

Bogumiła Lisocka-Jaegermann

KOMERCJALIZACJA RĘKODZIEŁA LUDOWEGO: EKWADOR, MEKSYK, POLSKA

Określenie granic przedmiotu badań nazwanego «rękodziełem ludowym» nie jest proste. Termin ten oznacza produkcję artystyczną, która „bazuje na żywych jeszcze tradycjach i umiejętnościach przekazywanych z pokolenia na pokolenie” (Jackowski, 1981, s. 193), w społecznościach wiejskich i małomiasteczkowych, lub też tylko nawiązuje do tradycji, odtwarzając styl, technikę, czy sposób myślenia oryginalnych twórców. Termin „rękodzieło ludowe” traktuję jako polski odpowiednik hiszpańskiego *artesanía* (Turok, 1988) czy angielskiego *folk craft* czy *ethnic craft*, lub *ethnic arts* (Graburn, 1976). Używam go, w przekonaniu, iż wystarczająco dokładnie określa ten rodzaj działalności produkcyjnej, który mnie interesuje. Pozwala także uniknąć wdawania się w spory związane z pojęciami: „folklor”, „folklorizm”, „sztuka ludowa” i „rzemiosło”, używanymi we współczesnej literaturze etnograficznej (Kowalski, 1992; Ortiz Angulo, 1990; Burszta J., 1985, 1987; Burszta W., 1992, 1998). W artykule stosować będę także określenie „tradycyjne rękodzieło ludowe” w odniesieniu do przedmiotów wykonywanych w społecznościach wiejskich i małomiasteczkowych na własny użytek, oraz przeznaczonych na sprzedaż dla innych odbiorców wiejskich i dla mieszkańców miast, jeśli przedmioty te są bezpośrednio związane z tradycją, zarówno pod względem formy, jak i zastosowania. O „nowym rękodziele ludowym” mówić będę w wypadku wyrobów, które pojawiły się w odpowiedzi na zapotrzebowanie płynące spoza środowisk twórców i producentów: np. miejskich klas średnich czy turystów. Wymienione kategorie nie wyczerpują wszystkich zjawisk mieszczących się w pojęciu rękodzieła ludowego — ich wyróżnienie wynika z potrzeb niniejszego tekstu, którego celem jest omówienie zjawiska komercjalizacji rękodzieła.

RĘKODZIEŁO LUDOWE W KRAJACH LATYNOAMERYKAŃSKICH

W wielu latynoamerykańskich społecznościach wiejskich mamy do czynienia z niekwestionowaną ciągłością tradycji produkcji rękodzielniczej. W gospodar-

stwach domowych nadal używa się „tradycyjnych” sprzętów. Należą do nich na przykład kamienne żarna, gliniane garnki, plecione maty i kosze, czy skórzana uprząż. Wśród ludności tubylczej, wykonywane ręcznie tkaniny, hafty i ozdoby są niezbędnym elementem stroju, który wciąż jeszcze bywa wyróżnikiem tożsamości etnicznej (Otzoy, 1996; Śniadecka-Kotarska, 1997b, 1999). Podczas obchodów świąt religijnych i niektórych uroczystości świeckich potrzebne są akcesoria, które wykonać mogą jedynie „tradycyjni” twórcy (Posern-Zieliński 1975).

Rękodzieło jest więc trwałym elementem życia niektórych wiejskich społeczności lokalnych. Jest nośnikiem wartości kulturowych. Stanowi też zajęcie pozwalające efektywnie wykorzystać okresy mniejszego obciążenia pracami polowymi, bywa alternatywą dla migracji zarobkowej, a przy dużych potrzebach gospodarstwa domowego jest też szansą wykorzystania umiejętności i dzieci, starszych kobiet i mężczyzn. W wypadku „tradycyjnej” produkcji lokalnej — materiały są dostępne na miejscu, lub też istnieją zorganizowane sposoby korzystnego pozyskiwania ich z zewnątrz. Część produkcji zaspokaja potrzeby gospodarstwa domowego i rodziny, część zaś jest sprzedawana pośrednikom lub rządziej, sprzedawana albo wymieniana na inne produkty na targu lokalnym lub regionalnym.

Przedstawiony powyżej opis dotyczy przede wszystkim tradycyjnych społeczności dla których rolnictwo i hodowla są podstawą utrzymania — rękodzieło zaś stanowi ich uzupełnienie. Schemat taki dotyczy przede wszystkim tych gałęzi produkcji rękodzielniczej, które nie wymagają dużych nakładów kapitałowych — takich jak plecionkarstwo, hafciarstwo, tkactwo przy użyciu prostego, przenośnego warsztatu tkackiego, czy wykonywanie prostych wyrobów z drewna. Produkcja garncarska, tkactwo, rymarstwo — dziedziny wymagające inwestycji — opierają się na drobnych przedsiębiorstwach rodzinnych, których funkcjonowanie wpisane jest w struktury społeczne, etniczne i gospodarcze społecznościach wioskowych (Novelo, 1979; Cook, 1982; Buechler, Buechler, 1992).

Autorzy zajmujący się współczesnym rękodziełem latynoamerykańskim wskazują na rosnące, i — w większości wypadków — niespotykane przedtem rozmiary produkcji rękodzielniczej. Są one następstwem zewnętrznego zainteresowania wyrobami rękodzieła. Ich walory estetyczne, bogactwo form i różnorodność stylów zwracały uwagę podróżników i badaczy Ameryki (np. Humboldt, 1978, s. 64–65). Jednak proces swoistej nobilitacji rękodzieła ludowego w krajach latynoamerykańskich rozpoczął się dopiero w latach 20-tych XX wieku, wraz z drugą falą indygenizmu. Rękodziełem zainteresowało się państwo postrzegając w nim źródła i przejawy wartości narodowych. Stało się ono również przedmiotem badań kulturoznawców, a silny związek tych badań z ideologią narodotwórczą, prowadził do działań instytucjonalnych mających na celu ochronę „autentycznych” przejawów twórczości i talentów ludu — dbano o zachowywanie tradycyjnego wzornictwa, zakładano fundusze wspierające „prawdziwą twórczość ludową”, pierwsze muzea rękodzieła i sztuki ludowej i „oficjalne” sklepy. Kolekcjonerzy

podzielali podobny punkt widzenia — szukano „prawdziwych”, „autentycznych”, czyli „czystych stylistycznie” wyrobów.

Wraz z pewną modą na 'ludowość' wśród latynoamerykańskich intelektualistów i części miejskich klas średnich, a przede wszystkim wraz z rozwojem turystyki, pojawili się masowi klienci zainteresowani przede wszystkim walorami estetycznymi, malowniczością i inaczej pojmujący „autentyzm” nabywanych przedmiotów (May 1996). Fascynacja rękodziełem pojawia się w poszczególnych krajach w różnych okresach odpowiadających rytmom rozwoju masowej turystyki zagranicznej.

Związki między rozwojem produkcji rękodzielniczej a turystyką są przedmiotem zainteresowań wielu autorów (Popelka, Littrell, 1991; Brown 1992; Healy 1994; García Canclini 1993). Ma na to wpływ wzrost znaczenia tzw. turystyki kulturowej (Dietvorst, Ashworth 1995, Cohen 1995, Nuryanti 1996, Pearce 1995), w tym tzw. turystyki etnicznej (Van den Berghe 1994) Rękodzieło wymieniane jest jako jedna z głównych atrakcji tej ostatniej, przy czym obcowanie z nim nie sprowadza się jedynie do transakcji kupna. Biura podróży i przewodniki turystyczne zachęcają do odwiedzania warsztatów producentów, uczestnictwa w lekcjach tkactwa, garncarstwa czy plecionkarstwa, zakupów na malowniczych targach. Wyroby rękodzieła traktowane są jako pamiątki z podróży, które przypominać mają własne przeżycia, kupowane jako drobne prezenty lub jako dzieła sztuki. Rękodzielnicy, przypisani kiedyś do rynku lokalnego, teraz stają się uczestnikami światowego systemu gospodarczego (Abbot 1995; Graburn 1976; Long, Villarreal, 1998), zwłaszcza, że pojawił się też międzynarodowy rynek na wyroby rękodzieła latynoamerykańskiego. W Europie, Stanach Zjednoczonych i Kanadzie istnieją sieci sklepów specjalizujących się w sprzedaży wyrobów rękodzieła latynoamerykańskiego¹. W Stanach Zjednoczonych działają duże firmy importujące wyroby rękodzieła z całego świata² oraz niezliczona liczba mniejszych przedsiębiorstw o zasięgu lokalnym, należących przede wszystkim do przedstawicieli poszczególnych społeczności etnicznych, w tym także do Latynosów. Nowym, bogatym, międzynarodowym rynkiem na „egzotyczne” wyroby produkcji ręcznej są firmy internetowe³. Popularność „egzotycznych” przedmiotów i ich międzykulturowa cyrkulacja wzbudza zainteresowanie filozofów i antropologów (Appadurai,

¹ Od 1978 roku działa w Wielkiej Brytanii sieć sklepów El Tumi (Londyn, Bath, Bristol, Oxford) (informacja uzyskane w sklepie Tumi w Oxfordzie w czerwcu 1998 r), która ostatnio objęła swym zasięgiem także Szwajcarię. Nabycie wyrobów latynoamerykańskich w Paryżu (sklepy: Boutique Rique Latine, Macchu Pichu, Andines, Cumbia), Madrycie (cotygodniowy targ El Rastro i położone w jego pobliżu sklepy) i innych stolicach europejskich nie następuje trudności.

² m.in. Pier Import w Fort Worth, Kaiman Import-Export w Chicago, Third World Arts and Crafts na Florydzie (Davies, Fini, 1994),

³ m.in. Suncrafts.com, mexplaza.udg.mx, www.lanexus.com, el.pueblo.org/fafiestaf.html, artcraftmall.com/links3.html, ix.netcom.com

1983), specjalistów od marketingu (Basu, 1995) i ekspertów zajmujących się strategiami rozwojowymi (ITC, 1991; Ilbery, Kneafsey, 1998)

Zmienia się rola produkcji rękodzielniczej w lokalnej rzeczywistości społecznej. Globalizacja rynku produktów rolnych, wycofywanie się państwa z programów pomocy stawia tradycyjne społeczności wiejskie w trudnej sytuacji. Nieefektywna produkcja rolna pozbawiona wsparcia z zewnątrz nie może już być podstawą utrzymania rodzin. W regionach z tradycjami produkcji rękodzielniczej, które mają dostęp do rynku turystycznego lub do międzynarodowego rynku „towarów etnicznych”, rękodzieło staje się ważnym, a czasem wręcz podstawowym źródłem dochodów, co prowadzi nieuchronnie do jego komercjalizacji. Zmieniają się zarówno wzory i asortyment produktów, techniczne i organizacyjne formy ich wytwarzania, jak i sposoby ich sprzedaży.

O ile w latach 60-tych i 70-tych zmiany te postrzegano przede wszystkim w kategoriach „odchodzenia od tradycji”, czy wręcz „degeneracji” rękodzieła: podkreślano takie zjawiska jak odchodzenie od symboliki głęboko tkwiącej w kulturze lokalnej, zastępowanie naturalnych surowców syntetycznymi, pojawianie się wzorów i wizerunków zaczerpniętych wprost z kultury masowej, i zapowiadano stopniowe zanikanie rękodzieła ludowego, współczesne analizy koncentrują się wokół innych zagadnień. „Zamiast dyskutować o pozytywnym czy negatywnym wpływie turystyki na tradycyjne rękodzieło, należy się zająć znacznie ciekawszymi zagadnieniami reorganizacji społecznej, gospodarczej i przemianom tożsamościowym, jakie zachodzą w społeczeństwach tradycyjnych wokół turystyki” (de Vidas 1996). Postulat Anath de Vidas dotyczący związków między produkcją rękodzielniczą a turystyką jest realizowany przez większość współczesnych badaczy rękodzieła latynoamerykańskiego.

Następstwa procesu komercjalizacji latynoamerykańskiego rękodzieła ludowego chcę prześledzić na przykładach pochodzących z Meksyku i Ekwadoru. W wielu regionach obydwu krajów rękodzieło odgrywa ważną rolę w życiu społecznym i gospodarczym mieszkańców wsi. Kwestia ta jest przedmiotem badań prowadzonych przede wszystkim przez antropologów (patrz: literatura). W obydwu wymienionych krajach miałam także okazję dokonania własnych obserwacji rynku wyrobów rękodzieła i jego znaczenia dla mieszkańców obszarów wiejskich⁴.

EKWADOR

Bogata i zróżnicowana produkcja rękodzielnicza stanowi niewątpliwie jedną z ważniejszych atrakcji turystycznych Ekwadoru (patrz np. Rachowiecki 1992,

⁴ w Ekwadorze — latem 1997 roku, podczas badań dotyczących wpływu turystyki na życie społeczności lokalnych (Lisocka-Jaegermann, Makowski, Skoczek 1998, 1999); w Meksyku, podczas kolejnych pobytów w 1980, 1982, 1985 i 1998 roku (Lisocka-Jaegermann, 1985; Lisocka-Jaegermann, Skoczek, 1999)

Lisocka-Jaegermann, Makowski, Skoczek 1998). Największy w Ameryce Łacińskiej sobotni targ rękodzieła w Otavalo jest stałym punktem programu wycieczek grupowych i Mekką turystów indywidualnych odwiedzających ten kraj. Miasteczko i kanton Otavalo, zamieszkane przez grupę etniczną, od której wzięty nazwę, stanowią ważny ośrodek tkactwa, nawiązującego do miejscowych tradycji, a także obficie czerpiącego z tradycji innych grup etnicznych kraju, zwłaszcza Indian Salasacas.

W okolicach Otavalo można spotkać jeszcze tradycyjne rodzinne warsztaty rękodzielnicze. Niektóre są celem wycieczek — można zwiedzać warsztaty tkackie w Peguche, dziewiarskie w Carabela oraz kaletnicze w Cotacachi, nabywając na miejscu ich wyroby. Inne organizują kursy dla turystów. W mieście funkcjonują należące do Indian Otavalo przedsiębiorstwa rodzinne, zatrudniające pracowników najemnych i wyposażone w najnowocześniejsze maszyny tkackie, przy których na ogół zlokalizowane są sklepy prowadzące zarówno handel detaliczny, jak i hurtowy. Przedsiębiorstwa tkackie z Otavalo sprzedają nie tylko na miejscu — eksportują swoje wyroby do wielu krajów świata. Mężczyźni zajmują się handlem wyjeżdżając, często kilkakrotnie w ciągu roku, do Europy, Stanów Zjednoczonych i Kanady. O rozmiarach zjawiska świadczy choćby sam fakt, iż w niewielkim mieście ma swe przedstawicielstwa pięć dużych linii lotniczych (KLM, Lufthansa, Iberia, Delta, Avianca), oraz kilka agencji transportowych oferujących wysyłkę wyrobów rękodzieła „do wszystkich krajów świata”. W wielu wypadkach zarządzaniem i bieżącym funkcjonowaniem firmy zajmują się kobiety.

Producenci z Otavalo doskonale przystosowują się do wymagań rynku — oferują wyroby zaspokajające potrzeby zarówno koneserów jak i turystów szukających drobnych i tanich pamiątek. Ubrania szyte na sprzedaż z tradycyjnych tkanin krojone są zgodnie z aktualnie panującą modą, zmienia się także ich kolorystyka. Sprzedawane na targu barwne portmonetki i portfele są miejscową adaptacją wyrobów egipskich i marokańskich sprzedawanych w Europie (Śniadecka-Kotarska 1997b).

Na targu w Otavalo i w licznych sklepach z rękodziełem rozrzuconych po mieście sprzedawane są także wyroby rękodzielnicze pochodzące z innych regionów kraju i z innych krajów latynoamerykańskich, a nawet towary importowane z Azji (w tym sznury czerwonych koralii noszonych przez miejscowe kobiety jako bransoletki będące elementem tradycyjnego stroju). Część z nich imitowana jest przez miejscowych producentów.

Środki pochodzące z produkcji i handlu wyrobami rękodzieła w dużej mierze reinwestowane są w mieście. Hotele i pensjonaty (ponad 50), restauracje, bary i kawiarnie, galerie i agencje turystyczne należą w znacznej części miejscowych Indian. Oni też inwestują w infrastrukturę turystyczną w okolicznych wsiach (Lisocka-Jaegermann, Makowski, Skoczek, 1998, 1999).

Umiejętne przekształcenie własnej tradycji w «produkt turystyczny», aktywność i ruchliwość Indian Otavalo są najważniejszymi czynnikami zmian społecznych i kulturowych w kantonie. Sukcesy gospodarcze i mobilność społeczna grupy wpłynęły na zmianę jej wizerunku, zarówno wśród samych Otavalo, jak i wśród Metysów, zwłaszcza, że towarzyszy im wyraźna duma z własnej odrębności, dążenie do jej podtrzymywania, przejawiające się m.in. powszechnym noszeniem tradycyjnych strojów (Meisch 1987) nawet przez wykształconych członków grupy, czy uroczystym celebrowaniem miejscowych świąt (Śniadecka-Kotarska, 1997a). Fakt, iż wśród antropologów badających kulturę współczesnych Otavalo są naukowcy pochodzący z tej grupy i identyfikujący się z nią, stanowi niewątpliwie ewenement w skali całej Ameryki Łacińskiej. Pojawienie się „indiańskiej klasy średniej”, ogromna rola kobiet w zarysowanych powyżej przemianach to kolejne, nowe zjawiska, będące w znacznej mierze następstwem sukcesu rękodziela z Otavalo (Meisch 1995, Śniadecka-Kotarska 1999).

Otwarcie na rynki zagraniczne i znajomość gustów i potrzeb potencjalnych klientów wydaje się być cechą wielu innych ośrodków produkcji rękodzielniczej. Swetry z Mira (prowincja Carchi) sprzedawane są w Stanach Zjednoczonych, Japonii, Kanadzie, Europie (Meier, 1984). Wytwórcy figurek z drewna *balsa*, czy owoców palmy *tagua* z Baños, tkacze dywanów z Guano w pobliżu Ríobamba, czy producenci srebrnych ozdób z Chordeleg (prow. Cuenca) mówią o eksporcie swych towarów jak o dobrze znanym sposobie ich sprzedaży⁵. Przykładem znajomości gustów nabywców niech będzie wypowiedź jednego z wytwórców drewnianych figur z San Antonio de Ibarra: „Kolumbijczycy interesują się tematami religijnymi, Japończycy wzorami prekolumbijskimi i współczesnymi motywami obyczajowymi; Amerykanie lubią antyk (tradycja grecka i rzymska), nowoczesność, akty i stylizacje, tak jak Europejczycy. Mieszkańcy Guayaquil zaś przepadają za dużymi i błyszczącymi (woskowanymi) przedmiotami” (Velez Valarezo, 1989, s. 77).

Władze Ekwadoru, liczne krajowe i międzynarodowe organizacje pozarządowe oraz działający w sektorze usług turystycznych przedsiębiorcy i społeczności lokalne angażują się aktywnie w rozwój turystyki ekologicznej. W niektórych, znanych mi przypadkach obszarów o wysokich walorach przyrodniczych, trudno mówić o istnieniu jakichkolwiek lokalnych tradycji rękodzielniczych wśród napływowej i czasem słabo zintegrowanej ludności. Mimo, że członkowie zbiorowości, czy społeczności lokalnych wiedzą, iż magnesem przyciągającym turystów jest fauna i flora, wśród niedostatków infrastruktury, z której czerpać by mogła korzyści miejscowa ludność, wymieniają brak rękodziela, pamiątek, które byłyby wytwarzane na miejscu i stanowiłyby dodatkową atrakcję dla gości⁶. Prezentacja wyrobów

⁵ informacje uzyskane podczas badań terenowych w 1997 r.

⁶ takie informacje uzyskiwaliśmy np. w Mindo (Lisocka-Jaegermann, Makowski, Skoczek 1999)

rękodzieła połączona z możliwościami jego nabycia staje się też elementem pobytów w Amazonii — przy czym mamy tu do czynienia z tradycją 'odtworzoną', bądź też 'wytworzoną' na potrzeby turystów.

MEKSYK

“Produkcja rękodzielnicza w Meksyku nie jest homogeniczna ani pod względem wyrobów, ani form organizacji pracy, sprzedaży, ani sposobów użytkowania jej efektów. Koncepcje pracy rękodzielniczej i wyrobów rękodzieła, z jakimi spotykamy się w Meksyku także były i są bardzo zróżnicowane” (Novelo, 1993, s. 21).

Postrzeganie w rękodziele ludowym źródła i przejawu „meksykańskości”, wywodzące się z lat 20-tych naszego wieku dało początek państwowym instytucjom, takim jak FONART (Narodowy Fundusz Rozwoju Rękodzieła) oraz inicjowanym przez państwo przedsięwzięciom, mającym na celu „ochronę”, „zachowywanie” i „muzealne” traktowania rękodzieła ocenianego jako oryginalne. Podobne funkcje spełniają także instytucje stanowe, czy też regionalne oddziały INI (Narodowy Instytut Tubylczy) wspierające „autentycznych twórców ludowych”. Cytowana już Victoria Novelo wymienia 48 instytucji (państwowych, stanowych i prywatnych), które zajmują się w Meksyku rękodziełem (Novelo, 1993, s. 43). Dla części z nich rękodzieło stanowi przede wszystkim „dobro kultury”, dla innych to „alternatywa rozwojowa” dla ludności zaniedbanych obszarów wiejskich (np. Gormsen, 1977), dla jeszcze innych „kapitał kulturowy”, na którym, po jego przetworzeniu, można opierać nowe strategie rozwoju obszarów wiejskich. W każdym z wymienionych przypadków kryteria określające, co jest, a co nie jest produkcją rękodzielniczą są odmienne (Turok, 1988). Wśród tekstów dotyczących rękodzieła meksykańskiego w ostatnich trzydziestu latach wyróżniają się prace podejmujące takie tematy jak: jego znaczenie gospodarcze w wymiarze lokalnym i regionalnym (Cook, Binford, 1990; Van den Berghe, 1994, 1995), skomplikowane układy społeczne, etniczne i regionalne, w jakie wpisana jest produkcja rękodzielnicza (Durston, 1970; Faron 1980; Cook, 1982), transformacje tożsamościowe związane ze zmianami znaczenia produkcji rękodzielniczej (Abbot, 1995), przekształcenia form produkcji (Novelo, 1979, 1993; Dietz, 1994), miejsce w układach gospodarki kapitalistycznej (Long, Villarreal, 1998) zmiany wzornictwa (Popelka, Littrell, 1991), miejsce „nowego rękodzieła” w kulturze współczesnego Meksyku oraz jego znaczenie dla poszczególnych kultur etnicznych (Guzman, 1979; García Canclini, 1981, 1993).

Trudno odnieść się w niniejszym artykule do wszystkich wymienionych tematów, zwłaszcza że w Meksyku, przy dużym zróżnicowaniu regionalnym i etnicznym kraju, mamy do czynienia z niezwykle bogactwem współczesnych przejawów produkcji rękodzielniczej. Obok tradycyjnego rękodzieła ludowego, „nowej produkcji rękodzielniczej”, obserwujemy także rozwój „rękodzieła miej-

skiego” (Novelo, 1997) oraz produkcję tzw. osobliwości meksykańskich (*mexican curious*). Nie zawsze łatwo oddzielić od siebie wymienione formy.

Rękodzielnicy meksykańscy, podobnie jak i ekwadorscy, wykazują zadziwiająco zdolności adaptowania swoich wyrobów do popytu, przy zachowaniu ich specyficznego kolorytu lokalnego. Potrafią też znakomicie wykorzystywać swoje umiejętności, znajomość materiału i warsztatu tworząc zupełnie nowe wyroby, traktowane przez turystów jako przejawy 'tradycji'. Najbardziej popularną chyba 'pamiątką z Meksyku' są obrazki malowane na papierze z kory drzewa *amate*⁷. Dostępne w różnych formatach, najczęściej przedstawiają ozdobne motywy roślinne i postacie zwierząt, rzadziej — sceny z życia wiejskiego. Są niedrogie i bardzo atrakcyjne, łatwo je przewozić i wysyłać. Niewielu turystów zdaje sobie sprawę iż ma do czynienia z „tradycją” pochodzącą z lat 50-tych naszego wieku, będącą efektem interwencji jednego z antropologów, który namówił garncarzy z jednej z miejscowości centralnego Meksyku, by motywy, którymi ozdabiali dzbany i misy, przenieśli na papier *amate* — przywożony z zupełnie innego regionu Meksyku (Gormsen, 1977; Stromberg, 1976; Stephen, 1991). Zdobiona ceramika, mimo swego piękna nie nadawała się na pamiątkę z Meksyku ze względu na rozmiary, ciężar i trudności z jej przewożeniem. Obrazki na papierze *amate* zrobiły oszałamiającą karierę i wykonywane są teraz w różnych częściach kraju.

Umiejętności garncarzy z innych ośrodków także wykorzystano do produkcji popularnych wyrobów 'pamiątkarskich'. Gliniane figurki diabełków z Ocumicho są „wynałazkiem” jednego z miejscowych garncarzy, przejętym przez całą społeczność lokalnych wytwórców. Ceramiczne rzeźby cieszą się zainteresowaniem turystów zagranicznych — ale są też atrakcyjne dla nabywców krajowych, jako że scenki, jakie przedstawiają są często komentarzem do aktualnych wydarzeń, swego rodzaju satyrycznym rysunkiem w glinie, który odczytać potrafią na ogół tylko Meksykanie (García Canclini, 1993).

Miejscowość Metepec, położona w stanie Meksyk znana jest z „drzewek życia” — glinianych, stylizowanych drzewek na których przedstawione są sceny z raju: figurki Adama, Ewy, ptaków i zwierząt malowane na różne kolory „bardziej stonowane, dla Europejczyków, żywe, a nawet jaskrawe dla Amerykanów”⁸. W Metepec wykonuje się także ceramikę użytkową przeznaczoną na rynek krajowy, wymagającą dużych umiejętności, ponadmetrowe figury ceramiczne, artykuły dekoracyjne do domów i ogrodów chętnie kupowane przez Meksykanów.

W każdym z wymienionych przypadków rękodzieło określa wizerunek miejscowości, gdzie zainicjowano wytwarzanie produktu, który osiągnął sukces rynkowy. Do tego elementu odwołują się autorzy programów rozwoju lokalnego i regional-

⁷ Przewodniki turystyczne zachwalają je jako atrakcyjny produkt. Jedynie niektóre spośród nich (np. *Meksyk*, 1995) wyjaśniają ich pochodzenie.

⁸ Wypowiedź jednego z garncarzy z Metepec zanotowana w listopadzie 1998 r.

nego. W Metepec w ciągu ostatnich 15 lat powstało kilkanaście dużych sklepów sprzedających miejscowe wyroby oraz „meksykańskie osobliwości”. Miasteczko powoli zmienia swoje oblicze — władze lokalne wspierają remonty i przebudowy prywatnych domów, jeśli ich wygląd eksponuje miejscowe tradycje (ceramiczne dachówki, kolorystyka ścian, dzbany i misy ozdabiające fasady).

Nie ulega wątpliwości, że we wszystkich wymienionych przypadkach, podobnie jak w wielu innych, opisywanych w literaturze (np. Ryerson, 1976), mamy do czynienia z ważną rolą gospodarczą rękodziela, które stało się podstawowym zajęciem znacznej części mieszkańców, zwłaszcza, że w opisanych społecznościach istnieją ściśle powiązania między właścicielami warsztatów, pracownikami, podwykonawcami, dostawcami surowca, pośrednikami⁹.

Udział rękodziela w dochodach ludności zdaje się wzrastać także tam gdzie było ono jedynie dodatkowym, tradycyjnym zajęciem ludności rolniczej — wraz z narastaniem problemów, z jakimi boryka się tradycyjne rolnictwo meksykańskie. Konkurencja cenowa produktów rolnych z USA i Kanady, zmiany prawne, w tym np. zmiana artykułu 27 konstytucji meksykańskiej z 1917 r dopuszczająca handel ziemią wspólnotowymi i ejidalnymi, przyczyniają się do wypychania ludności ze wsi przy braku jasnych perspektyw w miastach. Podtrzymanie tradycji produkcji rękodzielniczej staje się szansą tam, gdzie inne możliwości zarobkowania są ograniczone i skąd niechętnie się migruje¹⁰. Rękodzielo stanowi istotną możliwość zarobkowania przez kobiety. Stąd też powodzenie zarówno indywidualnych (Abbot 1995), jak i grupowych (Mummert, Ramirez Carrillo 1998) przedsięwzięć gospodarczych, opartych na produkcji rękodzielniczej, tradycyjnie wykonywanej przez kobiety

Interesujące wydają się rozważania nad konsekwencjami kulturowymi zmian w produkcji rękodzielniczej. Debata nad przystosowywaniem się do popytu w zakresie wzornictwa (naśladownictwo a oryginalność) wpisana jest w debatę nad naturą współczesnej kultury meksykańskiej. García Canclini (1993) wskazuje na fakt, iż kontakt kultury masowej w wydaniu krajowym (jej przejawem są np. meksykańskie telenovele) i amerykańskim (docierającej za pośrednictwem TV satelitarnej i powracających ze Stanów Zjednoczonych migrantów) oraz kultury ludowej; nakładanie się na siebie kultur: miejskiej i wiejskiej (widoczny na przykład na wielkich dworcach autobusowych w stolicy Meksyku) prowadzi do „hybrydyzacji kultury” — wyroby rękodziela można traktować jako jeden z przejawów tego procesu. Nie pozostaje on bez wpływu na procesy tożsamościowe — określanie swojej „inności” za pośrednictwem tradycji, nawet jeśli jest względnie

⁹ Wywiady przeprowadzane z garncarzami z Metepec w listopadzie 1998

¹⁰ Zarówno badania w jakich uczestniczyłam w 1982 (Lisocka-Jaegermann, 1985) jak i niektóre publikacje (Faron 1980) wskazują, że rękodzielo jest alternatywą dla migracji w izolowanych wspólnotach indiańskich próbujących podtrzymać tradycyjny sposób życia

„nowa” lub całkiem „wymyślona” ma we współczesnym świecie podobną wartość jak identyfikacja z tradycją „historyczną” (Burszta W., 1998).

Rękodzieło pomaga niektórym społecznościom odnaleźć własną „niszę” na współczesnym rynku kapitalistycznym. Z jednej strony świadczy o zdolności systemu do wchłaniania „niekapitalistycznych” form produkcji i zamieniania w towar wartości kulturowych, z drugiej zaś o żywotności kultur tradycyjnych, wpisujących się w światowy rynek gospodarczy. Znajomość jego mechanizmów z pewnością pomaga społecznościom wiejskim i małomiasteczkowym w znalezieniu swojego miejsca w zmieniającym się wciąż układzie gospodarczym. Mimo, iż rzeczywistą rolę rękodzieła latynoamerykańskiego trudno szacować w wymiarze ilościowym ze względu na niedoskonałość istniejących statystyk, nie sposób nie dostrzec jej znaczenia z punktu widzenia strategii przeżycia i szans gospodarczych społeczności lokalnych.

POLSKA

Czy doświadczenia latynoamerykańskich producentów rękodzieła mogą być przydatne w analizach rzeczywistości i szans produkcji rękodzielniczej w Polsce? Nie ulega wątpliwości, iż zasięg tego zjawiska w naszym kraju jest zdecydowanie bardziej ograniczony niż w obydwu omówionych powyżej krajach latynoamerykańskich. Trudno mówić w Polsce o „tradycyjnej wytwórczości rękodzielniczej” (Szacki, 1995). Mamy raczej do czynienia z nawiązywaniem do ludowości i tradycyjnych motywów. Na indywidualną twórczość wiejskich artystów przez lata wpływ miał nie tyle rynek, co konkursy organizowane przez instytucje państwowe w celu „podtrzymywania tradycji”, działalność Stowarzyszenia Twórców Ludowych oraz zakupy dokonywane przez muzea. Od pięćdziesięciu lat rynek popularnie dostępnego rękodzieła ludowego zdominowany jest przez Cepelię (Centrala Przemysłu Ludowego i Artystycznego, zmieniająca potem kilkakrotnie oficjalną nazwę). Oceny działalności Cepelii i jej roli dla produkcji rękodzieła ludowego nie są jednoznaczne (Jackowski 1999). Pod koniec lat 80-tych pod zarządem tej instytucji znajdowały się 122 spółdzielnie, 7 hurtowni i 350 sklepów (Sarzyński 1999). Cepelia zajmowała się także eksportem polskiego rękodzieła. W 1990 r Centralny Związek Cepelia został zlikwidowany, wiele spółdzielni upadło lub przestało działać, zaś pod szyldem „Cepelii” pozostało tylko 100 sklepów. Załamał się eksport rękodzieła.

Po 1989 r. nawet pobieżne obserwacje rynku pamiątek wykazują, iż mają one coraz mniej wspólnego z „ludowymi” tradycjami lokalnymi¹¹. Inspirowane ludowo-

¹¹ Zainteresowania autorki polską produkcją rękodzielniczą datują się od niedawna i stanowiły margines jej badań nad problematyką tożsamości i nowymi formami turystyki wiejskiej. Dlatego też ostatnia część artykułu ma charakter wstępnych obserwacji.

ścią artykuły wyposażenia wewnątrz (kosze, kilimy, wyroby z drewna i skóry), wyróżniające się w latach 60-tych i 70-tych wśród sklepowej szarzyzny, nie wytrzymują konkurencji z szeroką i zróżnicowaną ofertą rynkową.

Rysuje się wyraźny podział rynku na kolekcjonerski rynek „sztuki ludowej” oraz rynek rękodzielniczo-pamiątkarski.

Rynek sztuki ludowej zdominowany jest przez rzeźbę w drewnie (Jackowski 1997) i malarstwo, w tym obrazy na szkle. Wartości artystyczne, unikalny charakter tego typu twórczości zwraca uwagę kolekcjonerów zagranicznych, którzy na ogół kontaktują się bezpośrednio z twórcami, zamawiają u nich i kupują od nich wyroby¹². Nieliczne są galerie zajmujące się sprzedażą sztuki ludowej¹³. Ich klientelę stanowią przede wszystkim zagraniczni turyści i drobni kolekcjonerzy. Galerie sprzedają także wartościowe rękodzieło pamiątkarskie.

Rękodzieło, skierowane do mniej wyrafinowanych odbiorców, pełniące funkcje zdobnicze, dekoracyjne, a najczęściej kupowane jako drobny prezent dla cudzoziemca, bądź pamiątka z wycieczki czy wczasów, to mozaika wyrobów, wśród których można wprawdzie znaleźć inspiracje ludowością (wełniane i lniane serwety i serwetki; drewniane ptaszki, gliniane koguciki, „ludowe” wyroby ze skóry), ale która zdominowana jest przez tandentne przedmioty o niskich walorach estetycznych, których związek z miejscem, czy regionem pochodzenia ogranicza się do napisu „Pamiątka z...”. Wyjątkiem są przedmioty sprzedawane w skansenach¹⁴, czy muzeach etnograficznych, na kiermaszach organizowanych z okazji świąt Bożego Narodzenia, czy Wielkanocy. Mimo, że imprezy te cieszą się powodzeniem mieszkańców miast, trudno mówić o ich masowości.

Szansą dla produkcji rękodzielniczej wydaje się być raczej zróżnicowanie oferty turystycznej, jaką kieruje Polska do gości zagranicznych oraz inicjatywy regionalne, rozwijane przez władze samorządowe i społeczności lokalne. „Ludowe rękodzieło” może być ważnym elementem kształtowania wizerunku regionu, z czego na pewno zdają sobie sprawę działacze regionalni na Podhalu, czy na Kurpiach. W niektórych miejscach, gdzie regularnie pojawiają się turyści powoli zaczyna pojawiać się także lokalna oferta pamiątkarska¹⁵. W strategiach rozwo-

¹² Z wywiadów przeprowadzanych z rzeźbiarzami w Kutnie w 1997 r. i w Paszynie w 1998 r.

¹³ W Warszawie np.: Galeria Rzeźby Ludowej na Rynku Starego Miasta oraz Arex przy ul. Chopina

¹⁴ Zmiany sposobu finansowania placówek skłaniają je do większej aktywności. W skansenie kurpiowskim w Kadzidle obserwowałam m.in. imprezy popularyzujące kulturę ludową wśród uczniów szkół podstawowych, których uczono wytwarzania kurpiowskich kwiatów z bibuły i wycinanek, imprezy folklorystyczne — takie jak np. Wesele Kurpiowskie, czy przedsięwzięcia o charakterze czysto komercyjnym — otwarcie sklepiku z wyrobami regionalnych twórców (1998, 1999).

¹⁵ Jej przykładem mogą być hafty mazurskie odtwarzane przez mieszkańców okolic Krutyni na Mazurach czy też drewniane bociany sprzedawane na targowisku we wsi. Obydwa asortymenty nabywane są przede wszystkim przez turystów niemieckich.

jowych Unii Europejskiej pojawia się postulat łączenia pewnych „tradycyjnych” produktów z miejscem ich wytwarzania, w ramach tworzenia wizerunków regionalnych. Budowanie „nisz rynkowych” dla efektów tego rodzaju wytwórczości — postrzega się jako szansę dla najbardziej „zacofanych” regionów wiejskich (Ilbery, Kneafsey, 1998). Być może w wykorzystaniu takiej szansy pomocne mogą się okazać niektóre spośród doświadczeń latynoamerykańskich.

LITERATURA

- Abbot C., 1995, *Crafting Selves. The Lives of Two Mayan Women*, *Annals of Tourism Research*, vol. 22, s. 327–314
- Antropología de la mujer andina: biografías de mujeres indígenas de clase media y su identidad*, 1999, PTSL Warszawa
- Antropologia kultury. Tematy, teorie, interpretacje*, 1998, Poznań
- Appadurai A., 1983, *The Social Life of Things. Commodities in Cultural Perspective*. Cambridge University Press
- Basu K., 1995, *Marketing Developing Society Crafts: A Framework for Analysis and Change*, in: Costa J.A., Bamossy G.J.(eds.), *Marketing in a Multicultural World. Ethnicity, Nationalism and Cultural Identity* Sage, London , s. 257–298
- Buechler H.C., Buechler J.M., 1992 *Manufacturing Against the Odds. Small-Scale Producers in an Andean City* Westview Press.
- Brown Graham, 1992, *Tourism and Symbolic Consumption* , in: Johnson P., Barry Th., (eds.) *Choice and Demand in Tourism* Mansel Publ., London
- Burszta J., 1985, *Chłopskie źródła kultury*, LSW, Warszawa;
- Burszta W.J., 1992, *Wymiary antropologicznego poznania kultury*, UAM Poznań;
- Cepelia skończyła pięćdziesiąt lat, 1999, *Gazeta Wyborcza* 24.08., s. 10-
- Cohen E., 1993, Introduction. Investigating Tourist Arts *Annals of Tourism Research* vol. 20, s.1–8; 1995 Contemporary tourism — trends and challenges: sustainable authenticity or contrived post-modernity?, en: Butler Richard, Pearce Douglas (eds), *Change in Tourism. People, places, processes*. Routledge.
- Cook S., 1982, *Zapotec Stone Makers. The Dynamics of Rural Simple Commodity Production in Modern Mexican Capitalism*. University Press of America. Lanhaven NY, London
- Cook S., Binford L., 1990, *Obliging Need. Rural Petty Industry in Mexican Capitalism*. University of Texas Press. Austin
- Davies L., Fini M.,1994, *Arts and Crafts of South America* Thames and Hudson
- Dietvorst A.G.J., Ashworth G.J., 1995 *Tourism and Spatial Transformations. Implications for Policy and Planning*. CAB International. Wallingford
- Dietz G., 1994, Entre industrialización forzada y autogestión comunal: balance de medio siglo de fomento a la alfarería en Michoacán *México Indígena* 3, 1994, vol. 54, p. 167–229
- Durston J.W., 1970, *Organización social de los mercados campesinos en el centro de Michoacán*, México INI
- Ekwador. Procesy modernizacji i kształtowania nowej tożsamości na przykładzie Indian Otavalo i Saraguro*, 1997b, CESLA. Documentos de Trabajo 26, Varsovia;
- El turismo cultural en América Latina — las sociedades locales frente a la fascinación y al mercado, 1998, *Actas Latinoamericanas de Varsovia* 21, s.89–107
- Faron L., C., 1980, Micro-Ecological Adaptations and Ethnicity in an Otomi Municipio, *Ethnology* 19 July, s.279–296

- Flores de la capital. *Artisanos de la ciudad de México*, 1997, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. México.
- García Canclini, N., 1981, Conflictos de Identidad en la cultura popular: bases para una política artesanal en América Latina *Revista Mexicana de Sociología* 43 (Abril-Junio), s.713–726;
- Gormsen E., 1977, La artesanía mexicana como factor de desarrollo regional *Comunicaciones 14 Proyecto Puebla-Tlaxcala*, México
- Graburn N.H.H. (ed.)1976, *Ethnic and Tourist Arts. Cultural Expressions from the Fourth World*.Berkeley CA University of California Press
- Gringas and Otavaleños. Changing Tourist Relations, 1995, *Annals of Tourism Research*, vol. 22, No 2, pp. 441–462
- Guzman A., 1979 La creación artesanal *Revista Mexicana de Ciencias políticas y Sociales* 25,
- Healy R., 1994, „Tourism Merchandise” as a Means of Generating Local Benefits from Ecotourism *Journal of Sustainable Tourism* vol. 2, No 3 1994 p. 137–151
- Humboldt A., 1788, *Ensayo político sobre el Reino de Nueva España* (1822), ed. Porrúa México
- Ilbery B., Kneafsey M., 1998, Product and Place: Promoting Quality Products and Services in the Lagging Rural Regions of the European Union, *European Urban and Regional Studies* vol.5 (4): 329–341
- ITC, 1991, *Handicrafts and cottage Industries. A guide to export marketing in developing countries*. Geneva
- Jackowski A.,1981, Sztuka ludowa, w: *Etnografia Polski. Przemiany kultury ludowej*. Tom II Biernacka M., Frankowska M., Paprocka W.(red) Ossolineum, s.189–24;
- Kowalski P., 1992, Folklorizm nauk o kulturze ludowej, w: *Konteksty. Polska Sztuka Ludowa*. Nr 1, s. 23–26
- Las Artesanías en México*, 1993, Gobierno del Edo de Chiapas Mexico;
- Lisocka-Jaegermann B., 1985, Rękodzieło ludowe i jego rola w życiu społecznym i gospodarczym [później: części Stanu Maksyk], w: *Azja, Afryka, Ameryka Łacińska*, 63, s.91–98;
- Lisocka-Jaegermann B., Makowski J., Skoczek M., 1998, Tourism and the local economy in Ecuador *Miscellanea Geographica* ,8, Warsaw, p.197–212;
- Lisocka-Jaegermann B., Skoczek M., 1999, Patrones de comportamientos socioeconómicos de la población rural en Las Huastecas a fines del siglo XX (Propuesta del proyecto de investigación) *Actas Latinoamericanas de Varsovia* 22, s. 91–100
- Long N, Villarreal M., 1998, Small Product, Big Issues: Value Contestation and Cultural identities in Cross-border Commodity Networks *Development and Change* vol.29, s.725–750
- Marketing Mayas. Ethnic Tourism Promotion in Mexico, 1995, *Annals of Tourism Research*, vol. 22, No 3, pp. 568–588
- May J., 1996 In search of authenticity off and on the beaten track *Environment and Planning D: Society and Space* vol. 14, pp. 709–736
- Meier P., 1984, Continuity and change in peasant household production: the spinners and knitters of Carabela, Northern Ecuador, w: *Canadian Review of Sociology & Anthropology* 21 (4), s. 431– 448
- Meisch Lynn A., 1987, *Otavallo: Weaving, Costumes and the Market*. Libri Mundi Quito;
- Meksyk* 1995, Nelles Guides, GeoCenter International Warszawa
- Mummert G., Ramirez Carrillo L.A., (eds) , 1998, *Rehaciendo las diferencias*. México
- Novelo Victoria, 1979, *Artesanía y capitalismo en Mexico*. Mexico, SEP/INA;
- Nuryanti W., 1996 Heritage and Postmodern Tourism *Annals of Tourism Research*, vol. 23, No 2, pp. 249–260
- Ortiz Angulo A., 1990 *Definición y clasificación del arte popular*, INAH México
- O rzeźbach i rzeźbiarzach*, 1997, Lublin;
- Otzoy I., 1996, Maya Clothing and Identity, w: *Maya Cultural Activism in Guatemala*, Fischer E., Mc Kenna Brown R.(eds) University of Texas Press

- Pearce P., 1995, From Culture Shock and Culture Arrogance to Culture Exchange: Ideas Towards Sustainable Socio-Cultural Tourism *Journal of Sustainable Tourism* vol. 3 No 3, 1995, p.143–154
- Popelka Ch.A., Littrell M.A., 1991 Influence of Tourism on Handcraft Evolution *Annals of Tourism Research*, vol. 18, s. 392–413
- Posern-Zieliński A., 1975, *Kraina Inkarrí*. Ossolineum. Poznań.
- Rachowiecki R., 1992, *Ecuador&the Galápagos Islands*. Lonely Planet Survival Kit
- Rozwój turystyki a społeczności lokalne w Ekwadorze, 1999, *Azja, Afryka, Ameryka Łacińska*, 75, Varsovia, s. 77–102
- Ryerson S.H., 1976, Seri ironwood carving: an economic view, w: Graburn N., *op.cit.* s.119–137
- Sarzyński P., 1999 Jej Wysokość Cepelia *Polityka* 38, 18.09.1999, s.52–53
- Staszczak Z. (red.), 1987, Hasła „folklor” i „folklorizm” w: *Słownik etnologiczny. Terminy ogólne*. PWN Warszawa-Poznań
- Stephen L., 1991, Culture as a Resource: four Cases of Self-managed Indigenous Craft Production in Latin America, w: *Economic Development and Cultural Change* 40 (1), s.101–130
- Stromberg G., 1976, The Amate Bark-paper Paintings of Xalitla, w: Graburn N. (ed) *op.cit.*, s. 145–162
- Śniadecka-Kotarska M., 1997a, Implicaciones socio-culturales de las migraciones indígenas en el norte de Ecuador *Actas Latinoamericanas de Varsovia*, tomo 20, pp. 15–30;
- Szacki P., 1995, *Ludowa wytwórczość rękodzielnicza* PME, Warszawa
- Transforming Modernity: Popular Culture in Mexico*, 1993, Austin, University of Texas
- Turok M., 1988, *Como acercarse a la artesanía* Consejo Nacioanal para la Cultura y las Artes, Plaza y Valdes Eds., México
- Van den Berghe, P.L., 1994 *The Quest for the Other: Ethnic Tourism in San Cristobal, Mexico*, Seattle, University of Washington Press;
- Velez Valarezo, S., 1989, *El sector informal manufacturero en el Ecuador*, Quito, CIPAD Publicaciones Tercer Mundo
- de Vidas, A., 1996, *Mémoire textile et industrie du souvenir dans les Andes. Identités á l'épreuve du tourisme au Perou, en Bolivie et an Équateur*. Paris, L'Harmattan

Bogumiła Lisocka-Jaegermann

COMMERCIALISATION OF FOLK HANDICRAFTS IN MEXICO, ECUADOR AND POLAND

Summary

The article based on the author's field experiences analyses changes within the sector of contemporary folk handicrafts in Mexico, Ecuador and in Poland.

After a short discussion on terms used in descriptions of the phenomena analysed (folk crafts, handicrafts, folk art, tourist art) — the text deals with general tendencies observed in present-day Latin American crafts production. Insertion of crafts in local economies and cultures and the transformation of some products in tourist merchandise or in decorative or utilitarian object bought by national urban and international clients are the main elements of the present-day craft market in Latin America. The author tries to show as well main directions in contemporary studies on Latin American crafts.

Cases of Ecuadorian and Mexican communities that successfully transformed handicrafts in the main or important source of revenue are presented in the second part of the text, dealing with textiles from Otavalo and wood carving from San Antonio de Ibarra (Ecuador), pottery from Metepec and Ocumicho, and amate bark paper paintings (Mexico)

The last part brings a description of changes of the craft market in Poland after the collapse of state-controlled system of their promotion, production and distribution. The discussion of possibilities of applying some of Latin American local experiences and the recovery of craft production in Poland ends the text.