

Definiciones

1) La artesanía creativa fue el primer fenómeno que marcó la existencia del hombre. El objeto elaborado a mano fue el primer signo identificativo de la presencia de vida humana, mucho antes que cualquier otra forma de evolución, de organización o de producción. En estos términos, las obras de artesanía artística contribuyen a crear la identidad de un pueblo, concebida como un conjunto de tradiciones, conocimientos y marcas distintivas que las hacen reconocibles y únicas.

Las creaciones de la artesanía artística deben ser, por tanto, consideradas como una expresión de la cultura material, unidas al entorno en el que el fenómeno artístico y los objetos de arte se manifiestan o producen.

Por tanto, las obras de la artesanía artística y tradicional deben ser consideradas como las obras de arte de los pueblos, portadores de un mensaje espiritual y cultural, así como testigos de las tradiciones y la creatividad que debe transmitirse a las generaciones futuras.

2) Las obras de la **artesanía artística** incluyen:

a) creaciones, producciones y piezas de gran valor estético, ya sean inspiradas por formas, modelos, decoración, estilos y técnicas tradicionales o históricas, o bien el resultado del desarrollo creativo individual y de una forma de expresión personal y artística;

b) piezas realizadas principalmente mediante técnicas manuales con un nivel técnico muy profesional, mediante el uso de equipamiento, pero con exclusión total de la producción masiva de objetos; se admiten fases específicas en que el trabajo está mecanizado o automatizado, utilizando técnicas innovadoras e instrumentos de alta tecnología.

c) La definición de artesanía artística también comprende los trabajos de restauración, destinados a la conservación, consolidación o restauración de obras de arte, o piezas del patrimonio arquitectónico, arqueológico, etnográfico, bibliográfico o documental¹.

3) Los sectores de la artesanía tradicional y artística y sus respectivas actividades se definen de acuerdo con la clasificación europea de actividades económicas, NACE rev. 2 publicado en el Diario Oficial del 20 de diciembre de 2006 (véase el apéndice de la presente Carta).

Valores

La artesanía artística contiene diversos tipos de valores:

1) Valor económico. Al igual que el patrimonio cultural, la artesanía es un recurso económico y productivo clave: una amplia red productiva, formada por microempresas, talleres y pequeñas y medianas empresas profundamente arraigadas en su territorio local y que contribuyen con una parte no despreciable al valor económico creado por los sectores industriales.

¹ Será necesario armonizar las diferentes definiciones teóricas y legales de los trabajos de restauración en los diferentes países, para lograr definiciones que sean lo más unívocas y comunes posibles.

2) Valor cultural. La artesanía artística es un patrimonio cultural único, expresión de las sociedades a través de la historia. Las empresas artesanas son el fruto de una tradición artística y productiva de siglos de antigüedad. Son depositarias de un conocimiento material e inmaterial, que hunde sus raíces en su territorio local. También son portadoras de valores culturales “universales”, poniendo énfasis en el diseño, el proyecto y en la historia y las contaminaciones con otros sectores culturales muy diferentes son frecuentes.

3) Valor social. La artesanía artística también tiene “valor social”, creado por medio de la interacción con la economía y la sociedad de su área local, con la comunidad y el ambiente que la rodea. De hecho, siempre tiene profundas raíces en el territorio local, está integrada en su cultura e influye en la sociedad local. La cuestión de la transmisión de las destrezas artesanales, debe considerarse a la luz de lo señalado anteriormente: porque, a la vez que se conservan tradiciones y habilidades, esta transmisión es esencial para proteger la estructura social de las áreas locales. El trabajo artesanal es un tipo de ocupación que sirve de soporte a la economía local y a la producción en pequeña escala. Genera puestos de trabajo, estabilidad social y el potencial desarrollo futuro. Muchas áreas tienen realidades productivas ancestrales en riesgo de extinción por falta de relevo generacional. La artesanía artística también es el motor principal del desarrollo económico sostenible en zonas subdesarrolladas o deprimidas.

Propuestas

Por una hoja de ruta política para la Artesanía Artística en Europa

Introducción

A la luz de lo citado anteriormente queda claro que la artesanía es un sector con unas características únicas, desde el punto de vista de la producción, o de las dimensiones de las empresas, así como por su componente cultural y social. Por tanto, deben definirse a nivel europeo e internacional líneas políticas, estratégicas y de acción especialmente diseñadas para apoyar, proteger, mejorar y promover el sector de la artesanía artística.

1. Comunicación y promoción. Deben hacerse esfuerzos de comunicación decididos para promover un sector que el consumidor final no identifica con claridad. Los productos artesanales de alta calidad tienen todo el derecho de estar incluidos en la “refinada” y conceptual categoría de lujo, la que busca valores que van más allá de la apariencia y la marca. Sin embargo hay un conocimiento real muy limitado sobre los “distritos” de la producción artística es decir, sobre los lugares y áreas donde históricamente puede encontrarse producción de este tipo con su alto valor añadido formal y cultural. Finalmente, la artesanía –en su estado actual– tiene poco atractivo para las nuevas generaciones, de ahí el problema del relevo generacional. La imagen de la artesanía debería de ser actualizada y dada a conocer a un público más amplio: por supuesto, tendrá que haber varios mensajes diferentes, para los diversos

“espíritus” de la artesanía artística. Los medios de comunicación más modernos deben utilizarse para comunicar y promover la artesanía, especialmente para facilitar la comunicación con las jóvenes generaciones: podemos pensar por tanto en un incremento mayor y más provechoso de la utilización de la web, también a través de la creación de canales temáticos donde sea posible contar “historias”.

2. Internacionalización y comercialización. La artesanía artística necesita proyectos personalizados para ayudar a la internacionalización y apoyar la comercialización. El proceso de internacionalización promueve los productos artesanales, pero también un estilo de vida, una filosofía y la producción ética: por estas razones, la artesanía artística es el mejor embajador posible para los productos “Made in...”. La internacionalización y la comercialización deberían seguir cuatro líneas fundamentales:

a. Participación en ferias y exposiciones. Debería haber un circuito de ferias para visitantes especializados y/o para el público en general. Esto debería ser “aprobado” por las Asociaciones Profesionales de Artesanos y debería haber lugares específicos para la venta de productos de artesanía. Además de la feria en sí misma, es necesario considerar la puesta en marcha de apoyos, formación y herramientas de asesoramiento para las empresas lo que les permitirá aprovechar al máximo las ocasiones comerciales y expositivas.

b. Tiendas especializadas y/o galerías. Deberían ser identificadas y/o creadas las redes de tiendas especializadas en la venta de productos artesanales.

c. Vínculos con los circuitos comerciales habituales y con el diseño de interiores de gama alta.

d. Co- promoción de iniciativas con la distribución a gran escala.

3. Investigación e innovación. Para dar soluciones estratégicas a las necesidades de innovación de las empresas, debe definirse un nuevo concepto de innovación, que sea compatible con las dimensiones y características de los talleres artesanales. Junto a la visión clásica que se enfoca en la innovación del producto o en la tecnológica, este nuevo concepto hace referencia a la innovación en los procesos cognitivos y organizacionales, necesaria para crear innovación duradera y no esporádica. Esto es innovación estratégica, que se basa en un tipo de innovación organizacional, en parte gracias a la elaboración de modelos para el desarrollo de sistemas de redes².

4. Formación. Apoyar modelos de formación dentro de las empresas. Localizar sobre un mapa, a escala europea, dónde existe formación adecuada para la artesanía artística, en los niveles secundario y terciario, con el objetivo posterior de establecer un sistema europeo de formación. También puede ponerse en marcha una red de escuelas de excelencia que ya incluyen la formación en sus planes de estudios la artesanía artística tradicional. Se podría prever una especie de “formación continua” para artesanos, o mejor, su constante puesta al día en los aspectos técnicos y productivos, así como en los estéticos y formales, marketing, comunicación del producto y legislación. Crear un sistema de servicios integrados que incluya a las escuelas como lugares de in-

² Este concepto de innovación estratégica- organizacional, en conexión con un innovador modelo de red, es totalmente congruente con las líneas maestras sobre la estrategia de la innovación en Europa.

vestigación. Una formación reglada a nivel europeo es necesaria para cumplir con los nuevos requisitos de formación continua y aprendizaje permanente provocados por la innovación tecnológica, comunicación y otros aspectos de la actividad empresarial.

5. Educación. La historia de la artesanía artística debe ser escrita a nivel nacional e internacional, con referencias también al desarrollo histórico de las principales artes: es necesario presentar planes de formación de la historia de la artesanía artística en todos los niveles educativos. Esto tendría el efecto de fortalecer una cultura y creatividad comunes en Europa, necesarios para la afirmación de una identidad común europea en lo referente a la artesanía.

6. Turismo. El turismo es uno de las principales industrias europeas en términos de creación de puestos de trabajo y volumen de negocio: alrededor del 80% de los turistas europeos viajan por placer, mientras que el 20% restante lo hace por negocios³. El sector de la artesanía es un componente fundamental del turismo⁴, una auténtica "atracción turística", por tanto, es esencial explotar las sinergias que existen entre la artesanía y el turismo, para lograr beneficios y desarrollo recíprocos.

7. Museos. La conexión entre la artesanía artística y los museos, o los circuitos museísticos, es otra faceta de la estrecha relación, ya mencionada, entre la artesanía y la cultura –entendida en su sentido más amplio- del lugar donde se produce y origina. Este es el motivo por el que los museos son importantes aliados para el desarrollo y explotación de la artesanía, utilizando dos líneas principales de acción:

a. Artesanía y librerías de los museos. Deben producirse y venderse objetos inspirados en el patrimonio artístico para desarrollar un vínculo entre la artesanía y el arte, y para hacer frente a la mentalidad de "souvenir" ofreciendo productos de calidad, que sugieren una interpretación original de la propia obra de arte.

b. Exposiciones temporales en conexión con los museos. Espacios unidos o cercanos a los museos pueden servir como lugares para organizar exposiciones temporales –personales o colectivas – dedicadas a la mejor artesanía, contribuyendo a cierto tipo de producción como las modernas artes decorativas. La organización y coorganización de exposiciones dedicadas a la artesanía artística, deben ser desarrolladas, en colaboración con los museos asociados.

³ Fuente: Organización Mundial del Turismo.

⁴ Estudios llevados a cabo en Italia en 2002 mostraron que la artesanía se ha convertido en el tercer elemento, tras sus hermosos paisajes y el patrimonio artístico, en la lista de los atractivos turísticos para los turistas italianos y extranjeros. La mayor parte de las compras se realizan directamente en los talleres lo que fortalece el vínculo del turista con el lugar donde vive, siquiera temporalmente, y mantiene más vivo los recuerdos de su experiencia vacacional.