

La artesanía marroquí en vías de renovación

El sector tiene que aceptar el reto de apostar básicamente por el mercado nacional sin dejar de atraer al mismo tiempo a la clientela internacional.

Amel Abou el Aazm

El sector de la artesanía ocupa un lugar importante en Marruecos, por su peso económico (representa cerca del 20% de la población activa total de Marruecos) y por su carga patrimonial (las técnicas y conocimientos artesanales son uno de los elementos más ricos del patrimonio marroquí). Pero su potencial social y económico, aunque elevado, está insuficientemente explotado y, a pesar de que es motivo de orgullo de los marroquíes, sufre la competencia en sus hogares de los productos industriales. Su supervivencia parece depender del turismo y del contexto político y económico internacional. De hecho, se considera que la artesanía marroquí está en crisis por la baja oferta y demanda, su escasa facturación, sus escasos ingresos, la inexistencia de cobertura social, y la insuficiencia o la falta de innovación e inversión. Esta situación no es reciente, y es consecuencia del proceso histórico en el que la colonización, al modificar las relaciones socioeconómicas y culturales y al introducir los productos industriales llamados “modernos”, cambió la opinión de los marroquíes sobre la artesanía, su lugar en la sociedad, su utilidad y su modo de producción. El objeto artesanal, que primero sufrió la competencia y la modificación de su función inicial, fue desapareciendo poco a poco de los hogares marroquíes, y evolucionó para responder a la demanda de los turistas. Si nos fijamos en unos cuantos ejemplos de la artesanía urbana y rural, veremos que, debido a unos cambios históricos, este sector sufre dificultades de tipo estructural, y que la clientela extranjera sigue desempeñando un papel importante. Pero a pesar de todo, algunos elementos indican que se está produciendo un giro y, con la aparición de nuevos actores, se está iniciando una dinámica de patrimonialización.

Artisanos individuales urbanos con perspectivas limitadas

Los cinco grandes polos urbanos de producción (Casablanca, Marrakech, Fez, Tánger-Tetuán y Rabat-Salé) concentran cerca del 60% del volumen de facturación. En el centro de las medinas y los

zocos de estas ciudades, los artesanos trabajan en locales minúsculos. Estos artesanos –tejedores, latoneros, tintoreros, carpinteros, ebanistas– son “dueños” de su comercio, y constituyen la mayor parte del sector de la artesanía (88%), pero solo generan un volumen pequeño de facturación (30.000 dirhams al año de media), ya que tropiezan con dificultades en cada uno de los eslabones de la cadena. Todo, desde la producción hasta la comercialización, es problemático. “La subida de los precios de las materias primas, la crisis económica mundial, la falta de espacios de comercialización, la competencia de los productos industriales... la lista es larga”, señala Abdellah, un ceramista de Fez. Frente a estas dificultades, la producción de los artesanos sigue siendo escasa y desigual. “Produzco una media de 15 objetos por semana, lo que me permite ganar cerca de 3.000 dirhams al mes”, afirma Badr, un artesano autodidacta de Rabat que, desde hace cuatro años, trabaja la madera, la esculpe, la pinta y la barniza para convertirla en objetos decorativos. “Esta producción me limita, no puedo ver más allá. Sin embargo, me gustaría producir más, crear una cooperativa, formar y dar trabajo a jóvenes, transmitirles mis conocimientos y cambiar la imagen del artesano”. Porque la artesanía no atrae a los jóvenes, que no la consideran un sector de empleo. “Para hacer que el sector de la artesanía progrese a escala nacional, habría que mejorar las condiciones sociales del artesano, que necesita reconocimiento, derechos, estabilidad financiera, seguridad social y un régimen de jubilación”.

Sin medios financieros y sin capital, los artesanos se enfrentan a la falta de perspectivas y de credibilidad ante las entidades financieras y a la poca ayuda de los poderes públicos. La escasa demanda local de productos artesanales también es un problema, porque “muy pocos marroquíes vienen a comprar. No es que no les interese o que no lo valoren; es solo una cuestión de medios. Con un salario de menos de 3.000 dirhams al mes, la mayoría de los marroquíes piensa primero en comprar el pan y no en la artesanía; eligen productos chinos, más baratos, y les entiendo”, añade Badr, cuya

Amel Abou el Aazm es especialista en el ámbito cultural y gestora de proyectos culturales (AB Sawt). Marruecos.



Mujeres marroquíes trabajando la cerámica. Fez. /WOLFGANG KAEHLER/
LIGHTROCKET VIA GETTY IMAGES

clientela está compuesta en un 95% por turistas y extranjeros expatriados. Pero si los marroquíes no se interesan por su artesanía, no es solo por una cuestión de coste: “En las casas de los marroquíes, que buscan sobre todo la modernidad y rechazan la artesanía, ya no se encuentran objetos antiguos. Hoy, si el artesano sigue existiendo es gracias al turismo”, puntualiza perspicazmente Hammad Berrada, editor-impresor y presidente de la asociación Terre des Femmes. “Vuelve a haber un pequeño interés por parte de algunas clases sociales altas, pero la artesanía ya no es funcional, es decorativa. El marroquí copia al turista”, añade. Si el artesano urbano tiene dificultades, en el mundo rural las cosas son aún más complicadas, porque la artesanía

rural, que por lo general es funcional, sobria y rústica, atrae menos.

Los últimos balones de oxígeno para la alfarería rural femenina del Norte de Marruecos

La alfarería rural femenina del Norte de Marruecos, hecha con terracota marrón-ocre, refleja la historia del país. Estos objetos de barro de uso doméstico han respondido a las necesidades de la vida durante miles de años, pero, hoy en día, sufren la competencia del aluminio, del acero inoxidable y del plástico. Han perdido poco a poco su utilidad y su funcionalidad en los hogares rurales del norte, y tienden a desaparecer, a pesar de su gran significado.

Con acciones y mediante un procedimiento de comercio justo, la asociación Terre des Femmes, creada en 2001, intenta conservar esta alfarería, revalorizarla y apoyarla. Entre cuatro y cinco veces al año, miembros de esta asociación se desplazan para ver a las alfareras en más de 20 pueblos, y les compran productos que luego se comercializan en Rabat, en dos puntos de venta frecuentados por los turistas. Un centenar de alfareras, la mayoría de ellas ancianas, madres o viudas, participan en esta actividad que les permite obtener ingresos. “Cuando vamos a los pueblos, compramos mercancías a cada alfarera por valor de entre 10.000 y 15.000 dirhams. En pocos años, sus condiciones de vida han mejorado gracias a estas sumas, y han podido rehabilitar sus viviendas, y renovar sus tejados y sus sanitarios”, explica Jean Lanclon, secretario general de la asociación.

Pero el problema de esta alfarería, hecha con técnicas arcaicas, es que atrae menos, ya sea a los turistas o a los marroquíes, que la alfarería urbana. Por eso, Terre des Femmes ha orientado el diseño de los objetos de barro para que se adapten a las necesidades de los clientes y ha organizado encuentros con ceramistas profesionales franceses y españoles. Para que esta alfarería no desaparezca y se venda, se han tenido que abandonar las formas y los motivos tribales. “Al inicio, era tribal, y la decoración era innata. Era una forma de distinguir a las tribus entre ellas. Esta alfarería no se vendía, se intercambiaba por medio del trueque en el pueblo”, explica Hammad Berrada. Para diversificar las actividades que generan ingresos, la asociación también ha fomentado la estructuración de las casas rurales y el alojamiento en casas particulares para acoger a grupos y a turistas individuales que buscan contactos humanos y encuentros culturales. Pero todas estas iniciativas de comercialización y de revalorización de la asociación no garantizan ni la protección de la producción de esta alfarería,

ni el relevo en la misma: “No podremos invertir la tendencia. De aquí a 10 años, esta actividad va a desaparecer. A las jóvenes de los pueblos no les interesa esta práctica. Incluso las que aprenden, lo dejan cuando se casan o se marchan del pueblo porque no se les garantiza nada”, reconoce Jean Lanclon. Para impedir que esta alfarería desaparezca, tendría que haber una mayor intervención por parte de los poderes públicos y una mejor comunicación para atraer a la clientela marroquí e internacional. Pero, de momento, solo el turismo, mediante algunas asociaciones, mantiene con vida la alfarería, cuya función, forma y decoración han sido modificadas por la evolución del contexto.

Nuevas visiones y una dinámica de patrimonialización en el seno de la sociedad marroquí

A pesar de todas las dificultades estructurales que sufre el sector de la artesanía, está surgiendo una tendencia, y, en cada una de las etapas, sus actores tratan, aunque con dificultades, de recobrar el equilibrio. Después de haber tenido que acoplarse al entorno actual, los artesanos, consumidores y poderes públicos han adaptado sus estructuras y técnicas e intentan volver a unir los eslabones de la cadena, junto a nuevos actores (medios de comunicación, empresarios, inversores y asociaciones). Esta evolución se traduce también en la dinámica de patrimonialización que surge en la sociedad marroquí. Y aunque según la Convención de la Unesco de 2003, las técnicas y conocimientos artesanales forman parte del patrimonio cultural inmaterial que hay que proteger, salvaguardar y revalorizar, la visión y percepción que tienen los marroquíes de este patrimonio específico son muy recientes y están lejos de ser generalizadas. “En la conciencia colectiva de la sociedad marroquí, la consideración como patrimonio no se descubrió ni atribuyó a determinados elementos hasta la llegada y competencia de formas de vida y productos industriales modernos y novedosos”. De hecho, el patrimonio, que primero se consideraba privado, “en una sociedad tradicional como la de Marruecos, donde el espacio público todavía se está construyendo”, se ha vuelto público desde hace muy poco tiempo. “La extensión de esta idea de patrimonio al patrimonio público, que se transmite de generación en generación, y no en el ámbito de una familia sino de un país, está vinculada al proceso de modernización y de democratización de la sociedad y del Estado”.

En cuanto a la creación y producción, desde hace ahora más de una década, los diseñadores se unen a los artesanos, reinterpretan el patrimonio cultural y crean productos contemporáneos. Esta mezcla de diseño y técnicas y conocimientos tradicionales que empieza a desarrollarse permite una muy necesaria transformación de la artesanía. Las técnicas y conocimientos –en

el sector textil, alta costura, alfarería, joyas, trabajo del cuero y de los metales para los muebles– se renuevan y se modernizan. Esta artesanía, abierta a nuevos métodos de creación y de producción, se desarrolla en el sistema económico actual, pero este mercado todavía no está estructurado y, aunque atrae a algunas categorías sociales marroquíes, depende en gran parte de los clientes y de los inversores extranjeros porque a la clientela nacional todavía le atrae los productos “modernos” y las marcas internacionales.

Por lo que se refiere a los poderes públicos, tras haberse limitado durante mucho tiempo a gestionar los problemas de los artesanos, sin llevar a cabo ninguna política voluntarista de crecimiento o de creación de empleo, se produjo un giro en la gestión de la artesanía en la década de 2000, para apostar por las posibilidades de desarrollo económico y para dejar de considerarla un sector tradicional cerrado y limitado a la supervivencia. Después de la estrategia para el turismo, se elaboró una para la artesanía, llamada “Visión 2015: nuestra autenticidad, motor de nuestro desarrollo”, para 2006-2015, con el “doble objetivo de ayudar a la creación y al desarrollo de una red de actores-productores de referencia y de apoyar a los artesanos individuales urbanos y rurales en lo que se refiere a la producción, venta y mejora de sus condiciones de vida”. Pero esta visión para la artesanía se ha realizado paralelamente a la del turismo, en el propio ministerio; en 2004, el departamento de artesanía pasó a depender del Ministerio de Turismo, y no se separaron hasta 2011. A partir de entonces, la política para la artesanía se aborda, por fin, de forma independiente. Ahora bien, esta separación era indispensable para poder renovar la artesanía, que es patrimonio cultural del país, en primer lugar para la sociedad marroquí, y no para la clientela internacional.

La época de las reconfiguraciones

Como muchos otros sectores en Marruecos, la artesanía vive actualmente una época de reconfiguraciones y actualizaciones, y el peso de los grandes cambios políticos, socioeconómicos y culturales de las últimas décadas, sigue siendo importante. Los eslabones de la cadena, desde los artesanos hasta los consumidores, se intentan unir de nuevo para estar en consonancia con la época actual, porque es imposible volver atrás: la artesanía marroquí ya no es lo que era antes de la aparición de los productos industriales y de la demanda turística, y ya no podrá volver a serlo. Los actores de este sector, que están obligados a adaptarse al contexto, tienen que aceptar el reto de apostar básicamente por el mercado nacional sin dejar de atraer al mismo tiempo a la clientela internacional, ya que se trata sin duda, ante todo y sobre todo, de que la sociedad marroquí se reencontre con su patrimonio y participe activamente en su revalorización. ■