

## Artesanos y artesanías en la imagen turística de Chile: discursos en las publicaciones de Ferrocarriles del Estado (1933-1973)

Por Claudia GIACOMAN HERNANDEZ\*

### Introducción

EL TURISMO ES UN ÁMBITO PRIVILEGIADO para el desarrollo de tensiones discursivas sobre las identidades nacionales. A través de la publicidad y los distintos tipos de publicaciones que en torno a este tópico circulan es posible reconocer imágenes sobre lo que somos y no deseamos ser, así como identificar los referentes a partir de los cuales estas nociones son elaboradas. La construcción de la imagen del país que el turismo impulsa está cimentada en un diálogo continuo entre nosotros y las alteridades respecto de las cuales deseamos establecer semejanzas y diferencias. Actualmente, la imagen turística de la mayoría de los países está asociada a algún tipo de artesanía y Chile no es la excepción, muestra de ello son los *chamantos* que vistieron los mandatarios participantes del encuentro de países miembros de la Cooperación Económica del Asia-Pacífico (APEC, por sus siglas en inglés), realizado en noviembre del 2004, y la privilegiada ubicación de una tienda de artesanías en el turístico Centro Cultural Palacio de la Moneda.<sup>1</sup> Pero las artesanías no siempre estuvieron vinculadas al turismo, y menos aún en Chile, donde estos objetos estuvieron por largo tiempo asociados a un estatus casi bárbaro.<sup>2</sup>

¿Por qué las artesanías se vinculan al turismo en Chile? ¿Qué es lo que representan en la imagen del país? ¿Qué discursos sobre los otros y sobre nosotros están subyacentes en esta alianza? El presente artícu-

\* Profesora de la Pontificia Universidad Católica de Chile; e-mail: <cgjacomana@uc.cl

<sup>1</sup> Este centro cultural fue inaugurado en enero del 2006 en el marco de los preparativos realizados para la celebración del bicentenario nacional el año 2010. Se encuentra emplazado en pleno centro cívico de la ciudad, bajo la Plaza de la Ciudadanía a un costado de la sede de gobierno.

<sup>2</sup> Un análisis sobre las artesanías vistas como símbolo de barbarie en oposición a los bienes civilizados de origen europeo es realizado por Arnold Bauer. Aunque el autor no aborda en profundidad a las artesanías hace referencia a ellas en oposición a otros bienes, fenómeno que contribuye a explicar la construcción de identidad en las élites latinoamericanas. Véase Arnold Bauer, *Somos lo que compramos: historia de la cultura material en América Latina*, México, Taurus, 2002.

lo busca contribuir a dar respuesta a estas interrogantes a partir del estudio de las principales publicaciones asociadas a la promoción turística de Chile entre los años 1933 y 1973. Mediante la lectura crítica de esta documentación se pretende probar que los discursos sobre las artesanías y sus creadores respondieron a una doble tensión.<sup>3</sup> Primero, fueron influidos por la confrontación entre la imagen de Chile como un país moderno *versus* aquella que lo concebía como un país tradicional. Segundo, dieron cuenta de visiones pasivas sobre el pueblo en oposición a miradas que constituían al sujeto popular como un importante agente de cambio. Estas oposiciones se expresaron con especial fuerza en este periodo y fueron encamadas por profundos movimientos sociales y políticos que marcaron la historia chilena del siglo xx.

Las publicaciones analizadas fueron principalmente dos: la revista *En Viaje* y la *Guía del Veraneante* (posteriormente rebautizada como *Guía Turística*), ambas publicaciones de la Empresa de Ferrocarriles del Estado. *En Viaje* (1933-1973) fue una revista de circulación mensual con contenidos misceláneos dirigida inicialmente al viajero. En sus páginas escribieron connotados escritores e intelectuales y sus contenidos estuvieron especialmente abiertos a temáticas culturales, entre ellas las artesanías. La *Guía del Veraneante* o *Turística* (1933-1983) fue publicada anualmente y en sus páginas se realizaba una descripción de los principales puntos de interés turístico del país. Si bien en sus inicios se dedicó casi exclusivamente a entregar información útil para el “veraneo”, en 1963 amplió sus objetivos hacia una amplia difusión del país. Mediante el análisis de estas publicaciones se pretendió formar un *corpus* documental que permitiera descubrir, fuera de los textos en sí mismos, juegos de relaciones entre diferentes enunciados.

Antes de continuar se hace necesario aclarar un último punto. En el periodo de estudio los conceptos *artesanía*, *arte popular* y *trabajos manuales* fueron usados indistintamente para hacer referencia a objetos similares. Aunque existen algunos autores que al interior de sus textos realizan definiciones con el fin de distinguir entre estos conceptos, todos refieren a objetos elaborados principalmente en forma ma-

<sup>3</sup> Por discursos se entenderán “los sistemas de categorías y clasificaciones, referencias, normas, dispositivos, etc. que permiten que, para referirse a un determinado tema, un enunciante de una determinada época tenga un conjunto de predeterminaciones que van a configurar al menos los límites de lo decible”. Véase José Luis Martínez, “Voces, discursos e identidades coloniales en los Andes del siglo xvi”, ponencia resultado de los proyectos FONDECYT 1960774 y DID S 9620, leída en el Taller de Extensión, organizado por la Facultad de Filosofía y Humanidades de la Universidad de Chile en enero de 1999. Disponible al 1º de junio del 2006 en DE: <<http://www.uchile.cl/facultades/filosofia/cestculturales/martinez.html>>.

nual por un experto que maneja una técnica generalmente tradicional. La decisión de estudiar ambas referencias radica en que para los mismos objetos y personas se utilizan conceptos disímiles, dando cuenta de la presencia de discontinuidades ante fenómenos similares. Dejar alguna de estas nociones fuera reduciría el ámbito de estudio de manera inapropiada.

### *Los discursos sobre los artesanos y las artesanías*

En los textos analizados es posible apreciar múltiples discursos sobre los artesanos y las artesanías, tal diversidad da cuenta de rupturas y tensiones entre visiones del mundo más amplias que este artículo pretende vislumbrar.

A grandes rasgos entre los años 1933 y 1973 se pueden identificar tres discursos recurrentes sobre el mundo artesanal: el silencio, la idealización y la voz. Estas tres formas de representar al artesano y sus objetos, conviven y luchan por su supremacía. Durante los primeros años de circulación de las publicaciones estudiadas, el silencio sobre la realidad artesanal se impuso con fuerza sobre las ténues voces que proclamaban a la artesanía como elemento representativo de la realidad nacional. Desde mediados de la década de 1950 el silencio y la idealización comienzan su competencia. La idealización transformó al artesano y a su artesanía en iconos del mundo tradicional y agrario, amenazado por el avance de la ciudad moderna. En la década de 1960 el discurso sobre la voz del artesano se une a la batalla y establece una alianza con el mundo artesanal idealizado. Se impone así una visión del artesano como sujeto social con sueños y demandas que deben ser escuchadas.

A continuación se analizarán en profundidad los discursos aquí esbozados y los motivos tentativos de su emergencia.

#### *El silencio: Chile un país europeo con manchas americanas*

Los estudios sobre la cultura material en Latinoamérica y en Chile realizados por Arnold Bauer han arrojado luces para la comprensión del proceso de construcción de identidad en las élites a través del consumo de bienes “civilizadores” que simbolizaban estatus y una diferenciación frente a las clases populares. Según el autor a fines del siglo xix y comienzos del xx las modas francesas, inglesas y norteamericanas eran imitadas y “los nuevos artículos [tenían] relación con la ‘modemi-

dad”<sup>4</sup>. De este modo, los patrones de consumo de Europa y Norteamérica fueron referentes para la construcción de un “nosotros”, cuya imagen también fue traspasada al turismo. Ante esto, no es de sorprender la continua referencia que se realiza desde los primeros números de *Guía del Veraneante* a la imagen europea del paisaje chileno. La presentación realizada a la *Guía* de 1940, ejemplifica con exactitud la homologación realizada entre el paisaje chileno y el suizo.

Las fotografías que se insertan en la presente edición han sido seleccionadas entre las muchas obtenidas por especialistas en este arte, y, aunque la captación fotográfica de nuestras bellezas naturales resulta siempre pálida ante la realidad, esperamos que los propios ojos del turista, durante el transcurso de su visita, habrán de reconocer el aserto que ha asignado a nuestro país el justo título de la Suiza de Sudamérica.<sup>5</sup>

La representación de Chile como un país europeo tuvo como principales referentes los paisajes alpinos que fueron homologados a los parajes lacustres emplazados en el sur del país. Los bosques frondosos y siempre verdes, los lagos azulados y las altas montañas con nieves eternas fueron interpretados como signos que evidenciaban dicha semejanza. Probablemente tal imagen se vio reforzada por la presencia de inmigrantes alemanes, cuya gastronomía y construcciones fueron frecuentemente citadas en la *Guía*. La analogía en el paisaje sirvió a su vez para reforzar una intención aún más profunda, un esfuerzo de diferenciación respecto del atraso latinoamericano así como de las poblaciones indígenas y mestizas que lo conforman. Sobre este tema, también resulta interesante destacar que la exaltación de la imagen de un “Chile suizo” implicó una postergación y ocultamiento del norte como realidad constitutiva de lo chileno. Los motivos esbozados para esta exclusión fueron a lo menos sospechosos, tal como se demuestra en la recientemente citada edición de 1940 donde se señala:

Omitimos incluir en el presente folleto a la zona norte del país, comprendida entre las provincias de Tarapacá y Coquimbo, en las que reconocemos que existen algunos sitios de interés para el desarrollo del turismo, pero que, por no existir las comodidades que exige el viajero moderno en materia de hoteles y transportes, nos vemos obligados a excluir.<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup> Arnold Bauer. *Chile y algo más: estudios de historia latinoamericana*. Santiago de Chile. Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos, 2004, p. 129.

<sup>5</sup> *Guía del Veraneante 1940* (Santiago de Chile, Empresa de Ferrocarriles del Estado), p. 9.

<sup>6</sup> *Ibid.*, p. 11.

La ausencia del paisaje nortino pareciera ser intencionada. ¿Acaso el desierto, sus indígenas y mineros ensuciaban la pulcra representación de Chile que la *Guía* deseaba promover? Es una interpretación posible.

La construcción de la imagen de un Chile moderno y europeo también requería limpiarlo de los rostros humanos que lo habitaban. En la *Guía* se observa claramente que se pone el énfasis en los paisajes más que en los humanos, como si en Chile no existieran personas, y menos aún artesanos. Los parajes naturales son descritos profusamente y también las comodidades del mundo moderno que hacen posible el acceso a ellos. Pareciera que Chile fuera sólo un país de placeres y lujos, con balnearios y termas destinados al descanso, un cuento de hadas para vivir perpetuamente. Sin embargo, tal imagen no fue completamente pulcra. En la construcción de Chile había una mancha, el vestigio de un pasado imposible de ocultar: los araucanos.<sup>7</sup> Este pueblo indígena fue localizado exclusivamente en Temuco y sus cercanías, y parece que el motivo por el cual es incorporado a la imagen de Chile, por lo menos de lo que se desprende de esta publicación, tiene que ver con el interés que demuestran los turistas extranjeros en ellos. Los araucanos son mencionados como una rareza extravagante, representantes de costumbres arcaicas que en nada se parecen al modo de vida del resto del país.

La aparición de los araucanos como una mancha en la imagen del país es clave para la reconstrucción del discurso que dentro del turismo se elaboró sobre los artesanos, debido a que durante las primeras dos décadas de circulación de la *Guía del Veraneante* las artesanías fueron mencionadas en directa asociación con los objetos de dicha etnia. De este modo, se produjo una estrecha correspondencia entre el artesano y el indígena, que aún sigue en plena vigencia. Al mismo tiempo es relevante señalar que las mujeres araucanas fueron identificadas con las artesanías por sobre los hombres: ellas son las que elaboran los textiles, las que los comercian y quienes en mayor medida los portan. La *Guía del Veraneante 1938* da cuenta con claridad de los puntos aquí expuestos.

Puede, también, la ciudad de Temuco ser considerada como el punto adonde convergen la población araucana, que, en su mayor parte, vive en los pueblos vecinos a ella. Los aborígenes llegan todos los días en apreciable número a Temuco y allí expendían sus manufacturas de diverso orden: teji-

<sup>7</sup> En este texto se hablará de "araucano" para referirse a las personas pertenecientes al pueblo mapuche, debido a que es éste el concepto usado preferentemente en los textos turísticos en el periodo de estudio.

dos, platería etc. La profusión de adornos y originalidad de los atavíos que lucen las mujeres araucanas ponen una nota de colorido muy característico de la región, ya que en ningún otro pueblo de Chile es dable ver mayor cantidad de aborígenes que en Temuco. Los hombres, sin embargo, difieren muy poco del tipo corriente del campesino chileno.<sup>8</sup>

La representación de los araucanos, sus costumbres y artesanías como “curiosidades” fue fortalecida por la promoción de esta diferencia realizada por tiendas especializadas en la comercialización de objetos indígenas. Durante la década de 1940 ya no sólo se promocionaban los textiles y la platería, sino que también la realización de excursiones a las reducciones indígenas con el fin de observar las costumbres de las comunidades. El discurso del araucano como rareza fue promovido inclusive por el mismo Estado quien fomentó las visitas a reducciones y la observación de costumbres diferentes al resto del país, apreciable en la publicidad que realizaba sobre Temuco.



**SE ORGANIZAN  
EXCURSIONES A LAS  
RUCAS INDIGENAS**

Desde el Cerro Rival, donde hay un Restorante para viajeros

**EXCURSIONES  
A CAJON QUEPE, BOROA, A LAS  
REDUCCIONES INDIGENAS**

La mayoría de estas tribus trabajan en tejidos y confeccionan los famosos hachinos, ponchos, lamas, lanas y que son curiosidad de

**“CASA DE LA SUERTE”**

EL MEJOR SURTIDO DE ARTICULOS INDIGENAS, CHOAPI, JAMAS, PONCHOS, FAJA, PLATERIA  
Y ANTIGUEDADES DE LA REGION

CAMBIO DE MONEDAS EXTRANJERAS MONEY EXCHANGE

**OSCAR CARTES V.**

CALLE SOLAR ESQUINA PRAT FRENTE AL BANCO ALEMAN

CASILLA N 315

TELEFONOS: 370 526 I

TEMUCO (CHILE)

Imagen 1 Publicidad de casa comercial dedicada a la venta de artesanías mapuches y a la organización de visitas a las reducciones indígenas. Los “araucanos” eran considerados un punto de atractivo turístico por sus costumbres y artesanías, especialmente para los extranjeros que visitaban el país, en *Guía del Veraneante 1945. Guía Anual de Turismo de la República de Chile* (Santiago de Chile, Empresa de Ferrocarriles del Estado), Sección Propaganda y Turismo, p. 158

<sup>8</sup> *Guía del Veraneante 1938*, p. 93.

En forma paralela a esta representación de los araucanos como seres diferentes, en agosto de 1946 la revista *En Viaje* publicó un artículo de Anselmo Cortínez que contribuye a explicar la vinculación discursiva entre artesanías, araucanos y turistas extranjeros. En este reportaje, el autor reproduce la sugerencia de uno de sus amigos norteamericanos, quien había definido su visita a las reducciones indígenas como una experiencia esencialmente desagradable, debido, según su opinión, a los malos modales de los araucanos. Las palabras del autor sobre el tema resultan sorprendentes: "Cuando Ud. hace un viaje al sur y quiere comprar a los indígenas cualquier objeto autóctono — choapinos, platería etc. — tiene Ud. que tratar con unos aborígenes desconfiados y de trato y modales desagradables"<sup>9</sup>. La solución dada por el norteamericano y alabada por Cortínez, era crear lugares de venta con mujeres araucanas especialmente educadas para ello y con rucas diseñadas para la venta. Estas transformaciones convertirían las visitas a las reducciones indígenas y la compra de artesanías en experiencias gratas para el turista, consolidándolas como verdaderos puntos de atracción.

El reportaje de Cortínez no es el primero que habla de artesanía en la revista *En Viaje*, ya en octubre de 1942 Carlota Andréé publicó "Chile y sus bellas labores manuales como atractivo turístico" y al año siguiente el artista Alfredo Aliaga escribió artículos referentes a "La cerámica de Talagante" y la "Exposición sobre arte popular americano" realizada ese año por la Universidad de Chile. Sin embargo, estos artículos fueron escritos casi diez años después de iniciada la revista, y durante la década de 1940 los artesanos y las artesanías seguirán siendo un tema poco frecuente dentro de las publicaciones turísticas de la Empresa de Ferrocarriles del Estado. Los artículos de Andréé y Aliaga resultan interesantes porque con ellos se inició un discurso que señalaba a las artesanías como puntos de atractivo turístico, aunque en ese periodo todavía en potencia. A su vez, en estos textos por primera vez se menciona a los artesanos no indígenas, los cuales fueron visualizados como "gente sencilla de nuestro pueblo"<sup>10</sup> y las artesanías fueron concebidas como "el exponente más elocuente de la cultura de los pueblos".<sup>11</sup> Estas nociones serían desarrolladas con fuerza dentro de la

<sup>9</sup> Anselmo Cortínez, "Ciudadelas araucanas para la venta de choapino y platería" *En Viaje* (Santiago de Chile, Empresa de Ferrocarriles del Estado), num. 154 (agosto de 1946), p. 52.

<sup>10</sup> Carlota Andréé, "Chile y sus bellas labores manuales como atractivo turístico" *En Viaje*, num. 108 (octubre de 1942), p. 170.

<sup>11</sup> *Ibid*

misma revista en los años venideros. Por el momento, la revista *En Viaje* y la *Guía del Veraneante* siguieron poniendo el énfasis en las playas, termas y paisajes deslumbrantes de Chile, por sobre las representaciones de sus habitantes.

En definitiva, ¿cuál fue el discurso dominante sobre los artesanos y las artesanías en estas dos décadas? El silencio es la respuesta. Como se mencionó recientemente, las publicaciones revisadas mostraban un Chile donde lo relevante eran sus paisajes naturales y los signos de modernización. Ese Chile tuvo un escaso rostro humano y, por lo tanto, los artesanos y sus creaciones fueron marginales en la representación de la imagen turística del país. Cuando las artesanías aparecieron fueron, junto a los araucanos, una mancha americana en los paisajes de semblanza europea. La artesanía es sólo nombrada en oposición al verdadero Chile, como un vestigio de un pasado del que queremos alejarnos y diferenciamos: lo indígena.

El origen de estas publicaciones es otro de los motivos plausibles para entender el silenciamiento sobre la realidad artesanal chilena. Como continuamente la Empresa de Ferrocarriles del Estado señaló en sus medios de difusión, ellos se veían a sí mismos como promotores del turismo y, especialmente, como propulsores de la modernización de Chile. El tren y el impulso que los gobiernos radicales del periodo dieron a la industrialización pudo influir en la ceguera frente a los artesanos y artesanías, cuyo modo de producción manual se contraponía al signo de los tiempos: el progreso y la industria.<sup>12</sup>

Con el correr de los años, el discurso sobre la imagen europea de Chile se suavizó y dejó de ser mencionado en forma explícita. A su vez, las artesanías y los artesanos dejaron de estar asociados exclusivamente a la realidad araucana, como ya se vislumbraba en los artículos de *En Viaje* de la década de 1940. Sin embargo, se mantuvo la circunscripción de la realidad indígena a la ciudad de Temuco, el ocultamiento de la existencia de otras etnias, así como el esfuerzo de diferenciar a los araucanos del resto del país. Notable resulta el siguiente comentario en la *Guía* de 1959: “Los extranjeros se llevan singular impresión de su visita a estas reducciones aborígenes. Pero es del caso hacer presente que en Chile la población indígena es muy escasa, pues

<sup>12</sup> La *Guía del Veraneante* y la revista *En Viaje* fueron creadas en los inicios del segundo gobierno de Arturo Alessandri (1932-1938) y aunque durante su presidencia la industria nacional fue protegida y aumentó el número de fábricas, fue durante los gobiernos de presidentes radicales (1938-1952), que se iniciaron los principales estímulos para impulsar la industrialización del país. El principal motor del desarrollo industrial del país fue la Corporación de Fomento (Corfo) creada en 1939 durante la presidencia de Pedro Aguirre Cerda

apenas suma 117 mil personas en un país de 7 000 000 de habitantes”<sup>13</sup> Los pueblos indígenas del resto del país nunca son considerados como realmente importantes dentro de los discursos del turismo, ejemplo de ello es que los alacalufes son mencionados sólo un par de veces como pueblo casi extinto en los canales del extremo sur, y los aymaras sólo aparecen marginalmente a finales de los años sesenta asociados a la producción textil.

*La idealización el rescate  
del mundo campesino y popular*

EN la década de 1950 las publicaciones de la Empresa de Ferrocarriles del Estado experimentaron cambios dirigidos a consolidar el vínculo entre las artesanías y la imagen turística de Chile. El primero de ellos acaeció en 1953, cuando Manuel Jofré asumió la dirección de la revista *En Viaje*. Bajo su mando se incrementó el número de artículos asociados a la cultura y las artes, a la vez que destacados intelectuales iniciaron secciones estables en la revista.<sup>14</sup> En esta nueva cara de *En Viaje* el folklore tuvo un lugar importante y los artículos que en la revista se publicaron sobre artesanías y artes populares tuvieron un crecimiento exponencial. La consolidación de la revista como *magazine* dedicada al turismo y la cultura se observa en la publicidad que sobre ésta se hace dentro de las guías turísticas de la misma Empresa de Ferrocarriles. En el año 1963 se señalaba: “Recuerde que, mes a mes, revista *En Viaje* le ofrece las más interesantes crónicas sobre arte, folklore, ciencia, turismo etc.”,<sup>15</sup> y ya en 1973 la publicidad sobre la revista mencionaba directamente las artesanías: “Lea revista *En Viaje* todos los meses Arte-Cultura-Artesanía-Turismo”.<sup>16</sup> Parte importante de los reportajes que *En Viaje* dedicó a las artesanías fueron obra del connotado folklorista Oreste Plath, quien también tendría protagonismo en los cambios que la *Guía del Veraneante* experimentaría en los años siguientes.<sup>17</sup>

<sup>13</sup> *Guía del Veraneante 1959*, p. 147

<sup>14</sup> Mayor información sobre *En Viaje* está disponible en el sitio temático de la revista elaborado por el servidor electrónico Memoria Chilena. Disponible el 10 de junio del 2006 en DE: <<http://www.memoriachilena.cl>>

<sup>15</sup> *Guía Turística de Chile 1963*, p. 94

<sup>16</sup> *Guía Turística de Chile 1973*, p. 40.

<sup>17</sup> El folklorista Oreste Plath (pseudónimo de Carlos Muller Leiva) escribió un total de ciento cincuenta y siete artículos para la revista *En Viaje* de los cuales veinticinco fueron sobre artes populares y artesanía. La mayoría de estos artículos fue publicada en los años cincuenta. Véase Justo Alarcón, dir., *Índice general de la revista En viaje 1933-1973*, Santiago de Chile, Fondo de Desarrollo de las Artes y la Cultura, 1995

Los artículos sobre artesanía que Oreste Plath escribió para la revista *En Viaje* se centraron principalmente en la descripción de los objetos artesanales. Este autor exaltó sus formas, las técnicas tradicionales utilizadas para su elaboración y los usos asociados a las artesanías. En la mayoría de sus reportajes los objetos eran destacados por sobre la descripción de sus creadores. Los artesanos, aunque aparecían en los textos nombrados en forma genérica, eran principalmente seres anónimos, representantes del pueblo y poseedores de un conocimiento tradicional y colectivo. El anonimato de los artesanos en Plath y su continua referencia al “pueblo” no es un tema menor. Por el contrario, posiblemente su postura da cuenta de una valoración pasiva del mundo popular, también presente en otros autores. Al no constituir a los artesanos como entes individuales, Plath limitó discursivamente su potencial de sujeto con conciencia de sí mismo y amortiguó su potencial creador. Para este autor, el artesano replica conocimientos que no le pertenecen en forma directa, que son propiedad de una colectividad, y es probablemente por ello que en ninguno de sus artículos haya citado la opinión de los artesanos. Sin embargo sería injusto afirmar que Plath no vio a los artesanos. El folklorista individualizó a las artesanas especialmente en sus artículos dedicados a Pomaire y a Doñihue, en los cuales mencionó, con su nombre y apellido, a las creadoras de los objetos que admiraba: las chamanteras doñihuanas “doña Ignacia y doña Amalia Romero y María Romero”,<sup>18</sup> así como la premiada Julia Vera en la aldea de Pomaire, fueron merecedoras de su reconocimiento.

Las artesanías por sobre los artesanos también se consolidaron como punto de atracción turística a mediados de la década de 1950, y en ello Oreste Plath también tuvo injerencia debido a que fue uno de los colaboradores de la *Guía del Veraneante 1955*. Esta publicación turística modificó la información que tradicionalmente entregaba, incorporando en la presentación del número la descripción de los paisajes chilenos, los balnearios y termas, “párrafos que comprenden ciertas curiosidades de carácter geográfico, histórico y folklórico que, aunque no son de vital importancia para el viajero, constituyen una nota evocativa de cosas y hechos nacionales”.<sup>19</sup> Ello marcó el inicio de referencias a fiestas religiosas y populares, y ciertamente también de las artesanías. Si bien en el número de 1955 las artesanías siguieron ocupando un lugar bastante similar a las ediciones anteriores de la *Guía del Veraneante*, en los años posteriores estos objetos fueron mencio-

<sup>18</sup> Oreste Plath. ‘Jerarquía del tejido popular chileno’ *En Viaje*, núm. 249 (julio de 1954), p. 15.

<sup>19</sup> *Guía del Veraneante 1955*, p. 3.

nados con mayor frecuencia y contenido. Ejemplo de ello está en la descripción realizada en la edición de 1959 sobre las artesanías doñihuanas: "las mujeres son diestras en el tejido cásero y sus manos hábiles hacen chamantos, medias de lana y adornos para la indumentaria criolla, principalmente mantas de primorosa elegancia"<sup>20</sup> Una caracterización de este tipo era francamente impensable en los discursos iniciales de este medio de difusión turística, en los cuales se exaltaban los paisajes de Chile por sobre sus habitantes. Al mismo tiempo no es menor el hecho de que sean las tejedoras de chamantos las mencionadas. Los chamantos son uno de los atavíos más elegantes del huaso y su ensalzamiento se vincula con la creciente exaltación del mundo rural y campesino apreciable desde mediados de los años cincuenta. Las artesanías se van consolidando como hitos representativos de las tradiciones e identidad nacional, lo que lleva a que sus creadores, los artesanos, también sean considerados como representantes de esa "chilenidad".

El nuevo papel de las artesanías y los artesanos se consolida en 1963, año en que la *Guía del Veraneante* fue rebautizada como *Guía Turística de Chile*. El cambio obedece a un nuevo discurso presente en la construcción de la imagen del país: la belleza de Chile no estaba sólo en su naturaleza deslumbrante, sino en su pueblo sencillo. La *Guía* de 1963 fue redactada por Oreste Plath, quien en la presentación explicitó las nuevas motivaciones de esta publicación.

Con la presente edición la *Guía del Veraneante* cambia su nombre por el de *Guía Turística*, por estimar que no sólo sirve al veraneante sino que también su material es una información permanente sobre Chile y su pueblo fuerte y gentil, formado por una naturaleza tan bella como austera.

El paisaje chileno está dominado siempre por la mole ciclópea de su cordillera y por su inmenso mar donde se forja el temple de sus habitantes, tan amantes de su tierra, y cuya alma pareciera purificarse en la plenitud inconmensurable de sus nieves eternas de volcanes o del albo territorio antártico.

Esta geografía se ha unanizado en el chileno y le ha dado una actitud generosa cordial, que lo lleva a repetir siempre una amplia familiaridad "ven-ga a vernos", "a su casa llega". El forastero que viene a visitarlo jamás podrá olvidar la hospitalaria acogida que tanto en la casa pudiente como en la más sencilla vivienda deja grabado con letras de oro el recuerdo de la cordialidad.<sup>21</sup>

<sup>20</sup> *Guía del Veraneante 1959*, p. 108

<sup>21</sup> *Guía Turística de Chile 1963*, p. 1

El texto de Oreste Plath evidencia una representación idealizada del pueblo chileno, que fue visualizado como humilde y hospitalario. Tal imagen también es apreciable en sus artículos en la revista *En Viaje*, a la vez que recurrente en otros autores.<sup>22</sup> Desde este número, fue evidente la incorporación de la temática popular a la *Guía*, y con ello las artesanías comenzaron a brillar de la mano del turismo. Pero ese resplandor no fue uniforme dentro de la configuración de la imagen de Chile. Las artesanías no aparecieron en el norte del país y tampoco lo hicieron en las representaciones del territorio comprendido entre el sur del Temuco y el norte de Puerto Montt. En este sentido, los lagos chilenos se mantuvieron como paisajes pulcros y esplendorosos, y la presencia humana se limitó a la de alemanes. Mientras que el norte, por lo menos por el momento, destacó por la producción minera y fiestas populares, pero no por su producción artesanal. También llama fuertemente la atención cómo la mirada sobre lo popular introdujo dentro de los atractivos turísticos a pequeños poblados donde se elabora algún tipo especial de artesanía (ejemplo son Talagante, Valdivia de Paine, Catillo y hasta la Penitenciaria). Así, la noción de “pueblo” implicó el desarrollo de una nueva concepción del territorio.

La concentración de las referencias a artesanos y artesanías en la zona central está relacionada con su inminente vinculación a las tradiciones campesinas: se destacan los chamantos, los estribos, las chupallas, la cestería de Rari, la alfarería de Pomaire y Quinchamali, entre otras. Parte importante de las artesanías resaltadas está directamente asociada a los atavíos del huaso, figura estrella en representar la virilidad del hombre chileno. Las fotografías y los artículos dedicados a este personaje en la revista *En Viaje* son numerosos y en su caracterización sus accesorios —producidos por artesanos— casi siempre son parte crucial de los relatos contruidos sobre ellos. Si el huaso es un personaje lleno de virtudes, no pueden serlo menos las artesanas que los visten, como señala Antonio Acevedo en un artículo sobre el rodeo, algo anterior, pero que ejemplifica claramente esta idealización: “Bellas mujeres han puesto a contribución su alma, al tejerla [las mantas del huaso] En sus hebras han engarzado sus anhelos; de melancolía las han traspasado las tonadas y canciones ¡Diríase que las mantas po-

<sup>22</sup> La representación del chileno como persona hospitalaria fue cristalizada en la conocida canción *Si vas para Chile* creada por el compositor Chito Faró. La frase que señala que “campesinos y gente del pueblo / te saldrán al encuentro viajero / y verás como quieren en Chile / al amigo cuando es forastero” da cuenta de lo profundamente arraigado de este discurso y de que dicha imagen corresponde a una visión de sí mismos elaborada por los chilenos.

seen alma<sup>23</sup>. Pero la relación de los artesanos y las artesanías con la idealización del mundo campesino no sólo se da en la figura del huaso, sino que los artesanos mismos son ensalzados como representantes del mundo campesino y símbolo, a la vez, de un modo de vida opuesto al mundo industrial, víctima de un creciente desengaño.

La homologación entre artesanos y campesinos implicó que se les atribuyeran virtudes consideradas rurales como la sencillez, la sabiduría popular, el cariño y la honestidad. Gonzalo Drago en un artículo de *En Viaje* en 1966 reproduce este discurso sobre las alfarceras de Pomaire.

La alfarera, sentada en su silla de paja o totora, está entregada a su labor. Sus manos expertas amasan la greda, la estiran, la modelan, con la vieja sabiduría sepultada en los ancestros. Y así van naciendo, uno a uno, esos admirables cacharros que una vez cocidos en el horno adquieren consistencia y belleza de tanagras criollas. Yo la miro con respeto y simpatía porque con ella cultiva y ejecuta un arte popular, enraizado en la tradición interpretando el claro y sencillo corazón de Chile agrario [ ] Así es Pomaire, donde la tierra, milagrosamente, se convirtió en fragante arcilla para luego, transformada por manos artesanas, adornar los hogares chilenos con su clara y sencilla presencia campesina.<sup>24</sup>

Al parecer estas virtudes campesinas emergen en oposición a los vicios urbanos e industriales. La idealización muestra una percepción de virtudes ancestrales perdidas frente al desbocado y frío mundo moderno. En este sentido, el artesano representa por excelencia el rescate del mundo rural, debido a que es un bastión de los conocimientos tradicionales, traspasados de generación en generación, y actualizados en su labor creadora. Sin embargo, el discurso que idealiza a los artesanos no sólo fue construido a raíz del origen rural de estos creadores, sino también por su modo de producción, radicalmente opuesto al modelo industrial predominante. Eduardo Pino Zapata, conservador del Museo Araucano de Temuco, escribió un artículo en 1965 que ejemplifica una visión desencantada del modo de producción imperante.

Esta cerámica [la araucana] podría ser uno de los elementos insustituibles en el cuadro de la cultura popular, porque el objeto artesanal parece tener algo de alma, algo de espíritu de quien lo ha creado. Es lo que proporciona

<sup>23</sup> Antonio Acevedo, "El rodeo, la epopeya del campo chileno" *En Viaje* num 265 (noviembre de 1955), p. 20

<sup>24</sup> Gonzalo Drago, "Gredas de Pomaire". *En Viaje*, núm. 389 (marzo de 1966), p. 20

vitalidad, significado y emotividad. Es una especie de ternura que lo sitúa muy por encima del artículo manufacturado e industrial que sale en una serie interminable y monótona de una máquina ciega y fría, inexpressiva en su mecanismo automático. Miles y miles de objetos siempre iguales uno y otro: fría utilidad del objeto sin espíritu porque la mano del hombre estuvo ausente, porque no hubo calor humano ni alegría, ni tristeza ni esperanza.<sup>25</sup>

En este sentido las artesanías no sólo fueron rescatadas por referir al mundo rural, sino que también debido a que ellas tenían el calor del que carecen la ciudad de cemento y la máquina sin alma. Los artículos que abordan esta temática critican las pérdidas implícitas en los procesos de modernización. “En algún momento a finales de la década de 1930, Chile cruzó la barrera de convertirse en una nación predominante urbana”<sup>26</sup> fruto no sólo del crecimiento natural de población, sino en gran medida de la migración interna. Este fenómeno pudo contribuir a fomentar la imagen de desencanto sobre una ciudad que no fue capaz de absorber este crecimiento, creando miseria y, a largo plazo, crisis social.

La agudización de la cuestión agraria también pudo contribuir a la idealización del mundo rural. Las demandas hacia el mundo político para romper con el sistema agrario fueron cada vez mayores ante la evidencia de una insostenible inequidad rural y las condiciones paupérrimas en las que vivían los inquilinos. El gobierno de Jorge Alessandri, presionado por la Alianza para el Progreso, inició tímidas acciones en esta materia. Pero fue durante el gobierno de Eduardo Frei Montalva que la reforma agraria alcanzó su forma y fuerza. También durante este gobierno se consolidó el discurso sobre los artesanos como representantes idealizados del mundo rural, lo que lleva a postular un posible vínculo entre estas materias.

Es muy importante señalar que durante este periodo, a pesar de la demostrada importancia de la ciudad, Chile siguió concibiéndose como un país esencialmente agrario y, por lo tanto, el campo fue considerado como lo “verdaderamente chileno”. En este sentido, las artesanías no fueron solamente idealizadas por representar al mundo rural, sino más bien, fueron entendidas como las representaciones más reales de nuestra identidad. Respecto a este tema, existió un amplio consenso en casi todos los autores, ya sea de manera explícita o implícita.

<sup>25</sup> Eduardo Pino Zapata, “Tras la huella de la alfarería araucana”, *En viaje*, núm. 386 (diciembre de 1965), p. 18.

<sup>26</sup> Simon Collier y William F. Sater, *Historia de Chile 1808-1994*, Madrid, Cambridge University Press, 1998. p. 252.

La *Guía Turística 1969* ya no cuenta con la colaboración de Oreste Plath, el texto es elaborado en su totalidad por Guillermo Tungue. En esta guía las artesanías y los artesanos son estrellas del relato, no sólo aparecen en la portada, sino que además se nombran por primera vez las artesanías elaboradas en el norte por la población aymara. Nuevos actores han surgido en la esfera política y ello se verá reflejado en los discursos sobre los artesanos y sus artesanías.



Imagen 2. Portada de la *Guía Turística de Chile 1969*. Esta composición da cuenta de las artesanías que en ese momento eran consideradas como representativas de Chile: una guitarrera de Quinchamalí (la vida campesina), los chamantos de Doñihue (el huaso) y un balai de cestería mapuche (lo indígena). Este último objeto llama la atención por no ser muy nombrado en los reportajes de la época.

## Viaje



Imagen 3. Portada de la revista *En Viaje*, núm. 423 (enero de 1969), que muestra a Julia Vera trabajando la greda en Pomaire, y que da cuenta de la emergencia del rostro del artesano y de su voz.

*El artesano con voz*

DURANTE la década de 1960, paralelamente al discurso de los artesanos como representantes del mundo popular, y reforzado por éste, se inicia un fenómeno inédito dentro de las publicaciones destinadas al turismo: el artesano comienza a tener voz. En 1961 la revista *En Viaje* publicó por primera vez la entrevista con un artesano, la cual fue realizada por Alejandro Chávez a *Manzanito*, hombre dedicado a la cestería en mimbre. En este artículo el artesano es citado por primera vez y de su boca salen datos sobre la especificidad de su conocimiento ancestral y también sobre sus sueños: “Mi mayor ambición me ha dicho *Manzanito* al despedirse es realizar en mimbre, en tamaño natural, a don Bernardo O’Higgins, a caballo, con la espada en la mano y gritando a todo pulmón ‘¡Viva Chile!’”.<sup>27</sup> Pero se debe ser cuidadoso, la voz de *Manzanito* que aparece en la revista no es directamente la suya, sino la visión que de ella tienen los especialistas y periodistas que escriben sobre el tema. Tal punto es de extrema importancia porque lo que aparece dentro de las publicaciones turísticas es un discurso sobre los artesanos y no el discurso que los artesanos elaboran sobre ellos mismos. La voz de los artesanos es manipulada de modo que en el relato se consolide la imagen que de ellos se quiere proyectar, en este caso, el artesano demuestra en sus dichos ser un hombre enérgicamente patriótico. En este sentido, la incorporación de la voz del pueblo dentro de la imagen turística del país parece estar profundamente relacionada con la valoración de lo popular y la idealización de la vida rural y campesina. El mismo Alejandro Chávez da muestras de ello cuando al final de su artículo resume sus reflexiones sobre su visita al artesano:

Es tarde ya cuando con gran esfuerzo me deshago del hechizo de *Manzanito* y sus figuras de mimbre, mientras siento aún en mi mano el calor de la suya, tiemblan en el aire de la noche sus palabras llenas de sabiduría popular, y voy por las calles recordando, con alegría sus originales creaciones, una dulce sensación de plenitud va envolviendo mis inquietudes y enarbolando una nueva esperanza sobre el desconocido horizonte del arte popular de nuestra patria.<sup>28</sup>

<sup>27</sup> Alejandro Chávez, “*Manzanito* y su artesanía”, *En Viaje*, núm. 332 (junio de 1961), p. 21.

<sup>28</sup> *Ibid.*, p. 21.

En el artículo de Chávez el artesano habla porque es portador de un conocimiento único, porque tiene una sabiduría que es necesario destacar y rescatar.



Imagen 4. Fotografía comentada que acompaña la primera entrevista a un artesano en la revista *En Viaje*. En ésta se destaca su carácter de artista y sencillez popular. Véase Alejandro Chávez, "'Manzanito' y su artesanía", *En Viaje*, núm. 332 (junio de 1961), p. 21.

Las entrevistas a los artesanos aumentan durante los años sesenta, y entre ellas destacan en número las realizadas por Sonia Quintana, quien desde febrero de 1969 fue directora de la revista *En Viaje*. Aunque esta visión dialoga con el discurso del mundo popular y campesino idealizado, cuyo hito visualizamos en la *Guía Turística de Chile 1963*, hay algo que lo hace diferir profundamente. Ello es que comienza a surgir con fuerza el artesano como un sujeto individual con capacidad creadora y portador de un conocimiento único. La aparición de personas entrevistadas, individualiza el conocimiento popular, le da un rostro específico y una voz particular. El énfasis es diferente (aunque no totalmente contrario) a las nociones de Oreste Plath sobre lo popular donde el conocimiento del artesano es esencialmente colectivo. Esta tensión sigue vigente hasta nuestros días, mientras algunos autores defienden el anonimato del artesano porque su obra es producto de un saber colectivo, otros señalan la importancia de reconocer

al artífice de las piezas. Tal debate tuvo una cabida encubierta en las publicaciones de turismo y ambas posturas coexistieron hasta las últimas ediciones de *En Viaje*

Es relevante señalar que la aparición del artesano en el relato como un ser anónimo, no sólo da cuenta de debates intelectuales sobre la propiedad del conocimiento popular, también es fruto de una concepción pasiva e ideológica del pueblo:

La tesis de *marginalidad* de los años sesenta (fundamento ideológico del programa de promoción popular demócrata cristiano), también sustentó una visión pasiva de los sujetos populares. Asoció la pasividad de los pobladores a su supuesto origen rural y a conductas conservadoras y tradicionales, propias de la cultura campesina. Vieron a esta parte del pueblo como una "masa" que debía ser integrada a los planes nacionales de desarrollo diseñados desde la cúpula estatal<sup>29</sup>

De esta perspectiva, el discurso idealizado del artesano como representante del mundo rural, fue una opción conservadora que lo inhibió como sujeto.

Sin embargo en el Chile de los años sesenta ésta no fue la única postura, y también "se reconoció en los sectores populares un espacio donde se constituían sujetos sociales, con demandas, objetivos, organizaciones y una identidad propia que daban vida a los *movimientos social populares*"<sup>30</sup> En este contexto, la irrupción de la voz de los artesanos en la revista *En Viaje* no resulta completamente extraña, pero tampoco evidente. Si bien las referencias a los artesanos inicialmente eran realizadas por descripciones de terceros, con el tiempo estos actores fueron adquiriendo protagonismo al ser considerados por sus interlocutores como agentes con facultades de emitir su opinión. Para 1970 ya no era raro ver transcripciones "literales" de las percepciones y opiniones de los artesanos en los artículos de la revista. Sonia Quintana escribe varios reportajes de este estilo, como son sus entrevistas al matrimonio de Juan Reyes y Alicia Cáceres<sup>31</sup> así como a Raúl Celery,<sup>32</sup> todos artesanos del cobre.

<sup>29</sup> Gabriel Salazar y Julio Pinto, *Historia contemporánea de Chile II Actores identidad y movimiento*. Santiago de Chile, LOM, 1999 p 100

<sup>1</sup> *Ibid.*, p 97

<sup>31</sup> Sonia Quintana, "Juan Reyes y Alicia Cáceres, manos que trabajan la piedra y los metales", *En Viaje*, núm. 444 (octubre de 1970), pp 18-21

<sup>32</sup> Sonia Quintana, "Raúl Celery mensajero del cobre", *En Viaje*, núm. 432 (octubre de 1969), pp. 22-23

En las entrevistas a los artesanos y las artesanas aparecen dos tipos de discursos. En el primero son transmisores de un conocimiento secreto y tradicional, desconocido para el lector. Es decir, dan testimonio del patrimonio vivo y colectivo que preservan, voz que reafirma los discursos anteriores, más bien conservadores, que sobre los artesanos se habían elaborado. En el segundo tipo, los artesanos no hablan como especialistas, sino como personas que relatan sus opiniones sobre el mundo, esta nueva visión del artesano, aunque es menos frecuente, da cuenta de la importancia que adquirió el pueblo como actor social durante este periodo.

Un ejemplo de la primera postura lo encontramos en un texto del escritor Omar Lara sobre Mehuín, población dedicada a la cestería para la cual usa un material llamado pil-pil o boqui. En su búsqueda de los creadores de esta artesanía encuentra en Mississippi al matrimonio de origen mapuche formado por Eulogio Quilapan y su esposa Luisa Ñiño. Ambos llevaban más de dos décadas dedicados a esta labor. Lara les pregunta sobre su trabajo y transcribe su conversación e interrelación con estos expertos.

Nos cuentan el proceso del pil-pil hasta dejarlo apto para el trabajo "Primero se hierve, lo enrollamos y lo echamos a hervir durante varias horas. En seguida lo metemos al estero donde queda una semana remojándose. Después se pela y ya está lista para darle forma" Vamos al estero cercano a la casa y sacan del agua algunos rollos de pil-pil, en la última etapa del proceso antes de convertirse en canastillos, balai (especies de bandejas, pueden colgarse o servir de fruteras, si se quiere), chanchitos, pescados o aves, graciosas muestras del arte de nuestro pueblo<sup>33</sup>

Lara logra reproducir para el lector la interacción con este matrimonio, mediante la inserción en el texto de la voz de los artesanos, y son ellos mismos quienes revelan sus secretos ancestrales. El valor de los artesanos y la constitución de un discurso frente a ellos se debe a que el artesano es un *alter* que se diferencia del "nosotros" esencialmente por su conocimiento tradicional.

Un discurso con otro matiz puede apreciarse en el interesante artículo de Raúl Garrido sobre las alfareras de Quinchamalí, publicado en diciembre de 1971 por la revista *En Viaje*. El artículo se inicia estableciendo la relación entre este pueblo y Violeta Parra debido a que, como se señala en el artículo, ella aprendió a "locear" en ese lugar y existía la

<sup>33</sup> Omar Lara, "Mehuín, lugar de artesanía y calma", *En Viaje*, núm. 444 (octubre de 1970), p. 11

intención de cambiarle el nombre al pueblo con el fin de homenajear a la célebre artista. En el artículo, Garrido describe la aldea y los objetos que en ella se producen, pero principalmente se centra en sus artesanas y artesanos. El autor hace una mínima referencia a la forma de elaboración de los productos y se explaya preguntándole sobre sus modos de vida y pretensiones. Garrido hace un esfuerzo por dejar hablar a los artesanos por sí mismos.

Bien, ¿y qué anhelos tiene esta gente que produce tan hermosas piezas para el folklore y la recreación de la vista hogareñas en cualquier rincón del mundo? Oigamos a Riola

o tenemos problemas mayores; pero nos gustaría que los automotores turísticos [buscarril] se detuviesen en la estación de Quinchamali; que el pueblo y el paradero estuviesen alumbrados por la noche, pues ahora hay gente que regresa en "el de 8" y tienen que esperar a oscuras, las lámparas de mercurio no encienden. Nos gustaría que el pueblo fuera rebautizado agregándole a Quinchamali el nombre de "Violeta Parra" Esto es "Quinchamali de Violeta Parra" Así podríamos aspirar a crear un museo con la folklorista que se inició también como locera. Esto atraería más turistas a nuestra aldea <sup>14</sup>

Aunque no eran completamente marginales, los conocimientos de los artesanos pasaron a ser secundarios en el relato. Ahora Riola, una de las artesanas de Quinchamali tiene un espacio para plantear sus demandas, sus necesidades impresionantemente prácticas, y sus sueños de hacer brillar a su pueblo junto a Violeta Parra. Garrido quiere mostrar a esos artesanos pero, ¿por qué? El discurso del autor muestra una creciente preocupación por las demandas populares y un esfuerzo por dotar al pueblo de poder para cambiar su realidad. La intención de Garrido de mostrar a Riola hablando se corresponde con un discurso más amplio que busca hacer escuchar al pueblo y denotar que éste hace la historia de un Chile diferente.

¿Estos discursos estaban en boga en la revista *En Viaje*, ¿qué pasaba en la *Guía Turística de Chile*? ¿El pueblo se tomaría la *Guía* para plantear su voz? ¿La labor de los artesanos reemplazaría a los objetos y los paisajes como puntos de atractivo turístico? En un comienzo, tal como vimos en el apartado anterior, los discursos asociados al Programa de Promoción Popular e iniciativas similares, llevaron a que las artesanías y los artesanos se consolidaran como puntos de

<sup>14</sup> Raul Garrido, "Loceras, artífices, artesanas, artistas de la greda de Quinchamali" *En Viaje*, núm. 457 (diciembre de 1971), p. 14

atracción turística durante la década de los sesenta, contando ya en 1969 con la incorporación de pueblos pequeños considerados por su producción artesanal y valor patrimonial. Sin embargo, contrario a lo que puede suponerse, la llegada de un gobierno socialista en 1970 implicó una disminución de la referencia a las artesanías al interior de la *Guía*. Aunque pueden existir bastantes explicaciones, es plausible que el fortalecimiento de los planes de turismo popular haya tenido injerencia. La presentación de la edición de 1973 arrojaba algunas luces para sustentar esta hipótesis:

Nos hallaran empeñados en que el "placer de Chile", esto es el disfrute de sus paisajes, sus rincones de privilegiados microclimas, el sabor múltiple de sus frutos y mariscos, su nieve o su océano, sus húmedos bosques verdes o sus secos desiertos pétreos, dejen de ser privilegio de pocos y pasen a convertirse en derecho de mayorías. Y para esto se han iniciado planes masivos de turismo popular.<sup>35</sup>

El turismo es una actividad que está y ha estado delimitada por las posibilidades económicas. Una persona de bajos ingresos no tiene oportunidades de acceder a veraneos y viajes de placer. Posiblemente por esta razón, la *Guía del Veraneante* y posteriormente la *Guía Turística* estuvieron dirigidas a una población con suficiente poder adquisitivo como para ir de vacaciones y la publicidad que en ella se inserta da muestra de ello. Viéndolo desde esta perspectiva, los paisajes de Chile y sus "placeres" fueron privilegio de unos pocos. La introducción de las artesanías como punto de interés turístico correspondió a un esfuerzo de traer el mundo popular a un público de clase media y alta, que no consumía ni producía estos objetos, y por lo tanto los veía como curiosidades y recuerdos de su descanso. Pero por el contrario, el inicio de los planes de turismo popular da cuenta de un esfuerzo inverso, el de socializar la belleza de Chile, el de permitir el acceso a los placeres otrora vedado a los excluidos. Si esta hipótesis fuera correcta, la incorporación de las artesanías a la *Guía* pierde su sentido. El pueblo produce y consume las artesanías, y por lo tanto, no hubo motivos para promover su socialización.

La revista *En Viaje* dejó de existir dentro de las conmociones políticas de 1973. La *Guía Turística* seguiría existiendo por diez años más, periodo en que los discursos sobre los artesanos y las artesanías tomaron nuevos rumbos. Pero esto es tema de un nuevo capítulo.

<sup>35</sup> *Guía Turística de Chile 1973*, p. 5.

## Conclusión

ENTRE 1933 y 1973 los artesanos fueron una de las alteridades que contribuyeron a la construcción de la imagen turística de Chile, a partir de la cual se construyeron principalmente tres tipos de discursos sobre el sector artesanal, el silencio, la idealización y la voz.

El silencio correspondió a un discurso que omitió casi en su totalidad a los artesanos de la imagen del país. El silenciamiento de este *alter* se debió principalmente a la concepción de Chile como un país europeo, del cual se destacó su naturaleza y modernidad. La artesanía es sólo nombrada marginalmente con el fin de demarcar la oposición respecto a un pasado del que queremos diferenciarnos: lo indígena y preindustrial. Este discurso se dio con especial fuerza en las décadas de 1930 y 1940 pero persistió hasta el final del periodo de estudio, especialmente en la representación de la zona lacustre, en la cual los artesanos siempre estuvieron ausentes.

La idealización surge como un discurso desencantado y conservador. Los artesanos representaron las virtudes de la vida rural y los conocimientos tradicionales que era necesario rescatar y preservar; y fueron entendidos en oposición a la vida alienada y fría de la ciudad industrial. A su vez, las artesanías no sólo fueron consideradas como objetos representativos del agro o del pueblo, sino también de lo más típicamente chileno. Desde los primeros artículos sobre este tema en la revista *En Viaje* es posible visualizar luces de este discurso que emergió con fuerza desde mediados de la década de 1950. Este discurso sobre los artesanos coincidió también con una visión pasiva del mundo popular.

La voz de los artesanos fue un discurso asociado al empoderamiento de nuevos sujetos sociales. El artesano comenzó a hablar dentro del texto, aunque realmente esa voz correspondiera a la visión que los especialistas y periodistas elaboraban sobre este sujeto. El artesano es puesto con dos tipos de voces: una de ellas da testimonio del patrimonio vivo y colectivo que los artesanos preservan, la otra muestra las demandas y aspiraciones de un grupo social. Ambas voces se entremezclaron durante los años sesenta e inicios de los setenta.

Los tres discursos sobre los artesanos dan cuenta de la tensión existente entre la modernidad y la tradición, así como del papel que desempeña esta dualidad en la construcción de una imagen de Chile para el turismo. A su vez, ponen de manifiesto nociones contrapuestas sobre los sectores populares como sujetos de acción política y la importante influencia que dichas concepciones tuvieron en los ámbitos de la representación cultural.