

Distr.  
RESTRINGIDA

LC/R.760(Sem.49/4)  
12 de mayo de 1989

ORIGINAL: PORTUGUES

---

C E P A L

Comisión Económica para América Latina y el Caribe

Seminario Regional sobre Análisis de Proyectos Productivos  
de Mujeres e Implicaciones para Políticas

Santiago de Chile, 5 al 8 de junio de 1989

UNA PRODUCCION QUE PRODUCE OTRAS: .... LAS ARTESANAS  
DEL PROYECTO TIMBI DE BRASIL \*/

\*/ Este documento fue preparado por la señora Vera Lucía Galvão dos Santos, Coordinadora del Proyecto BRA/84/W01. Las opiniones expresadas en este documento son de la exclusiva responsabilidad de su autora y pueden no coincidir con las de la Organización. Este trabajo no fue sometido a revisión editorial.

89-5-619

## INDICE

INTRODUCCION .....	1
I. BREVE RESUMEN HISTORICO DE LAS MUJERES ARTESANAS DE TIMBI .....	2
A. Objetivos del proyecto a largo plazo .....	3
B. Objetivos del proyecto a corto y mediano plazo	4
1. Organizar una unidad de producción y comercialización colectiva de tapices del tipo Arraiolo, administrada en forma autogestionaria .....	4
2. Mejorar la renta familiar, y por consiguiente el padrón alimenticio y de salud .....	8
3. Quiebre del sistema actual de explotación inhumana de mano de obra, específicamente en el sector tapicero .....	8
4. Crear a través de discusiones colectivas, una conciencia política de categoría profesional y de su papel en el conjunto de la comunidad y de la región .....	9
5. Crear un espacio permanente y privilegiado para la discusión e introducción de programas y acciones destinadas a la promoción de la mujer .....	10
II. INDICADORES DE CRECIMIENTO DEL GRUPO .....	12
III. CONCLUSION .....	13
NOTAS .....	14

## INTRODUCCION

Este documento relata las experiencias de un grupo informal de mujeres artesanas, especialistas en tapicería, que se transformaron en una Asociación Jurídica. Tenían como objetivo principal organizar y comercializar sus productos en una forma colectiva y autogestionaria.

En síntesis presentaremos su historia, los objetivos del proyecto, los indicadores de crecimiento del grupo, y las conclusiones.

Este documento se preparó para ser presentado al Seminario Regional sobre Análisis de Proyectos Productivos de Mujeres e Implicaciones para Políticas, organizado por la CEPAL a realizarse en Santiago de Chile, del 5 al 8 de junio de 1989.

Vera Lucía Galvão dos Santos, coordinadora del Proyecto, ha podido preparar este documento gracias al consentimiento y participación de la Asociación de Tapiceras de Timbi, y al financiamiento de UNIFEM.

## I. BREVE RESUMEN HISTORICO DE LAS MUJERES ARTESANAS DE TIMBI

Todo empezó en noviembre de 1983. Un grupo de vecinas decidió reunirse para conversar, hablar de sus problemas, intercambiar experiencias, y principalmente, hablar de la salud de la mujer.

Los encuentros eran frecuentes, y se fue descubriendo que la mayoría de las mujeres hacían tapices de tela y lana de tipo Arraiolo en sus casas. Los reclamos eran masivos; la mayoría de las quejas eran de que trabajaban mucho para ganar una suma insignificante; de la enorme exigencia de las dueñas de las fábricas y de sus "encargadas". Estas eran llamadas "jefas"; el nombre es atribuido a aquellas artesanas antiguas en la profesión, de mayor experiencia, mayor dedicación, etc. y que están autorizadas para retirar varios trabajos en su nombre y distribuirlos entre una gran cantidad de artesanas, que ganan poco por trabajo terminado, ya que deben dividir el pago con su "jefa". A partir de estas quejas pensamos si no habría alguna solución al respecto. Llegamos a la conclusión que podíamos formar una fábrica, asociación o cooperativa donde pudiéramos ser nosotras las dueñas de los medios de producción --autónomas para decidir sobre todos los aspectos. Tomamos contacto con la Casa da Mulher do Nordeste, y juntas iniciamos el proyecto solicitando financiamiento a una institución para poder iniciar ese sueño, la fábrica de todas.

Timbi está ubicado en la localidad de Camarajibe, cerca de Recife, Estado de Pernambuco. Su población está compuesta principalmente de: lavanderas, trabajadores por cuenta propia, artesanas, negociantes de ferias libres y comercio ambulante, empleadas domésticas, obreros de construcción y operarios. Estos últimos en menor cantidad debido a la reducción de personal de la fábrica más grande de tejidos de Camarajibe, que llegó a dar empleo a 2.000 operarios y ahora se encuentra con un poco más de 200, viéndose así, cada vez más familias desempleadas.

Existen en Camarajibe ocho fábricas de tapices, donde muchas mujeres trabajan como artesanas, calculándose el número en más de 2.000 artesanas, las que ganan en promedio Cz\$ 1.500 (cruzados) por metro cuadrado. Para hacer un metro cuadrado las artesanas deben trabajar un mes entero de sol a sol, y cuando lo terminan

quedan sin ganas de hacer otro metro. Todo ésto, sin previsión laboral y social, sin seguro, sin protección alguna.

Las artesanas tampoco son reconocidas como artistas. "Ellas son el corazón de las fábricas de tapices". Los tapices los hacen en casa con material de la fábrica y cuando terminan de bordar lo devuelven. Las fábricas venden los tapices a compradores adinerados de otros estados de Brasil y del exterior.

Las propietarias no les explican nada a las artesanas, ni cuánto cuesta, ni el local de comercialización, nada de nada. Todo eso debido a que tienen miedo de que las artesanas descubran la gran explotación a que son sometidas; le temen a la justicia, por ello no contratan legalmente a nadie, no dan ninguna gratificación, venden con más de un 100% de ganancia, y nada es dividido en pro de las artesanas.

El proyecto comenzó en julio de 1984. Los recursos financieros sólo llegaron en septiembre de 1986. En ese tiempo no estuvimos paradas. Hacíamos reuniones semanales, donde se discutían, además de los asuntos específicos de la mujer, los planes de cómo iniciar la tan soñada "fábrica nuestra". Además teníamos otras actividades, tales como:

- Clases de cocina
- Clases de tapicería (nuevos puntos, etc.)
- Visitar otras asociaciones
- Visitar museos y exposiciones culturales
- Confraternización de fin de año
- Charlas y reuniones sobre la salud de la mujer, la Asamblea Nacional Constituyente, economía doméstica, y otros.

#### A. OBJETIVOS DEL PROYECTO A LARGO PLAZO

1. Incorporar a las mujeres en el conjunto de las fuerzas productivas de la región y del país, sacándolas de la condición marginal en que viven, y del régimen de subempleo.
2. Conformar el proyecto como un núcleo de difusión de iniciativas.
3. Incentivar a la comunidad, a través del ejemplo, a organizarse en asociaciones de actividades productivas, de

consumo, de educación, de recreación, de vivienda y salud, etc., o aquellas donde es viable y necesaria la cooperación.

## B. OBJETIVOS DEL PROYECTO A CORTO Y MEDIANO PLAZO

### 1. Organizar una unidad de producción y comercialización colectiva de tapices del tipo Arraiolo, administrada en forma autogestionaria

#### a) Obstáculos:

Dificultad inicial de encontrar en arriendo un local adecuado con instalaciones necesarias para el buen funcionamiento de la Unidad de Apoyo.

#### Solución:

Optamos por comprar el local con recursos del proyecto. (de la asignación prevista para el arriendo).

#### Resultado:

Con una sede propia y reformada tenemos un local seguro que sirve de oficinas, almacenamiento y distribución de la materia prima, lugar de reunión y otras actividades comunitarias.

#### b) Obstáculos:

Durante el primer semestre hubo un desabastecimiento casi total de materia prima y equipos, debido a la política económica de Brasil (plan Cruzado).

#### Solución:

Estuvimos siempre alertas a la luz de las escasas oportunidades del mercado, sobre dónde encontrar materia prima y equipos.

#### Resultado:

Atraso en todos los pedidos.

#### c) Obstáculos:

La autogestión provocó conflictos internos en virtud de los cambios en los hábitos individuales y conservadores, y el escepticismo hacia ese tipo de administración.

Solución:

- Comprensión de la necesidad de tener un mayor período de adaptación a la nueva forma de organización colectiva, reflexiones y evaluaciones permanentes en el grupo.

- Promover visitas a otras asociaciones con el objetivo de intercambiar experiencias.

- Aplicación de técnicas participativas y dinámica de grupo, con el objetivo de dividir las responsabilidades y descentralizar el poder.

Resultado:

Mayor desarrollo del grupo, mejor entendimiento de la nueva propuesta de trabajo.

d) Obstáculo:

Atraso por parte del PNUD 1/ en la entrega de los recursos en los plazos previstos.

Solución:

Hicimos las cobranzas por carta y teléfono, e intentamos rendir cuentas dentro de los plazos.

Resultado:

Atraso en el calendario de actividades.

e) Obstáculos:

Total boicot de informaciones por parte de las otras fábricas de tapices, difundiendo rumores acerca de la credibilidad del proyecto.

Solución:

- Buscamos parte de la información a través de terceros.

- Creamos formas originales de trabajo

- Reflexionamos sobre las artimañas hechas por la competencia para desalentar y debilitar a los adversarios.

Resultado:

Toma de conciencia del grupo de estar más unidas y capacitadas para enfrentar los obstáculos.

f) Obstáculos:

Baja creatividad de los diseños, dificultad en desencadenar el proceso creativo propio de las artesanas viciadas por la copia de modelos de otras fábricas.

Solución:

- Se contrató, por un período de un año, a un artista plástico para dar clases de creatividad a las artesanas, una vez por semana.

- Se promovieron visitas a locales que estimulen la percepción artística de las artesanas. Por ejemplo, museos, bosques, huertos, ferias, galerías, exposiciones, etc.

- Se compró material didáctico para el trabajo con diseños.

Resultado:

Las propias artesanas idearon nuevos diseños, y fueron modificados y adaptados decenas de otros diseños de libros y revistas de la fábrica. Sin el entrenamiento hubiese sido imposible tal acontecimiento.

g) Obstáculos en la comercialización:

- Dificultad en encontrar un asesor en comercialización, capaz de atender las necesidades específicas de la producción y comercialización participativa.

- Dificultad del grupo para adaptarse más rápidamente a las actividades relativas a este tipo de producto destinado a una clase "A", bastante exigente.

- Durante el primer año hubieron pocas ventas, debido a la gran competencia, y a la falta de promoción de este tipo de productos y nivel de los clientes.

- Dificultad y demora en encontrar locales de exposición y ventas de los tapices.

- Altos costos de publicidad en los medios de comunicación (diarios y televisión).

Solución:

Talleres de gestión y de comercialización de productos:

- Recepción a clientes



- Cálculos de costos de producción
- Control de calidad
- Viabilidad económica (estudio de mercado)
- Dactilografía
- Presentación personal
- Técnicas de presentación de exposiciones
- Confección de tarjetas, panfletos, álbum de fotografías, cartas a arquitectos, decoradores, símbolos, placas, visitas a hoteles.
- Contratos a reparticiones públicas (municipales, estatales y federales)
- Arriendo y posteriormente compra de un local comercial con teléfono
- Participación en exposiciones y ferias artesanales, dentro y fuera del estado.
- Contratos con diarios y emisoras de televisión para promocionar nuestro trabajo.

#### Resultados:

- Conseguimos cuatro publicaciones gratuitas en tres diarios del Estado, y una producción de video para una emisora de televisión.
- Notable aumento de las ventas. Por ejemplo, hasta marzo de 1988 se vendió un promedio de 5 m<sup>2</sup> de tapices al mes, después de la publicidad, la venta subió a más de 20 m<sup>2</sup> al mes.
- La fábrica obtuvo un nombre en el mercado.
- El cliente obtuvo mejor acceso, debido al local y teléfono.
- Más confianza y credibilidad en el negocio de parte del grupo, pues saben que éste funciona.

## 2. Mejorar la renta familiar, y por consiguiente el padrón alimenticio y de salud

Desde los primeros meses de producción se percibió una mejora en la vida de las artesanas, desde la alimentación, hasta el vestuario y los hábitos higiénicos. De las 45 mujeres, 5 de ellas tienen como único ingreso la tapicería, cuyo testimonio dice: "que alcanza para sustentar la familia mucho mejor que antes". Las otras hacen tapices para complementar la renta familiar, estando concientes que la tapicería por sí misma no va a resolver sus problemas financieros, ya que todo el país está sufriendo una crisis de toda índole.

Sin embargo, unánimemente reconocen que si la tapicería continua con éxito, ellas tendrán el "pan" garantizado, además de otras enseñanzas que les proporcionarán mayor poder de negociación.

## 3. Quiebre del sistema actual de explotación inhumana de mano de obra, específicamente en el sector tapicero

El quiebre de la explotación inhumana comenzó a darse desde el momento en que el grupo de mujeres, junto con la asesoría de la Casa da Mulher, comenzó a pensar e idealizar el proyecto. Desde su dinámica participativa, la división interna de las tareas, el poder de decisión que partía de todo el grupo, y la circulación frecuente de información, les dió la posibilidad de ver y sentir la explotación a que estaban sometidas. Con la puesta en marcha del proyecto, hoy convertido en la Asociación de Tapiceras de Timbí, hubo una serie de enseñanzas y hallazgos, tales como:

- Terminación de los tapices (pegarlos, forrarlos, pesarlos, medirlos)
- Calcular precios de costo y venta
- Ubicación de los locales de la competencia
- Control de calidad
- Control de stock de materia prima y de productos terminados
- Nociones de contabilidad, comercialización y trabajo de oficina
- Dos artesanas aprendieron a manejar automóviles

- Creatividad de sus propios diseños, etc.
- Con el sistema de rotación de funciones 2/ todas saben hacer de todo, pues con el objeto de reducir los costos no podían darse el lujo de contratar personal de afuera para realizar las tareas: labores de oficina (semestral); cuidado del local (mensual); y almacenamiento y control de calidad (trimestral).

Esta experiencia de autogestión está causando curiosidad a entidades gubernamentales y no gubernamentales, así como a órganos de prensa que dan apoyo a través de invitaciones a participar en ferias, exposiciones, congresos, reportajes gratuitos donde se denuncia la actual explotación a que son sometidas las artesanas de otras fábricas.

4. Crear a través de discusiones colectivas, una conciencia política de categoría profesional y de su papel en el conjunto de la comunidad y de la región

A modo de ejemplo veremos las siguientes actividades:

- Participación efectiva en el movimiento de artesanos de Pernambuco, actualmente en la lucha para establecer el Sindicato de Artesanos de Pernambuco.
- Participación, con otros artesanos, en la batalla para lograr un local de comercialización de sus productos:
  - . En la Casa de la Cultura de Pernambuco, hoy ocupada por intermediarias de la región.
  - . En el mercado popular de Olinda, Pernambuco.
- Apoyo en la organización de otra Asociación de Artesanas Tapiceras en la Municipalidad de Carpina (al interior de Pernambuco), por medio de una visita semanal con el objeto de intercambiar experiencias.
- Reunión mensual con las artesanas de otras tapicerías de Camarajibe.

Obstáculos:

- La competencia se niega a dar información
- Las artesanas son desalentadas por las "Jefas" para que no participen y no tengan fe en nuestra Asociación.
- Falta de tiempo y de recursos financieros para obtener una

mejor organización, con el objeto de garantizar la producción y comercialización de los tapices.

- Resistencia y falta de confianza por parte de las artesanas, prefiriendo quedarse tal como están en vez de luchar por sus derechos.

- Falta de cooperación de los maridos, exigiéndoles a las mujeres que dediquen más tiempo a los servicios domésticos y a la educación de los hijos.

- Falta de mayor incentivo a este respecto de los organismos públicos y particulares

- Surgimiento de una micro-empresa con el mismo nombre y en el mismo barrio.

#### Solución:

- Participación en reuniones, encuentros, seminarios con otros grupos de artesanos y grupos comunitarios para comentar e intercambiar experiencias sobre los problemas en común y fortalecer la organización popular y de clase.

- Mejor conocimiento y claridad de los derechos de la mujer, para que cada día revise su postura de sumisión frente a los maridos y a los hijos.

- Trabajar cada día más para que la Fábrica les continúe proporcionando una fuente de entrada en la renta familiar, evitando así que los maridos les prohíban continuar realizando esta actividad. "Cuando la mujer lleva dinero para la casa el marido la trata con más respeto".

- Constantes demandas para que el movimiento de las artesanas obtenga un espacio junto a los organismos públicos.

- Con respecto a la asociación que está usando el mismo nombre, tuvimos varias reuniones entre las partes, pero no llegamos a ningún acuerdo. Presentamos la solicitud al registro de marcas y patentes con el objeto que la justicia les prohíba el uso del mismo nombre. Estamos a la espera de una respuesta favorable a nuestro pedido.

#### 5. Crear un espacio permanente y privilegiado para la discusión e introducción de programas y acciones destinadas a la promoción de la mujer

El espacio ya se abrió, ya están en marcha las discusiones, charlas, talleres, ya sea por iniciativa del grupo, o de otros

grupos comunitarios y/o gubernamentales, que ya reconocen a la Asociación como tal. Pero el espacio fue conquistado con mucho esfuerzo y lucha colectiva de las mujeres, está abierto para dar y recibir conocimientos.

Participación en encuentros de mujeres de varios niveles:

- Municipal (2 encuentros con las mujeres de Camarajibe)
- Regional (1 encuentro con el grupo de la Mujer y la doble jornada (Recife) y 1 encuentro con Mujeres de grupos de producción (Recife))
- Nacional (9° Encuentro Feminista - Garanhuns) (8° Encuentro Nacional de Salud y Derechos de la Mujer - Brasília, D.F.)

## II. INDICADORES DE CRECIMIENTO DEL GRUPO

La transformación del grupo informal a entidad jurídica como Asociación de Tapiceras de Timbí obtuvo grandes logros, tales como: una sede propia de producción (unidad de apoyo); un centro comercial (local) ubicado en un excelente sector y con teléfono --comprado con recursos propios de la Asociación--; gran stock de materia prima para seis meses --comprado también con recursos propios--; aumento del número de artesanas de 20 a 45 y aumento de la producción mensual de 20 m<sup>2</sup> a 50 m<sup>2</sup>. lo que redundó en un promedio de 15 tapices vendidos al mes.

Las artesanas aumentaron su participación a exposiciones y ferias durante el año 1988 a más de 30 (tres congresos; más de 20 encuentros e innumerables reuniones). Asimismo aumentaron el valor de la mano de obra por metro cuadrado a Cz\$ 20., en enero de 1989, mientras las otras fábricas pagaban Cz\$ 6.- el metro cuadrado.

Se generaron reuniones mensuales, dentro de la comunidad, para intercambiar experiencias, debates, charlas sobre la salud de la mujer y de los niños, de la Constitución de Brasil, sexualidad, etc. y se produjo un intercambio de conocimientos sobre economía doméstica. Por otra parte se realizaron visitas a más de 13 grupos de producción alternativa y escuelas de preparación profesional, dando apoyo e incentivo a otros grupos de producción y/o organizaciones de artesanos. Se generaron nuevos espacios culturales tales como museos, galerías, ferias de artesanía; y con relación a una mejor y eficaz publicidad, se confeccionaron folletos, tarjetas, papel y sobres con membrete, placas, álbum de fotografías.

### III. CONCLUSION

Podemos concluir con los dos resultados más significativos conseguidos por las artesanas de la Asociación de Tapiceras de Timbí:

1. Autoconfianza y capacidad de trabajo en grupo; al final del proyecto se sentían capacitadas para trabajar sin la asesoría de la Casa da Mulher do Nordeste.
2. Conciencia de los riesgos y dificultades que tienen que enfrentar, desde la adaptación de las nuevas artesanas con la producción y comercialización colectiva en forma de autogestión, el término del apoyo financiero y técnico del proyecto, el complicado comportamiento del mercado inflacionario, la permanente agresión de la competencia. Además del enfrentamiento diario con los maridos de cultura altamente machista, y los "clientes de clase A", que son bastante exigentes. Aún así, se muestran muy esperanzadas y satisfechas por estar viendo realizado su gran sueño: "LA FABRICA DE TODAS".

NOTAS

1/ Los fondos que proporciona el UNIFEM se canalizan a través del PNUD.

2/ Sólo de este modo es posible mantener la fábrica.