decisión en los casos de denegación por presentación de documentación incompleta, una vez que esta situación haya sido subsanada.”

DOCUMENTOS FACSIMILARES

Mercosur / SGT N° 7 / ATA N° 03/04

**Senado de la Nación: Dictamen de Comisión:
Ley Nacional de Artesanías**



MERCOSUL/SGT Nº 7/ ATA Nº 03/04

XXIV Reunião do Subgrupo de Trabalho 7ª "Indústria"

COMISSÃO DE MICRO, PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS E ARTESANATO

Realizou-se na cidade do Rio de Janeiro, República Federativa do Brasil, no período de 29 a 30 de novembro de 2004, a reunião da Comissão de Micro, Pequenas e Médias Empresas e Artesanato do Subgrupo 7. "Indústria" com a presença das delegações da Argentina, Brasil e Paraguai.

Anexo I: Lista de Participantes por Delegação;

Anexo II: Agenda;

Anexo III: Resumo da Ata;

Anexo IV: Documento de Trabalho n.1: Pesquisa sobre conceitos adotados para o artesanato;

Anexo V: Documento de Trabalho n.2: Proposta de encaminhamento sobre a construção da página eletrônica do SGT 7.;

Anexo VI: Documento de Trabalho.3: "Relatório Comercial - Feira de Artesanato e Flores Tropicais, Espacio Riesgo, 2 a 6 de outubro, Santiago do Chile". SEBRAE, 2004.

XXIV REUNIÃO ORDINÁRIA DO SGT Nº 7 "INDÚSTRIA" / ATA CMPEsA Nº 03/04
10/11/04

1

Os temas tratados na reunião foram os seguintes:

1. CONCEITUAÇÃO DE PRODUTO ARTESANAL. ANÁLISE DA PROPOSTA DE CONCEITO COMUM AO MERCOSUL

A) Antecedentes

Conforme definido na última reunião da Comissão, o SEBRAE realizou estudo comparado de diferentes conceitos de artesanato. Foram consultadas as legislações específicas sobre artesanato existentes nos países membros. Somente Paraguai e Uruguai possuem legislação específica que são relativamente recentes, respectivamente de 2002 e 2004. Argentina e Brasil ainda não possuem legislação própria. Do Brasil foram consultados e apresentados os conceitos adotados pelo SEBRAE, pelo PAB – Programa do Artesanato Brasileiro e pelo Banco do Nordeste. Como modo de fornecer mais subsídios para reflexão e análise foram consultados, e apresentados na reunião, documentos e relatórios que fazem menção aos conceitos adotados por outros países da América Latina e da União Européia, com destaque para a legislação da Colômbia e da Espanha, assim como conceitos adotados por organismos não governamentais (UNESCO e WCC).

B) Discussões

Inicialmente foi debatido qual seria o objetivo e necessidade desta conceituação, tendo sido decidido, por consenso, que a razão principal é o de facilitar os trâmites aduaneiros para a circulação de produtos artesanais nos países do Mercosul. Para tanto será necessário estabelecer um modo comum de analisar e certificar (ou homologar), os produtos artesanais, e para isto é necessário definir o que seja artesanato e unidade de produção artesanal. A necessidade de ter uma dupla conceituação, para o produto e para unidade produtora, foi discutida como uma alternativa para privilegiar e estimular as empresas criadas e mantidas pelos artesãos, seja individualmente seja em grupo, tirando-as da informalidade, em detrimento das empresas que somente comercializam o artesanato produzido por terceiros.

Ao mesmo tempo um processo de dupla certificação estabeleça um vínculo de responsabilidade entre quem produz e quem comercializa, evitando a confusão com relíquias religiosas ou obras de arte.

Outro ponto debatido foi a necessidade dos países membros definirem a quem cabe a responsabilidade institucional para a certificação os produtos. Isto deverá implicar em uma visita às unidades de produção e uma análise dos processos já que a simples observação de um produto não fornece informações suficientes para definir com clareza se seu modo de produção foi artesanal ou industrial. Por esta razão foi também debatida a necessidade de se formular uma conceituação sintética para o artesanato, de modo a contemplar as distintas tipologias de produtos. Uma conceituação que seja suficientemente ampla para abranger toda a intensa variedade de artesanato e suficientemente restrita para evitar a inclusão de outros produtos industrializados ou que pertençam à categoria de produtos alimentícios, ou que


XXXV REUNIÃO GERAL DO SGT Nº 7 "INDÚSTRIA" / ATA CMPTAA Nº 0304
20/10/04

3

sejam matérias-primas e insumos. Este sistema quando implantado requererá, por sua vez, a criação de um programa de capacitação de pessoal técnico para procederem a estas análises.

C) Propostas

c.1 - Para Artesanato

Para os efeitos de facilitação dos trâmites aduaneiros os países do Mercosul consideram como artesanato a atividade de produção de artefatos acabados, excluindo-se produtos alimentícios, realizada mediante um processo no qual o trabalho manual constitui o fator predominante e que tem como resultado a obtenção de um produto final individualizado.

c.2 - Para unidade artesanal

Consideram-se unidades artesanais, individuais ou coletivas, aquelas que sejam responsáveis diretas pelo desenvolvimento e produção de artefatos acabados, cujas fases principais de seus processos produtivos sejam predominantemente realizadas manualmente.

D) Sugestões de encaminhamento

Os representantes dos países membros devem discutir com seus especialistas e instituições relacionadas os conceitos acima relacionados trazendo para a próxima reunião do SGT-7 uma proposta.

2) APROVAÇÃO DE UM NOVO CONTEÚDO PARA INCLUSÃO NA PÁGINA DO SGT 7.

Para a discussão desse tópico, integrou os trabalhos representante da Secretaria Mercosul (SM). A presidência pró-tempore relatou as consultas feitas à SM desde a última reunião da Comissão, com vistas a resolver a dúvida de qual entidade deveria hospedar a página do SGT 7. Com base nelas, foi elaborado um documento de trabalho resumindo as propostas referentes ao tema e distribuído aos participantes da reunião.

As delegações acordaram em sugerir ao plenário de coordenadores que:

- seja aprovada a proposta de atualizar as informações na página do SGT 7, já existente no site oficial do Mercosul – www.mercosul.gov.uy; Nessa página, haverá um link remetendo a uma outra página, a ser desenvolvida pelo SEBRAE, especificamente para possibilitar reuniões virtuais entre os membros da Comissão/SGT 7.

- seja aprovado compromisso dos participantes em atualizar as informações da página da comissão, com periodicidade mínima de 6 meses – aproveitando-se das reuniões ordinárias. Essa tarefa ficará a cargo da delegação que estiver ocupando a presidência *pró-tempore*.
- Na ato da XXIV reunião do SGT 7, sejam assinadas e emitidas as seguintes comunicações oficiais:

a. Solicitação ao SEBRAE para desenvolver uma página que possibilite reuniões de trabalho virtuais;

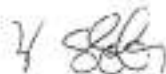
b. Encaminhamento à Secretaria do Mercosul de CD com dados/informações relativas à Comissão CPMEeA, a serem incluídas na página do SGT 7 no site oficial do Mercosul. As informações serão distribuídas nos seguintes links:

- a) SGT 7 no organograma do Mercosul
- b) Organograma do SGT 7
- c) Comissões
- d) Atas das reuniões anteriores
- e) Quem é quem
- f) Legislação e outras normas
- g) Programas governamentais / não-governamentais relacionados
- h) Estatística - indústria no Mercosul
- i) Estudos e diagnósticos
- j) Redes no Mercosul (Cadastro de Empresas de Design, por exemplo)
- k) Links úteis
- l) Agenda de eventos e reuniões

3) APROXIMAÇÃO ENTRE A RECYT (Reunião Especializada de Ciência e Tecnologia) E O SGT 7.

A delegação brasileira informou sobre a última reunião da RECYT e a aprovação do termo de referência do Programa Mercosul de Incubadoras (PMI). A RECYT decidiu que o Comitê Gestor do PMI será composto apenas por um representante de cada país do MERCOSUL.

As coordenações reafirmaram a relevância e necessidade de uma aproximação dos trabalhos da RECYT com o SGT 7, principalmente com a Comissão de CPMEeA. A razão disso é que ambos tem interesses comuns no desenvolvimento de parques tecnológicos e incubadoras de empresas, como instrumento de melhoria da competitividade do setor industrial, especialmente o segmento de micro e pequenas empresas.



XXIV REUNIÃO ORDINÁRIA DO SGT Nº 7 "INDÚSTRIA" / ATA CPMEeA Nº 03/04
35/11/04

4

Assim, foi acordado que, em cada país, os representantes do SGT 7 buscassem maior troca de informações com os representantes nacionais da RECYT, inclusive com a participação mútua nas reuniões promovidas por cada um no âmbito do MERCOSUL.

4) INFORME - ATUAÇÃO INTERNACIONAL DO SEBRAE

Com o objetivo de apresentar exemplo da dimensão prática da exportação de artesanato, o SEBRAE informou que realizou nos anos de 2003 e 2004 exposições de Artesanato e Flores Tropicais em 3 países: Argentina (Buenos Aires e Córdoba), Uruguai e Chile. Na última edição, realizada em Santiago do Chile, houve a preocupação de envolver um consultor de mercado, para otimizar a prospecção de efetivos compradores e assessoria aos contatos realizados nos encontros de negócios.

Pontos Positivos após avaliação da última edição:

- 1 - O evento deixou de ser institucional e teve como foco o mercado.
- 2 - Contratação de um consultor de mercado - maior objetividade com os contatos realizados.
- 3 - Imagem positiva do Brasil contribui para melhor receptividade do artesanato.

Sugestões para próximos eventos no exterior:

- 1 - A experiência mostra que é necessário pesquisar antes o mercado para definir o mix de produtos a serem levados.
- 2 - Tempo hábil para estruturação de todo o evento (cronograma físico adequado à realidade das comunidades de produção artesanal que irão participar).
- 3 - Preocupação constante com embalagem, quantidade, preço (FOB e CIF), qualidade, comprometimento na entrega (pós venda imprescindível).
- 4 - Importante definir conceito do evento e local adequado para realizá-lo, pois trata-se de acesso e promoção de mercado, onde haverá participação de público especializado e formadores de opinião.
- 5 - Conhecer o país onde será realizado o evento (seus costumes, hábitos, estilo de vida) para que a apresentação dos produtos fique adequada ao público visitante (veríssimo, informações sobre o produto no idioma do país onde será realizado o evento, histórico dos produtos para agregação de valor, dentre outros).
- 6 - Realizar um trabalho consistente de assessoria de imprensa, para possibilitar em tal oportunidade a inserção da cultura brasileira em diversos canais de comunicação.
- 7 - A folheteria deverá ter uma linha mercadológica, fotos de produtos em uso e não apenas catálogo (possibilidade de uso dos produtos expostos). Vídeos poderão reforçar esta ideia, mostrando ambientes que ganham diferencial com a utilização do artesanato.
- 8 - Pesquisa junto ao público visitante.

2/ 

XIV REUNÃO ORDINÁRIA DO SGT Nº 7 "INDÚSTRIA" / ATA CMPE nº 0204
10/11/04

5

5) PROJETO PRÉ-EMPRESA

A delegação brasileira informou sobre o projeto de lei conhecido por "Pré-empresa". Trata-se de iniciativa recente do atual governo com o objetivo de resgatar os pequenos negócios da informalidade. Semelhante ao sistema SIMPLES, o projeto visa conceder tratamento diferenciado e simplificado ao empresário individual (não abrange sociedades) cuja receita bruta anual não ultrapasse R\$ 36.000,00. Será cobrado mensalmente imposto cuja alíquota pode variar de 1,5% a 5%. A delegação brasileira comprometeu-se a enviar aos demais o texto do projeto de lei.

Pela delegação da Argentina
(Julio Guierrez)

Pela delegação do Brasil
(Alvaro Augusto Guedes Galvani)

Pela delegação da Paraguaia
(Sonia Gonzales)

Pela delegação do Uruguai

DICTAMEN DE COMISIÓN

Expedientes: S-27403 y S-77804

H. Senado:

Vuestras Comisiones de Economías Regionales, Micro, Pequeña y Mediana Empresa, Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología, y Presupuesto y Hacienda han considerado los proyectos de Ley (Expediente S-27403) del Señor Senador Guillermo R. Jenales y otros, y (Expediente S-77804) de la Señora Senadora María E. Castro y otros, y, por las razones que dará el miembro informante, os aconsejan la aprobación del siguiente:

LEY NACIONAL DE ARTESANIAS

Artículo 1°.-Objetivos Generales:

- a) Establecer los lineamientos generales de una política artesanal, orientada fundamentalmente hacia los artesanos, de manera que con su participación efectiva logren el máximo desarrollo social, económico, político y cultural.
- b) Coordinar de una forma dinámica y efectiva las distintas políticas y recursos entre el estado nacional, las provincias, sectores sociales y privados, y organismos internacionales.
- c) Fomentar, incluir y proteger la actividad artesanal en todas sus expresiones artísticas y culturales, buscando consolidar y rescatar la identidad cultural y nacional.
- d) Promover el constante perfeccionamiento del artesano y su capacitación, así como el desarrollo artesanal y su integración a la actividad económica.
- e) Recuperar manifestaciones artesanales propias y procurar la continuidad de las existentes.
- f) Coordinar las manifestaciones artesanales con los programas turísticos.
- g) Facilitar la concreción de canales tendientes a la comercialización de productos artesanales, consolidando de esta manera las fuentes laborales del sector.
- h) Generar y consolidar fuentes ocupacionales del sector.

Artículo 2°.-Definición de Artesanía: Son objetos artísticos de significación cultural, realizados manualmente o con máquinas movidas con energía básicamente humana, en forma individual por un artesano o colectiva por una unidad productora de artesanías. Dichos objetos reflejan una autenticidad que enorgullece y revitaliza la "identidad", y deben conservar técnicas de trabajo tradicionales y los diseños autóctonos de una determinada región.

Artículo 3°.-Definición de Artesano: Es todo aquel que realiza una actividad de una manera peculiar, tanto de creación, producción, transformación, reparación o restauración de bienes, reflejando la identidad cultural y el sentir propio de una

Senado de la Nación

determinada región, representando una forma de vida, de trabajo y de productividad.-

Artículo 4°.-A los fines de constituirse en autoridad de aplicación de la presente Ley, se crea el Instituto Nacional de Artesanías Argentinas (I.N.A.A.), dependiente de la Secretaría de Industria, Comercio y de la Pequeña y Mediana Empresa del Ministerio de Economía y Producción.-

Artículo 5°.-El Instituto estará conducido por un Directorio integrado por un (1) Presidente designado por el Poder Ejecutivo Nacional, y 8 Directores. Cinco en representación de las distintas zonas culturales del país establecidas en el artículo 7° de la presente ley, quienes de manera alternativa representarán a cada una de las provincias que conforman esas zonas y uno en representación de los artesanos, que será elegido de la manera que determine la Autoridad de Aplicación. Deberán, en todos los casos, ser especialistas del área y acreditar conocimientos específicos sobre la actividad por desarrollar.-

Artículo 6°.-Los Directores permanecerán en sus cargos por 2 (dos) años, pudiendo ser reelectos por otro período similar. El orden en el cual cada una de las provincias integrantes de las mismas participará en el Directorio será establecido por sorteo.

Artículo 7°.-A los efectos de constituir el Directorio se dividirá el país en las siguientes zonas culturales:

- NEA: Misiones, Chaco, Corrientes, Entre Ríos, Formosa y Santa Fe.
- NOA: Salta, Jujuy, Catamarca, Tucumán y Santiago del Estero.
- CUYO: Mendoza, San Juan, San Luis y La Rioja.
- CENTRO: Córdoba, Provincia de Buenos Aires y Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
- PATAGONIA: La Pampa, Chubut, Santa Cruz, Río Negro, Neuquén y Tierra del Fuego.

La Autoridad de Aplicación podrá modificar esta zonificación o regionalización.

Artículo 8°.-Atribuciones y Funciones del Instituto Nacional de Artesanías Argentinas:

- a) Preservar y promover el oficio de artesano y la actividad artesanal, implementando programas de difusión.
- b) Preservar las artesanías de los pueblos originarios.
- c) Asegurar el equilibrio ecológico en la utilización de materias primas para la actividad artesanal.
- d) Difundir las artesanías como productos, procurando el aumento de su producción y comercialización.
- e) Administrar el Fondo Artesanal que se crea en el artículo 11° de la presente ley y desarrollar toda otra actividad que tienda al objeto de su creación.
- f) Implementar el Registro Nacional de Artesanos, establecido en el artículo 9° de la presente ley, y mantenerlo actualizado mediante censos periódicos que se implementarán con el acuerdo de las Provincias, la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Municipios y el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.
- g) Proveer los instrumentos tendientes a facilitar la actividad artesanal en sus distintas etapas.

Senado de la Nación

- h) Promover la capacitación del artesano para lograr el perfeccionamiento del mismo, a fin de que el desarrollo de la actividad artesanal pueda constituir un medio de vida para él y su familia.
- i) Fomentar la formación de micro-emprendimientos artesanales y la creación de zonas de interés artesanal que desarrollen productos de naturaleza homogénea.
- j) Facilitar la integración de los oficios artesanales en las acciones tendientes al desarrollo de las economías regionales, dedicando particular atención de la actividad en las áreas rurales y comunidades indígenas.
- k) Impulsar la organización de los artesanos bajo las formas de asociativismo existentes y que les sean más beneficiosas.
- l) Promover la creación de zonas u oficios artesanales protegidos.
- m) Organizar muestras, exposiciones, certámenes y ferias nacionales e internacionales permanentes o itinerantes, en el marco de un sistema nacional de comercialización.
- n) Facilitar a los artesanos el acceso a créditos, becas y subsidios destinados a mejorar las condiciones productivas.
- o) Mantener relaciones permanentes con las autoridades provinciales e internacionales a fin de desarrollar los objetivos de la presente ley.-
- p) Confeccionar un Plan Federal de Acción del organismo, con los consiguientes Programas y Proyectos que promueva el desarrollo integral de la actividad artesanal.
- q) Crear una certificación de origen y condición del artesano, y otorgarlas de acuerdo a las normas que se establezcan en la reglamentación correspondiente.-

Artículo 9°.- Créase el Registro Nacional de Artesanos dependiente del I.N.A.A., en el cual deberán constar datos precisos del artesano y sobre la actividad realizada. Para acceder a los beneficios de la presente ley se requiere estar inscripto en el presente Registro.- Este Registro:

- a) Será único y público debiéndose renovar cada cuatro años.
- b) Se dividirá en cuantas secciones u otras clasificaciones sean necesarias para ordenar a la actividad económica artesanal y a los artesanos.
- c) Se llevará mediante los medios informáticos y su acceso será gratuito para cualquier ciudadano.

Artículo 10°.- La inscripción en el Registro Nacional de Artesanos se extingue por:

- a) Renuncia del titular que figura inscripto.
- b) No Renovación de la inscripción.

Artículo 11°.- Créase el Fondo de Fomento Artesanal para financiar los objetivos establecidos en la presente ley.

Artículo 12°.- El Fondo se constituirá con:

- a) la suma de TRES MILLONES DE PÉSOS (\$ 3.000.000.-), en concepto de capital inicial de giro, el cual será imputado a las partidas presupuestarias correspondientes a la Jurisdicción 50-Ministerio de Economía y de la Producción- para el Ejercicio Fiscal 2005;
- b) los aportes que anualmente le asigne el Presupuesto General de la Nación;

211

Senado de la Nación

- c) los aportes de organismos oficiales provinciales, municipales e internacionales;
- d) los aportes de organizaciones no gubernamentales nacionales e internacionales;
- e) todo ingreso que pueda obtener a cualquier título, incluso por herencia, donación o legado;
- f) el reintegro de préstamos y sus intereses;
- g) el producido que corresponda proveniente de la comercialización de productos artesanales;
- h) todo otro ingreso no previsto en los incisos anteriores y que deriven de la actividad del Instituto.-

Artículo 13°.-El Fondo será administrado por el Banco de la Nación Argentina al que se designa como único agente de pago, cobro y depósito del sistema, según las instrucciones que reciba de la Gerencia.-

Artículo 14°.-Los gastos administrativos que demande el funcionamiento del I.N.A.Ar., no podrán superar el 5% del presupuesto asignado.-

Artículo 15°.-El Banco de la Nación Argentina otorgará una línea de créditos dirigida a quienes desarrollen actividades artesanales, bajo las condiciones y modalidades de la línea más favorable, vigente al tiempo de su otorgamiento.

Artículo 16°.-Se invita a las provincias y al Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires a adherirse a la presente ley.-

Artículo 17°.-Se invita al Consejo Federal de Inversiones y a las Universidades Nacionales a prestar colaboración y apoyo para alcanzar los objetivos de la presente ley.

Artículo 18°.-Derógase toda norma que se oponga a la presente.-

Artículo 19°.-Comuníquese al Poder Ejecutivo.-

De conformidad con lo dispuesto por el Reglamento de la Honorable Cámara de Senadores, el presente dictamen pasa directamente al Orden del Día.-

Sala de las Comisiones, a los días del mes de Julio de 2004


Dr. MARIA AZUCENA PAL
SENADORA DE LA NACION


ROBERTO BARRIOS
Presidente Comisión
Economía, Industrias, MP y ML
C. SEN-145 DE C.S. 544/2004


Dra. PATRICIA COLOMBO
SENADORA DE LA NACION


Dr. RICARDO CURILETTI
SENADORA DE LA NACION


Dr. MARÍA ELENA LÓPEZ
SENADORA DE LA NACION


Dr. MARÍA ELENA LÓPEZ
SENADORA DE LA NACION


Dr. MARÍA ELENA LÓPEZ
SENADORA DE LA NACION

PROYECTO DE LEY NACIONAL DE ARTESANÍAS (2004)

FUNDAMENTOS

Señor Presidente:

Indudablemente, en Argentina como en el resto de América latina, las artesanías constituyen un orgullo patrimonial y representan de la forma más auténtica la diversidad cultural de cada uno de estos países. Debido a la inmensidad de nuestros territorios, los artesanos constituyen un grupo con gran movilidad espacial y en sus productos convergen costumbres e idiosincrasias, los que generalmente son transmitidos de generación en generación y se desarrollan con una gran creatividad personal.

Esta actividad, además de poseer una enorme significación cultural y comunitaria, también implica posibilidades de desarrollo económico y social, por lo que una política sustentable en el tiempo debe tener en cuenta estos diversos aspectos. En este orden de ideas, el presente proyecto busca dar un marco legal adecuado a toda la actividad artesanal, determinando las autoridades bajo cuya responsabilidad estará a cargo la aplicación de esta ley y a la cual se la faculta al ejercicio de diferentes atribuciones y funciones a fin de que pueda cumplir con los objetivos de la presente ley.

Dentro de las atribuciones y funciones podemos citar las de promover y difundir la actividad artesanal, procurando el aumento de su producción y comercialización, funciones administrativas tales como las de implementar el Registro Nacional de Artesanos y administrar el Fondo de Fomento Artesanal, promover la capacitación del artesano y la formación de micro-

emprendimientos artesanales, organizar ferias nacionales e internacionales y facilitar a los artesanos el acceso al crédito, becas y subsidios. Debemos considerar al sector como una fuerza laboral orgánica y representativa de las culturas locales, sostenedor de las economías regionales y contribuyente directo del PBI; por todo esto y en aras a equipararnos con la mayoría de los países del mundo como Brasil, Francia, España, Paraguay, Uruguay, entre otros, el proyecto pretende promocionar al sector artesanal subsumiendo al Instituto Nacional de Artesanías Argentinas (I.N.A.Ar.), creado por esta ley, como autoridad de aplicación a la Secretaría de Industria, Comercio y de la Pequeña y Mediana Empresa del Ministerio de Economía y Producción.

En cuanto a la definición de artesanías y de artesano, se buscó imbuir a la actividad de características tales como el de ser objetos artísticos, de significación cultural, y las de reflejar auténticamente nuestra identidad, conservar técnicas de trabajo tradicionales y basarse en diseños autóctonos; todo lo cual pone de relieve el verdadero valor agregado que el artesano pone en su trabajo.

En el mismo sentido, también se propone una clasificación de artesanías que, aunque no excluyente, induce a que el artesano pueda definir el tipo de artesanía que produce y el mercado hacia el cual está orientado, de manera de que, conjuntamente con el I.N.A.Ar., se puedan abrir nuevas vías de comercialización.

Varias provincias argentinas (por ejemplo Neuquén, Entre Ríos, La Rioja, Río Negro, Mendoza) ya han intervenido oficialmente en la

materia que aquí nos ocupa y lograron promocionar la actividad artesanal. Sin ninguna duda, la ley propuesta incentivará al resto de las provincias, con un gran sentido federal, a participar más directamente, pues podrán nombrar en forma alternativa directores que la representen en el I.N.A.Ar.

Por tal motivo, se dividió al país en 4 (cuatro) “zonas culturales” de 6 (seis) provincias cada una, para que tengan todas por igual representación en el Directorio del Instituto, lo que harán en forma alternativa con una duración de 2 (dos) años. Como en todos los casos, llevar a la práctica el espíritu de una ley es inviable si no se poseen los recursos para tal fin; por ello, se establece la creación de un Fondo de Fomento Artesanal el cual tiene por objetivo brindar al Instituto las herramientas necesarias para promocionar y difundir la labor artesanal y para que el artesanado pueda acceder a capacitación, herramientas de trabajo, nuevas formas de asociativismo, vías de comercialización, etcétera.

Para finalizar, según datos suministrados por el Mercado de Artesanías Tradicionales Argentinas (MATRA), en nuestro país existen aproximadamente unos 200.000 artesanos (50 por ciento NOA, 30 por ciento NEA y 20 por ciento resto del país); pero a los fines de poseer datos estadísticos más precisos para la consecución de los objetivos de la presente ley y utilizar los recursos de la forma más eficiente e igualitaria, se hace necesaria la creación de un Registro Nacional de Artesanos.

Por todo lo expuesto, solicito a mis pares la aprobación de la presente ley.

María E. Castro - Celso A. Jaque - Delia N. Pinchetti - Mercedes M. Oviedo - Sonia Escudero - Diana B. Conti - Ramón Saadi - Eduardo Menem - Elva A. Paz - Luis E. Martinzazo - Nancy Avelín - Roxana I. Latorre - Silvia E. Gallego - Carlos A. Rossi - Ricardo A. Bussi - Ada Maza - María D. Sánchez

Parlamentaria Dirección Publicaciones (S-0779/04)

PROYECTO DE LEY LEY NACIONAL DE ARTESANÍAS

Artículo 1º: Objetivos generales

a) Establecer los lineamientos generales de una política artesanal, orientada fundamentalmente hacia los artesanos, de manera que con su participación efectiva logren el máximo desarrollo social, económico, político y cultural.

b) Coordinar de una forma dinámica y efectiva las distintas políticas y recursos entre el Estado nacional, las provincias, sectores sociales y privados, y organismos internacionales.

c) Fomentar y proteger la actividad artesanal, considerándola un pilar fundamental en la constitución de la identidad nacional.

d) Promover el constante perfeccionamiento del artesano.

e) Facilitar la concreción de canales tendientes a la comercialización de productos artesanales, consolidando de esta manera las fuentes laborales del sector.

Artículo 2º: Definición de Artesanía

Son objetos artísticos de significación cultural, realizados manualmente o con máquinas movidas con energía básicamente humana, en forma individual por un artesano, o colectiva por una unidad productora de artesanías. Dichos objetos reflejan una autenticidad que enorgullece y revitaliza la “identidad”, y deben conservar técnicas de trabajo tradicionales y los diseños autóctonos de una determinada región.

Artículo 3º: Definición de Artesano

Es todo aquel que de una manera peculiar refleja la identidad cultural y el sentir propio de una determinada región, representando una forma de vida, de trabajo y de productividad.

Artículo 4º: Tipos de Artesanías

a) *Artesanía Tradicional*: para su creación se utilizan materias primas de la región y herramientas de tipo rudimentario, conservando las raíces culturales transmitidas de generación en generación. Estas son creadas con fines utilitarios y decorativos.

b) *Artesanía Autóctona Aborigen*: es la que mantiene viva la producción artesanal de los pueblos y comunidades indígenas, usando para ello útiles, técnicas y demás elementos proporcionados por su entorno.

c) *Artesanía de Proyección Aborigen*: como su nombre lo indica establece un vínculo con los diseños de origen, pero proyecta los mismos adecuándolos a las exigencias del mercado.

d) *Artesanía Típica Folclórica*: es la que permite diferenciarnos de los demás países del mundo, se identifica con nuestras sólidas raíces folclóricas, manteniendo nuestra identidad.

e) *Artesanía Urbana*: son aquellas que utilizan insumos y técnicas urbanas en respuesta a una necesidad de consumo, surgen del ingenio popular e inspiradas en la universalidad de la cultura.

f) *Artesanía Suntuaria*: como su nombre lo indica, son aquellas creadas únicamente con fines de lujo, utilizándose materias primas de alto valor brindadas por la naturaleza.

Artículo 5º:

Quedan excluidas de los alcances de la presente ley, aquellas actividades de producción en serie o reproducción mediante técnicas o procesos industriales, como así también las relacionadas con la artesanía alimentaria.

Artículo 6º: Creación del I.N.A.Ar.

A los fines de constituirse en autoridad de aplicación de la presente Ley, se crea el Instituto Nacional de Artesanías Argentinas (I.N.A.Ar.), dependiente de la Secretaría de Industria, Comercio y de la Pequeña y Mediana Empresa del Ministerio de Economía y Producción.

Artículo 7º:

El Instituto estará conducido por un Directorio integrado por un (1) Presidente designado por el Poder Ejecutivo Nacional, y cuatro (4) Directores en representación de las distintas zonas culturales del país establecidas en el artículo 9º de la presente ley, quienes de manera alternativa representarán a cada una de las provincias que conforman dichas zonas. Deberán, en todos los casos, ser especialistas del área y acreditar conocimientos específicos sobre la actividad por desarrollar.

Artículo 8º:

Los Directores en representación de las

distintas zonas culturales permanecerán en sus cargos por 2 (dos) años; y el orden en el cual cada una de las 6 (seis) provincias integrantes de las mismas participará en el Directorio será establecido por sorteo.

Artículo 9º:

A los efectos de constituir el Directorio se dividirá al país en las siguientes zonas culturales:

Zona Nordeste: Formosa, Chaco, Misiones, Corrientes, Entre Ríos y Santa Fe.

Zona Noroeste: Salta, Jujuy, Santiago del Estero, Catamarca, Tucumán y La Rioja.

Zona Central: Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Buenos Aires, Córdoba, San Luis, Mendoza y San Juan.

Zona Sur: La Pampa, Neuquén, Río Negro, Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego.

Artículo 10º:

La máxima autoridad administrativa del Instituto estará a cargo de un Gerente General quien revistará en un nivel B con Funciones Ejecutivas del Sistema Nacional de la Profesión Administrativa (SINAPA).

Artículo 11º:

Atribuciones y funciones del Instituto Nacional de Artesanías Argentinas:

a) Promover la actividad artesanal a nivel nacional e internacional, implementando programas de difusión.

b) Difundir las artesanías como producto, procurando el aumento de su producción y comercialización.

c) Administrar el Fondo Artesanal que se crea en el artículo 14° de la presente ley y desarrollar toda otra actividad que tienda al objeto de su creación.

d) Implementar el Registro Nacional de Artesanos y mantenerlo actualizado mediante censos periódicos que se implementarán con el acuerdo de las Provincias, la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Municipios y el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

e) Proveer los instrumentos tendientes a facilitar la actividad artesanal en sus distintas etapas.

f) Promover la capacitación del artesano para lograr el perfeccionamiento del mismo, a fin de que el desarrollo de la actividad artesanal pueda constituir un medio de vida para él y su familia.

g) Fomentar la formación de micro-emprendimientos artesanales.

h) Facilitar la integración de los oficios artesanales en las acciones tendientes al desarrollo de las economías regionales, dedicando particular atención a la actividad en las áreas rurales y comunidades indígenas.

i) Impulsar la organización de los artesanos bajo las formas de asociativismo existentes y que les sean más beneficiosas.

j) Promover la creación de zonas u oficios artesanales protegidos.

k) Organizar ferias nacionales e internacionales permanentes o itinerantes, en el marco de un sistema nacional de comercialización.

l) Facilitar a los artesanos el acceso a créditos, becas y subsidios destinados a mejorar las condiciones productivas.

m) Mantener relaciones permanentes con las autoridades provinciales e internacionales a fin de desarrollar los objetivos de la presente ley.

Artículo 12°:

Créase el Registro Nacional de Artesanos dependiente del Instituto Nacional de Artesanías Argentinas, en el cual deberán constar datos precisos del artesano o empresa artesanal y sobre la actividad realizada.

Artículo 13°:

Para acceder a los beneficios de la presente ley se requiere estar inscripto en el Registro creado en el artículo anterior.

Artículo 14°:

Créase el Fondo de Fomento Artesanal para financiar los objetivos establecidos en la presente ley.

Artículo 15°:

El Fondo se constituirá con:

a) la suma de TRES MILLONES DE PESOS (\$ 3.000.000.-), en concepto de capital inicial de giro, el cual será imputado a las partidas presupuestarias correspondientes a la Jurisdicción 50 –Ministerio de Economía y de la Producción– para el Ejercicio Fiscal 2005;

b) los aportes que anualmente le asigne el Presupuesto General de la Nación;

c) los aportes de organismos oficiales provinciales, municipales e internacionales;

d) los aportes de organizaciones no gubernamentales nacionales e internacionales;

e) todo ingreso que pueda obtener a cualquier título, incluso por herencia, donación o legado;

f) el reintegro de préstamos y sus intereses;

g) el producido que corresponda proveniente de la comercialización de productos artesanales;

h) todo otro ingreso no previsto en los incisos anteriores y que derive de la actividad del Instituto.

Artículo 16°:

El Fondo será custodiado por el Banco de la Nación Argentina al que se designa como

único agente de pago, cobro y depósito del sistema, según las instrucciones que reciba de la Gerencia.

Artículo 17°:

Se invita a las provincias y al Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires a adherirse a la presente ley.

Artículo 18°:

Derógase toda norma que se oponga a la presente.

Artículo 19°:

Comuníquese al Poder Ejecutivo.

María E. Castro - Celso A. Jaque - Delia N. Pinchetti - Mercedes M. Oviedo - Sonia Escudero - Diana B. Conti - Ramón Saadi - Eduardo Menem - Elva A. Paz - Luis E. Martinzazo - Nancy Avelín - Roxana I. Latorre - Silvia Gallego - Carlos A. Rossi - Ricardo A. Bussi - Ada Maza - María D. Sánchez

ÍNDICE

PRESENTACIÓN	4
PRÓLOGO	5
1. INTRODUCCIÓN	9
2. ASPECTOS METODOLÓGICOS	10
Relevamiento general de información	10
Caracterización del sector artesanal en las provincias del NOA	11
Diseño de los instrumentos de recolección de información	12
• Aspectos institucionales	13
• Aspectos económicos	13
• Actores económicos	13
• Relevamiento de precios	15
Trabajo de campo en la región NOA	15
3. ASPECTOS CONCEPTUALES	17
Definición de artesanía	17
Clasificaciones de artesanías	17
Características principales según rubros y productos	19
Un análisis del sector artesanal en la Argentina	21
4. ASPECTOS INSTITUCIONALES	25
Referentes nacionales	25
Marco normativo en el nivel nacional	30
5. EL SECTOR ARTESANAL DE LA REGIÓN NOA	33
Provincia de Catamarca	33

Provincia de Jujuy	63
Provincia de Salta	113
Provincia de Tucumán	153
6. CONCLUSIONES, SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES	174
MAPAS PROVINCIALES CON REFERENCIAS	181
FOTOGRAFÍAS DE ARTESANÍAS	185
BIBLIOGRAFÍA GENERAL CONSULTADA	198
ANEXO GENERAL I: PLANILLAS PARA ENTREVISTAS	201
Guía de entrevista a artesanos	202
Guía de entrevista a comerciantes / intermediarios	209
Guía de entrevista a consumidores	216
Guía de entrevista a ONGs u organizaciones de la comunidad	219
Guía de entrevista a funcionarios del sector público o informantes clave	227
ANEXO GENERAL II: PROGRAMA FEDERAL DE DESARROLLO ARTESANAL 2005 - MATRA	237
ANEXO GENERAL III: MARCO NORMATIVO	247
Certificado Nacional de Artesanía	248
Documentos facsimilares	252
• Mercosur - SGT N° 7 - ATA N° 03/04	253
• Senado de la Nación: Dictamen de Comisión: Ley Nacional de Artesanías	259
Proyecto de Ley Nacional de Artesanías (2004)	263

©2006 - PRODERNEA - PRODERNOA / Avenida Paseo Colón 982, 3º piso,
Ciudad Autónoma de Buenos Aires
Impreso en Argentina en octubre de 2006 en Gráfica Pinter S.A.
Tirada de esta edición: 1.000 ejemplares.

Hecho el depósito que marca la ley 11.723.
ISBN 987-9471-36-9 / ISBN13: 978-987-9471-36-4

FICHA BIBLIOGRÁFICA:

Cardarelli, Silvia

El sector artesanías en las provincias del Noroeste Argentino: Catamarca, Jujuy, Salta y Tucumán /
Silvia Cardarelli; con colaboración de: Alejandra Porcel ...[et.al.]; coordinado por Marcela Jáuregui;
Estefanía Chmielewski; Omar Esquivel; dirigido por Luis Alberto Quevedo - 1ª ed. - Buenos Aires:
Bifronte, 2006.

272 p.: 16 il. ; 20x23 cm.

1. Artesanías Argentinas. I. Porcel, Alejandra, colab. II. Jáuregui, Marcela, coord. III. Chmielewski,
Estefanía, coord. IV. Esquivel, Omar, coord. V. Quevedo, Luis Alberto, dir.

CDD 745.5



El PRODERNOA es un proyecto de inversión en actividades productivas y de servicios en el área rural, que potencia los recursos disponibles de los

pequeños agricultores y de los grupos vulnerables.

Para ello brinda asistencia técnica y financiera, apoyo en la gestión de proyectos y capacitación para aumentar y diversificar las explotaciones existentes, propiciar cambios tecnológicos, capitalizar a las pequeñas unidades productivas y de negocios y facilitar la inserción en los mercados.

Este Programa, integrado por las provincias de Catamarca, Jujuy, Salta y Tucumán, se ejecuta actualmente en las provincias de Catamarca y Tucumán.



Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos
Ministerio de Economía y Producción
PRESIDENCIA DE LA NACION