

La compra de una alfombra: " Si vas a Marruecos no compres las horas, compra el alma."

1. Comprar es una decisión.

Comprar es siempre un riesgo. En algunos casos se asume el riesgo, en otros casos un tiempo de reflexión se impone y acudimos a un previo asesoramiento. Precio alto=acierto, no es que sea una regla fiable, pero es un punto de apoyo, al menos en aquellos productos en los que la técnica juega un papel fundamental. En estos casos se asume las posibilidades económicas como baremo. En cuanto se trata de una cámara fotográfica, de un vídeo, de un coche... uno compra lo mejor y las prestaciones que más le interesan aceptando las propias limitaciones económicas. Se supone que se recibe una información veraz y exhaustiva del producto en forma de prospectos, etiquetas, propaganda, tanto es así que muchas veces forzamos las posibilidades económicas hasta límites dolorosos, pero !el producto es tan ventajoso! Pero, aún lleno de seguridad por la minuciosa información recibida, uno también se equivoca. Y si lo quieres ver recorre las casas, los armarios, las librerías, los electrodomésticos y verás cuántos libros ilegibles, vestidos imponentes, lavavajillas que no funcionan, etc., etc. hemos comprado con pleno convencimiento.

Comprar es un riesgo, pero se asume y no se vive traumatizado por los errores, entonces, me pregunto, por qué enloquece tanto el acierto o la equivocación, que se vive como un fracaso profundo, cuando se compra en ciertos países -sobre todo en los llamados exóticos (pobres)- y por qué se vuelve todo el mundo mezquino, roñoso y tan soberbio que llega a parecer un acto de inteligencia y de fuerza superior lo que simplemente es un acto de tacañería.

Viajo mucho a Marruecos y encuentro realmente pesados a algunos bazaristas. Altos precios, largo regateo para llegar a un precio razonable, claro que, si por el camino pillan a un pardillo hacen su agosto. Cuela porque el país con su arquitectura, sus mujeres veladas, su característica vida privada tiene para nosotros un componente tan hermético que algunos aprovechados quieren volver misterioso hasta el precio de unas simples babuchas. Y entonces empieza ese terrible desfase en el regateo, que no me creo y que me parece un sistema de marketing ajustado al turismo. Me cabrea el tiempo que me hacen perder y que lo que es un ligero regateo para conseguir un descuento, se convierta en una ficción de precios y en un "sálvese quién pueda".

Como esta práctica ataca directamente al honor (el de no ser un "primo") y al bolsillo, el turista-comprador enloquece y le afloran bastantes bajos instintos hacia el prójimo y hacia sí mismo, porque, sino qué decir de esa avaricia y mezquindad hacia esa niña que por la calle está vendiendo cestos y con la que el aguerrido comprador puede, por un dirham, pasarse toda la tarde discutiendo para luego, si es que le queda tiempo, comprobar en el café si ha ganado o perdido con respecto al precio pagado por

el compañero de avión. ¡Triunfo o fracaso valorado en quince pesetas!

Triunfo o fracaso medido sobre una niña que suele resolverse triunfando el instinto roñoso más que la generosidad.

Esta situación convierte a los bazares en tiendas de baratijas y a la artesanía en productora de chucherías baratas destinadas a un turismo de degradada mentalidad.

Lo peor es que al final sin saber muy bien por qué todo el mundo sale perdiendo y no te compras aquella alfombra tan bonita que te gustaba tanto porque valía 5.000 ptas. más que aquella birria que nos llevamos a casa. No compramos aquella alhaja de plata y coral porque no quisimos pagar lo mismo que nos cuesta un brochecito de dorada bisutería que se vende en Madrid debajo de tu casa.

No sé si es racismo, clasismo o puramente ignorancia el mutilar gran parte de su artesanía al forzarles a complacer a un mercado lleno de clientes perezosos que no están dispuestos a conocer y pagar un precio justo por ese objeto que les acompañará en su viaje de vuelta y cuya utilidad está revestida de gran belleza. Avaricia e ignorancia de la que no están excluidos los grandes comerciantes marroquíes que ofrecen carnaza al visitante.

Así es que si visitas Marruecos y tienes ánimo de comprar, te doy un consejo: "Sé generoso contigo mismo", busca esas piezas que te llegan al corazón y si quieres una alfombra, busca "la alfombra voladora" de las Mil y Una Noche, porque, aunque rara, aún se encuentra. Defiende tu dinero con firmeza, pero no te confundas, no sea que la búsqueda del tesoro bloquee la generosidad de tu corazón y te impida ver a su gente.

2. El tiempo y las horas

Hace más de quince años que estoy tejiendo. La mayor parte de ellos dedicando de ocho a diez horas diarias. Durante todos estos años he tenido una verdadera pasión por los tejidos y todo lo que esté relacionado con ellos.

En la calle, en los viajes, visitando museos, bazares, consultando libros, siempre estoy alerta. Casi todos los viajes que he hecho han estado relacionados con los tejidos. Me ha interesado la técnica, la historia, las personas dedicadas a este oficio y su entorno.

Quizá por ello debería escribir sobre los que llamo "los tejidos del subconsciente" como es, por ejemplo, la alfombra persa, exponente máximo de civilización depurada; o bien de los tejidos que surgen de sociedades más o menos nómadas, o de los abstractos o de los figurativos, o de lo que mejor conozco: la maravillosa creatividad de los tejidos marroquíes de una expresividad muy personalizada.

Pero hablar de tradiciones textiles es hablar de tradiciones amenazadas y de pueblos -hablando muy suavemente- con serias dificultades. Es cierto que el trabajo textil no deja de ser una ayuda a la economía del hogar y un punto de apoyo, pero no deja de ser un punto de apoyo en un mundo que se tambalea.

Así es que pensar en el Marruecos textil me lleva sin remedio a pensar en la ruptura ideológica existente entre, por un lado los bazaristas y clientes y por el otro las

mujeres productoras. Me refiero a ruptura porque no puedo decir que hay falta de vitalidad, al contrario, ante la masa de turistas que se recibe anualmente hay una gran expectación tanto en los mercados como en los lugares de producción.

El zoco de Marrakech está invadido de nuevos textiles, de intentos de adecuarse a los nuevos usos y diseños, pero la queja ante la escasez de piezas interesantes o al menos con una cierta impronta en unánime y no me estoy refiriéndome a esas piezas absolutamente excepcionales que, aunque raras, aún existen (la singularidad y la belleza adquieren su gran valor debido a su excepcionalidad, tanto en Marruecos como en el resto del mundo).

Todos los inventos surgidos de los comerciantes son bastante diabólicos: copia de modelos antiguos, simplificación exagerada de algunas técnicas y colores y sobre todo la multiplicación de motivos naïf, pero, aunque los comerciantes hayan tomado la iniciativa, no se puede pensar en un relajamiento en los lugares de producción, al contrario, cuando se viaja por la zona rural, donde en cada casa hay un telar, lo que más sorprende es la cantidad de mujeres que alertas y sin descanso, tejen. Mujeres a las que la creatividad y el aprendizaje continuo les viene dado por su propia tradición. Es doloroso comprobar que el dinamismo y la expresividad que nutre el trabajo de miles de mujeres sean machacados por la cómoda demanda que les rompe ese tiempo unitario en el que viven y que ese tiempo se transforme en "echar horas" en hacer los encargos de tejidos llenos de dibujitos naïf que nunca irán a parar a sus casas, que nunca tendrán la tentación de usar (al contrario de las alfombras y tejidos tradicionales que llegan al mercado después de ser usados) y que, con ese desapego, los trabajarán.

El tiempo de trabajo que compartían con el cuidado de sus familias, se convertirá en horas de trabajo desgajadas de la propia vida.

El pasado octubre estuve en un zoco situado en las montañas del Medio-Atlas y allí, en ese paisaje imponente que siempre está como vigilante, una mujer me ofreció un pequeño tejido lleno de dibujos naïf que, seguramente, acababa de hacer. Y pensé qué podría comprarse con el resultado de su venta. Cuántas horas le había dedicado y cuántas necesidades podría cubrir con la venta de su tapiz. Me pareció que la vida era muy difícil, y que pone continuas trabas. Me acuerdo de aquel momento y no pienso en la historia, en la técnica, en la creatividad del textil, sino en el tiempo vencido y en las horas echadas y pienso si la violencia surge del comprador, del comerciante, o de la indiferencia general.

En un país donde todavía se pueden comprar objetos artísticos sin que sea un mercado de lujo, en un país donde se puede acceder a magníficos objetos de uso, es un error llevarse uno destinado al consumo turístico inmediato.

No compres las horas, compra el alma.

Madrid 1996