DOMINICANA CREATIVA

TALENTO EN LA ECONOMÍA NARANJA

CAPÍTULO

6

ARTESANÍA

Ignacio Nova. Fuente Ignacio Nova.

Ignacio **Nova**

La artesanía
en su tiempo promisorio

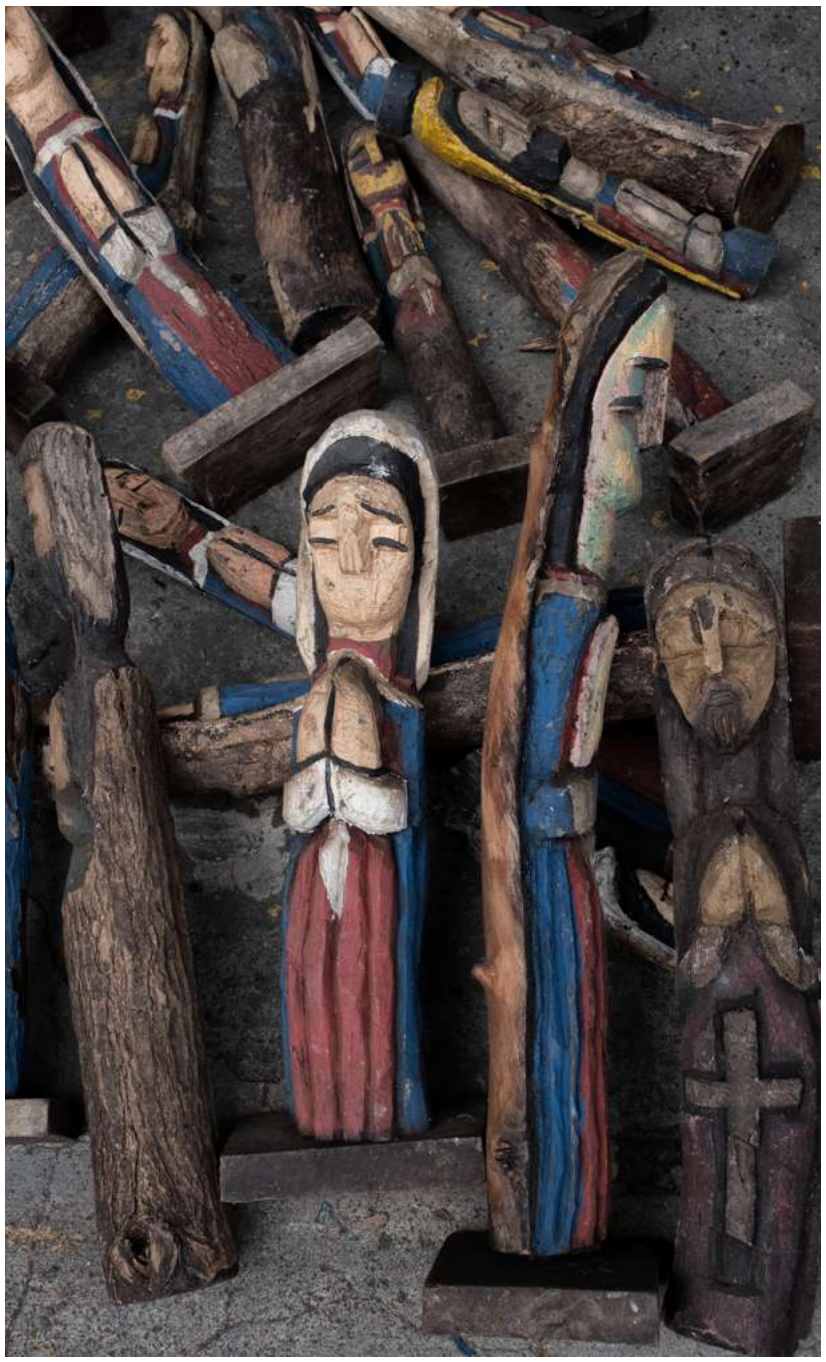
Ignacio Nova. Artista, escritor, guionista y ensayista. Estudió Actuación, Historia del Arte y Ciencias Políticas; diplomados en Gestión financiera y administrativa, Liderazgo y Gestión Pública (UCSD). Estuvo entre los líderes del teatro popular dominicano (1974-1986), asistió a Manuel Rueda en "Isla Abierta". Gestionó los suplementos comerciales de Editora HOY, incluyendo el cultural Plural. Creó la primera revista de alta calidad del país, de arte e internacional (Contemporanía) y la primera masiva gratuita (TodoCerca), germen de los actuales periódicos gratuitos. Ha sido Director teatral, catedrático (UASD, Chavón, APEC y UNPHU); asesor cultural (Codetel, ministerio de Cultura) y en comunicaciones (SeNaSa, Salud Pública) y Sub director Departamento Cultural del Banco Central. Ha dictado conferencias y cursos y obtenido premios y reconocimientos culturales y literarios, nacionales y foráneos. Preside la Fundación Acción por el Futuro, dirige la revista Contemporanía y es articulista del Listín Diario.

Mi interés por las artesanías nació en los años universitarios, a fines de los 70, bajo la emoción admirada ante la riqueza y vastedad del arte africano y latinoamericano. Por cómo estas expresiones colectivas llenaban de sentido las tareas humanas esenciales del trabajo y del ocio, para emerger en artefactos portadores de valor. Estas manifestaciones declaraban la pertenencia y arraigo a conglomerados esenciales (geográfica, étnica, emotiva y culturalmente) a través de unos bienes tangibles y útiles con los cuales, además, realizaban funciones de comprobada rentabilidad en los planos de la cotidianidad, el imaginario y lo emotivo.

En 1984 asumí la cátedra *Folklore y Etnomusicología* en la Universidad Autónoma de Santo Domingo y empecé a rastrear a profundidad sus fundamentos teóricos, expresiones y resultados locales. El disfrute y estudio de los carnavales nacionales y provinciales anuales, incluyendo los de La Vega y Santiago; las persistentes visitas al Mercado Modelo y las tiendas de regalos (Gift Shops) de la Ciudad Colonial y, posteriormente, mi ingreso como docente a "Chavón la Escuela de Diseño" ampliaron mis relaciones con los artesanos y, en consecuencia, modificaron nuestro enfoque.

Durante los años 80 y 90 estuve en contacto directo y creciente con muchos artesanos, incluyendo reiteradas asistencias a las ferias de artesanía. Este vínculo se profundizó cuando el Hotel Hamaca, entonces gestionado por Coral Hotels and Resorts, me responsabilizó de promover el arte y la cultura dominicana en sus instalaciones. Desde entonces seguí estas disciplinas, actores, bienes y mercado, observando las dinámicas de sus perfiles y analizando su estado de situación.

Deseo compartir un panorama, intensamente sucinto, en torno a este amasijo sectorial de submanufacturas populares creativas, interesado en dejar un aporte relevante: descifrar claves económicas capaces de potenciar el incremento y vitalidad de sus roles socio-económicos y culturales y, desde estos, de sus urgentes calidades y mercados.



Santos de palo, Bonao, República Dominicana. Fotografía Víctor Siladi.

EL PAÍS PROMOVIENDO SUS MANUFACTURAS CREATIVAS

Las artesanías dominicanas cuentan, entre las actividades culturales, con un alto número de instituciones público-privadas dedicadas a promoverlas, fomentarlas, estudiarlas y a formar sus recursos humanos de manera especializada, al margen de los centros de educación técnico-vocacionales a los que, en nuestro país, pueden acceder los interesados.

En el año 2012, José de Ferrari y colaboradores, en su estudio *Artesanía dominicana, Catálogo/directorio*, auspiciado por los ministerios de Industria y Comercio, y Cultura, establecieron que las entidades con incidencia directa en la actividad y sobre los artesanos totalizaban 53: integradas por 16 oficiales, 11 agencias y organismos de cooperación internacionales y 26 privadas. Lista conservadora a la que se agregan decenas de organizaciones sin fines de lucro nacionales o comunitarias (rurales y urbanas), dedicadas a la promoción de la igualdad de género y oportunidades y a la integración económica y financiera de poblaciones de base, a través de la enseñanza y del adiestramiento en oficios manuales, incluyendo creativos, y a su financiamiento. También los ayuntamientos y organismos internacionales como el Banco Interamericano de Desarrollo, el Banco Mundial, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) y otros que, desde los años 90, contribuyen financiando diagnósticos, estudios de campo y sobre posibles mercados y planes de negocios para el sector.

Otras instituciones oficiales fueron inspiradas a apoyar las artesanías de diversos modos. Entre estas: los ministerios de la Mujer, de la Juventud, de Medioambiente y Recursos Naturales, y la Dirección General de Compra y Contrataciones Públicas. También las misiones diplomáticas acreditadas en el país, cuyos comités de damas realizan actividades y ferias artesanales anuales.

Igualmente se han integrado instituciones financieras, deseosas de contribuir al financiamiento de equipos, formación e instalación de talleres y puestos de venta de artículos de estas manufacturas. Entre estas, el Banco Popular Dominicano que además de participar en los esfuerzos anteriormente consignados, mostró particular sensibilidad hacia el sector, financiando cursos y exposiciones de artes y publicando, en el 2012, un voluminoso y densamente ilustrado volumen sobre la actividad.

Del 2010 al 2018, el tema artesanal concitó el enfoque noticioso, como sector de las industrias creativas o de su modalidad más holística, ecológica, tecnológica y factual: la *economía naranja*.

LAS ARTESANÍAS EN LAS ESTADÍSTICAS NACIONALES

En tal entorno auspicioso, el abordaje y comprensión del sector artesanal dominicano desde ópticas econométricas concita un especial interés oficial orientado a reducir su opacidad estadística. El sub registro de sus resultados, por valores insuficientes, bajos volúmenes u otros, lo agrava la informalidad sectorial, al no dejar evidencia sobre el inventario y circulación de sus bienes, requisito normativo para incluirlos en las partidas correspondientes de las clasificaciones Central de Productos (CPC) e Industrial Internacional Uniforme (CIIU) que rigen el enfoque metodológico del Banco Central de la Repú-

blica Dominicana (BanCentral) y del sistema estadístico nacional. En su publicación *Cuentas Nacionales de la República Dominicana, Año de referencia* 2007 esta entidad explica que la categoría económica creativa local *está compuesta por 23 divisiones de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) Rev. 4 y comprende 86 productos-nivel de la Clasificación Central de Productos (CPC) versión 2.*

Operativamente, su medición *comprende el trabajo industrial efectuado en fábricas, talleres y pequeñas empresas familiares.* Incluye además actividades de artesanías o captadas por las estadísticas industriales. Como subcategoría, integra otras manufacturas y bienes de madera y productos de madera, productos de papel y cartón, productos de la edición e impresión, muebles, joyas y artículos conexos, otros productos manufacturados no clasificados precedentemente y desperdicios, entre otros. En el periodo 2013-2014 se iniciaron esfuerzos para identificar el trasiego de las mercaderías generadas por estas unidades productoras, agrupándolas en unas actividades económicas caracterizadas por su carácter *creativo* y elaboración *intensamente manual,* visualizándolas en las cuentas nacionales mediante el subsistema denominado *Cuenta Satélite de Cultura.*

LA PRESENCIA EMPÍRICA DE LAS ARTESANÍAS

Pese al subregistro o carencia de ellos por los factores señalados, los bienes de las manufacturas artesanales se aprecian sobrada y empíricamente a lo largo de las vías terrestres que intercomunican los centros urbanos y los polos turísticos; en las zonas turísticas y en los hogares dominicanos de ingresos medios, medio-altos y altos; entre los pobres, mantienen su presencia como bienes utilitarios y funcionales. Estudios realizados o patrocinados por instituciones privadas y oficiales como el Banco Popular Dominicano, el Centro León, el Ministerio de Industria y Comercio y Mipymes y el Ministerio de Cultura documentan sobradamente esta presencia en el territorio nacional.

Entre ellos, la investigación de Fátima Portorreal y colaboradores (2008) para el Programa para el Desarrollo de Ventajas Competitivas BID 1474/OC-DR del Fondo de Competitividad FONDEC patrocinado por el Consejo Nacional de Competitividad y la Asociación Iberoamericana para el Desarrollo y la Cooperación de la Artesanía. Se localizaron y entrevistaron *unos 461 negocios de este tipo,* encontrando que poseían carácter de micro y pequeñas empresas, que el 70.2% de los establecidos en la región Este —desde Boca Chica a La Altagracia, incluyendo Bávaro y Punta Cana, región de su estudio— operaban con 1 a 3 personas/empleados y que *casi un tercio supera los 4 empleados* (>4 empleados = <28.8%). Corroboraron el perfil de encadenamiento al turismo que se le señala, porque cifran en esta industria su mercado deseado, por lo cual su ubicación preferente fue: en plazas (43%), la playa (28%) y vías de acceso a los centros turísticos (15.7%), donde el 86.4% permanece desde su surgimiento. Otro esfuerzo importante lo constituye *Artesanía Dominicana, un arte popular* (2012) patrocinado por el Banco Popular Dominicano. En esta, los autores documentan 316 artesanos nacionales trabajando diferentes técnicas/materias primas, entre las que destacan ocho: alfarería (7.28%), fibras naturales (10.13%), joyería (9.49%), la ebanistería (6.33%), jícaras de coco (6.33%), tallas en madera (6.01%), cestería (5.70%) y talabartería (5.70%), ilustradas abundantemente en la publicación. En 2010-2012, pues, este estudio de Manuel Antonio de la Cruz y Víctor M. Durán Núñez establecía que de 30 modalidades o categorías de trabajo/materia prima artesanales consignadas partiendo de la técnica de elaboración de los bienes y del insumo principal empleado, a las ocho anteriores se dedicaba el 57% de esos negocios, con una participación promedio de 7.12%, contra el 1.96% correspondiente a las 22 restantes. Del mismo modo, y conforme los datos de los autores del libro citado, en la utilización de técnicas/materias primas (datos 2011-2012), los porcentajes son los siguientes: alfarería (7.28%); fibras naturales (10.3%); joyería (9.49%); ebanistería (6.33%); jícaras de coco (6.33%); talla en madera (6.01%); cestería (5.70%); talabartería (5.70%); y otras veintidós el 43.04%.

En *Memoria Marzo 2012-junio 2013, Artesanía, otra oportunidad para el desarrollo* (2013), el Centro León reportó que en Santiago de los Caballeros y sus municipios las artesanías eran trabajadas por 138 artesanos, preferentemente en 21 "categorías" agrupadas a su vez en 13 grupos de materias primas/oficios. Para este diagnóstico, se acogió a un sistema de clasificación (…) *elaborado a partir de: 1) Los productos que elaboran los artesanos; 2) Los materiales que emplean y 3) Las técnicas a través de las cuales se logran y sus usos.*

En el país se ha realizado una importante labor de rastreo sobre el tema y la existencia, condición socio-económico-demográfica, educativa y cultural de los artesanos y sus negocios, quedando pendiente transparentar la producción y circulación de sus bienes en el Sistema de Cuentas Nacionales y perfeccionar su identificación en el gasto turístico y en los flujos aduanales nacionales.

IDEAL Y REALIDAD DEL MERCADO EXTERIOR Y DEL CONSUMO TURÍSTICO DE ARTESANÍAS

En 2020, pese a la pandemia de la COVID-19, las exportaciones manufactureras nacionales apenas variaron -1.5% respecto al 2019, manteniendo la tendencia creciente registrada desde el 2012 ya que, tanto respecto a ese año como al 2010, su desempeño relativo aumentó +42.17% y +42.7%, según las tablas *datos estadísticos basados en los registros aduaneros realizados por los exportadores ante la DGA y exportaciones totales por sectores, enero-diciembre, 2010-2020* de la Oficina Nacional de Estadísticas (ONE) y el BanCentral.

Variedad de cruces pintadas a mano por la artista y gestora cultural Desireé Cepeda.
Fotografía Víctor Siladi

Partiendo de datos de la dirección general de Aduanas, la ONE informó que del 2012 al 2019 las exportaciones nacionales de mercancías afines al sector cultural crecieron, en miles de dólares estadounidenses, USD$470,187.19, al pasar de USD$21,427.04 a USD$491,614.23 en el período, aumentando su valor exportado 21.94 veces.

Integradas en 98 partidas y subpartidas arancelarias, el resultado lo determinó la mayoritaria exportación de bienes elaborados en una de esas: los *artículos de joyería y sus partes, de metal precioso o de chapado de metal precioso (plaqué).* Totalizaron USD$429,000.98, con registros aduanales más frecuentes a partir del año 2013, siendo imposible desagregarlos para ubicar, entre sus bienes integrantes y modalidades específicas, los imputables a las artesanías.

Si en el 2013 todas las partidas arancelarias asignadas a estos bienes culturales exportados poseían la posibilidad de lograr ventas promedio en el exterior por USD$218.64 anuales, en el 2019 esta media creció a USD$5,016.47, es decir +21.9 veces, teóricamente. Al excluir las referidas joyerías, fue, realmente y para las otras 97, USD$645.50, lo que es +1.95 veces que en el 2013 y, frente a las joyerías, -6.8 veces.

En este agregado de utilerías culturales e integrando 34 partidas y subpartidas, en el 2013 la exportación de artesanías propiamente dichas totalizó USD$21,427.04 dólares, monto superado en +50.81 veces en el 2019 cuando, según la ONE, sumó US$467,633.97. Significa que, excluyendo los *artículos de joyería y sus partes, de metal precioso o de chapado de metal precioso (plaqué),* su valor total exportado fue US$62,613.24. Se define así un tamaño de mercado exterior promedio anual de $1,897.37 para cada una de las restantes 33 partidas y sub partidas artesanales, lo que es +1.94 veces que la media obtenible por las referidas otras 97 "categorías" del empaquetado industrias culturales.

Adicionalmente, solo tres partidas arancelarias imputables a las manufacturas creativas arribaron al 2019 con una participación superior al 1.0% del valor total de ese mercado exterior. Estas son: estatuillas y demás artículos para adorno, de cerámica (2.80%), bisutería (1.60%) y bordados en pieza, tiras o motivos (1.16%).

ARTESANÍAS Y GASTO TURÍSTICO

Como hemos visto, la ampliación de las capacidades exportadoras de los talleres nacionales de artesanías tiene, en la fuerte preferencia por bienes ostensibles elaborados a base de metales preciosos y en las técnicas joyeras, un fuerte determinante y, también, ostensibles oportunidades.

El gasto promedio de los turistas extranjeros en *souvenirs* y regalos, imputable en alguna porción no determinada —por las causas ya explicadas— al consumo de productos artesanales, desempeña un rol referencial de utilidad a los fines del encadenamiento. Fue establecido, en dólares estadounidenses, en USD$8.95 para el 2019 y en USD$8.24 para el 2020 en la tabla *Gasto, Estadía Promedio y Distribución Porcentual del Gasto de los Turistas Extranjeros, 2019-2020*, contenida en las *estadísticas turísticas 2020* del BanCentral. Por su parte, el gasto de los dominicanos residentes en estos bienes totalizó USD$267.37 y USD$256.42, respectivamente. Y el de los no residentes, USD$68.93 y USD49.36 en años similares, según la tabla *Gasto de Viaje de los Dominicanos Residentes y no Residentes y su Estructura, 2019-2020,* de la referida publicación.

Los turistas de cruceros gastaron más en estos artículos que los extranjeros residentes, aunque menos que los dominicanos. Pese a su baja participación en el flujo turístico total que recibe el país, el consumo de los cruceristas en regalos o *souvenirs* promedió USD$41.94 y USD$49.96 en los años 2019 y 2020, respectivamente, creciendo 19.1% en el último año, pese a la pandemia de la COVID-19.

En tanto, en igual período, el gasto promedio diario en regalos o *souvenirs* de los dominicanos residentes y los extranjeros no residentes decrecía -7.9% y -4.1%, respectivamente; entre los dominicanos no residentes perdió 28.4% y, entre los visitantes de crucero ganó +19.12%.

Este resultado, pese a la situación pandémica, revela una constante estructural auspiciosa del gasto en *souvenirs* o regalos en el consumo turístico promedio diario. La tendencia real en curso describe, entonces, una evolución prometedora: del 2010 al 2020, el gasto de los extranjeros no residentes creció +28.76%; el de los dominicanos residentes, +30.74% y el de los nacionales no residentes, +24.4%. Del 2010 al 2020, los turistas de todos los grupos gastaron más en regalo y *souvenirs*, empaquetado de bienes a enfocar para mejorar el consumo de artefactos creativos-culturales entre los visitantes y, apoyados en esta demanda inducible, apoyar la producción de manufacturas creativas.

El enfoque se dirige, forzosamente, al gasto turístico en regalos y *souvenirs* de nuestros compatriotas residentes y no residentes. Los dominicanos residentes gastaron 29.6, 28.87 y 30.11 veces más que los extranjeros en este tipo de bienes durante los años 2010, 2019 y 2020, respectivamente. Los nacionales no residentes fueron más conservador: +5.2, +6.7 y +5 veces que los extranjeros en años similares.

La información presentada en la tabla precedente adquiere relevancia para ubicar con relativa certeza los segmentos del consumo turístico que representan mejores alternativas para un encadenamiento o para anidar la oferta artesanal y cultural-creativa.

Ellos informan niveles económicos y preferencias de consumo capaces de modular la producción/oferta en el segmento regalos/*souvenirs*, definiendo un nicho particularizado formal, funcional y económicamente.

Artesano de Imbert trabajando pieza de piedra. Fotografía Víctor Siladi.

LAS OPORTUNIDADES DEL DESARROLLO ARTESANAL

Las manufacturas creativas dominicanas tienen, entre sus opciones, establecer un mayor vínculo con los segmentos turísticos y los mercados externos con demanda mayor y mejor conocida, para lo cual las instituciones oficiales como el BanCentral y la Dirección General de Aduanas (DGA) reportan consumo y exportación de productos creativos manufacturados a mano mayores. Visto de esta forma, resulta urgente caracterizar más detalladamente los gustos y preferencias de los turistas de crucero, de los turistas nacionales residentes y de los mercados extranjeros en torno a estos bienes.

La información relativa a los tamaños y volúmenes económicos de la producción, circulación y consumo de 33 tipos de productos artesanales identificados según sus códigos arancelarios y, por consiguiente, sus materias primas (de soporte, de base o integrantes), medios de elaboración (técnicas) y resultado final (tipo de bien) bajo el enfoque esencial de lo *hecho a mano* imposibilita discernir con válida certeza la participación de estos en el total gastado por los turistas y los nacionales; y pese a que la *Encuesta de consumo turístico* que realiza regularmente el BanCentral cuestiona el monto gastado en todos estos bienes, las respuestas no emergen a las estadísticas, indicando la posibilidad de valores y volúmenes no significativos o de no ocurrencia.

Sin embargo, podemos forjarnos una idea sobre el trasiego internacional de bienes artesanales dominicanos a partir de los reportes de exportación. Lo cuantificado en el consumo turístico en regalos o *souvenirs* no puede asumirse como consumo artesanal *per se* al constituir un conglomerado al que cae lo que regalarse pueda: cosméti-

cos, vestidos, calzados, bebidas alcohólicas, hasta artículos importados de otras geografías. No es, por consiguiente, válido atribuir ese consumo totalmente a las artesanías ni a las manufacturas, porque su clasificación responde al uso o destino del consumo en vez de referir a las cualidades inherentes al bien consumido. Lo que el consumo turístico sí constituye — de utilidad, a todas luces— es un consumo potencialmente artesanal.

Por otra parte, la registrada ausencia de información sobre estas manufacturas creativas, desagrupadas, en la *Encuesta de Consumo Cultural*, también coloca un velo de opacidad sobre cuánto y en qué volumen se producen y consumen internamente bienes artesanales que son procesados localmente. En consecuencia, al resto cae el derivado de esta realidad: la necesidad de abocetar un patrón de registro y estímulo de la producción/consumo interno, de los visitantes y del mercado exterior de artesanías, enfocando sus opciones más capitalizables.

PERFIL SUCINTO DE LAS MANUFACTURAS CREATIVAS NACIONALES

La artesanía dominicana es, antes que todo e igual que en los países de ingresos bajos y medios, un oficio que, partiendo de diferentes técnicas aplicadas intensamente *a mano* sobre diversos materiales o insumos localmente accesibles, las comunidades de base e ingreso medio realizan porque les requiere baja inversión y les permite aprovechar bienes tangibles e intangibles que poseen en relativa abundancia: vocación y habilidad manual innata o adquirida, tiempo y creatividad, además de insumos a la mano. Asumen estos oficios con fines rentistas o como entretenimiento.

Los grupos poblacionales que las practican se ubican en los quintiles de ingreso 1, 2, y a veces 3 (Q1, Q2 y Q3), donde la presencia de Q3 se explicaría por vocación, *hobby,* habilidad o necesidad de generar más ingresos ante la pérdida de valor adquisitivo del signo monetario. En estas poblaciones, las artesanías constituyen oficios y oportunidades que capitalizan el tiempo libre u ocioso.

Dadas las diferencias en cuanto a formación educativa y cultural, de acceso al cultivo de habilidades técnicas e ingresos para adquirir equipos e insumos, es normal que, entre los productores artesanales, los resultados resulten caracterizados y formalmente cuasi determinados por circunstancias y cotidianidades en las que se desenvuelven sus personalidades, implicación importante, que condiciona el tipo, cantidad y calidad de los productos artesanales a esperar. La aspiración ciudadana y cultural a una artesanía nacional ha sido persistente en el país. Este afán, por sí, revela un anhelo reconstructor de vínculos entre la oferta artesanal y las necesidades y paradigmas que acicatean su demanda en el entorno socio-cultural endógeno.

Muñecas sin rostro en proceso de fabricación. Fotografía Víctor Siladi.

En realidad, el mayor rasgo de la cultura urbana dominicana desde finales del siglo XIX es su concepción étnica tendente al cosmopolitismo eurocentrista y estadounidense, de donde importa sus modelos y referentes basales. Bajo tal influjo, es comprensible que los productos culturales, incluyendo las artesanías, se conciban y expresen en los perímetros de tales valores, incluyendo, además, aspectos raciales inmanentes a la nacionalidad desde antes del movimiento independentista de 1844, cuyos orígenes insulares quizás puedan datarse desde 1605.

Esa apertura selectiva al exterior, que se actualiza en la medida de las variabilidades geopolíticas, sus redefiniciones de zonas de influencia y los predominios comerciales, económicos y mediáticos, incide poderosamente en la adopción de patrones expresivos, configurando modelos cuyos referentes importados podrían constituir una de las mayores riquezas y fortalezas, dada su probable capacidad de incrementar diálogos de mutuo reconocimiento con otros mercados culturales. Al influjo de esta apertura, la cultura dominicana ostenta una mentalidad abierta a lo foráneo, aceptando lo extranjero, rasgo que deviene intrínseco de la dominicanidad. Sobre él, la industria turística cimenta su existencia y caracteriza su oferta; las industrias creativas, por su parte, generan un espacio de pensamiento, acción y producción que arroja importantes obras, actualizándose y en continuo enriquecimiento.

En lo artesanal, esta actitud queda manifiesta en un fenómeno relevante: los modelos heredados son transformados para acercarlos a los personajes, soluciones, arquetipos y tipos morfológicos propios de los *mass media*, especialmente de los denominados *comics o mangas:* héroes y villanos (protagonistas y antagonistas), para infantes y adolescentes. Asumiendo estos referentes a través del consumo de televisión (22 horas semanales promedio para la región) y de la Internet (el 40% de los usuarios navega más de 3 horas diarias), por su perfil formativo y "adiestramiento" visual, los artesanos los están incorporando a las máscaras (caracterización) e indumentarias de los personajes carnavalescos a lo largo de la República Dominicana.

Incluso en la caracterización de personajes menos variables, por sus profundos y ampliamente arraigados rasgos identitarios (*roba-la-gallinas, califés, barones del cementerio* y otros), se realizan incorporaciones cualitativas que les anexan, más o menos profusamente, atributos y oropeles traídos desde los maquillajes y vestuarios fantásticos, televisivos y cinematográficos, desembocando en resultados "barrocos" y en el *horror vacui* que franquea el franco y desinhibido exhibicionismo. Es que existe, en el carnaval, una función lúdica y ostensiva. En este, los valores y formulaciones foráneas pueden incidir más intensamente al influjo de necesidades individuales auto-afirmativas.

A diferencia de esta corriente, la talla de santos y belenes aparece bajo el eco de un anhelo "más artístico": aspirando la perfectibilidad escultórica desde la destreza artesanal y denotando transiciones hacia la mejora de habilidades técnicas y cualitativas. Junto a estos, discurre una tendencia endógena, temática y emotivamente atada a prototipos y valores distintivos de la ruralidad y la marginalidad suburbana. Esta acoge y expresa los figuras (héroes), praxis, modelos, objetos y circunstancias de su cotidianidad, resimbolizados hasta niveles humorísticos, rituales y bucólicos. Se aprecia en pinturas, vasijas, estatuillas y artefactos decorativos.

Los bienes artesanales utilitarios, por su parte, mantienen su apego a la tradición, siendo menos variantes porque sobre ellos predomina lo funcional. Lo verificamos en el tejido de fibras vegetales, la alfarería, mecedoras, sillas, peletería, bisuterías e instrumentos musicales. En estos, la unión de lo funcional a modelos y soluciones atávicos pone límites a la creatividad e inventiva artesanales. En la talla en madera y de cerámica, segmentos de las estatuarias, también permanecen atávicos a la tradición que rige las opciones disponibles. Las referencias taínas popularizadas se están deformando, perdiendo plasticidad, y otras variantes tienden a lo artístico, incrementando sus niveles de depuración y expresividad.

Como vemos, el primitivismo expresivo y la aspiración estética subyacen en tensión en diferentes expresiones artesanales, incidiendo en sus resultados. Los artefactos funcionales (escobas, alfombras, higüeros, tinajas, enseres en madera de cocina y comedor, etc.) mantienen su sentido y "sabor" suburbano y rural; reducen incidencia sin que surjan opciones renovadas o de reemplazo. Las joyerías y bisuterías, por igual. Por su dependencia de los materiales, de las técnicas de ensamblaje y de sus funciones, registran variabilidades formales, estructurales, materiales y cromáticas enriquecidas, técnicamente bien realizadas, por el cuidado que en ellas ponen la mujeres, que son sus realizadoras. Quedan cada vez más próximas a los modelos en moda o de diseñadores. Sus resultados dependen de los insumos obtenibles en el mercado. Como renglón, concitan una gran participación sin que se registre su incidencia. Las mujeres están haciendo trabajos de calidad importante en este segmento, asumiendo la actividad, generalmente, como pasajera y circunstancial.

El estatuto actual de las artesanías nacionales está, pues, en un claro proceso de ebullición y reformulación. Urgido, por tanto, de apoyos y acciones emprendedoras y oficiales, de políticas públicas orientadas a ampliar su disponibilidad y mejorar sus calidades, diversidad expresiva, conocimiento, vigencia social, reempalme utilitario y -sobre todo- a procurarles mercados con más amplias demandas potenciales, para así evitar su progresivo desplazamiento ante el avance y proliferación de los bienes industrializados. La necesidad de una mejor formación técnica y conceptual de los artesanos es reclamo compartido, consignado también en los estudios precitados.

Tallado de escultura, Imbert, República Dominicana. Fotografía Víctor Siladi.

PH. Correa
2021

PH. correa
2021

Patricio Correa. Artesano. Egresado del Centro Nacional de Artesanía CENADARTE. Cursó carrera de arte publicitario y diseño de modas. Desde hace más de una década se dedica a la elaboración de artesanías a base de materiales renovables y reciclados. Utiliza la madera recolectada en las orillas de nuestras playas dominicanas, así como las diferentes fibras de palma de coco encontradas. Cada pez es único, desde la proyección, hasta su tallado y pintura. Fotografía de peces por Víctor Siladi.

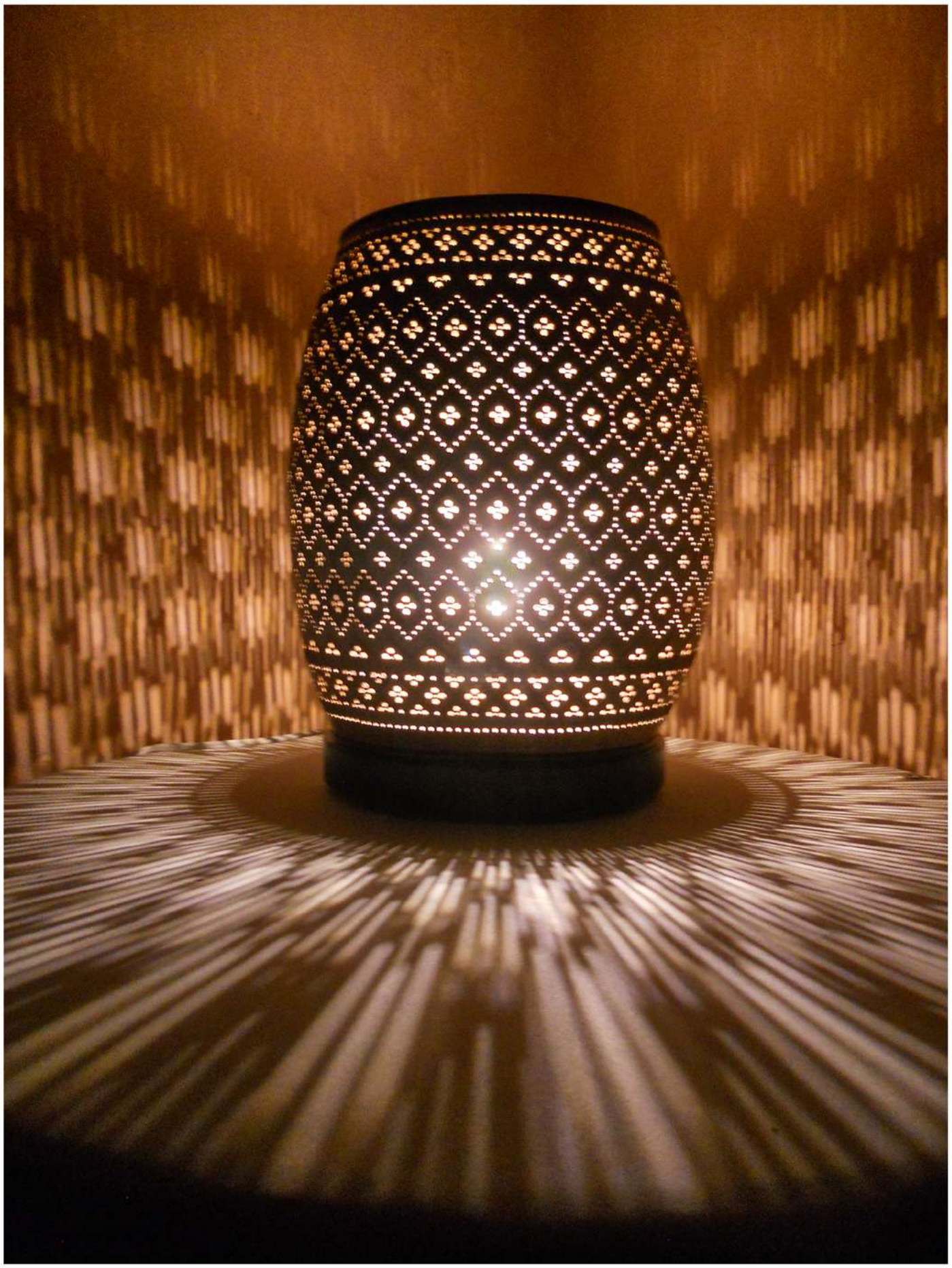
Fuente: Patricio Correa.

Vajilla concha blanca
original de Casa Alfarera
Fotografía por Víctor Siladi.

Casa Alfarera. Taller de cerámica artesanal elaborada con materiales obtenidos a través de excavaciones y procesados a nivel local. Fundada en 2013 por la ceramista Ysabela Molini y ubicada en la Zona Colonial, diseñan y elaboran una gran variedad de objetos utilitarios y decorativos para diversos usos. Las piezas, cuidadosamente elaboradas por artesanos dominicanos a base de recetas de minerales, son el reflejo de gran experiencia artística y artesanal.

Arriba:
Vajilla icónica de Casa Alfarera.
Fotografía por Natalia Boccalon.

Abajo:
Florero piña icónico de Casa Alfarera.
Fotografía por Víctor Siladi.



Gustavo Grullón. Lleva 23 años dedicado exclusivamente a trabajar el Higüero. Sus obras pueden encontrarse en el mercado artesanal de Las Terrenas, Samaná. Fotografía por Gustavo Grullón.

Vasijas en jícara de coco ubicadas en el taller de Jenny Polanco. Fotografía por Víctor Siladi.

Manuel Bolos. Artesano dominicano, maestro en el arte del reciclaje. Posee una tienda de artesanía en la Zona Colonial de Santo Domingo, espacio que sirve de promoción y plataforma de ventas para varios artesanos dominicanos. Fotografías por Víctor Siladi.

Lily Ayala. Diseñadora y artista plástica. Le apasiona el reúso, el fuego, las mezclas, los colores, la naturaleza. Sus piezas están hechas con materiales recuperados como CDs, DVDs, plásticos, metales, maderas, telas, piedras, entre otros elementos. Fotografía por Pavel Cabrera.

Genaro Reyes (Cayuco). Artesano dominicano. En el año 1996 es galardonado en la Bienal Nacional de Artes Plásticas en el Museo Nacional de Arte Moderno de Santo Domingo, con la escultura "El Motoconcho". En el año 1998 vuelve a ser galardonado con la escultura titulada "La Cuabera", Bienal Nacional de Artes Visuales, Museo de Arte Moderno. En el 2000 es premiado en el Concurso de Arte E. León Jiménez, Santiago de los Caballeros, con la escultura "Indocumentados", una yola de metal. Actualmente coordina el Centro Cultural de Miches y se dedica a la formación y difusión de nuestros valores más auténticos, la gestión cultural, la promoción del turismo cultural y la protección del medio ambiente. Fotografías por Víctor Siladi.

Arriba.
Cayuco con vela.

Abajo.
Cayuco con personas.

Jenny Polanco Project. Proyecto que busca apoyar la artesanía local y del Caribe. El espacio brinda una selección de lo mejor de la artesanía caribeña, así como los diseños de piezas del hogar confeccionados artesanalmente en madera de guayacán y cuerno calado. Esta iniciativa se apoya de artesanos cuya ética de trabajo permite la transformación de un guayacán caído o detalles orgánicos en cuerno calado extraído de los desechos de ganadería.

Colección de complementos de la mesa, en cuerno y madera de guayacán. Fotografías por Victor Siladi.

Recipiente para aderezos con cuchara en jícara de coco y hueso de vaca. Artesana: **Cristina Núñez.** Fotografías por Víctor Siladi.

Cartera, bandejas y cucharas.
Artesanas: **Odile y Michelle Delance.**
Fotografías por Víctor Siladi.

Distintos diseños de piezas artesanales para el hogar realizados con cuernos y huesos. Artesanas: **Odile y Michelle Delance.** Fotografías por Víctor Siladi.

Collar en madre perla y ámbar. Fotografías por Víctor Siladi.

Carla Quiñones Polanco. Diseñadora y arquitecta con maestría en Diseño Urbano de la Universidad de Columbia de Nueva York. Cuenta con una trayectoria de más de 12 años en su área de formación. Se incorpora al negocio familiar a partir de 2016, convirtiéndose en directora ejecutiva de la casa de moda Jenny Polanco.

Collar en perla, ámbar y plata. Fotografías por Víctor Siladi.

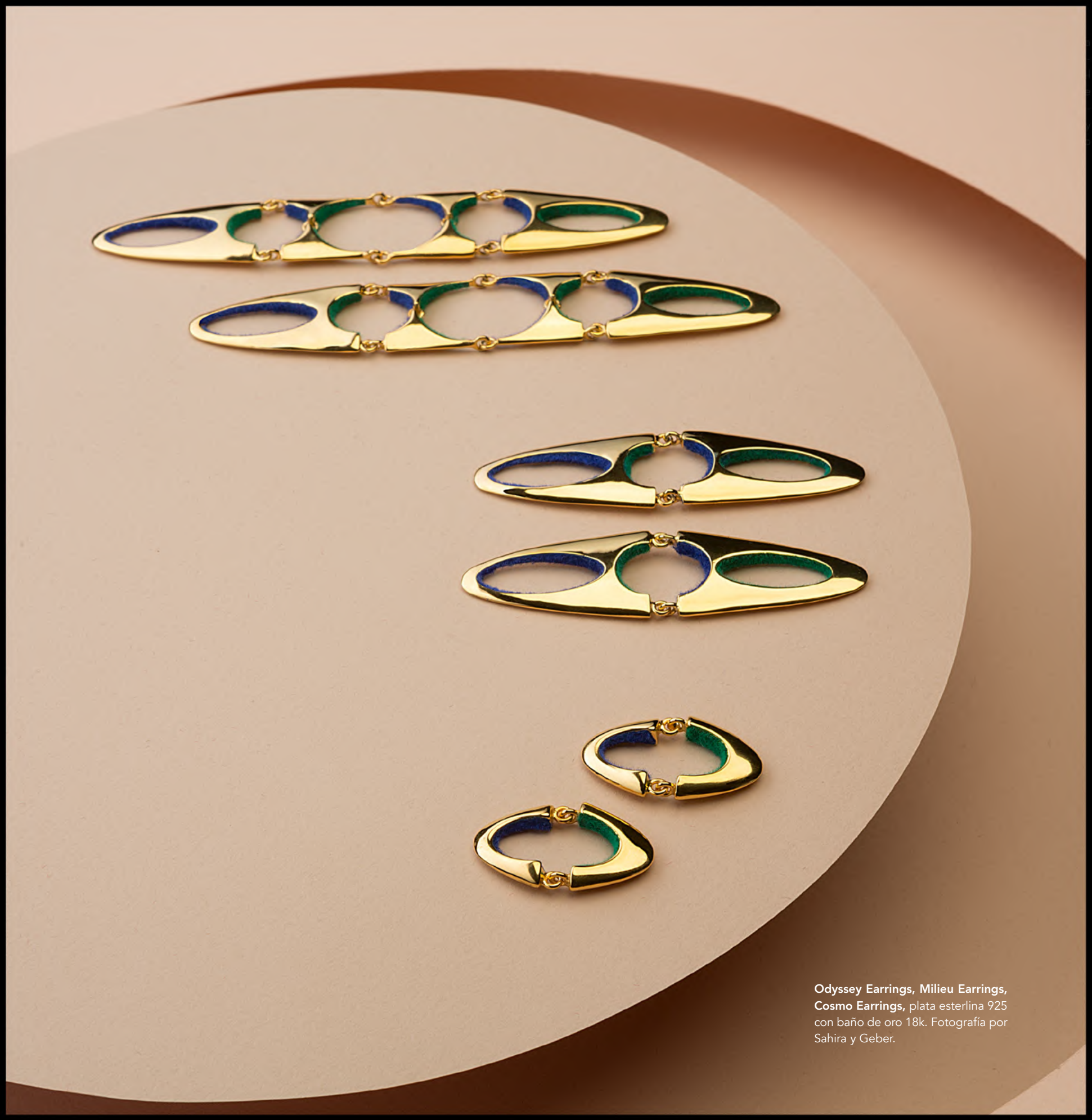
Tatiana Bodden. Joyería Artesanal. Diseñadora en Son de Mar y creativa grafíca para Formato taller poligráfico. La técnica y aplicación de sus diseños son resultado de un largo navegar por el mundo del arte en diferentes disciplinas. Desde el 2010 desarrolla productos para el mercado turístico y de exportación. Algunas exposiciones destacadas en el extranjero: Caribbean Gift and craft show, Curazao. Fitur 2015, Madrid, España. Leisure OTD YKH 2016, Moscú, Rusia. L'artigiano un Fiera 2016, 2017, Milán Italia. Festival Du Confolens, Francia, 2018. Central European Trade Fair 2019, Praga, República Checa. Felstival Les Cultures Du Monde, Francia, 2019.

Izquierda.
Colección "Huracán" colgante de larimar y amonite e gastado en plata 925. 1/9

Derecha.
De la serie "Atardeceres en Bahía". Pieza en ámbar y agata azul en gastada en plata 925. 1/3.

Fotografías por Víctor Siladi.

De la colección "Cayo". Pieza en larimar, chapa de nacar, madera de guayacán e hilos de algodón, terminado en plata 925. Fotografía por Víctor Siladi.



Odyssey Earrings, Milieu Earrings, Cosmo Earrings, plata esterlina 925 con baño de oro 18k. Fotografía por Sahira y Geber.

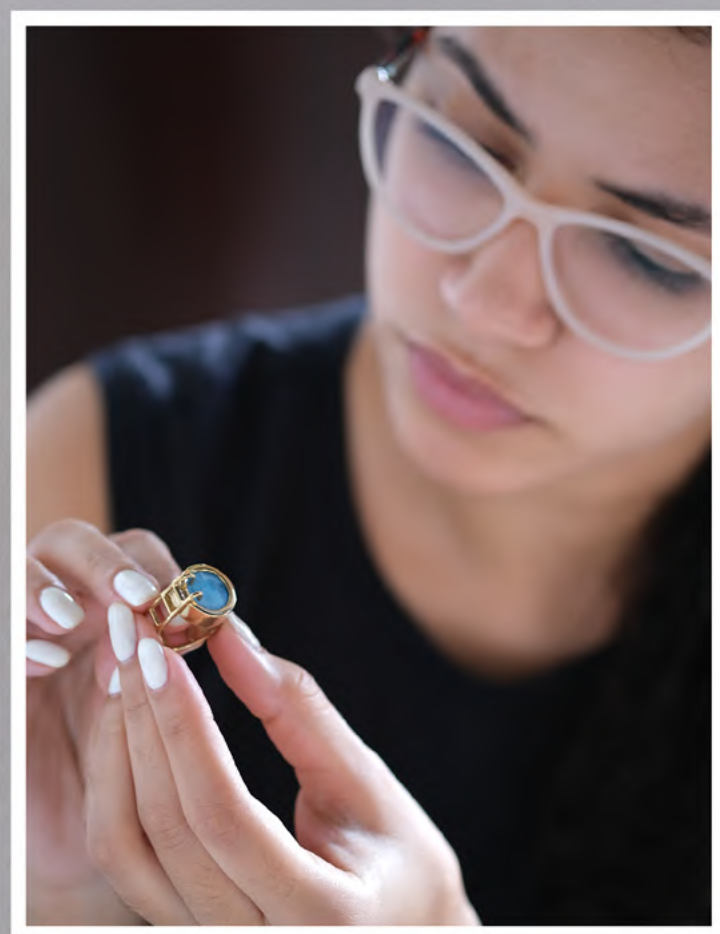
Arriba:
Mónica Varela luciendo un Infinity petite larimar studs, Infinity minute larimar choker, Infinity minute ámbar choker. Plata esterlina 925 con baño de oro 18k. Fotografía por Ricardo Enrique.

Abajo:
Fine Jewelry Minute Capsule, Minute larimar Pendant, Oro 18k y Larimar. Fotografía por Marte Lab.

Mónica Varela. Diseñadora de joyas. Titulada en joyería de SCAD, Savannah College of Art and Design. Profundizó su curiosidad hacia la tecnología impresa en 3D mientras acudía al Instituto Europeo di Design, en Milán. Le apasiona el uso del ámbar y el larimar en sus creaciones.

Anillo piscina, oro y larimar.
Fotografía por Víctor Siladi.

Colgante piscina, plata y ámbar.
Fotografía por Víctor Siladi.



Joarla Caridad con una de sus creaciones. Fotografía por Víctor Siladi.

Joarla Caridad. Egresada en Bellas Artes e Ilustración de Chavón Escuela de Diseño. Estudió joyería técnica en Changsha, China, a partir de allí se dio cuenta que por medio del diseño y la creación de joyas podía hacer lo que tanto buscaba en sus pinturas: contar historias. En Julio de 2019 Joarla se gradúo de la carrera de diseño de joyas de la Universidad de Central Saint Martins en Londres. En la actualidad diseña joyería utilizando conceptos propios de sus raíces dominicanas e incorporando piedras locales como ámbar y larimar.

Colgantes en ámbar, larimar y plata.
Fotografía por Víctor Siladi.

Jorge Caridad. Artesano y gestor cultural. Su legado se manifiesta a través del Museo del Ámbar con importantes investigaciones realizadas en relación al ámbar, y su fundación para el desarrollo de la artesanía en la cual implementa cursos y seminarios de cooperación extranjera, proporcionando todas las herramientas necesarias a nuestros artesanos y orfebres dominicanos para que puedan incorporarse a mercados competitivos sin dejar a un lado lo más importante: nuestra identidad cultural.

Aretes dobles ámbar y Larimar.
Fotografía por Víctor Siladi.

Aretes, cilindro clásico de paralelo en cuerno y hueso. Fotografía por Víctor Siladi.

Kaori Sone. Diseñadora de modas. Egresada de la Escuela de Diseño de Altos de Chavón y de Parsons The New School for Design. Se identifica con la estética japonesa del wabi sabi, basada en la aceptación de la imperfección, el aspecto transitorio y lo incompleto de las cosas. Kaori produce elementos de cuerno y hueso creando contrastes de proporción y forma que se complementan con materiales en acero y plata. Fotografía de Nadia Kobets, modelo Helen Blandino

Collar Paralelo, elaborado a base de cuerno y hueso, onyx negro y acero inoxidable dorado. Fotografía por Víctor Siladi.

Anillos en cuerno.
Fotografía por Víctor Siladi.

Aretes en cuerno y plata.
Fotografía por Víctor Siladi.

Ilustración en acuarela por
Adrienne Perlstein.

Stephanie Gerardino. Se inclinó desde jóven por el diseño. Egresada de la carrera de comunicación publicitaria en UNIBE, formó parte del equipo de agencias República Grupo de Diseño, antes de decidir ponerle energía a sus propios proyectos como Medianoche, El Picnic, un evento familiar en conjunto con ShaveUrLegz y Magnolias Statement Earrings, una línea de piezas completamente originales. Utiliza su experiencia para definir el estilo visual y conceptual para la comunicación de la marca, talento que pone también al servicio de grandes empresas con su agencia de diseño y digital, Estudio Uno.

Stephanie Gerardino. Fotografía por Víctor Siladi.

Bienvenido Valdéz. Músico, director coral y luthier. Ganó primer lugar en 1996 en la Feria de Inventos del Instituto Dominicana de Tecnología (INDOTEC) con el "Método Acústico de Fabricación para Violines Perfectos", razón por la cual su nombre aparece incluido entre los inventores dominicanos del siglo XXI. Ha realizado labores en el ámbito etnomusical siendo por esto galardonado como artesano del año por la Secretaria de Estado de Educación. Su incursión en la fabricación de instrumentos musicales con materiales reciclados lo ha colocado como un gran referente a nivel nacional e internacional, así como su trabajo con sectores vulnerables en la formación de la primera banda musical que utiliza instrumentos reciclados creados por los mismos estudiantes.

Instrumentos de materiales reciclados. Fotografías por Víctor Siladi.

Lutier Bienvenido Valdéz. Fotografía por Víctor Siladi.

Detalle de mosaico por Said Musa.
Fotografía Víctor Siladi.

DOMINICANA CREATIVA

TALENTO EN LA ECONOMÍA NARANJA

dominicanacreativa.com.do

POPULAR