

## **1.- CONCLUSIONES DE SESIONES DE PLENARIO**

A lo largo de las jornadas se ha planteado el **concepto de artesanía** desde distintos puntos de vista y con distintas matizaciones. De forma espontánea y casi unánime se ha optado por una concepción amplia en la que tienen cabida los planteamientos más tradicionales junto con aquellos que propugnan la renovación de los diseños y de las técnicas de producción. Se ha insistido por parte de todos en que, tradicional o renovadora, **la artesanía debe ser algo vivo**, capaz de dar respuesta a las demandas de la población, aunque claramente diferenciada de las producciones en serie, que en ocasiones se comercializan como artesanías con un evidente fraude al consumidor. Dentro de esta concepción poco restrictiva se ha otorgado un significado especial a aquellas **artesanías tradicionales que constituyen un legado cultural** transmitido y recreado de generación en generación. El valor de estos productos va más allá del que pueda otorgarles el mercado en un momento determinado, por lo que la sociedad en su conjunto, y las administraciones públicas en particular, deben velar por su conservación.

### **Aspectos legales y organización de los artesanos**

- Buscar activamente el apoyo legal al artesano mediante el desarrollo del art. 130.1 de la Constitución: se necesita un marco legal más acorde a las microempresas artesanas.
- Una verdadera diversificación de actividades (incluida la artesanía) en el medio rural pasa por impulsar la pluriactividad mediante mecanismos que aporten mayores facilidades legales (tributaria, seguridad social, etc..).
- Superar el individualismo del artesano para asociarse, tanto en grupos profesionales como en sociedades que favorezcan la comercialización..
- Las asociaciones de artesanos pueden ser un buen medio para comercializar productos, siempre y cuando estas asociaciones entren en los cauces tributarios normales y eviten una competencia desleal con la iniciativa empresarial.
- Se hace necesario la búsqueda de estrategias que valoricen las artesanías garantizando su autenticidad.
- Hay que implicar a los artesanos en los proyectos que se pongan en marcha: el artesano no puede escudarse en las subvenciones, sino más bien debe explorar nuevas fórmulas (organización, producción, comercialización, etc..) para poder actuar en un mercado competitivo. Evidentemente existen casos aislados es los que el artesano debe mantenerse bajo ciertas ayudas (el mantenimiento de un artesano tradicional en un pueblo puede suponer, al margen de la pervivencia de un oficio tradicional, un recurso turístico).
- La artesanía debe ser una de las salidas económicas al medio rural: es un sector que mantiene empleos en el medio rural, y en el mejor de los casos, es una importante fuente de ingresos para una zona.
- Hay que evitar la pérdida de puestos de trabajo en artesanía: por ejemplo la jubilación de un artesano en una zona sin su reemplazamiento puede significar una serie de riesgos como son:
  1. Pérdida del oficio tradicional
  2. Pérdida de puestos de trabajo
  3. Pérdida de una demanda de productos y de una cartera de pedidos.

### **Formación y recuperación de oficios:**

- Hay que diferenciar entre una formación en artesanía con un enfoque ocupacional, en el que el artesano se prepara para ser competitivo y una formación en artesanía con una componente cultural. Ambas formas de abordar la formación exigen adecuar los programas a las diferentes demandas, necesidades y rentabilidades (económica, social, cultural, etc.)
- Desde las zonas rurales se reclama una formación en artesanía más personalizada y flexible ("a medida"), a fin de que se ajusten las necesidades y los medios con los que cuentan estos territorios a los programas formativos:
  1. La recuperación de cierto tipo de artesanía en declive
  2. La utilización como profesorado de personas que conocen perfectamente el oficio y que están jubiladas o a punto de jubilarse.
  3. El ajuste de la formación a las necesidades de la microempresa artesanal, mayoritaria en este medio.
  4. Número mínimo de alumnos más flexible.
- Para que el futuro de la artesanía sea viable se necesita ampliar el contenido de la formación que supere lo estrictamente técnico para abordar aspectos empresariales, legales, financieros, comerciales, nuevas tecnologías, etc..
- Para abordar los múltiples aspectos que el artesano necesita para formarse se hace necesario la adopción de una "formación continua".
- La formación debe asegurar la transmisión de conocimientos artesanos entre generaciones, por lo que conviene incorporar la figura de los artesanos mayores y de los aprendices ("aprender haciendo") a la formación convencional.
- Para ello se hace necesario dar mas facilidades (legales, etc..) a los artesanos mayores (jubilados o a punto de estarlo), con el fin de que puedan participar en la difusión de la actividad artesanal mediante la formación y puedan transmitir sus experiencias a los jóvenes artesanos.
- Tan importante será la investigación de oficios y tradiciones artesanales como la innovación de nuevos productos artesanales. Para ello la innovación será pieza esencial en los programas formativos.
- Difusión en los medios de las particularidades del sector artesano.
- Los artesanos deben realizar un esfuerzo para adaptarse a las demandas reales del mercado, en cuanto al diseño, producción y utilidad del producto.
- Distinguir entre **artesanía tradicional** como patrimonio cultural y **artesanía viva** adaptada a las necesidades del mercado. Por otro lado no hay que olvidar el valor de oportunidad que tiene la primera.
- Hay que realizar una **difusión entre la población** de los valores culturales asociados con la artesanía a partir del propio artesano.

### **Comercialización**

- **Marca de calidad.** Hay que realizar una distinción de los productos artesanos de otros industriales o imitaciones importadas. Ante la competencia de productos artesanos "falsos" hay que buscar estrategias de diferenciación.

- El artesano debe observar "calidades y precios": debe salir fuera del taller.
- Separar producción de comercialización. Uno de los canales es el asociacionismo.
- Ocupar el hueco de los **mercados urbanos**.
- Explorar **nuevas vías de comercialización**: centrales de compra, venta por catálogo, Internet, franquicias, proyectos como la "Casa de Comercio", servicios de regalos de empresa de alto nivel, etc...