

LA PRODUCCIÓN ARTESANAL CAMPESINA EN LOS ANDES PERUANOS: DEL VALOR DE USO AL VALOR DE CAMBIO¹

Jesús Contreras
Universidad de Barcelona
Institut Català d'Antropologia

En este trabajo queremos referirnos a la participación de los campesinos indígenas peruanos en los mercados a través de su producción artesanal. Esta producción es considerada como una estrategia complementaria de la agricultura y/o pastoreo, y necesaria para compensar la precariedad de los resultados de éstas en vistas a conseguir la autosubsistencia de las unidades domésticas campesinas. En primer lugar, se considera, de modo general, la participación mediante formas de intercambio tradicional o no-mercantil, intercambios en los que ha predominado el valor de uso o «valor de consumo»²; y, en segundo lugar, a partir de la penetración progresiva del capitalismo en las comunidades campesinas, se considera la participación en el mercado con predominio del valor de cambio. Asimismo, se pone de manifiesto que, en la primera de esas formas de intercambio, se trata de una participación *directa*, por parte de los propios campesinos-artesanos, con un resultado que se basa en la reciprocidad y que busca el equilibrio; mientras que, en la segunda, se trata de una participación *mediatizada*, que supone la aparición de la figura del

1. Este trabajo es una aproximación, de tipo general y sin precisiones cuantitativas, a la actividad artesanal que se realiza como complemento de la agricultura y del pastoreo. Sus materiales proceden de una encuesta extensiva realizada en los meses de septiembre y octubre de 1979 en colaboración con Joan Prat. Las consideraciones que aquí se recogen, aunque de sentido general, refieren específicamente a comunidades de los departamentos peruanos de Ayacucho, Cuzco, Junín y Puno.

2. Por «valor de consumo» queremos expresar, con Sahlins (1977, 99) que el intercambio y la producción están orientados hacia la supervivencia y no a la obtención

intermediario y que conlleva la explotación de los campesinos mediante el mecanismo del precio de los productos artesanales, así como un aumento de la autoexplotación a la que se someten las unidades domésticas campesinas para seguir haciendo posible la autosubsistencia.

I. La artesanía como actividad complementaria de la agricultura

La agricultura en los Andes Centrales es, en términos generales, y desde la Colonia, una ocupación a precario para los campesinos.³ Esa precariedad no se deriva tanto de las características del medio, al cual se han logrado adaptaciones óptimas (verticalidad, chuño, irrigación, andenes, guano, pastoreo, etc. —Cf.: Murra (1975, 1978), Dollfus (1973, 1981), Custred, Thomas, Flores (1977), etc.—), como de las relaciones de producción impuestas por los conquistadores y mantenidas por las oligarquías que controlaron los sucesivos gobiernos republicanos. Esta constricción, no ecológica sino social y política, ha exigido de los campesinos nuevas respuestas. La actividad artesanal, desarrollada como complemento de la agricultura, es una de ellas. En este sentido, Sabogal (1976, 2) señala:

La mayoría de los campesinos saben algún oficio (...) La agricultura que se practica es una operación subfamiliar, o sea en alodios pequeñísimos e insuficientes para mantenerse. Esto conlleva subempleo en la agricultura, especialmente en los meses de sequía. El calendario de los campesinos puede repartirse de manera general de la siguiente forma: 7-8 meses insumidos en la práctica de la agricultura, 1-2 meses en intercambio de trabajo (retribución), aspecto que tiende a disminuir, y 3-4 meses a la práctica de algún oficio.

La actividad artesanal es, precisamente, uno de los oficios más asequibles a la población campesina para complementar su economía agrícola-familiar por cuanto el establecimiento de una unidad de producción artesanal demanda muy poca inversión. Además, debido a la tradición familiar, el campesinado no encuentra problema alguno por lo que refiere al conocimiento de una u otra técnica artesanal (Cf. León y Lázaro, 1982: 10).

Cuál sea la actividad artesanal desarrollada depende de factores ecológicos, económicos e históricos en general: la disponibilidad o no de

de ganancias. No se trata, simplemente, de producción para el consumo (ello es obvio en el caso de la producción artesanal mínimamente especializada), sino producción «por el valor de consumo» incluso en los actos de intercambio y oponiéndose a la búsqueda del valor de intercambio.

3. Según el Plan Regional de Desarrollo 1981-82 (Oficina de Planificación UPES, 1981), la agricultura, en el departamento de Ayacucho, por ejemplo, se caracteriza por ser generalmente estacionaria y de autoconsumo y con un empleo de la mano de obra disponible sólo en forma estacional, observándose altas tasas de subempleo y desempleo.

materias primas —arcilla o lana, por ejemplo—, el mantenimiento o la pérdida de una determinada tradición artesanal precolonial o su desarrollo a partir de los obrajes o a partir de la ruptura del control vertical, o de la planificación colonial, etc., son factores o situaciones que pueden explicar parcialmente porque unas comunidades recurren a la artesanía y otras no o porque unas han recurrido a una artesanía y otras a otra.

La complementariedad entre la agricultura y la actividad artesanal es evidente, por ejemplo, en el caso de muchas de las comunidades que se dedican a la producción de cerámica. En la época de lluvias, el campesino dedica casi toda su atención a la *chacra* —o al rebaño—, mientras que se dedica a la producción de cerámica en la época seca. Teniendo en cuenta que los hornos para la cocción de cerámicos se encuentran al aire libre y que el artesano-campesino no dispone de talleres ni almacenes amplios para el secado de las piezas, la época de lluvias supone una importante limitación para el desarrollo de esa actividad. Por el contrario, la época de lluvias es el momento en que la agricultura requiere mayor cantidad de trabajo pues debe realizarse la roturación de la tierra, la siembra, los aporques, etc. —o el apareamiento, la esquila, etc., en el caso de los pastores—. Así pues, mediante la agricultura y la artesanía, el campesino-artesano mantiene un nivel máximo de ocupación a lo largo de todo el año.

II. Predominio del valor de uso en la producción artesanal

Tradicionalmente, la actividad artesanal como complemento de la agricultura y/o del pastoreo ha orientado su producción hacia el consumo directo del propio campesinado, siendo el valor de uso el valor predominante en los intercambios en los que participaban los campesinos-artesanos, de trueque fundamentalmente.

Los artesanos podían recibir encargos directos por parte de los campesinos, que les ofrecían, por ejemplo, una botella de trago o aguardiente al efectuar la solicitud, o también:

...los campesinos hacen contrata para hacer inglesia o su compadre puede hacer contrata para hacer inglesia. Yo he visto que en tiempo de mi padre que llevaban esa inglesia por 15 soles cuando zafaba una casa.⁴ Y llevaban a su casa y daban su chaski: gallina, su cuy. Esos toros para su uso no más compraban, para la chicha, para la fiesta, para matrimonio (En Sabogal, 1979: 23).

El dueño de las ovejas entregaba la lana a la hilandera que quedándose con una parte del producto se consideraba bien pagada. El tejedor, a cambio de casa, comida y algún producto de la chacra hacía para el interesado la jerga

4. Se llama zafar una casa a la fiesta que con motivo de la terminación de la construcción ofrece su propietario. Durante esta fiesta es costumbre en muchas comunidades andinas colocar una inglesia, una cruz u otros objetos en el vértice del tejado de la casa.

o cordellate deseado para que el sastre confeccione un terno... (Salas, 1978: 41).

Pero, al margen de los encargos directos, la forma predominante de intercambio era el trueque, ya fuera en el marco de las ferias anuales, en los mercados semanales o en los «viajes comerciales» realizados por algunos campesinos (Cf.: Casaverde, 1977; Custred, 1974; entre otros).

Así, por ejemplo, comunidades del Departamento de Cuzco como Maras (16 de julio), Quispicanchis (15 de agosto), Tinta (24 de agosto), Calca (14 de septiembre) celebran ferias anuales dentro del contexto de sus fiestas patronales. Además de los campesinos de las comunidades vecinas, llegaban (y llegan pero en menor medida) artesanos ceramistas de San Pedro, Racchi, Sicuani (Cuzco), así como de Checca, Azángaro, Pucará (Puno) para intercambiar platos, ollas, jarras, tomines, etc., por productos agrícolas, maíz sobre todo, productos que los habitantes de esas comunidades de ceramistas no pueden cultivar pues todas ellas se encuentran a alturas superiores a los 3.500 metros.

También, estas ferias han sido ocasión para la venta de tejidos por parte de artesanos tejedores o por parte de aquellas mujeres que, si habían tenido disponibilidades de lana, tejían para el intercambio.⁵

Esas ferias anuales han constituido, pues, la ocasión para el intercambio entre comunidades especializadas, ya fuera por condiciones ecológicas diferentes o/y por el conocimiento y posibilidad para desarrollar una determinada actividad artesanal. La feria de Tinta, por ejemplo (Valencia, 1979) tiene una gran trascendencia para los habitantes de la provincia de Canas (Departamento de Cuzco) porque en esa ocasión suelen cambiar sus productos con los pueblos de la Hoya del Vilcanota y adquirir ceramios utilitarios traídos de Pucará y Azángaro, así como ceramios que sirven para depósito y acarreo y que traen los artesanos de Racchi. Asimismo, adquieren herramientas agrícolas e instrumentos para tejer proporcionados por los habitantes de Acopia (Provincia de Acomayo), lugar donde tienen arbustos y árboles de palos duros como el chachakomo. Por su parte, los caneños llevan a la feria ganado vacuno, ovino, cueros, lana, bayetas, jergas, chuño, moraya, quesos, huevos, aves de corral, sogas de paja, cerdos, etc.

Las formas de trueque efectuadas en estas ferias responden a «equivalencias»⁶ tradicionalmente establecidas en las que el valor de uso im-

5. Así, por ejemplo, en Hualhuas (Junín), los tejedores intercambiaban sus tejidos por lana, sombreros, sillas o animales. Cinco libras de lana, por ejemplo, era el equivalente a una frazada que pesara tres.

6. Por ejemplo, en el trueque de ceramios por productos agrícolas tales como el maíz, desgranado o en mazorca, chuño, papa, etc., los propios ceramios «sirven como medidas de cambio, tanto de acuerdo al tamaño como a las características morfológicas. Es así que el cuello, las asas, el cuerpo son indicadores para realizar el trueque con otros productos agrícolas. Así por ejemplo, en un raki, el cuello sirve de medida para cambiar el maíz con su mazorka, se cambia por encima de la oreja o asa que está en la

prime cierta estabilidad frente a las posibles fluctuaciones que pueden provocar la escasez relativa y ocasional de alguno de los productos intervinientes.

Los artesanos pueden practicar, también, la venta en efectivo. Artesanos ceramistas de Pucará, Checca y Sicuani, por ejemplo, recorren los mercados locales, de periodicidad semanal, y venden directamente a las campesinas, que adquieren las piezas para su propio consumo. Los artesanos, por su parte, con el dinero obtenido, compran productos para su subsistencia, tales como azúcar, sal, fideos, velas, querosene, etc.

Otra forma de intercambio es la realizada por los habitantes de la puna mediante los viajes comerciales que llevan a cabo durante la estación seca. Algunos de los productos que ellos mismos manufacturan, a base de lana sobre todo, tales como costales, ponchos, *llicllas*, etc., son utilizados en la actividad comercial interzonal...

...hacen contratos con los de la zona quechua a través de sus parientes que hacen viajes regulares a dicha zona. De esta manera, los tejedores enviarán sus productos en el próximo viaje para poder intercambiarlos en la zona quechua (Custred, 1974: 271).⁷

En otras ocasiones son comerciantes especializados, como el *millmi-cho* (Villafuerte, 1978) o el *polveño* (Casaverde, 1977) los que recorren las comunidades campesinas recolectando sus productos, lana, cueros, tejidos, etc., a cambio de sal, azúcar, botones, anilinas para teñir, utensilios de cocina, etc.

Como se ve, tradicionalmente, la producción artesanal realizada dentro de las unidades domésticas campesinas se ha caracterizado, fundamentalmente, por su valor de uso, aún cuando se integrara en mecanismos de distribución tales como los mercados y las ferias. Sin embargo, durante los últimos años se ha hecho irreversible un proceso según el cual la producción para el uso y por el valor de uso es cada vez menor y, en

parte media del cuerpo, es cuando el ceramista saca ventaja o gana en el trueque y por debajo de ésta es cuando el productor de la cerámica pierde o baratea su producto. De igual manera se ve en las ollas, platos y otros objetos como pequeños cántaros que no se pueden introducir granos de maíz, suelen cambiar por makis (manos) teniendo sus valores de acuerdo a las dimensiones, trocándose los ceramios por 2, 4, etc., manos de maíz» (Valencia, 1982: 65-66). Por lo que se refiere a la lana, las ferias y mercados también ponen en contacto comunidades con producciones diferenciadas o, simplemente, a las que no disponen de ella. En Hualhuas, por ejemplo, intercambian frazadas por maíz. En comunidades del departamento de Puno (Galdo, 1977) se intercambia lana por productos agrícolas: el *jache* (puñado de lana de una mano) y el *tajro* (puñado de dos manos) se intercambian por productos agrícolas cuyas equivalencias varían según la especie; así, por ejemplo, más cebada que papa y más papa que chuño.

7. Algunas de las medidas de intercambio en estas transacciones son las siguientes: un costal del tamaño de una llama se cambia por la cantidad de maíz, cereales o frijoles que pueda contener una *lliclla*, es decir, unas seis arrobas de productos quechuas; una pollera equivale también a seis arrobas de productos quechuas (Custred, 1974: 274).

algunos casos, ha desaparecido por completo. La producción artesanal tiene, cada vez más, un valor de cambio. Debido a ello, la artesanía se ha integrado en formas de distribución típicamente capitalistas, desde el mercado regional al mercado mundial.

III. La mercantilización de la producción artesanal

El paso del predominio del valor de uso al valor de cambio en la producción artesanal de los campesinos responde a un lento proceso⁸ de características económicas y culturales precisas. Concretamente, Lauer (1978, 29) señala que el encuentro intercultural propio de los años veinte, con la aparición de capas medias rurales que empiezan a actuar en el escenario político,

se da sobre bases económicas totalmente distintas (a las del advenimiento de la república), en la medida en que se trata del inicio de cuarenta años de luchas por desarrollar el capitalismo en el país, en cuyo curso la propia cultura andina dominada sufre importantes modificaciones. La principal de ellas es la lenta agonía de los sectores terratenientes que sostenían una cultura de tipo tradicional que ejercía dominio sobre la campesina. La aparición de los enclaves extractivos, de las carreteras y de la urbanización ponen por primera vez en contacto a las culturas dominadas del campesinado con la dinámica del capitalismo dependiente de la costa.

Este proceso tiene una doble manifestación: por una parte, la introducción de productos manufacturados que sustituyen progresivamente a los productos artesanales (generalización de los tejidos confeccionados industrialmente, de los recipientes de plástico, aluminio, etc.) dentro de una misma función o necesidad (indumentaria o menaje, por ejemplo); por otra, algunos productos artesanales, perdido su valor de uso dentro de las poblaciones campesinas, adquieren un valor «ornamental» y «de cambio» para sectores urbanos nacionales y extranjeros, provocando una gran demanda de los mismos.

En efecto, en los años cincuenta, todavía, la mayor parte de la indumentaria de la población campesina, por ejemplo, era el resultado del trabajo en tejido realizado dentro de la propia unidad familiar o del de algún artesano o artesana local con el que se intercambiaba de algún modo. Asimismo, hasta esas mismas fechas, la venta realizada por los artesanos era, como hemos visto, una venta o intercambio directo. A par-

8. Según León y Lázaro (1982, 5), la conversión de los objetos artesanales en mercancías se habría iniciado ya con el establecimiento de los obrajes. Con ellos «la producción (artesanal) ya no va a estar destinada al autoconsumo o consumo de la comunidad, sino al mercado. Se va a producir así una división social del trabajo. Así es como el artesano productor va a dejar de ser propietario de sus medios de producción, por la aparición del dueño o patrón de los obrajes».

tir de esas fechas, sin embargo, aparecen ya los intermediarios o «negociantes»:

Antes cada uno para su uso venía a comprar o para la fiesta, nada más. Después, ya, desde 1954 empezó a vender en Ayacucho a Carlos Vivanco. Negociante era Tomás Gutiérrez, ellos llevaban para 28 de julio (fiesta nacional del Perú) no más. Reunían cantidad y llevaban camionada para 28 julio, para Lima (En Sabogal, 1979: 22):

Así, pues, la venta en efectivo ha ido sustituyendo al trueque tradicional de los productos artesanales y la «venta por encargo» de intermediarios o negociantes se va imponiendo aceleradamente. Estos intermediarios pueden ser propietarios de establecimientos comerciales de centros urbanos, pero la mayor parte son representantes de agencias de exportación. De esta manera, la producción artesanal, nacida de las necesidades del autoconsumo, va perdiendo sus usos y pasa a ser valorada, fundamentalmente, por su valor de cambio y a estar cada vez más influida por la economía mercantil, representada por los diferentes tipos de comerciantes e intermediarios. En Tastayoc (Distrito de Ollantaytambo), por ejemplo, como en otras muchas comunidades andinas (Chincheró, Calca, Pisac, etc.), la confección de tejidos, que estaba orientada a la satisfacción de las necesidades de las propias unidades domésticas productoras,

viene sufriendo una constante penetración de la economía mercantil a través de los comerciantes indígenas procedentes de la provincia de Sicuani o el altiplano puneño, quienes arriban temporalmente a la comunidad a intercambiar o vender productos manufacturados a cambio de tejidos, lana de alpaca y papa para luego ser revendidos en los mercados de la ciudad del Cuzco, Sicuani, etc. Muchos de éstos son solamente comerciantes ciudadanos y aún podrían ser considerados últimos eslabones del comercio internacional (Villafuerte, 1978: 11).

En Chincheró (Provincia de Urubamba) son cada vez más las mujeres que tejen productos tradicionales (*llicllas* y *chumpis*, sobre todo) para venderlos directamente a los turistas que los domingos visitan el mercado. Además, algunas mujeres compran tejidos a sus vecinas para revenderlos en dicho mercado.

Por otra parte, en relación al intercambio tradicional, la clientela de los artesanos-campesinos se ha diversificado. Negociantes de Lima o de las diferentes capitales departamentales, establecimientos comerciales, los turistas que visitan directamente los mercados campesinos, son los nuevos clientes. Es más, una gran parte de la producción artesanal se orienta exclusivamente hacia el turismo,⁹ de tal modo que la población

9. De no ser por el turismo y la exportación, muchos de los artesanos actuales no tendrían quienes compraran sus productos y hace ya algunos años que se hubieran visto obligados a abandonar esta ocupación. En algunos casos, eso es precisamente lo que

campesina cada vez es menos atractiva como destinataria de los productos artesanales. Al mismo tiempo, además, esa misma población campesina cada vez se siente más atraída por patrones de consumo «modernos» en lo relativo a vestimenta, utillaje en general, etc. (Lauer, 1978: 44). Este cambio de clientela, por otra parte, tiene que ver también con las modificaciones habidas en la estructura de los ingresos y de gastos. Concretamente, la progresiva monetarización de la economía permite, por primera vez, optar entre los productos artesanales y los industriales (De-gregori y Urrutia, 1976).

Ahora, los principales canales a través de los cuales los artesanos comercializan su producción son los intermediarios,¹⁰ sean mayoristas¹¹ o minoristas, y las tiendas artesanales que contratan trabajos directamente con algunos artesanos. Mayormente, pues, los artesanos trabajan ahora sobre pedido.

Resumiendo, los factores que habrían determinado el ingreso de los campesinos-artesanos en el mercado capitalista serían: 1) la necesidad de incrementar la producción artesanal como complemento de los ingresos provenientes de la agricultura y, eventualmente, como actividad sustitutoria; 2) la pérdida de la clientela establecida en la reciprocidad como consecuencia de la aparición de los productos industriales; y 3) el desarrollo, por motivos culturales, de una demanda de nuevo tipo y volumen en el sector dominante del país (Lauer, 1978: 35-36). Otros factores, concomitantes con los citados, son la generalización del uso del dinero,¹² la multiplicación de mercados¹³ como consecuencia de la apertura de trochas y carreteras¹⁴ y la aparición del camión.¹⁵ Todo ello ha facilitado la penetra-

ha ocurrido o está ocurriendo. Tal es el caso, por ejemplo, de muchos artesanos que producen ceramios estrictamente utilitarios: abandonan su ocupación tradicional para dirigirse a la industria o a la venta ambulante. Pero en el caso de la artesanía que se ha reconvertido hacia la producción de objetos «ornamentales» (algunos objetos utilitarios, sin embargo, son ornamentales para el turista, una *lliclla* por ejemplo) o de *souvenirs* no sólo no ha decaído sino que, incluso, ha incrementado el censo de sus artesanos.

10. A partir de 1971, con la creación de Certex Artesanal, se incrementa considerablemente la exportación de productos artesanales. En el departamento de Ayacucho, por ejemplo, el 72 % de los artesanos venden sus productos a intermediarios (León, 1979: 5).

11. Entre las agencias más conocidas figuran Panalpina, Kunkel, Huamanqaqa, Canthal, Witchel y Co., además de la empresa estatal Eppa Perú, creada en 1974.

12. Según Lauer, la reforma agraria peruana reforzó, además, el proceso de monetarización de la economía campesina y con ello «aceleró el proceso de sustitución del consumo de objetos de factura artesanal por uno de productos industriales (...) De este modo, los artesanos de diversas regiones ven cómo se pierde su clientela local al transformarse en consumidora de productos industriales» (Lauer, 1978: 38).

13. Para el departamento de Puno, Appleby (1979, 67) señala el florecimiento de numerosos mercados de nivel local a partir de los años sesenta. Por nuestra parte, podemos afirmar lo mismo para el departamento de Ayacucho.

14. Según Valencia (1982, 3) «En las provincias altas del departamento del Cuzco, se hace presente con mayor énfasis, el sistema capitalista a partir de las décadas del 50 y 60, por la apertura de trochas y caminos carreteros, dando acceso a todos los pueblos y comunidades indígenas más apartadas».

15. El gran desarrollo del transporte en camión ha aumentado la movilidad de los

ción de los productos industriales en el sector campesino y la sustitución de los productos artesanales. Asimismo, esos factores han contribuido a incrementar la participación de los campesinos en los pequeños mercados.

Una vez ingresados en el mercado capitalista, también han sido varios los factores que han potenciado la intervención de los intermediarios en el proceso de comercialización de la producción artesanal. Los intermediarios, además de vender los productos artesanales, en algunos casos amplían esa actividad con la venta de materias primas a los propios artesanos e, incluso, con el «financiamiento» mediante el pago de «adelantos».¹⁶ Las razones de esa presencia son: 1) la dispersión y aislamiento económico de los artesanos que, además, no disponen de los recursos necesarios para establecer canales propios de comercialización¹⁷; 2) acaparamiento por parte de los propios intermediarios, con la escasez consiguiente, de las materias primas necesarias, así como un precio elevado de las mismas; y 3) intervención del capital comercial dentro del sector artesanal, lo que evidencia la disponibilidad de recursos monetarios por parte de personas ajenas a la producción artesanal (León y Lázaro, 1982: 31-32). Por todo ello, el intermediario aparece como el principal beneficiado en el proceso de la producción y comercialización artesanal:

El principal beneficiado de toda esta industria comercial con técnicas exclusivamente manuales es el pequeño intermediario, que es a la vez proveedor de insumos, compadre, habilitador y les tiene enganchados permanentemente (Sabogal, 1978: 211).

Este monopolio de los intermediarios, así como las condiciones que caracterizan el paso del autoconsumo a la comercialización son causa de algunas transformaciones que se están produciendo en la actividad artesanal. Por ejemplo:

1) Cambios en los diseños de los productos artesanales, sobre todo en los tejidos y en la cerámica. En el caso de los tejidos, por ejemplo, desaparecen *pallais*¹⁸ tradicionales y aparecen otros nuevos; asimismo, *pallais* que eran propios de una comunidad dejan de serlo ya que, debido

campesinos y ha disminuido el costo del transporte de las mercancías. Asimismo, el desarrollo del transporte es lo que permite que los mercados constituyan un sistema al permitir un intercambio entre ellos que antes no se daba (Appleby, 1979: 65-66).

16. «El intermediario adelanta dinero y/o materias primas al productor sobre la base de un determinado pedido de objetos artesanales. En dichas condiciones el artesano se ve obligado a aceptar precios que pone el intermediario y, en el momento de la entrega, el intermediario se descuenta lo adelantado (...) Estas condiciones no le permiten al artesano contar con un excedente productivo a capitalizar» (León y Lázaro, 1982: 34).

17. Según la Dirección General de Artesanías (1976), los comerciantes intermediarios manipulan el 84,5 % del Valor Bruto de la Producción Artesanal.

18. *Pallai* es la palabra quechua para referirse a los dibujos que adornan los tejidos.

al proceso de comercialización, unas comunidades los copian de otras pues la finalidad ahora es vender el producto y no diferenciarse unas comunidades de otras mediante aspectos específicos del vestido. También, como consecuencia de la orientación de la artesanía hacia la exportación, se ha producido una incorporación generalizada de motivos precoloniales, lo que supone una pérdida de las particularidades creativas locales. Lo mismo ocurre en la cerámica, dentro de cuya producción se da una proliferación de piezas que son imitaciones vulgares de las antiguas cerámicas nasca, inca, mochica, etc. Todos estos modelos o imitaciones vienen inducidos por los comerciantes y parten del supuesto mercantil de que son del agrado del turista o de los extranjeros.

2) Desaparición lenta pero progresiva de las artesanías que producen objetos estrictamente utilitarios (o de exclusivo valor de uso) y perduración de aquellas artesanías «artísticas» productoras de artículos de lujo o decorativos simplemente. En estos casos, la producción artesanal ya no está orientada para el consumo de la población campesina, sino para un consumidor foráneo y extraño a la propia cultura campesina. El proceso de esta transformación ha sido descrito por Degregori y Urrutia (1976) del siguiente modo: *a)* decadencia del sentido religioso, persistiendo la forma en muchos casos, pero cumpliendo una función decorativa; *b)* pérdida del carácter utilitario, debida a la competencia de productos manufacturados y al prestigio ideológico que adquieren los productos industriales frente a las artesanías locales; *c)* reorientación de la producción hacia el turismo; *d)* especialización de los artesanos; y *e)* aparición de nuevas artesanías orientadas exclusivamente al turismo.

IV. Conclusión

La creciente comercialización de los productos artesanales no ha redundado, al margen de contadas excepciones, en una mejora de las condiciones de vida de los campesinos-artesanos, pues mientras los precios de los productos que deben adquirir para su subsistencia, así como los de los insumos para su trabajo sufren un aumento constante, los precios de sus productos artesanales, en cambio, son controlados y mantenidos por los negociantes e intermediarios. Hasta tal punto, los artesanos dependen ya de los pedidos de los negociantes que podría decirse que se han convertido en meros «asalariados» de éstos, pues producen enteramente para ellos, producen los modelos que ellos imponen y a los precios que establecen.

A pesar de todo ello, la actividad artesanal continúa siendo, incluso en mayor medida, una alternativa necesaria y deseable para el campesinado andino como complemento de la agricultura y/o pastoreo, sobre todo cuando se desarrollan en condiciones de precariedad. Ello es así por cuanto

la tierra útil supone, en la mayoría de los casos, y para cada unidad doméstica campesina, una cantidad fija y finita. Además, la posibilidad de intensificar la producción mediante una mayor inversión tecnológica constituye una alternativa casi imposible habida cuenta de la precariedad del capital disponible por parte de los campesinos indígenas.

Por el contrario, la producción artesanal se presta a una intensificación casi constante, pues el recurso fundamental necesario para ello es la fuerza de trabajo familiar (al margen de las materias primas necesarias y cuya importancia varía considerablemente según las diferentes artesanías) y éste es, precisamente, un recurso abundante e incrementable en el seno de las unidades domésticas campesinas de los Andes Peruanos. En efecto, como señala Palerm (1980, 213):

La familia campesina crece, para poder aumentar su fuerza de trabajo: tiene más hijos para poder trabajar más.

Ello quiere decir, pues, que la producción artesanal (que no tiene que usar un recurso tan limitado como el suelo) puede intensificarse a partir de la propia capacidad de las unidades domésticas de producir nuevos miembros, de su propia capacidad de autoexplotación¹⁹ y de la peculiar estructura de la unidad doméstica.

La fuerza de trabajo campesina no está constituida por unidades personales discretas, sino que consiste en la unidad doméstica de producción-consumo. Las estrategias campesinas, en tanto que pueden conservar algún margen de libertad, se dirigen a adaptar la estructura y composición sexual y de edades de la unidad doméstica a las alternativas que se le presentan. En situaciones en extremo favorables de acceso a la tierra (lo cual no es nuestro caso), la unidad doméstica campesina tiende a utilizar toda su fuerza de trabajo en su propia parcela. Más frecuente, desde luego, es que tenga que distribuirla, además, entre la ocupación asalariada en las empresas capitalistas agrarias y no agrarias, las ocupaciones domésticas de tipo artesanal, el trabajo por encargo de partes de ciertas manufacturas, etc. El número de combinaciones posibles es muy alto, y cada combinación supone un tipo especial de organización familiar (Palerm, 1980: 184-185).

Un ejemplo de esta flexibilidad familiar lo constituye el hecho de que «desde que se teje para el negocio» (para la venta), y para facilitar esa

19. Utilizamos este término en el sentido que le diera Chayanov, cuando afirmaba que el trabajador campesino es estimulado al trabajo por las necesidades de su familia y que desarrolla mayor cantidad de energía cuando aumenta la presión de estas necesidades y, así, «la medida de la autoexplotación depende en mayor grado del peso que ejercen sobre el trabajador las necesidades de consumo de su familia (Chayanov, 1974: 81)». Del mismo modo, «la energía desarrollada por un trabajador en una unidad doméstica de explotación agraria es estimulada por las necesidades de consumo de la familia y al aumentar éstas, sube forzosamente la tasa de autoexplotación del trabajo campesino» (*Ibid.*, 84).

intensificación de la producción artesanal a la que aludimos, el tejido está dejando de ser una tarea estrictamente especializada según el sexo y la edad: en algunas comunidades de tejedores, el telar de pedal está dejando de ser patrimonio exclusivo del hombre y el de cintura, de la mujer, así como las máquinas de tricotar que se están introduciendo en muchas comunidades del departamento de Puno son manipuladas indistintamente por miembros de uno u otro sexo, e indistintamente de su edad.

En cualquier caso, las utilidades producidas por esa intensificación de la producción y por la consiguiente autoexplotación de los miembros de la unidad doméstica son profundamente variables en función de la propia situación del mercado, tanto de los *inputs* como de los *outputs*, así como de las condiciones concretas en las que se efectúen las contratas de venta anticipada. Esta es una situación que contrasta con la estabilidad de las equivalencias vigentes en el intercambio tradicional.

Sin embargo, la actividad artesanal constituye una alternativa a la precariedad de la agricultura y a la escasez en general.²⁰ Y se trata de una alternativa muy viable (al margen de su rentabilidad) en aquellas comunidades en las que disponen de las materias primas necesarias (lana o arcilla, por ejemplo). La práctica de la artesanía, pues, debe considerarse una estrategia (entre otras muchas practicadas por los campesinos andinos: comercio, migraciones estacionales a la ciudad o a las yungas para vender su fuerza de trabajo, aparcería, etc.) para hacer posible su subsistencia²¹ y su supervivencia. Pero, asimismo, mediante estas mismas estrategias, los campesinos se integran, en diversas formas y grados, en el mercado capitalista, sea de mercancías, de fuerza de trabajo o de ambos a la vez.

20. Y la artesanía sigue siendo una alternativa necesaria en muchos casos por cuanto, como señala Sabogal (1978, 210): «Simultáneamente al proceso de modernización a fortiori al cual se ve sometido el campesino, existe un proceso de empobrecimiento de muchos de ellos, así como de los pobladores rurales que no emigran a los centros poblados más grandes. Por diferentes motivos carecen o han perdido sus recursos agrícolas, y, lo que es más frecuente, su capacidad de intercambio ante el país mercantil y urbano de la "economía nacional de mercado", se ha deteriorado. Para sobrevivir practican artesanías de las más inesperadas, de las más ingeniosas, y en cuya práctica es difícil encontrar algún margen de utilidad.»

21. Paradójicamente, es la propia autosubsistencia (objetivo fundamental de las estrategias campesinas entre las que se incluye la producción artesanal) uno de los nexos de articulación entre la economía de la unidad doméstica campesina y el capitalismo pues, como señala Palerm (1980, 212), «El punto de partida del intercambio desigual de valores entre los modos campesino y capitalista de producción se encuentra (...) en el autoabasto de la unidad doméstica campesina. El autoabasto es el que permite el predominio de los bajos salarios (o de los precios de los productos artesanales en el caso que nos ocupa) en las ramas capitalistas que utilizan el trabajo asalariado de los campesinos (recuérdese que hemos comparado a los artesanos con «asalariados» de los comerciantes), y lo que permite los bajos precios con que los productos campesinos entran en la circulación capitalista.»

REFERENCIAS

- APPLEBY, Gordon. 1979. «Las transformaciones del sistema de mercados en Puno: 1890-1960», en *Análisis*, n.º 8-9: 55-71.
- CASAVARDE, Juvenal. 1977. «El trueque en la economía pastoril», en FLORES, pp. 171-191.
- CHAYANOV, Alexander V. 1974 (1925). *La organización de la unidad económica campesina*. Buenos Aires, Ediciones Nueva Visión.
- CUSTRED, Glynn. 1974. «Llamereros y comercio interregional», en *Reciprocidad e intercambio en los Andes peruanos*, pp. 252-289. Lima, Instituto de Estudios Peruanos.
1977. «Las punas de los Andes centrales», en FLORES, pp. 55-85.
- DEGREGORI, C. y URRUTIA, J. 1976. *Apuntes sobre el desarrollo del capitalismo y la destrucción del área cultural Pokra-Chanká*. Mimeo.
- DIRECCIÓN GENERAL DE ARTESANÍAS. 1976. *Estudio integral del sector artesanal a nivel nacional* (mimeo), 5 vol. Lima.
- DOLLFUS, Olivier. 1981. *El reto del espacio andino*. Lima, IEP.
- DOLLFUS, O. y LAVALLEE, D. 1973. «Ecología y ocupación del espacio en los Andes Tropicales durante los últimos veinte milenios», en *Boletín del Instituto Francés de Estudios Andinos*, vol. II, n.º 13. Lima.
- FLORES, Jorge (Compilador). 1977. *Pastores de Puna*. Lima, IEP.
- GALDO, Raúl. 1977. *Artesanías y pequeñas industrias en la zona colindante con el lago Titicaca, Puno*. Lima, Ministerio de Trabajo (Oficina Técnica de Formación Profesional).
- LAUER, Mirko. 1978. «Artesanía y capitalismo en el Perú», en *Análisis*, n.º 5: 26-48.
- LEÓN, Félix. 1979. «Realidad artesanal ayacuchana», en *I Fórum Problemas y Perspectivas de la artesanía ayacuchana*. Ayacucho.
- LEÓN, F. y LÁZARO, L. 1982. *Problemas y perspectivas de la artesanía ayacuchana*. Mecanografiado.
- MURRA, John V. 1975. *Formaciones económicas y políticas del mundo andino*. Lima, Instituto de Estudios Peruanos.
1978. *La organización económica del Estado Inca*. México, Siglo XXI.
- OFICINA DE PLANIFICACIÓN UPES. 1981. *Plan regional de Desarrollo 1981-1982*. Ayacucho, Mimeo.
- PALERM, Ángel. 1980. *Antropología y marxismo*. México, Nueva Imagen.
- SABOGAL, José. 1976. *Del arte vernacular y sus perspectivas*. Lima, CISE, Universidad Nacional Agraria (La Molina).
1978. «El campesino-artesano en el Perú», en *América Indígena*, vol. XXXVIII, pp. 207-218.
1979. *Arte vernáculo en Huamanga*. Lima, CISE, Universidad Nacional Agraria (La Molina).
- SAHLINS, Marshall. 1977. *La economía de la edad de piedra*. Madrid, Akal.
- SALAS, María A. 1978. «Artesanías y campesinado en el valle del Mantaro: agonía de una tradición», en *Perú Agrario*, vol. II, n.º 4: 41-43.
- THOMAS, R. Brooke. 1977. «Adaptación humana y ecología de la puna», en FLORES, Jorge (Compilador).
- VALENCIA, Abraham. 1979. «Los mercados de los K'anas», en *Wayka*, n.º 6-7: 175-192.
1982. *Pesas y medidas inkas. Continuidad en los mercados de Canas*. Cuzco, Centro de Estudios Andinos.

VILLAFUERTE, Jorge y Auristela. 1978. *A propósito de las actividades complementarias en la economía campesina*. Cuzco, Centro de Investigaciones Socioeconómicas.