



Artesanías de América

**Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares
Consejo Directivo**

Eduardo Egas Peña
Ministro de Industrias y Productividad del Ecuador, Presidente del Directorio

Guillaume Long
Ministro de Cultura y Patrimonio del Ecuador

Ricardo Patiño Aroca
Ministro de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana del Ecuador

Diego Abente Brun
Representante del Secretario General de la Organización de Estados Americanos en Ecuador

Marcelo Cabrera Palacios
Alcalde de Cuenca, representante de autoridades locales

Juan Pablo Serrano Neira
Director Ejecutivo CIDAP





Publicación del Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares, CIDAP, con sede en Cuenca-Ecuador / Número 74

Consejo editorial

Juan Pablo Serrano N.
Viviana Iñiguez G.
Verónica Puruncajas C.

Edición de contenidos

María Falconí A.

Transcripción de ponencias y edición de forma

Ana Abad R.

Diseño y diagramación

Comunicación CIDAP

Imprenta

GRAFISUM

Portada

Imagen: Pieza 40 años de vida institucional CIDAP, Metalistería y Cerámica.
Autor: René Ñacato, artesano, Pichincha, Ecuador.

Fotografías

Duque Duque, Cecilia (Coordinadora), (2012), *Lenguaje Creativo de Etnias Indígenas de Colombia*, Medellín, Colombia: Suramericana, pág. 398

Fernández de Calderón, Cándida (Coordinadora), (2012), *Grandes Maestros del Arte Popular Iberoamericano*, Madrid, España: Talleres Bizolis, pág. 31

Archivo del CIDAP

Las fotografías utilizadas en cada artículo formaron parte del material expuesto en la ponencia realizada por cada autor en el II Encuentro de Pensamiento sobre Artesanía y Arte Popular 2015.

**1.000 ejemplares
Circulación gratuita**

ISSN 0257-1625

CIDAP

Hermano Miguel 3-23 y Paseo Tres de Noviembre
Teléfonos: 593 (07) 2840 919/ 2829 451/ Fax 2831 450
Apartado Postal: 01.01.1943
cidap@cidap.gob.ec / www.cidap.gob.ec
Cuenca-Ecuador

Diciembre 2015



INTRODUCCIÓN 7
Dirección Ejecutiva CIDAP

**II ENCUENTRO
INTERNACIONAL DE
PENSAMIENTO SOBRE
ARTESANÍA Y ARTE POPULAR**

2015:
Reflexiones desde la diversidad 9

REFLEXIONES TEÓRICAS
Artesanías: manifestación pre capitalista como proceso de resistencia ante la globalización 12
Marco Salamea Córdova

**ESTRUCTURAS DE
COMERCIO EN TORNO A LAS
ARTESANÍAS**

La Artesanía en el Perú en los últimos cuarenta años 18
Madeleine Burns Vidaurrázaga

La artesanía ecuatoriana y el mercado norteamericano: el caso Allegory 25
Chad Schumacher

**INNOVACIÓN, TRADICIÓN Y
DISEÑO**

Diseño e Innovación en la Artesanía Colombiana 29
Cecilia Duque Duque

Tejiendo relaciones significativas entre nudos, urdimbres, tramas y texturas 35
Genoveva Malo Toral

Texturas y Colores 43
Diego Carrasco Tanquino



Diseño y Neo Artesanía 50
Esteban Torres Díaz

ARTESANÍA Y GLOBALIZACIÓN

Artesanía y Globalización 59
Juan Pablo Serrano Neira

Redes de comercio artesanal de los Kichwa Otavalos 69
Toa Maldonado Ruiz

ARTE, CULTURA POPULAR Y PATRIMONIO

Arte y cultura popular: conceptos y vigencias 76
Sol Rubín de la Borbolla

Los textiles en el mundo andino 82
Mónica Malo Piedra

MESA REDONDA

La artesanía: La historia que se cuenta 90

CURRICULUM EXPOSITORES

Curriculum de los expositores 97





INTRODUCCIÓN

El Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares, CIDAP, se formó con una enorme posibilidad en América para el impulso y el fomento de la artesanía artífice y la cultura popular de la región, tornándose realidad en la medida en que la Institución potenció el cumplimiento de las demandas que llevaron a su creación. En todos los países americanos existe un conjunto de iniciativas que giran en torno al tratamiento de las artesanías y en casi todos el abordaje se realiza en términos productivos, impulsando a la par acciones de comercio; el manejo artesanal desde una visión cultural y patrimonial está presente en una menor cantidad de países y, en torno a esto, debe debatirse la existencia de reservas y museos ligados a artesanía y cultura popular; y, una tercera línea de trabajo es el enlace entre las artesanías y la cultura popular con la investigación que hoy se encuentra reducida a contados espacios, siendo esta una clara limitación continental.

En 1975 se funda el CIDAP y en mayo del 2015 cumple cuarenta años, configurándose como la tercera Institución más antigua de América y como la pionera en programas de capacitación e innovación de diseño en artesanías; logro alcanzado mediante los cursos internacionales que de manera permanente se impartieron en todas las regiones del continente. La promoción siempre ha tenido importancia mayor y la investigación ha sido una preocupación constante debido a que no puede concebirse el manejo de las artesanías y la cultura popular sin su nexos con la investigación.

En medio de una celebración tan significativa, el CIDAP consolida una línea clave en su trabajo al realizar el “Segundo Encuentro Internacional de Pensamiento sobre Artesanía y Arte Popular”; único Encuentro en todo el continente que convoca a la reflexión sobre artesanías y cultura popular. Este evento trae consigo una importancia trascendental porque el trabajo ligado a estas temáticas no puede darse a espaldas de los procesos investigativos y de la reflexión.

Sin lugar a dudas existe una amplia gama de elementos que se expresan en este Encuentro, desde una propuesta enfocada por la Academia hasta la enorme riqueza de la transmisión de experiencias vivenciales de artesanos y artesanas, pasando por la importancia que tienen los impulsos llevados por un conjunto de países en relación a acciones de innovación productiva, impulso a estrategias de comercio, creación de líneas de política pública, rediseño de objetos así como registro, conservación y puesta en valor del patrimonio o la producción artesanal y su relación con la globalización; son temas de sentido interés en todos los países y que ameritan su debate.

Este Encuentro fue un espacio innovador porque a más de la asistencia de cientos de personas, se logró configurar una plataforma de comunicación nueva a través de vías digitales; esto posibilitó la participación de personas de decenas de países, en tiempo real.

Es primordial reafirmar la importancia de la investigación para la conservación, manejo y desarrollo de las artesanías así como poder reconocernos similares a propósito de un camino compartido, a pesar de la diversidad de senderos como distintos países posee el continente. Desplegar una mirada heterodoxa que supere las conceptualizaciones lineales, monotemáticas y permita avanzar a una relación integral con la producción, tecnología, diseño, comercio, economía, antropología, sociología, patrimonio cultural, historia, museografía de las artesanías es fundamental: la artesanía concebida como un conjunto de bisectrices que se entrecruzan y que, en su relación dinámica, le aporta vida.

Al hacer realidad el reunirnos, compartir y debatir nuestras experiencias, confirma una de las razones que llevó hace cuarenta años a fundar el CIDAP, crear en América una Institución que acoja con su mirada a todo el continente.

Juan Pablo Serrano Neira
Director Ejecutivo del CIDAP





Identidad & Innovación

**II Encuentro Pensamiento sobre
Artesanía y Arte Popular 2015:
Reflexiones desde la diversidad**

El término *Encuentro* significa unión, confluencia, coincidencia entre personas con intereses similares, portadoras de una experiencia particular que al ponerse en común, las enriquece individual y colectivamente. Desde esta perspectiva, un Encuentro tiene un potencial transformador y se constituye en un momento mágico y privilegiado en la vida de quienes se unen en torno a un tema.

Con esta concepción y con motivo de celebrar sus cuarenta años de existencia, el Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares, CIDAP, organizó durante los días 26 y 27 de Mayo de 2015 en su sede Cuenca-Ecuador, el **II Encuentro Internacional de Pensamiento sobre Artesanía y Arte Popular: Reflexiones desde la diversidad**, en el cual se dieron cita artesanos y artesanas, diseñadores, investigadores, docentes, estudiantes y público interesado en la temática de las artesanías y la cultura popular.

El objetivo global del Encuentro fue *“profundizar en conceptos y experiencias sobre la artesanía y arte popular, promoviendo el debate y posicionamiento del rol de las y los artesanos en la sociedad actual, a través de la reflexión desde la diversidad y desde diferentes actores del contexto nacional y americano”*.

El evento contó con la participación de veinte exposiciones de ponentes de cuatro países: Colombia, Ecuador, Estados Unidos y Perú; además de representantes de las principales provincias con vocación artesanal del país: Azuay, Imbabura, Manabí, Pichincha y Santa Elena.



Dicho espacio estuvo estructurado en seis áreas temáticas que expresan la diversidad de lecturas y acercamientos al fenómeno artesanal, a fin de entenderlo en su complejidad; es decir, desde lo cultural y patrimonial, lo económico y la producción, el mercado y la comercialización, el diseño, la cosmovisión de los pueblos indígenas y desde la voz de los propios artesanos/as:

- Reflexiones teóricas generales
- Estructuras de comercio en torno a las artesanías
- Innovación, tradición y diseño
- Artesanía y Globalización
- Arte, cultura popular y patrimonio
- La Artesanía, la historia que se cuenta

En *Reflexiones Teóricas Generales sobre la artesanía* destaca la ponencia de Marco Salamea, sociólogo ecuatoriano que plantea desde una perspectiva sociológica una mirada distinta a la producción artesanal, concibiéndola como una forma de producción precapitalista que debido a su enorme capacidad para resignificarse, ha logrado subsistir a la modernidad y postmodernidad; sin embargo, en este mundo vertiginoso gobernado por el capital y el mercado, las artesanías muestran su situación de vulnerabilidad y tienen un enorme reto para su sostenibilidad futura.

Las *Estructuras de Comercio en torno a las artesanías*, contó con las reflexiones de Madeleine Burns, Directora Nacional del Centro de Formación en Turismo-CENFOTUR del Perú, quien nos presentó un recuento de las estrategias históricas llevadas adelante por este país andino para impulsar y difundir su artesanía. Para ello nos plantea las claves que han permitido el posicionamiento de la artesanía peruana en el mundo, mostrándonos que éste es uno de los pocos países de América que cuenta con un plan estructurado de apoyo al sector artesanal.



Por su parte, Chad Schumacher, emprendedor artesanal en el mercado norteamericano muestra la importancia de la artesanía en una sociedad ávida de restaurar sus relaciones con la naturaleza y las culturas.

El área de *Innovación, tradición y diseño* fue una de las más prolíficas en experiencias compartidas; situación que evidencia la importancia creciente que ha tenido el desarrollo del diseño vinculado a la artesanía y a la vez el aporte que el trabajo artesanal y los artesanos/as con sus técnicas y planteamientos creativos han dado al diseño. Contamos con la participación de: Cecilia Duque de Colombia, Genoveva Malo, Diego Carrasco y Esteban Torres Díaz de Ecuador; todos ellos vinculados al área del diseño y la artesanía, quienes demostraron el potencial creativo de dicha alianza, a través de la exposición de las innovadoras propuestas que han realizado en este campo.

Desde diferentes perspectivas, cosmovisiones y lugares de enunciación los expositores muestran cómo la globalización en tanto proceso universal, cruza la vida de los seres humanos e influye directamente sobre la producción y el mercado artesanal. *La Artesanía y Globalización* fue el tema de la ponencia de Juan Pablo Serrano, Director Ejecutivo del CIDAP, quien expone el significado de la artesanía en el mundo global y rescata su contribución en cuanto filosofía de vida, expresión de identidades locales y acto político de los pueblos.

Toa Maldonado, indígena ecuatoriana, evidencia el ancestral y visionario espíritu de los *kichwa*-otavalo y las necesarias adaptaciones que deben hacer como *mindalaes* en el mundo globalizado.

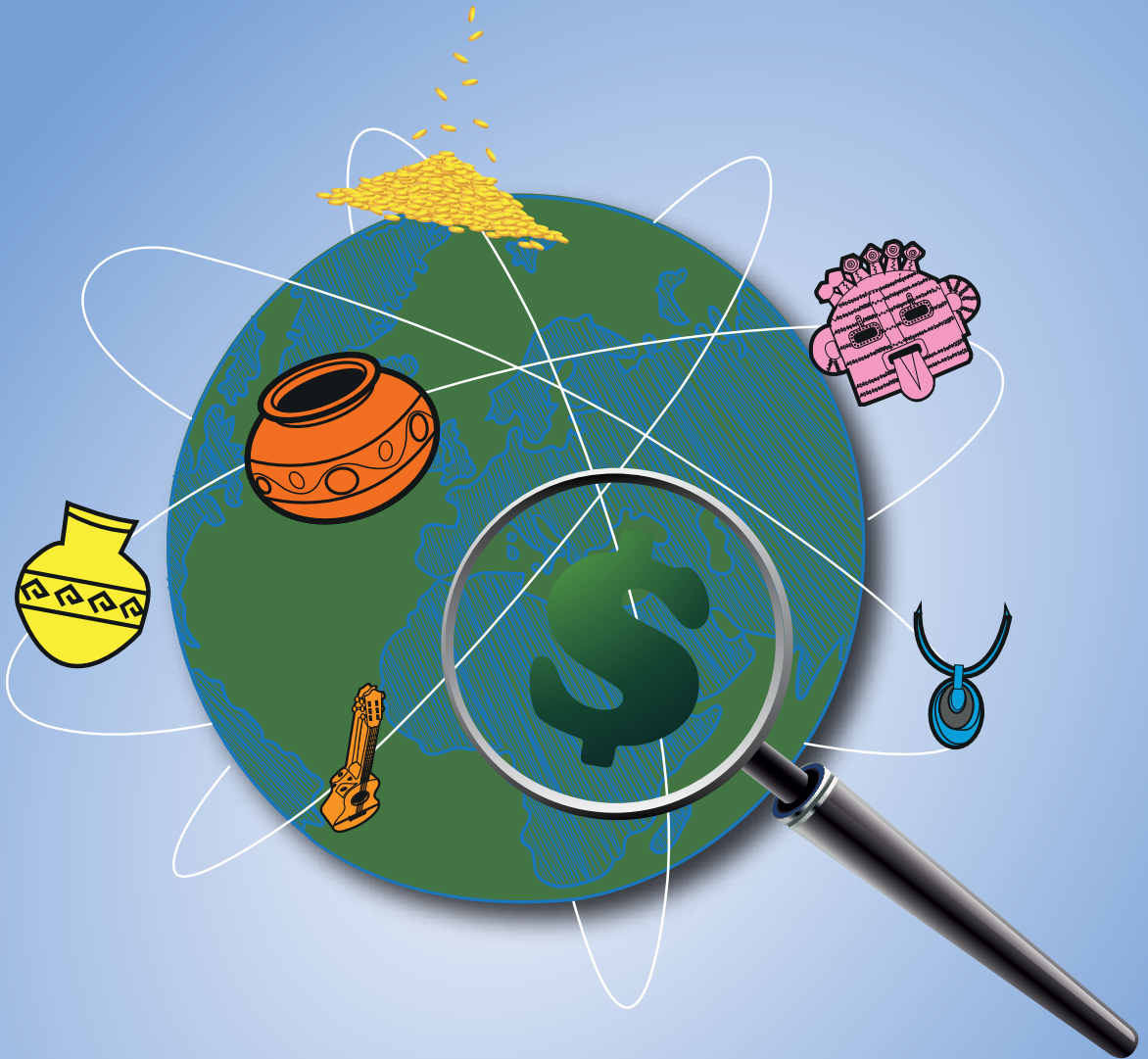
En el área dedicada al *Arte, Cultura Popular y Patrimonio*, Sol Rubín de la Borbolla de México presenta la enorme contribución que su padre, el doctor Daniel Rubín de la Borbolla, médico, antropólogo y museólogo mexicano, brindó al rescate y promoción de la artesanía y el arte popular, legado que se expone actualmente en el “Centro Daniel Rubín de la Borbolla”, ubicado en México D.F., espacio que ha enriquecido el mundo de la cultura popular de México y América.

Por su parte, Mónica Malo de Ecuador, nos sumerge en la comprensión del tejido y el arte textil como uno de los elementos sagrados de la cosmovisión andina, enseñándonos cómo en cada proceso de creación artesanal existe un simbolismo que expresa la vinculación profunda de los seres humanos con la naturaleza y entre ellos en cuanto seres interconectados.

Finalmente, la Mesa Redonda denominada: *La Artesanía, la historia que se cuenta*, congregó a artesanos/as de cuatro provincias del Ecuador para que en un diálogo espontáneo y significativo, narren la experiencia vital de ser artesano, las fuentes de su inspiración, su relación con la naturaleza, su vida y sus sueños; para que cuenten “*qué hace la mente mientras las manos tejen y qué siente el corazón mientras las manos tejen*”. Este fue el momento más humano de todo el Encuentro, evento que representa uno de los esfuerzos más significativos realizados en el año 2015 en los países latinoamericanos por analizar y discutir el rol actual de la artesanía y los artesanos/as, así como sus posibilidades de vigencia en el tiempo.



/ REFLEXIONES TEÓRICAS /



Artesanías: Manifestación pre capitalista como proceso de resistencia ante la globalización

Marco Salamea Córdova

Este artículo plantea una mirada diferente al tema de la producción artesanal, una mirada que problematiza este fenómeno desde un enfoque sociológico. Para ello, el autor parte por considerar a la artesanía como una forma de producción pre capitalista que ha logrado subsistir en la modernidad y la postmodernidad, pero que se encuentra amenazada por una lógica capitalista de producción basada en la acumulación de dinero y riqueza. Reflexiona además sobre la vinculación entre artesanía y globalización, resaltando el hecho de que la artesanía con su enorme capacidad para resignificarse en tanto elemento identitario de los pueblos, haya logrado subsistir. Sin embargo, reconociendo su fragilidad y vulnerabilidad, el autor concluye con algunas propuestas para procurar la sostenibilidad de la artesanía y de los artesanos en el tiempo.

This article presents a different look at the theme of artisan production, a look that problematizes this phenomenon from a sociological viewpoint. To do this, the author begins by considering the craft as a form of pre capitalist production that has managed to survive in modernity and postmodernity, but which is threatened by a capitalist logic based on the accumulation of money and wealth production. It also reflects on the relationship between craft and globalization, highlighting the fact that crafts have an enormous capacity to reassert itself as the identifying element of a people who have managed to survive. However, recognizing its fragility and vulnerability, the author concludes with some proposals to ensure the sustainability of crafts and artisans in time.

Voy a realizar algunas reflexiones desde una perspectiva poco común o inusual en el tratamiento del tema de la producción artesanal y el arte popular. Hay varias ideas fuerza que alimentan esta reflexión.

En primer lugar, la naturaleza económico-social de la artesanía. La producción artesanal es una forma de producción pre capitalista o pre moderna, que adquirió significado sobre todo en la Edad Media en el marco del Sistema Feudal, donde las llamadas ciudades o burgos estaban conformadas por maestros, oficiales y aprendices que laboraban en talleres artesanales. Estos talleres eran la unidad económica básica dentro de las ciudades y de dicha forma de producción y que subsisten en la modernidad e incluso en lo que algunos autores denominan la postmodernidad.

La artesanía forma parte de la producción mercantil simple, cuya lógica se expresa en el ciclo: mercancía-dinero-mercancía; es decir, un artesano produce un bien para el mercado a través del cual obtiene recursos para comprar nuevos bienes o servicios que él no crea, pero que le son necesarios para la reproducción material de su vida. Esta es una acción similar a la actividad que realiza un campesino parcelario, un pequeño productor agrícola, que sale al mercado a vender su producción y a través de esta venta obtiene los recursos para comprar otros productos que le permitan satisfacer sus necesidades. Dentro de la lógica de la producción mercantil simple, el dinero no es un fin, es un medio porque el fin fundamental del trabajador es cubrir sus necesidades vitales.

Este tema es primordial porque expresa la especificidad de la artesanía como modelo productivo. Visto así: ¿en qué se diferencia de la forma de producción propiamente capitalista o moderna?; en que esta última, a diferencia de la mercantil simple, tiene como principio y fin la generación y acumulación de dinero, más conceptualmente, de capital. Su ciclo es: dinero-mercancía-dinero; lo que significa que se invierte una determinada cantidad de dinero para crear un bien o servicio, el mismo que durante el proceso productivo incorpora un valor adicional creado por el obrero -la plusvalía-, dando lugar a una mercancía que se transforma en dinero con un valor mayor al inicialmente invertido.

Esta lógica capitalista se perenniza y hace que en cada proceso productivo se reinvierta parte de las ganancias para obtener más mercancías y por ende más dinero. A este proceso se lo conoce como acumulación de capital, cuyo fin último es la acumulación de riqueza. Esta es la diferencia sustancial entre la forma de producción mercantil simple, donde se encuentra ubicada la artesanía y la forma capitalista. Obviamente que la producción artesanal o el arte popular, puede darse también dentro de un esquema capitalista de acumulación, como es el caso de la industria que genera bienes de tipo artesanal.

Un segundo elemento es que en términos de estratificación social o de clase social, el productor artesanal ha sido reconocido como un pequeño burgués a diferencia de lo que sería un pequeño capitalista. Es decir, si un artesano genera un proceso de trabajo mediante la contratación de personas que reciben a cambio

un salario, aunque sean pocas personas, ya no hablamos de la lógica mercantil simple, sino de una lógica capitalista a pequeña escala. Desde mi perspectiva, es importante tener presente esto pues he visto a muchos artesanos reivindicarse como tales cuando en realidad han pasado a otro nivel social, son pequeños capitalistas que extraen plusvalía o plus valor de sus oficiales, de sus obreros; una extracción que se incrementa a través, por ejemplo, del no cumplir con los beneficios de Ley como el pago del salario básico o la seguridad social, entre otros.

Un nuevo elemento para analizar al artesanado, es la estratificación de los artesanos según sus condiciones socio-económicas...

¿Cuál es la relación entre la forma de producción mercantil simple -léase producción artesanal- y la producción capitalista? La primera está funcionalizada a la producción capitalista por una doble vía; en primer lugar, a través de la intermediación comercial de tipo capitalista porque muchos artesanos venden su producción a los intermediarios y esto origina una transferencia de valor del artesano en beneficio del comerciante capitalista; la otra forma de funcionalización tiene que ver con la conversión de muchos artesanos o artistas populares en obreros a domicilio. Quizás en su momento, el tejido de la paja toquilla fue un ejemplo característico de aquello debido a que los empresarios o los exportadores de sombreros proveían a los artesanos de los recursos necesarios para su trabajo, como podía ser la materia prima. Con esta modalidad, los tejedores se transformaban en obreros o artesanos-obreros que realizaban el trabajo en su domicilio y entregaban los productos a los exportadores; dándose en este caso también una traslación del excedente, del plus valor en beneficio del capitalista o empresario del sombrero por parte del obrero de la paja toquilla.

En este intercambio existen relaciones de subordinación y de explotación. La transferencia de plus valor en beneficio del empresario capitalista no permite garantizar de manera

adecuada la reproducción material de las condiciones de vida del productor artesanal; por eso, muchas veces, los artesanos experimentan una precarización de sus condiciones de vida que se expresan en ingresos bajos, ausencia de seguridad social, etc.. Esta es la situación socio-económica de gran parte de productores artesanales.

Un tercer elemento para la reflexión sobre el tema, es la necesidad de estratificar a los artesanos y artistas populares porque éstos no son un grupo homogéneo, son muy diversos. En primer lugar, en función del tipo de producción, encontramos a los productores de artesanías propiamente dichos, como pueden ser los orfebres, carpinteros, tejedores, etc. En segundo lugar están los productores de artesanías con arte porque no todo objeto artesanal puede ser concebido como arte. La denominación del CIDAP como Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares, da cuenta precisamente que el arte popular no es sinónimo de artesanía, ésta es una diferencia fundamental entre productores. Y, finalmente, hay artesanos que ofertan servicios como por ejemplo un zapatero o un peluquero. Esto supone la necesidad de mirar la heterogeneidad de la población artesanal y de generar políticas diferenciadas para cada sector.

Un nuevo elemento para analizar al artesanado, es la estratificación de los artesanos según sus condiciones socio-económicas como por ejemplo, su patrimonio o su nivel de ingresos. En este ámbito se puede establecer una diferenciación entre artesanos de estrato medio, como pueden ser los orfebres o joyeros cuyos ingresos son superiores a la media; artesanos de estrato medio bajo y bajo en el cual posiblemente se encuentren la mayoría de pequeños artesanos; finalmente, existen también industriales y empresarios involucrados en el negocio artesanal que pertenecen a estratos socioeconómicos altos. Esta diferenciación es importante, pues la política pública y propuestas que se diseñen deben considerar la diversidad de la situación de los artesanos y dirigir sus esfuerzos a quienes son más vulnerables.

El cuarto elemento de análisis es la relación entre la producción artesanal y la globalización. La globalización es un proceso inevitable, históricamente imparables al cual debemos hacer frente. Lamentablemente, tanto en la globalización como en la lógica del proceso de



lamentable tendencia: el deterioro de las condiciones para la subsistencia y más aún para el fortalecimiento o afianzamiento de la producción artesanal. Esta lógica se aplica también a las personas que brindaban sus servicios, como por ejemplo, las lavanderas que antes iban a nuestras casas y que hoy han sido sustituidas por pequeñas o medianas industrias de servicios, que han eliminado la iniciativa individual y autónoma de las personas para trabajar. Lo propio se ve con otros negocios, por ejemplo, las farmacias de los barrios que han sido desplazadas y absorbidas por las grandes cadenas farmacéuticas contra las cuales no pueden competir. Estos son ejemplos claros de cómo la dinámica de acumulación y concentración del capital arrasa con los pequeños productores de bienes y servicios; y, ese es el escenario al que tiene que enfrentarse actualmente la producción artesanal.

La globalización está basada en la quinta revolución tecnológica, en el desarrollo de la microelectrónica, la robótica, en la innovación constante, la economía del conocimiento y el diseño realizado en ordenador. Estos son los elementos claves que se aplican en la producción actual y que son difícilmente asequibles para gran cantidad de artesanos.

producción capitalista hay una ley irreversible: la concentración creciente de capital genera una descomposición permanente de las formas de producción mercantil simple.

En un mercado basado en la competencia, difícilmente los artesanos pueden competir con éxito con los medianos y grandes capitalistas; por esta razón, uno ve en ciudades medianas, como Cuenca, que la producción artesanal está sucumbiendo frente a las medianas y grandes industrias que ahora fabrican lo mismo que hacían y hacen los artesanos y artistas populares, tanto a nivel de bienes como de servicios, con el objetivo último, como ya se mencionó, del lucro sin fin.

Como se observa, la dinámica actual del modelo capitalista provoca una clara y

La globalización económica muestra sus efectos negativos en la artesanía a través del impulso a la llamada producción flexible; es decir, en la actualidad, se ha superado el "Fordismo" que consistía en la producción de bienes estandarizados para un público masivo y se ha pasado a la producción de bienes diferenciados para nichos de mercado específicos, una producción selectiva para un mercado también selectivo; incluso a veces existe una producción individualizada para cada consumidor, que es un mercado de élite tanto a nivel del comprador como del productor, quien debe tener la capacidad económica y tecnológica para realizar esta producción flexible.

¿Podrá la artesanía introducirse en esta lógica de producción flexible para responder la demanda actual del mercado globalizado?,



lo veo bastante difícil, sobre todo porque los artesanos como trabajadores individuales o particulares no tienen las condiciones para entrar a la lógica global; razón por la cual, la globalización asomaría como una amenaza para la subsistencia de la artesanía y el arte popular, al menos en la manera como tradicionalmente se lo ha venido haciendo.

Sin embargo, existe también una globalización de tipo cultural que comporta un fenómeno contradictorio pues, por un lado, efectivamente, amenaza a la artesanía y en general a toda forma de producción mercantil simple pero, por otro lado, brinda de alguna manera oportunidades para su subsistencia. En el primer caso, la homogenización cultural y de las pautas de consumo, así como el impulso a la existencia de productos desechables, contrasta con la lógica de la producción artesanal que tiende a generar bienes duraderos y bienes para el consumo de masas y no para el consumo selectivo. En el segundo caso, la misma globalización cultural busca el despliegue de las potencialidades culturales diversas, de lo heterogéneo, de la valorización de lo diferente, de los particularismos culturales, de lo ancestral y de lo histórico, lo cual permitiría recuperar la

sostenibilidad de la producción artesanal en tanto constituye un elemento identitario de los pueblos.

Ello posibilitaría a la artesanía conectarse con ciertos nichos de mercado que valoran la diferencia y en ese escenario la artesanía se transformaría en uno de los referentes simbólicos de esa diversidad cultural. Este podría ser un pequeño resquicio de posibilidades para la supervivencia del arte popular y de la artesanía en general.

Otra situación que podría confabular en contra de la permanencia de la producción artesanal tiene que ver con el deterioro de las condiciones de vida de la gente; es decir, la globalización no solamente es de tipo económico y cultural, también hay una globalización de la problemática social pues el desempleo y la pobreza se han globalizado y eso hace que en países como los nuestros, el consumo se centre en las necesidades básicas comenzando por la alimentación. Ello conlleva que grandes sectores de la población no adquieran productos artesanales o del arte popular, sobre todo si éste es de calidad porque su costo se vuelve inaccesible.

Un quinto elemento para este análisis, está relacionado con las políticas públicas que constantemente han invisibilizado o no han visibilizado de manera justa y equilibrada, el aporte y la importancia que tiene la producción artesanal para la economía de la sociedad. El Ecuador no es la excepción entre los países latinoamericanos, pues el Estado no ha generado políticas y acciones para impulsar la producción artesanal a nivel nacional; todavía se concibe a este trabajo como una actividad periférica, como una economía subterránea que no tiene mayores potencialidades; más bien el Estado y el actual régimen, promueven un modelo basado en la industrialización y en lo que llama la economía del conocimiento, que invisibiliza al sector artesanal.

“...las políticas públicas que constantemente han invisibilizado o no han visibilizado de manera justa y equilibrada, el aporte y la importancia que tiene la producción artesanal para la economía de la sociedad.”

Frente a este escenario expuesto, que ha procurado ser objetivo y realista, y que puede parecer pesimista porque no estamos haciendo filosofía de la sociedad sino sociología de la producción artesanal, me permitiría plantear algunas propuestas a fin de recuperar y fortalecer en el corto y mediano plazo, la producción artesanal vista como una verdadera resistencia al inevitable proceso de globalización que tiende a la eliminación de las economías mercantiles simples.

En primer lugar, es necesario iniciar con campañas sistemáticas y masivas para rescatar y visibilizar la importancia económica, social y cultural de la producción artesanal en la sociedad y en el contexto ecuatoriano. En esta acción deben involucrarse los propios artesanos organizados y las instituciones públicas, privadas y sin fines de lucro relacionadas con el tema artesanal.

En segundo lugar, es necesario fomentar redes de producción y comercialización para

la producción artesanal y el arte popular. Es muy difícil que los pequeños productores artesanales puedan subsistir solos; la unión y la organización son factores claves. Hay muchos ámbitos donde ellos necesariamente tienen que unirse, no solo para sobrevivir sino para resistir, permanecer y fortalecerse dentro de lo que sería una lógica de economía asociativa, de economía social y solidaria; una economía que no debe ser vista solamente como un tema de moda o de discurso político, sino como una opción de vida real. En este marco, habría que aprovechar el apoyo y las posibilidades que brinda la propia Constitución de la República del Ecuador que define al régimen de desarrollo como un modelo social y solidario.

Al respecto, existen experiencias exitosas de economía social y solidaria en el sector agrícola; aún no se conocen experiencias exitosas, al menos a gran escala de asociatividad, en el campo de la producción artesanal. Este es un tema que debe entrar al debate porque la conformación de redes de producción social y comunitaria pueden ser una suerte de “dique de contención” a la globalización y a la dinámica capitalista.

Finalmente, se deben buscar los mecanismos para aprovechar las potencialidades que ofrecen los derechos económicos y sociales que están planteados en algunas de las leyes del país y, particularmente en la Constitución actual de la República, que declara la necesidad de generar acciones para apoyar a los trabajadores autónomos del campo y la ciudad, teniendo presente que los productores artesanales son parte de dichos trabajadores autónomos. Incluso en la actualidad, cuando se acaba de reconocer e implementar –de una manera distorsionada e incompleta–, el aseguramiento a la seguridad social para las trabajadoras no remuneradas del hogar, es imprescindible recordar que este mismo artículo de la Constitución también plantea que el Estado garantizará la seguridad social a los trabajadores autónomos del campo y de la ciudad, a los trabajadores informales y también a los desempleados.

Este es un tema fundamental porque muchos productores artesanales viven en situaciones de precariedad y una de las claves para contrarrestar esta situación es contar con seguridad social, que es un derecho laboral que toda sociedad racional y civilizada debe brindar a sus trabajadores.

ESTRUCTURAS DE COMERCIO EN TORNO A LAS ARTESANÍAS

La Artesanía en el Perú en los
últimos cuarenta años

Madeleine Burns Vidaurrázaga

Por medio de un vistazo a la historia del Perú vinculada con el desarrollo de la artesanía, este artículo nos muestra las diferentes estrategias utilizadas por el país, a nivel estatal y privado, para promocionar una de sus mayores riquezas: la artesanía y los artesanos que la crean. El Perú es uno de los países de Sudamérica que demuestra tener un plan para impulsar al sector artesanal a través de la generación y aplicación de normas técnicas de calidad, de la motivación a sus artesanos a través de la entrega de diversos reconocimientos, de la promoción de sus productos y fundamentalmente, de ideas creativas formas de comercialización recreando siempre su identidad. Por esta razón, Perú es un país del cual hay mucho que aprender en materia artesanal.

By means of a look at the history of Peru, linked to the development of crafts, this article shows the different strategies used by the country, state and on the private level, to promote one of its greatest assets: crafts and the artisans who create them. Peru is one of the South American countries that have demonstrated a plan to boost the artisanal sector through the generation and application of technical standards for quality, the motivation of artisans through the delivery of various awards, through the promotion of their products and fundamentally, to devise creative ways of marketing all the while recreating their identity. For this reason, Peru is a country in which there is much to learn in the craft field.

Mi presentación parte de la historia del Perú, una tarea complicada porque en realidad el Perú es un país con más de doce mil años de historia, un país pluricultural, megadiverso, geográficamente muy complejo y que tiene una historia llena de eventos y hechos importantes. Por tanto, hablar de la artesanía en el Perú es hablar de todas esas variables que de alguna manera influyen y marcan las técnicas artesanales y el arte popular peruano.

La artesanía peruana -al igual que toda la artesanía en el mundo- tiene un gran valor económico, cultural, social, ecológico y estético; todos, valores intangibles que se acumulan con la historia porque las personas han querido mantenerlos y porque tienen una significación muy importante para ellas. En este sentido, la artesanía peruana está llena de simbología, de cultura, de identidad, de raíces, de conocimientos, de habilidades, de arte, de información como resultado de los procesos de transferencia de conocimientos de padres a hijos; esto hace que sea única y diferenciada, que no pueda haber una artesanía igual que otra, que cada una de ellas tenga la impronta del creador, del artesano o de quien elabora la pieza.

En el Perú la artesanía es un instrumento de inclusión social y de desarrollo económico que se expresa en muchas líneas artesanales y diversas técnicas; existen tres líneas artesanales que son las más importantes: los textiles, la cerámica y la joyería que juntas representan el 72% de la producción de la artesanía peruana. Cada una de ellas tiene sus propias especificidades según la región donde se realicen y de acuerdo

a la materia prima que tienen a su alcance los artesanos para desarrollarlas; por tanto, la cerámica de chulucanas es muy diferente que una cerámica mayéutica del Cusco o que una cerámica de la selva; esto hace que las artesanías peruanas tengan enorme riqueza y diversidad.

Muchas cosas han pasado en la historia peruana desde el Perú preincaico, el apareamiento de las culturas incas, la conformación del Imperio incaico, la llegada de los españoles y después la Independencia y el inicio de la República; y, en ese complejo proceso, los peruanos nos perdimos y dejamos de mirar hacia al interior, hacia nuestras raíces, hacia nuestras costumbres y dejamos de ser una Nación para ser solamente un grupo de personas unidas en un espacio geográficamente delimitado.

Es a principios del siglo XX cuando los indigenistas empiezan a buscar la identidad del Perú y a encontrarse con el Perú profundo a través de la mirada de Arguedas, Laso y Codesido. Existe un importante patrimonio pictórico que muestra las primeras representaciones de las costumbres del Perú de la época y, a través de estos autores, se empieza a llevar el arte popular a las ciudades mediante la realización de exhibiciones en casas especializadas y en galerías de arte; es decir, hay un auto reconocimiento de nuestra cultura y comienzan a comprarse estos objetos.

Es en este período se forman las grandes colecciones de arte popular que a Dios gracias se mantienen aún en algunos museos, pues desde los años treinta a los sesenta del siglo pasado, el arte popular llega con mayor frecuencia a las

ciudades a través de ferias agrícolas debido a que este tipo de arte estaba muy vinculado con la actividad agrícola.

En esa época, el Ministerio de Educación promovió más de ocho escuelas donde los hijos de los artesanos y los propios artesanos comenzaron a enseñar a otras personas sus conocimientos. En la década de los setenta llega el programa “Alianza para el Progreso” al Perú, programa norteamericano que trabajaba a través de los voluntarios del Cuerpo de Paz quienes emprenden un plan para impulsar el desarrollo de los pueblos; proceso en el cual descubren las artesanías y las envían a Estados Unidos, siendo éste país el primer mercado a donde se dirige el arte popular peruano.

El Cuerpo de Paz adecuó la artesanía peruana a las nuevas tendencias y usos del mercado y, a través de ellos se realizan las primeras exportaciones; muchos de los voluntarios del Cuerpo de Paz se convierten en los primeros importadores de artesanía peruana.

Son también los voluntarios del Cuerpo de Paz quienes impulsaron la generación de ingresos a través del fortalecimiento de los conocimientos de grupos de mujeres tejedoras que realizaban chalinas, ponchos, guantes. La perspectiva de estos productos tuvo una de sus expresiones más altas cuando Lady Di utilizó una chompa de alpaca peruana: la famosa “chola pink” que fue una de las piezas que revolucionó las exportaciones textiles del Perú. La demanda hacia este producto demostró que no teníamos capacidad de respuesta a las necesidades del mercado internacional porque cuando Lady Di puso de moda esta chompa, los peruanos no pudimos cubrir los enormes volúmenes de pedidos.

Con el tiempo a estos grupos artesanales se los dotó de máquinas de tejer caseras y se impulsaron los proyectos de tejido con las mujeres, al ser una línea con mucho potencial de exportación.

A la par, empieza en el Perú diez años de un Gobierno militar que promociona y saca las ferias del campo a la ciudad, lo cual apoya a la valoración de las artesanías en nuestro país. En esta época se crea la Empresa Estatal Artesanías del Perú que se convirtió en la mayor exportadora de artesanías; pero, además, se empezó a entender al incipiente mercado turístico que florecía en el Perú, pues se lanzó al mundo el

complejo arqueológico de Machu Picchu, con lo cual el país comienza a recibir un número cada vez mayor de turistas que representan numerosos compradores de artesanías.

Si bien se incrementa el número de empresas exportadoras, al finalizar los años noventa, el Gobierno cierra todas las empresas estatales y, entre ellas, también Artesanías del Perú. Los artesanos que ya no disponían de canales para comercializar sus productos, encuentran salida a través de la creación de numerosas ferias y de galerías artesanales; estas ferias se realizan en las ciudades más importantes y en ellas se juntan más de quinientos puestos artesanales solamente dedicados al sector turístico.

“ ... la artesanía se convierte entonces en su única forma de sustento económico. ”

En esta década comienza con mucho más fuerza, la migración del campo a la ciudad y los artesanos por diferentes razones, entre ellas el terrorismo, se mudan a la ciudad buscando mejores condiciones de vida; la artesanía se convierte entonces en su única forma de sustento económico. Los artesanos se asientan en los alrededores de las urbes creando los famosos pueblos jóvenes que han sido integrados totalmente a las ciudades y también se ubican cerca de los destinos turísticos del Perú como Cuzco, Puno y Arequipa.

Posteriormente se crean nuevos proyectos artesanales con el apoyo de la cooperación internacional e ingresa a trabajar en el Perú la Cooperación Italiana y la USAID a través de proyectos de desarrollo que integran el diseño, incorporan tecnología y promocionan los productos peruanos en ferias nacionales e internacionales. USAID crea el proyecto “Chulucanas” para apoyar a la famosa cerámica de chulucanas; adicionalmente se impulsan los textiles de Cuzco y de Ayacucho mientras la participación del Perú en ferias nacionales e internacionales se vuelve cada vez más importante.



La artesanía peruana tiene valores físicos e intangibles, valor económico, valor cultural, valor social, valor ecológico y valor estético.

Se crea el Perú Show, que es una muestra internacional. Los artesanos peruanos comienzan a llevar sus artesanías a Nueva York y Europa, por ejemplo hay varios artesanos participando en la feria de Milán, en la feria de París y en las ferias y plazas de diferentes ciudades de España porque ellos, además, son empresarios y tienen mucha fortaleza para comercializar.

En la etapa en la que estuve como Directora Nacional de Artesanía del Perú, esto es del año 2002 al 2012 y hasta el 2013, se crearon los Centros de Información Tecnológica en el Perú a través de los cuales el Estado comienza a invertir en la renovación tecnológica y el diseño en la artesanía. Se generó una nueva Ley del Artesano y del Desarrollo Artesanal donde se hace un reconocimiento importante a los artesanos como generadores de identidad en el Perú y se identifica a la artesanía como un recurso turístico más del país. También se crearon por Ley, los Premios de Reconocimiento Artesanal cuyo propósito es generar en los artesanos orgullo y sensación de pertenencia al desarrollo económico del país; asimismo se organizaron ferias nacionales muy importantes y numerosos emprendimientos privados al respecto.

Los diseñadores han estado constantemente acompañándonos en el proceso y, en esta etapa, vinieron diseñadores especializados en el

mercado norteamericano, europeo, el mercado turístico, el mercado nacional y a la par se desarrollaron diseñadores peruanos.

Se incorporó la artesanía a la moda y se hicieron adecuaciones a la artesanía y sus usos para ingresar en todos los mercados posibles. Conjuntamente con los diseñadores se organizaron desfiles de moda de manera pública en calles y parques de todo el Perú, para que la gente en general, entienda estos procesos y sepa que la artesanía se puede incorporar a su vida diaria.

Uno de los ejes del trabajo fue la realización de campañas publicitarias, sobre todo en los últimos cuatro años, buscando incrementar el mercado nacional y la compra de las artesanías por parte de los propios peruanos.

También se celebra el Mes del Artesano; es decir, el homenaje a los artesanos por su día, se prolonga por un mes. En cada una de las regiones del Perú, en marzo, se festeja la presencia del artesano, se realizan encuentros y seminarios, como por ejemplo los Seminarios de Artesanía y Turismo que organiza la Fundación Nacional de Turismo y el Encuentro de Tejedores. Las asociaciones privadas empiezan a participar de manera importante, tal es el caso del Patronato de la Plata del Perú, el Centro de Textiles Tradicionales del Cuzco y algunas ONGs que



trabajan en temas de desarrollo y que están incorporando la artesanía como una estrategia de sus procesos en el campo, pues las actividades están muy ligadas; a las actividades productivas como la agricultura, le acompañan siempre las artesanales porque en todas las comunidades rurales la gente sabe hilar, tejer, hacer cerámica, trabajar la madera, el oro y la plata porque lo han aprendido tradicionalmente, porque es parte de los activos intangibles de las comunidades, del conocimiento ancestral que viene con ellos por generaciones.

A esto se suma que solamente las familias ancestrales de artesanos son capaces de manejar todos los puntos para hacer un telar de cintura y los diferentes diseños; lo admirable es que los diseños están en su cabeza, allí tienen un verdadero “Yacar” que hace que nosotros nos asombremos cómo pueden seguir el ritmo sin un patrón. Existe en el Perú una palabra en *kichwa* que representa este conocimiento, se llama *kaipi*, significa que el conocimiento está en la cabeza; tan singular manera de conservar el conocimiento, debe llevarnos a hacer un reconocimiento especial a los artesanos y a las familias de artesanos que han ido pasando su conocimiento de padres a hijos.

Al respecto es importante destacar el trabajo del Ministerio de Cultura que a través de la creación del Reconocimiento al Patrimonio Inmaterial peruano, ha ubicado a la mayoría de expresiones artesanales peruanas como patrimonio inmaterial nacional. Por su parte, la UNESCO ha reconocido al Arte textil de Taquile dentro de la lista representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad.

En la búsqueda de competitividad para el sector artesanal, se generaron varios programas de calidad, lo que significó iniciar el proceso de creación de normas técnicas para las grandes líneas artesanales. Hasta la fecha se han elaborado cuarenta normas técnicas desde el INDECOPI, Instituto encargado de la Calidad en el Perú, que nos han servido para implementarlas con diferentes grupos artesanales en aras de mejorar la calidad de los productos.

De manera complementaria, se ha trabajado en obtener la Denominación de Origen de la cerámica Chulucanas, siguiendo el modelo de desarrollo de artesanías de otros países para poner en valor y resaltar el proceso de elaboración de este arte. Se trabajó también el tema de la asociatividad entre artesanos, pues teniendo en consideración que el desarrollo artesanal es una empresa incompleta a la cual le falta el área de comercialización y de gestión, la asociatividad está vista como un proceso de gestión que nos lleva a mejorar la aproximación del trabajo artesanal al mercado.

“

Para mantener el valor de la pieza artesanal tuvimos que hacer un esfuerzo enorme por generar un mercado que realmente aprecie ese producto...

”

Para mantener el valor de la pieza artesanal tuvimos que hacer un esfuerzo enorme por generar un mercado que realmente aprecie ese producto, hubo que dotarlo de historia, generar identidad, crear un *branding* o una marca para los productos artesanales porque en realidad competimos con un sector conocido como “*gift*” o de “regalos”. Al respecto, la labor de todo Estado y del sector privado es generar estos valores diferenciados de la artesanía y hacer que cada una de las piezas sea capaz de venderse sola en cualquier parte del mundo sin la presencia del artesano, que la gente que lo compre entienda y aprecie, que sienta la huella del artesano en cada producto que va a adquirir.

Finalmente, llevamos la artesanía a la Academia. Este año se están desarrollando dos diplomados: uno en gestión de la calidad

artesanal y otro en gestión de empresas artesanales dentro de la Universidad Católica del Perú y la Universidad San Martín de Porres; este es un proceso muy interesante donde los artesanos han participado activamente y que les fortalece para seguir adelante en su desarrollo empresarial.

Con estos estudios hemos formado artesanos que a su vez son evaluadores de procesos de calidad artesanal. La artesanía peruana está pasando en la actualidad procesos de certificación y nos encontramos con que no había profesionales preparados que pudiesen hacerse cargo de los mismos, eso fue lo que generó la necesidad de estos diplomados. Sin embargo, a nivel de pre grado no tenemos aún nada realmente importante, a más de incorporar unos cursos de artesanías, de emprendimientos de folklore en las Escuelas de Turismo. Creo además que ha habido un gran avance en el sistema de estatal, en donde ya se está contratando a gerentes de artesanías para los gobiernos regionales y locales; esto va a obligar a estos funcionarios a prepararse en el manejo de industrias culturales como la artesanía.

Quería poner énfasis en el tema de los reconocimientos que el Perú hace a los artesanos. Como se mencionó, por Ley se crea el “Premio Nacional *Amauta* de la Artesanía Peruana”; a través de este premio, se reconoce la trayectoria de artesanos que han formado escuela y que han permitido que mucha gente cree talleres

artesanales y la artesanía tenga continuidad. Estamos hablando de *amautas* como el maestro Méndiga y el maestro Tigri; en Perú hay veinte *amautas* de la artesanía peruana y ellos son como los patriarcas del arte popular, que hacen que éste sea más valorado porque sus piezas son únicas, piezas de museo que se comercializan en un mercado exclusivo.

La medalla “Joaquín López Antay” es también un reconocimiento que hace la República a los artesanos. Recordemos que Joaquín López Antay era un campesino que hacía retablos de San Marcos y que cuando se presentó al Concurso Nacional de Arte generó una polémica muy grande porque el jurado, en ese momento, consideró que lo que él hacía no era arte, que no llegaba al nivel del denominado arte culto y que no se le podía dar el premio; en ese momento, Pablo Macera hace una defensa de Joaquín López Antay en tanto artista y cuando a él le preguntan ¿qué representa su obra?, él dice que representa figuras que tiene en su mente. Él es el único artesano que gana el Concurso Nacional de Arte y, por supuesto, los artesanos en el Perú le tienen un gran respeto y admiración; a partir de entonces, el señor Presidente de la República creó el Premio “Joaquín López Antay” que cada año reconoce al menos diez artesanos peruanos.

Al respecto, merece mencionarse que se considera que una de las mejores expresiones de la artesanía peruana es el retablo. Se inicia con el Cajón de San Marcos, a modo de un





Perú es un país pluricultural, mega diverso, geográficamente complejo y con una historia con grandes retos.

pequeño altar portátil y ha ido evolucionando con la historia; en la actualidad, un retablo plasma momentos importantes de la vida de los campesinos y los artesanos, como por ejemplo la cosecha, la adoración a los santos, las fiestas patronales, la fertilidad y últimamente se incluyen máscaras u otros objetos modernos. El retablo es la representación de la historia no escrita del Perú.

Está además el “Concurso Nacional de Diseño” porque la innovación no puede estar lejos del proceso artesanal, de la tecnología, del rescate de técnicas que se pierden y que son importantes para agregarle valor y diferenciar el producto artesanal. Con este objetivo, el Concurso Nacional de Diseño premia el diseño, la pieza, el rescate de técnicas y las tecnologías aplicadas.

Sin embargo, la artesanía no es solo para la comercialización. Los artesanos incorporan o siguen usando la artesanía en su vida, en sus tareas cotidianas y sobre todo en los festivales regionales y las festividades básicamente folklóricas. El Perú tiene actividades culturales como la Virgen de la Candelaria, la Semana Santa en Ayacucho, la procesión de la Virgen de los Milagros, en fin, todas ellas poseen una profunda carga cultural expresada a través de

los ritos y parte ellos es fabricar los productos que se utilizan de manera artesanal. Vemos esto por ejemplo en la Candelaria, en las cuatro mil vaquillas que se presentan; todos los productos están elaborados a mano, todos los bordados se realizan a mano. Para la Semana Santa en Ayacucho, el altar y las velas también están elaboradas a mano y hacerlo así es un orgullo para la gente. Nosotros tratamos de promover el uso de las artesanías en la vida de la población pero sabemos que es difícil porque el bajo costo de los productos utilitarios en plástico o en metal hace que la gente prefiera usar eso porque los productos artesanales son muy delicados; sin embargo, el valor de los objetos artesanales se mantiene en los pueblos y en tanto en cuanto los peruanos mantengamos nuestras costumbres y nuestra cultura, la artesanía estará viva.

La artesanía peruana ha sido capaz de incorporar en cada pieza toda la historia y evolución del Perú, de ese Perú incaico hasta el Perú actual. Para nosotros, para los peruanos, la artesanía está cargada de identidad, nos devuelve a nuestras raíces; pero estamos conscientes que necesita innovación para llegar al mercado y la calidad debe ser una de sus características más importantes y para eso estamos trabajando muy fuertemente.

SHOPPING ONLINE



La artesanía ecuatoriana y el mercado norteamericano: el caso Allegory

Chad Schumacher

El autor es un emprendedor y experto en marketing digital; a través de una experiencia personal con la venta de artesanías en el mercado norteamericano, nos introduce en los mecanismos para entender e ingresar al mercado *on line* en Estados Unidos. Su propuesta está basada en el impulso a tres ejes: el diseño funcional, el uso de materiales únicos que cuenten una historia al consumidor y un trabajo artesanal de calidad dirigido a un público que valora la artesanía y que requiere reconectarse con la naturaleza y la belleza de lo cotidiano.

The author is an entrepreneur and expert in digital marketing; through a personal experience with selling crafts in the US market, he introduces us to the mechanics of and ingress into the online market in America. His proposal is based on the impetus in three areas: functional design, the use of unique materials that tell a story to the consumer and quality craftsmanship—this for an audience that appreciates such craftsmanship and requires a reconnection with nature and everyday beauty.

Estoy aquí para compartir con ustedes mi historia de vida y el aprendizaje obtenido en este camino, cuya base fue innovar y seguir adelante. Hace tres años el sector financiero de Estados Unidos atravesó un momento crítico que ocasionó el cierre de muchos negocios; yo trabajaba en esos momentos como ejecutivo de mercadeo en una empresa de tecnología, mi esposa también laboraba allí cuando esta empresa, como le sucedió a muchas, quebró y tuvo que cerrar.

Acabábamos de tener nuestro primer hijo, esta fue quizá la época más complicada de nuestras vidas. Lo que sucedió supuso un cambio completo de nuestro proyecto de vida y nuestros valores. Empezamos a pensar en cómo sobrevivir. Trabajar con la tecnología es muy interesante, pero en Estados Unidos, debido a su avance, la vida ha cambiado mucho y la gente ha perdido la conexión con la naturaleza, con el mundo real, hemos perdido el alma. Por ello decidimos crear una empresa llamada “*Allegory, Bienes Artesanales*” con el fin de contrarrestar el alejamiento de la gente del mundo, de la vida; para ello, se buscó rescatar su conexión con los objetos, pues la gente desea conocer cuál es el proceso de producción de las cosas que usa.

allegory

Handcrafted Goods Co.

Allegory es una empresa familiar formada por mi padre, mi esposa y por mí; tiene un taller con cuatro empleados, elabora objetos hechos a mano. Mi padre venía trabajando con madera y esa fue la inspiración para iniciar el trabajo como artesanos, creamos lapiceros de madera que cuentan una historia; para ello, buscamos maderas que tenían historia, por ejemplo: usamos un tipo de madera que tiene 150 años y ha perdurado porque fue preservada bajo tierra, debido a que un gran bosque se derrumbó y fue enterrado durante todo este tiempo.

Al principio *Allegory* fue una idea para tener recursos mientras buscábamos otro trabajo; y, para sondear el terreno, colocamos nuestro producto en *Kit Store*, que es un sitio en Internet que permite difundir propuestas de negocio. Para ello, se hace el prototipo, se sube la idea al sitio de Internet y la gente puede comprar

el producto antes que éste haya sido fabricado, a sabiendas que debe esperar dos, tres o seis meses para recibir su producto. Lo interesante de este tipo de iniciativas es que permite sondear la posible aceptación del producto en el mercado.

“

... se buscó rescatar su conexión con los objetos, pues la gente desea conocer cuál es el proceso de producción de las cosas que usa.

”

Kit Store es otra forma de inversión y negocios, es una empresa muy responsable con el crecimiento de las microempresas de artesanos en EEUU. Cuando deseaba comenzar con mi proyecto, al principio no sabía cómo estructurar una empresa y busqué su asesoría; ellos nos apoyaron, nos brindaron material, herramientas y nos orientaron sobre qué podíamos hacer con nuestras capacidades y la cantidad de dinero que poseíamos.



De esta manera, con nuestro primer proyecto de lapiceros de madera logramos ganar dieciséis mil dólares en un mes de trabajo; fue entonces cuando la iniciativa de hacer algo de dinero mientras encontrábamos trabajo, se convirtió en una forma de vida. Luego de esta experiencia, vinculamos a *Allegory* con otras estrategias de venta, como por ejemplo con *Amazon*, para posteriormente crear nuestro propio sitio virtual.

Nuestro nicho de ventas es un mercado de lujo, pues cada uno de nuestros lapiceros cuestan ciento veinte dólares y si bien existen otros lapiceros de madera que se venden *on line* a precios menores, el nuestro tiene un proceso muy cuidado de selección de las maderas, incluye la historia de las maderas y del proceso de elaboración, tiene una marca y otros valores agregados que se reflejan en su precio y permiten llegar a un mercado exclusivo.

Como mencioné, en esta época, se produjo en nosotros un cambio de valores en relación al trabajo porque ya no pensábamos solamente en la ganancia económica del negocio, pues sentimos la importancia de crear con las manos, la conexión que se establece con los productos y el amor al trabajo, que es algo que los artesanos conocen bien. Este fue un descubrimiento para nosotros como productores y también para nuestros clientes que experimentan esta sensación cuando reciben un objeto fabricado de esta manera.

El crecimiento que ha tenido *Allegory* nos comprueba que el mercado tiene “hambre” de productos de este tipo, que les permitan a las personas establecer una conexión consigo mismo y con la naturaleza; lo cual se convierte en un importante nicho de mercado para los artesanos, quienes deben identificarlo y encontrar las formas de entrar en este mercado que valora su trabajo y sus tradiciones expresadas en él.

Para impulsar la empresa, nosotros aprendimos sobre el mercado norteamericano, en donde actualmente hay todo un movimiento de pequeñas empresas como la nuestra, que trabajan *on line* y cuya sede está en su casa; un modelo de empresa que está en auge y que demuestra que hay otras formas de hacer negocios. En Estados Unidos se está volviendo a producir objetos artesanales en bajos volúmenes, lo que permite vender directamente al consumidor, permitiendo que el artesano obtenga ganancias justas.

El crecimiento de *Allegory* se basó en tres principios: diseño, materiales y trabajo artesanal.

El diseño de los productos de *Allegory* se centra en la función que éstos van a cumplir para el consumidor. Esta función debe ejecutarse con claridad y excelencia.

Hay que hacer productos con significado para las personas; para ello, se utilizan materiales que tengan una historia convincente.

Los productos de *Allegory* están hechos a mano por expertos artesanos que aman su trabajo.

Con este enfoque, *Allegory* ha liderado siete proyectos exitosos en *Kickstarter* que es un sitio web que auspicia e impulsa proyectos creativos. A través de la venta *on line*, *Allegory* ha creado una amplia base de clientes en más



de veinte países que comparten la pasión por la artesanía de calidad; todo esto, por medio de procesos de marketing que desarrolla y de su filosofía de convertirse en “mentor” de artesanos de otros países, quienes a través de su trabajo y la conservación de su identidad y tradiciones pueden, con este apoyo, introducirse en el mercado norteamericano.

Otro momento clave en la trayectoria de *Allegory* que cambió nuestro foco de atención fue cuando conocí al señor José Jiménez, un ecuatoriano que trabaja en la elaboración de la macana. Yo lo conocí en una feria organizada por ProEcuador, en donde mientras los compradores caminaban sin prestar mayor atención, vi a José tejiendo en telar, en el piso, con su familia, mostrando la técnica que utiliza su comunidad desde hace 200 o 300 años; al ver esto me dije: artesano y público no están conectados, ¿cuál es la razón?



No es un problema de calidad pues el trabajo artesanal de Cuenca tiene un nivel internacional, tampoco es un problema de historia porque hay una muy rica historia de tradiciones de tejido presente; llegué entonces a la conclusión de que el problema era de dos tipos: de diseño y de marca.

Por esta razón, como *Allegory* ya tiene una marca establecida, iniciamos el trabajo con José y un grupo de tejedoras para elaborar un maletín que a simple vista parece una maleta de ejecutivo que será llevada a cualquier reunión, pero cuando se la abre, se puede observar en su interior el tejido de macana en donde se narra el significado de este tejido. Este objeto puede ser adquirido para cubrir la necesidad de cualquier persona y a través de él, se establece una conexión con Ecuador y su artesanía; historia que el dueño del maletín puede compartir con su familia, amigos, compañeros de trabajo.

Esta maleta se vende a través de *Kit Store* y por medio de esta idea innovadora hemos vendido treinta mil dólares con esos bolsos y ya estamos pensando cuáles deben ser los próximos pasos a seguir para potenciar el concepto que hemos creado con este producto y hacer que crezca. Nosotros, por supuesto, no somos los únicos que trabajamos en ello, lo hacemos con la colaboración de diseñadores y artesanos que es la base de nuestra estrategia creativa.

Personalmente considero que la tarea más grande que tenemos para la comercialización de las artesanías ecuatorianas, es el acceso a las mismas por parte de los clientes en Estados Unidos. Para quien vive en este país es muy fácil acceder a sus propios mercados, monté la empresa desde mi casa, creé una página web, utilicé las herramientas tecnológicas y ya tuve un negocio. Pero comercializar desde aquí no



es tan fácil por algunas razones: los sitios que venden productos tiene reglas que pueden ser muy complicadas; los clientes esperan que cuando compran en línea van a recibir sus productos en una o dos semanas; se desconocen las normas del mercado norteamericano; y, los bajos volúmenes de producción de la artesanía ecuatoriana no logran satisfacer las demandas o pedidos masivos de este mercado.

Por estas razones es urgente generar una forma fácil de acceso al mercado estadounidense para los artesanos de Ecuador, a fin de que ellos pongan sus productos en un sitio en el que la gente pueda comprar y recibir sus compras, centrándonos en los intereses del artesano y no en el comprador porque éste quiere comprar al precio más bajo.

Con este objetivo, estamos formando una alianza estratégica entre ProEcuador, CIDAP y *Allegory* para generar un servicio dirigido a los artesanos, parecido al modelo de consignación; de tal manera que ellos puedan mandar sus productos y éstos se encuentren en el mercado norteamericano listos para su adquisición. Entonces, el primer paso será trabajar con los productos que están listos para la venta.

Pensamos además abrir las puertas para propiciar una conversación directa entre los artesanos y los clientes en Estados Unidos. Aún no sabemos los efectos de esta estrategia, tal vez no ganemos millones de dólares, pero lo importante es que abramos canales para que ambos: artesanos y clientes se conozcan así como para avanzar en la comprensión de lo que requiere el mercado norteamericano y el artesano ecuatoriano, pues estamos convencidos que hay una gran historia por construir juntos.



/ INNOVACIÓN, TRADICIÓN Y DISEÑO /

Diseño e Innovación en la Artesanía Colombiana

Cecilia Duque Duque



A través de un recorrido por dieciséis años de trabajo y experiencia en el proceso de innovación de la artesanía colombiana por medio del diseño, la capacitación y la promoción artesanal, la autora nos revela las claves que permitieron que la artesanía en Colombia sea apreciada en primer lugar por sus propios habitantes y a la par, reconocida en el mundo. La Feria Artesanías de Colombia, los laboratorios de diseño, los procesos de capacitación tanto a artesanos como a diseñadores, la investigación y el desarrollo del producto, el trabajo conjunto de creación entre artesanos y diseñadores, las alianzas público privadas y la instauración de políticas públicas al respecto son las estrategias que articuladas e impulsadas simultáneamente, demostraron su efectividad para cambiar y recuperar una artesanía colombiana con calidad e identidad, pero sobre todo profundamente humana.

Throughout his travels and during his sixteen years of work and experience in the innovation process of Colombian handicrafts through design, craft training and promotion, the author reveals the keys that have allowed the craft in Colombia to take first place among its own inhabitants and, at the same time, to be recognized worldwide. The Colombian Craft Exposition, design workshops, training processes both for craftsmen and designers, research and product development, the work of creation between artisans and designers, public-private partnerships and the establishment of public policies about the strategies are articulated and simultaneously driven and they have demonstrated their effectiveness to change and recover a quality Colombian craftsmanship and identity, but above all, a deeply human one.

La ciudad de Cuenca y sus alrededores son la cuna de una basta y rica producción artesanal. Considero este lugar, al que he venido varias veces, como el centro del pensamiento y de la reflexión de las artesanías de América, especie de templo de la sabiduría e identidad pues aquí se llevó a cabo la Primera Reunión de Expertos de Artesanías y Arte Popular convocada por la OEA y el Gobierno del Ecuador.

Tuve el privilegio de ver nacer al CIDAP cuando era funcionaria de la OEA en Washington y trabajaba en el Departamento de Cultura como consultora en artesanías; en ese entonces, el doctor Daniel Rubin de la Borbolla e Inés Chamorro fueron los pioneros en el diseño y puesta en marcha del Centro, con la anuencia del Director General de la OEA y del Gobierno del Ecuador.

El CIDAP lideró por mucho tiempo la cooperación para el desarrollo artesanal a través de cursos, reuniones, talleres especializados en diseño, joyería, comercialización, investigación, montaje de muestras, constituyéndose así en un Centro de apoyo a la artesanía de América. En la actualidad, el CIDAP vuelve a constituirse en vocero de la comunidad interamericana para que unamos esfuerzos e interrelacionemos propósitos comunes en relación a la artesanía, los ganadores a la final serán los artesanos.

“

el artesano es un creador por naturaleza; yo prefiero este tipo de diseño al de varios diseñadores de Colombia...

”

En este Segundo Encuentro Internacional de “Pensamiento sobre Artesanía y Arte Popular” estaremos reflexionando acerca del largo camino recorrido y mirando hacia el futuro; este Encuentro plantea retos fascinantes hacia una visión de largo plazo con la certeza que todavía tenemos mucho por aprender unos de otros.

Desde este contexto expondré la estrategia de diseño e innovación de la artesanía colombiana, tarea que me correspondió liderar como política pública cuando ocupaba el cargo de Directora General de Artesanías de Colombia, desde 1990 hasta el año 2006; además, estuve vinculada con la Asociación Colombiana de Producción Artesanal, con el Museo de Artes y Tradiciones Populares y con la OEA.

Cuando el ministro Ernesto Samper Pizarro fue alto funcionario de un organismo internacional, con sede en Quito, me llamó y me preguntó: ¿si tú fueras Gerente de Artesanías de Colombia qué harías? Yo le dije: si fuera Gerente de Artesanías de Colombia, yo haría una nueva artesanía colombiana. Tal vez no era consciente de lo que estaba diciendo en ese momento porque hablar de una nueva artesanía era como pensar que no hubiera, que no existía artesanía en Colombia; pero así fue como de pronto surgió el tema de la innovación. Tuve entonces la oportunidad de asumir esa responsabilidad en el año 1990, tenía claro que el producto artesanal en Colombia se había deteriorado mucho y que

había problemas con la pérdida de los artesanos que iban envejeciendo y con el tratamiento de la materia prima.

¿Por qué se habla de innovación? ¿Qué quiere decir innovación? Esa palabra parece magia o tabú, pero al mismo tiempo es tan sencilla. Cuando decidí hacer un libro que se llama: “Lenguaje creativo de lenguas indígenas de Colombia” fue porque me pregunté: pero ¿de cuál innovación hablamos? si los artesanos son las personas más innovadoras del mundo y sin embargo ¿qué pasaba con los artesanos en este momento? Los artesanos perdieron el contacto con su comprador tradicional, con esos compradores que pertenecían a los pueblos, que venían de las mismas comarcas; ellos ya no estaban comprando estos productos porque la industria los había suplantado. Esos artesanos entonces tuvieron que pensar qué iban a hacer y muchos abandonaron el oficio, muchos; yo recuerdo a un joyero, un verdadero artista, que terminó trabajando en mecánica de carros, ¿por qué? porque no supo qué más hacer.

En estas circunstancias es cuando se plantea la necesidad de hacer una nueva artesanía para el país y pensar en cuál es nuestro potencial, qué tenemos, cómo podemos apoyar al artesano y esto tenía que convertirse en una política pública. No puede ser que un técnico diga a los artesanos qué hacer, el artesano es un creador por naturaleza; yo prefiero este tipo de diseño al de varios diseñadores de Colombia que se fascinan por la línea, por la curva, por el punto, pues los indígenas son mucho más creativos que cualquier diseñador. No quiero con esto desmerecer el trabajo de los diseñadores porque si no fuera por los diseñadores, tampoco hubiéramos hecho innovación en Colombia.

Entonces trazamos el camino y nos focalizamos. Sectorizamos el país, analizamos qué está pasando con la artesanía en Antioquia, en Nariño, en Caldas y otras regiones de Colombia. Al dar una mirada más cercana, se decidió respetar la autonomía de los artesanos pues no se puede decir a un artesano cómo debe hacer su trabajo porque es así como ellos lo han aprendido y desarrollado, ese es el punto de partida para trabajar la innovación con los diseñadores. Sin embargo, cuando a mí se me presentó la oportunidad de realizar este trabajo, se identificaron a los diseñadores y se determinó que cada año en el país se incorporaban más o menos



Feria Expoartesanías

3.000 diseñadores y que todos ellos estaban vinculados a la industria, a las fábricas o haciendo diseño gráfico, teniendo presente que el 70% de la población industrial en Colombia está conformada por pequeños empresarios. No había casi diseñadores involucrados en la artesanía lo que era un gran vacío considerando que, en ese momento, en el país se contaba con una población de 350.000 artesanos. Hubo entonces que reclutar a diseñadores.

En ese contexto, nosotros decidimos: si la innovación es el camino, vamos a focalizarnos en la innovación y pensamos en algo que suena terrible: “no nos va a importar el artesano en este momento, solo van a importar los productos que hace el artesano”. ¿Por qué?, porque si en una panadería tú vas a comprar pan y el pan no se vende no te puede importar el pobre panadero que está tratando de luchar para sostener a su familia, no, tienes que pensar en su producto. Entonces la estrategia central fue organizar la mejor feria artesanal en el mejor recinto del país, pero encontramos que no había ni artesanos, ni artesanías; no quiero decir con esto que no hubiera artesanía buena sino que no la habíamos descubierto porque estaba metida en los pueblitos, me refiero a esas maravillas que hacen los indígenas y los artesanos que no salían a las ciudades.

Frente a ello, nos propusimos promocionar los productos que hacían originalmente los artesanos y cinco productos más; es decir, a cada artesano se le apoyó a través de diseñadores en el desarrollo de cinco nuevos productos. El siguiente paso fue convencer a la Cámara de Comercio para que accediera a que pudiéramos hacer la feria en el recinto donde se ubican los grandes industriales del país y lo logramos; para ello, fue necesario realizar lobby político y esto permitió su aceptación aunque con mucha desconfianza. Esta entidad dio apertura a la feria pero decidió no contribuir económicamente; entonces se les propuso ser socios, de tal manera que a cambio de la infraestructura se les concedió un porcentaje de las ganancias.

En aquel momento, se financió completamente la presencia de trescientos artesanos indígenas y campesinos de todas las regiones para que participen en Bogotá; el resultado fue impresionante, pues cuando se inauguró la Feria nadie daba un peso por ella y a la final contamos con 850 artesanos y el recinto se llenó de público, se contabilizaron 65.000 personas y se vendió aproximadamente 300.000 dólares -al valor del peso del año 1991- que me pareció un cifra importante para una feria que duró diez días. Posteriormente tuve la fortuna que cuando dejé la Gerencia de Artesanías de Colombia, en el año 2006, la feria estaba vendiendo seis millones de dólares.

Eso significa que la innovación paga. Esto nos implicó formar a los diseñadores, formar a los artesanos, entablar un diálogo entre el artesano y el diseñador que es lo más importante; “bajarle la cresta” al diseñador porque piensa que él solo será capaz de dar las soluciones a las necesidades del mundo y no, porque el artesano también es un creativo, también es un artista, también es un tecnólogo. Yo les preguntaba a los diseñadores al finalizar: ¿quién aprendió más, tú o el artesano? y todos me contestaban yo, ¿por qué? porque hay un contacto con otro ser humano que lo sorprende a uno con esa creatividad.

“

... se diseñó una infraestructura que no generara burocracia y se convocó en las regiones a las Cámaras de Comercio...

”

Cuando instituímos la Feria, vimos la necesidad de organizar el proceso de innovación en todo el país; se calculaba que había al menos doscientos mil artesanos en el campo, más los que estaban en las ciudades. No podíamos entonces impulsar el desarrollo solo a través de la Feria de

Bogotá, se crearon centros especializados que nos permitieran trabajar en los territorios. En ese momento tuve la oportunidad de conocer a un famoso diseñador brasileño, Joao Pesoa, quien era el Director del Laboratorio de Diseño Industrial de Polialópolis, con su presencia en Colombia se concretó una idea que se había estado esbozando: la creación de un centro para el desarrollo de productos. Conjuntamente trabajamos en la implementación de un laboratorio de diseño artesanal que surge de conceptos que estaban desarrollándose para la industria y que se trasladaron a la artesanía porque los componentes son exactamente los mismos.

Para ello, se diseñó una infraestructura que no generara burocracia y se convocó en las regiones a las Cámaras de Comercio y a las empresas privadas para que se embarcaran con nosotros en este proyecto, pues nosotros teníamos los recursos iniciales para el trabajo. Se crearon cuatro “Laboratorios Colombianos de Diseño para la Artesanía y la Pequeña Empresa”. Se llaman laboratorios porque asumen el concepto de experimentar, de ensayo y error; es decir, no era un laboratorio cualquiera, era un espacio que permitiría que lo que no funcione se desechara, así que naturalmente perdimos recursos en función de esta concepción de desarrollo, pero había que hacer el intento.



En este proceso, una parte de lo que hicimos fue investigación y desarrollo de los productos, con todo lo que comprende la innovación y el desarrollo. La investigación fue fundamental y la trabajamos con el Instituto de Antropología y con las universidades para llevar a cabo la promoción y la educación a fin de convencer a la gente de las bondades de esta propuesta.

Luego vino el trabajo para desarrollar el talento humano, y lo más importante y también lo más difícil: capacitar a los diseñadores, reentrenarlos. Los diseñadores en las universidades logran aprender muchas cosas, pero no necesariamente el contacto con una persona desde la necesidad del diseño. Es decir, no es tan sencillo acercar un diseñador a un artesano porque para que éste quiera innovar, quiera cambiar un poco y quiera asumir el reto de desarrollar un producto son palabras mayores, no es nada fácil; no perdamos de vista que el artesano es un creador y hay que partir de la mente del creador, la mano es una extensión de la mente pero su creatividad está en su mente.

Entonces tuvimos que capacitar fuertemente a los diseñadores, los enviamos a ferias internacionales y también a muchos artesanos para que se dieran cuenta que tenían que asumir nuevos retos, no solamente para mercados nacionales sino también internacionales; aunque nosotros no desarrollamos la entrada al mercado internacional. A mí me han preguntado muchas veces: ¿cuándo vamos a exportar?, ¿cuánto se está vendiendo en el extranjero? y les he dicho, primero pregúnteme cuánto compra cada colombiano en artesanía; somos más de cuarenta millones y si cada colombiano compra al menos un producto, yo tengo asegurada la producción. De manera que no puedo pensar en exportar si los artesanos no tienen la capacidad de producción para ese mercado, si las materias primas escasean y si es difícil asegurar la calidad del producto. En mi caso particular no me preocupé de la exportación aunque por supuesto que tenía que hacerse y fueron otros grupos de artesanos, más organizados y exitosos, quienes lo asumieron.

Nosotros quisimos centrarnos en la naturaleza, en el color, en la textura, en cosas que verdaderamente les hablaran a los artesanos de su propio entorno. Por ejemplo, a partir de una tela para muebles lograr expresar los colores de la naturaleza; se buscaba empoderar a los artesanos para que aprendieran a ver de



nuevo su entorno, pero tomó bastante tiempo, se hacían muchísimos cursos de capacitación para artesanos pero no eran para enseñarles contabilidad, calidad, no, les enseñamos a ver y les mostramos cómo es la artesanía en Italia, cómo es la artesanía en Filipinas y en dónde estaba su competencia. A la vez rescatamos estudios muy bellos sobre la iconografía y los grafismos de las culturas indígenas para recuperar los saberes tradicionales, era una metodología que permitía el trabajo conjunto entre diseñadores y artesanos. Poco a poco los artesanos fueron entendiendo la importancia de ver y no solo de observar.

Con este trabajo, se empezaron a diseñar colecciones de autoría conjunta entre diseñadores y artesanos; cuando se contaba con las colecciones, se encargaba su realización a los artesanos de Barranquilla, de Pasto y de distintas zonas, determinando el tipo de producto. De esta manera, creamos unas colecciones que se denominaron “Paz Colonial”, con la asesoría de un diseñador filipino que fueron muy exitosas, pues la gente no solamente adquirió artesanía para la finca en el campo, sino empezaron a ubicarlas en la sala de su casa, en los espacios donde se evidenciaba el orgullo de tener el trabajo de los artesanos. La Colección “Nuestra Tierra” produjo objetos para el hogar como cojines en donde se utilizó mucho las flores y los colores de las plantas.



Sobre todo incursionamos en la moda, hicimos la colección "Identidad Colombia" con la cual participamos en ferias artesanales y en pasarelas en Milán y otras partes del mundo, logrando que los mejores diseñadores del país se vincularan al proyecto; para esto, solo les pagábamos los viajes, para que conocieran el sector dónde están los artesanos, las materias primas existentes. Los diseñadores empezaron a investigar qué propuestas nuevas se podrían crear y, por supuesto, el reto era hacer un vestido con el cual uno pueda salir a la calle, el desafío para los diseñadores era que a la par que hacían el espectáculo para la pasarela, esa ropa también debía poder usarse.

Un ejemplo muy claro de que sí se puede innovar, es el sombrero "vueltaio", símbolo de la identidad nacional colombiana, declarado Patrimonio cultural; la materia prima con la cual se lo confecciona se denomina caña flecha, sus diseños y grafismos son milenarios, pertenece a la cultura indígena Zenú. Nosotros logramos renovar este producto, con los mismos diseños y los mismos colores tierra para darles actualidad; este producto tiene tal importancia que cuando el presidente Bill Clinton fue a Bogotá, utilizó este sombrero para que el país viera que él estaba usando algo típicamente colombiano.

Lo propio se trabajó con la cultura indígena de San Agustín en el rediseño de su producto tradicional: las hamacas, pues las líneas eran muy gruesas y los colores no tenían armonía; se trabajó con los artesanos a fin de que elaboraran telas más armónicas con la misma técnica, textura y materiales.

Las estrategias de innovación se probaron en las ferias. Las ferias artesanales se organizan cada año y asisten aproximadamente cien mil personas, siendo las ventas considerables. El mejoramiento de las condiciones de vida de los artesanos a través de esta acción ha sido muy importante y también de sus capacidades para comprender la innovación; fue impresionante ver cómo ellos mismos se daban cuenta que la gente de Bogotá no era igual que la de Medellín y que cuando se colocaba en un lado el producto que aún no tenía innovación y en el otro el producto de los nuevos desarrollos, los clientes iban agotando las existencias de este último.

Si uno tiene una "chiva" en cerámica, no quiere tener dos, a menos que sea para regalo; pero si tienes una chiva y le colocas dentro otros elementos como la figura de García Márquez, por ejemplo, la gente nota la diferencia y la compra.

Esto que les digo tan fácilmente, que parece tan sencillo requirió dieciséis años para que podamos hacer el relanzamiento de la nueva artesanía colombiana, que rescata la artesanía del país, lo que ella es. La experiencia de Colombia comprueba así la fuerza y el potencial que tiene la innovación y el diseño para la artesanía y la vida de los artesanos.



Tejiendo relaciones significativas entre nudos, urdimbres, tramas y texturas

Genoveva Malo Toral



A partir de la metáfora del tejido como expresión de unión, cruces, relacionamiento, creación y fortalecimiento mutuo, la autora realiza una reflexión conceptual y experiencial sobre la relación diseño-artesanía. El punto central de su análisis es demostrar que la posibilidad de que la artesanía se desarrolle y permanezca en el tiempo está dada por su vinculación con el diseño a través de la innovación y a la par, la posibilidad de que el diseño perviva como capacidad creadora en un mundo globalizado, es viable por medio de la artesanía, del rescate y fortalecimiento de las identidades locales, regionales o nacionales. La metáfora es válida además, para explicarnos la necesidad de generar una artesanía que fundamentada en la identidad, se incorpore con fuerza en el mundo contemporáneo, a través de la adaptación y resignificación de los valores simbólicos de uso, de cambio y de signo de las artesanías.

From the metaphor of weaving as an expression of unity, crosses, relationships, creation and mutual reinforcement, the author makes a conceptual and experiential reflection on design-related crafts. The focus of this analysis is to demonstrate the possibility that craft is developed and endures throughout the ages given its connection with design through innovation and at the same time, the possibility that the design survives as a creative capacity in a globalized world that it is viable through artisanship, its rescue and its strengthening in local, regional or national identities. The metaphor applies also to explain the need to create a craft that is based on identity and is incorporated with force in the contemporary world, through the adaptation and redefinition of the symbolic values of use, change and the symbol of the crafts.

Soy diseñadora, amante de la artesanía, admiradora de los artesanos que han inspirado tanto trabajo. He denominado a esta ponencia “Tejiendo relaciones significativas entre nudos, urdimbres, tramas y texturas” porque deseo expresar justamente esto: el futuro del diseño y de la artesanía está en su vinculación.

No se puede entender un diseño local, cuencano, regional, ecuatoriano, latinoamericano que no se potencie a través de su vinculación con la artesanía, pues este sería precisamente su factor de diferenciación en un mundo globalizado. Tampoco se puede entender una artesanía que se quede en el tiempo, la artesanía necesita articularse al diseño en su búsqueda por la resignificación, la reconstrucción.

“

Soy diseñadora, amante de la artesanía, admiradora de los artesanos que han inspirado tanto trabajo.

”

Vengo del mundo de la Academia y por eso quiero plantear un enfoque problematizador del tema, partiendo de la teoría. Cuando hablo de problematizar la relación diseño-artesanía no me refiero necesariamente a la búsqueda de problemas, el objetivo es dimensionar los diferentes elementos de la vinculación que se establece, intentando dilucidar la realidad de esta relación atravesada por tensiones y determinada por tendencias y por relaciones humanas, productivas y comerciales.

Hablar de los elementos y sus relaciones supone responder a las preguntas: ¿qué es la artesanía?, ¿qué es el diseño?, ¿cuáles son sus campos de acción?, ¿cuáles son sus referentes y condiciones? Si bien tanto la artesanía como el diseño son hechos prácticos, es necesario construir normas teóricas y reflexionar desde lo conceptual para crear puntos de vista compartidos. Cuando uno problematiza la realidad, no está buscando una respuesta definitiva, sino brindando un punto de vista desde su lugar de enunciación, desde el lugar donde uno está hablando.

Como antecedente a este análisis, quería comentar que debido a este enamoramiento por las artesanías y concretamente por la paja toquilla, participé hace algunos años en un proyecto convocado por el CIDAP y la OEA denominado “Alternativas al sombrero de paja toquilla” que buscaba la diversificación del tejido de la paja toquilla. El sombrero de paja toquilla fue uno de los primeros productos de exportación del país en el siglo pasado, pero en los años veinte las ventas decrecieron y desde entonces su uso, a nivel local, ha ido bajando entre otros motivos debido a la moda; hoy vemos a poca gente que sigue usando el sombrero. Era necesario entonces repensar el diseño y la artesanía.

Desde ese punto de vista, emprendimos un proyecto con Julia Tamayo, Raúl Cabrera y con artesanos de Gualaceo quienes participaron a través del cual pudimos comprender la realidad de la artesanía, del tejido y sus potencialidades en vinculación con el diseño. Al entender el tejido entendí muchas cosas más, aprendí lo que es tejer, juntar, armar y buscar nuevos significados.

A partir de este pensamiento complejo de relaciones, identificamos temas, variables y categorías que están en el campo del diseño y de la artesanía; me refiero a la innovación, a los diseñadores y a los artesanos como seres humanos, a la tradición y a la historia, a lo urbano y a lo rural, a los signos y a la cultura. Todo esto está atravesando la relación diseño y artesanía y, por tanto, la relación diseñadores-artesanos.

Este es el punto de partida para abordar este tema, desde el marco del pensamiento concreto, desde el pensamiento relacional que busca identificar y entender las partes y sus interrelaciones como una forma de comprender la realidad. Y esta realidad puede ser explicada a través de una metáfora; voy a partir de la metáfora del tejido en paja toquilla.

Hay muchos tipos de tejidos, uno de ellos es el denominado por las artesanas como tejido “mascota” que comienza con una cruz, un nudo y un anudado que permite tejer fuertemente estas relaciones.

Entonces propongo un análisis en base a los cuadrantes que genera esta cruz y que comprenden: el nudo que teje la relación;

la urdiembre que soporta el tejido; la trama que va dando la vuelta y muestra cómo voy construyendo. A manera de metáfora, diría con qué mirada y ésta es una mirada cultural, de innovación y tradición a la vez. Tengo cuatro puntos cardinales que me dan una mirada del norte, sur, este y del oeste; tengo un posicionamiento, es decir desde dónde se habla; tengo el contexto de acción; y, tengo en el centro del cuadro el cruce entre el diseño y las artesanías.

Aunque puede haber mucho más para el análisis a partir de las cuatro direcciones, propongo para esta reflexión partir de la misma metáfora del tejido: el tejido global europeo, el tejido tradición-población, el tejido mercado-producción, la tecnología y la cultura. Como resultado de la misma manera de tejer, de realizar el cruce de fibras, de la magia de entrecruzar, surgen nuevos tejidos y diferentes productos. Yo planteo que de esta labor surjan otros tejidos con valor simbólico, con valor de uso que es diferente al valor de cambio y que permita que la relación diseño-artesanía se convierta en el valor añadido porque en un mundo donde el tejido de paja toquilla es muy natural, es fácil entender la metáfora del tejido que llama a la necesidad de los cruces.

Justamente ésta es la relación entre diseño-artesanía, entre diseñador-artesano: una vinculación que requiere anudarse, juntarse, amarrarse, relacionarse en un diálogo entre iguales. Los diseñadores tienen mucho que enseñar y que aprender. Por eso he escogido el tejido, la urdiembre son las fibras, yo escojo las fibras, veo cuántas pongo, pero también las puedo abrir y añadir elementos: cultura, tradición.

El hilo conductor es el hilo de la innovación que generalmente va dando la vuelta y va creciendo. Aquí otra metáfora, la del espiral que también está en el tejido de la paja toquilla y que habla de las grandes espirales del mundo, la del conocimiento, del crecimiento, de la vida social, la movilidad, el aprendizaje y la conexión diseño-artesanías.

La textura resulta partiendo de las fibras del color natural, cuya trama es amarilla, a la que se suman otros colores que crean nuevos signos, nuevos objetos que luego irán tomando forma y función.

Los puntos cardinales que mencionamos representan los cuatro ejes de la propuesta: posicionamiento, un contexto, un objeto y un sujeto.



TEJIENDO EN 4's



El posicionamiento hace referencia al lugar desde el cual hablo. En la relación diseño-artesanía puedo hablar desde un enfoque mercantilista, productivo o cultural, desde el pensamiento complejo y relacional o desde el mundo contemporáneo y globalizado que tiene fuerte tendencia a la homogenización. Cuando hablamos de contexto, nos referimos a nuestro entorno local, nacional y latinoamericano cargado de significados e identidad que se refleja en la artesanía. Y al referirnos a la relación de objeto-sujeto, hacemos referencia al cruce, en este caso entre diseñador-artesano, artesanía-diseño.

Al hablar del pensamiento complejo, relacional, hay que reflexionar sobre el mundo en que vivimos, un mundo conectado, interconectado, un mundo de redes tanto digitales como sociales, de flujos y conexiones, un mundo veloz y cambiante, un mundo dinámico donde las fronteras entre países empiezan a ser difusas y donde a través de conexiones de Internet hay un paisaje cambiante de la economía, la cultura, el comercio, la educación, las nuevas formas de acceso al saber que nos han hecho entender que hay otros saberes, no solo los académicos o los institucionales; hemos comprendido que

es necesario des institucionalizar el saber y pensar dónde está el verdadero saber y que supone volver la mirada a nuestras culturas, al pueblo y a los artesanos.

Al respecto dice la socióloga argentina Denise Najmanovich:

La 'realidad' se ha vuelto problemática, se ha vestido de virtual. No ha perdido su calidad de real pero ahora este término ya no significa lo mismo: no se trata de una realidad eterna, esencial o inmutable, sino de una configuración actual que exige cuidado y energías para no desdibujarse. Una realidad fluida en continua formación, deformación, transformación.

Este es el mundo donde vivimos y donde deben entonces vivir, convivir y transformarse diseño y artesanía.

¿Qué va a pasar con el pensamiento en el mundo en que vivimos? El pensamiento se transforma cada vez de un pensamiento moderno a uno mucho más complejo determinado por otras estructuras y relaciones. El pensamiento moderno está configurado por categorías binarias que van del blanco al negro y que buscan una única verdad. El paso al pensamiento

4 PUNTOS CARDINALES

- El posicionamiento
- El contexto de acción
- La artesanía
- El diseño

un proceso heurístico



complejo supone dejar de pensar en blanco y negro y centrarse en las relaciones y conexiones así como hay un paso de una disciplina única a la multidisciplinaridad y posteriormente a la inter y transdisciplinaridad. Esto también está sucediendo en el mundo de la educación porque una sola disciplina ya no es suficiente para explicar la realidad, hay que buscar multiplicidad de disciplinas. Por eso, abordar la artesanía y el diseño hoy supone una interpretación desde la producción, la cultura, la identidad, la sociología, la antropología; es pasar de las concepciones cerradas de la cultura a la interculturalidad, desde el sedentarismo al nomadismo porque los artesanos ya no están concentrados en un solo lugar, están en movimiento, están conectados.

Como menciona Denise Najmanovich: “el todo no está en las partes sino entre las partes” y, en este contexto, si yo busco a quién pertenece la propiedad de un diseño en la artesanía, solo la puedo encontrar entre las partes, en el cruce e interconexiones. El mirar la inter y transdisciplinariedad en este tema es muy decidor, más aún en un contexto como el latinoamericano que es diverso y multicultural, lleno de saberes en movimiento.

El movimiento en los artesanos se expresa también en su movilidad entre espacios, pueden vivir en el campo pero también se mueven en la ciudad, pues allí es el lugar para el comercio y la subsistencia. Estamos acostumbrados a asociar la artesanía con lo rural, lo manual, la cultura y lo simbólico, pero también con lo imperfecto, con el detalle y con lo humano pues el artesano deja su huella en cada producto.

Al diseño por su parte, lo hemos asociado con lo urbano, la tecnología, el consumo, el mercado de trabajo profesional y muchas veces con la perfección. La pregunta es: ¿cuál es la relación entre el diseño y la artesanía?, la artesanía actualmente ha incorporado más tecnología, se ha asociado al consumo, al mercado y ha ido dejando, con el tiempo, su lógica de valor de uso por privilegiar el valor de cambio.

Los mismos artesanos han reemplazado los objetos artesanales; por ejemplo, las canastas que antes se usaban para ir al mercado, han sido reemplazadas por los plásticos. La reflexión frente a estos cambios nos lleva a pensar que es necesario otorgar un nuevo valor a la artesanía que tal vez está en otro tipo de usos, en otros significados.



Para ello vuelvo a los cuatro puntos cardinales y propongo analizar las condiciones del mundo global en el contexto regional, en el entretejido de innovación y tradición, en el entretejido de tecnología industrial y tecnología artesanal y en el entretejido de cultura y poder. A la metáfora del tejido quiero sumarle una propuesta teórica del diseñador brasileño Eduardo Barroso que habla de la pirámide artesanal para explicar la relación del diseño, la artesanía, el comercio y la cultura.

Este autor sitúa en el nicho más alto a la artesanía artística, aquella en donde el valor está dado en la pieza; aquí podríamos ubicar a numerosas piezas de cerámica, de paja toquilla impecables, perfectas que no requieren intervención de diseño, esas hay que preservarlas, hay que conservarlas. En el segundo campo de la pirámide ubica a los productos artesanales indígenas y también aquellos con referencias culturales que pueden ser tocados por el diseño para mejorar sus características de fabricación, tal vez su calidad. En la mitad de la pirámide está la conexión más fuerte entre artesanía y diseño, pues aquí se ubica la artesanía contemporánea que intenta generar objetos nuevos. Luego están los productos o artesanías típicos y a la final, en la base de la pirámide está la industria del *souvenir*, en donde se ha perdido ya casi todo el valor cultural de la artesanía. En la cúspide hay muchísimo valor cultural y en la base éste ha desaparecido.

Por ejemplo, en Ecuador, Colombia, Bolivia, Perú se elaboran las “chivas” como un elemento representativo de cada país, esto ha generado que en todos estos países las encontremos en

los mercados artesanales en calidad de *souvenir*, como productos repetitivos y banalizados. Este es un caso en donde el diseño puede aportar con la innovación que permita renovar la artesanía de *souvenir*.

En la misma pirámide tomo de nuevo el ejemplo de los tejidos, en donde hemos trabajado en innovación y donde tenemos productos mucho más exclusivos; por ejemplo, un sombrero de paja toquilla de tejido fino para el cual la paja fue dividida más de diez veces y que puede demorarse seis meses en su elaboración, va dirigido a un nicho especial; por ello, es fabricado para un mercado reducido, pero hay que preservarlo.

En el segundo nivel de la pirámide podemos encontrar productos culturales, tradicionales como las *shigras* indígenas, en donde el diseño puede innovar colores, acabados, texturas en el tejido. En el centro de la pirámide, donde está la relación más fuerte entre diseño y artesanía, es donde va a surgir un producto completamente nuevo; y, en el cuarto nivel de la pirámide se puede prever la intervención del diseño para mejorar estos productos y resignificarlos.

En síntesis, la pirámide nos plantea la relación entre innovación y artesanía de acuerdo al tipo de producto: hay necesidad de mayor innovación en la base y menor innovación en la cúspide; y, al cruzar con el

tema cultural, a menor valor cultural –como la industria del *souvenir*– más necesidad de innovación a través del diseño.

Los opuestos de la pirámide pueden tolerarse. Me gustan mucho los ejemplos de los hermanos brasileños quienes inspirados en los tejidos de fibras de la región, han generado tejidos articulados a procesos industriales con materiales como la mica, policarbonatos y otros con diseños muy interesantes, donde a través de la artesanía introducen procesos de creación industrial que es una fuente de innovación.

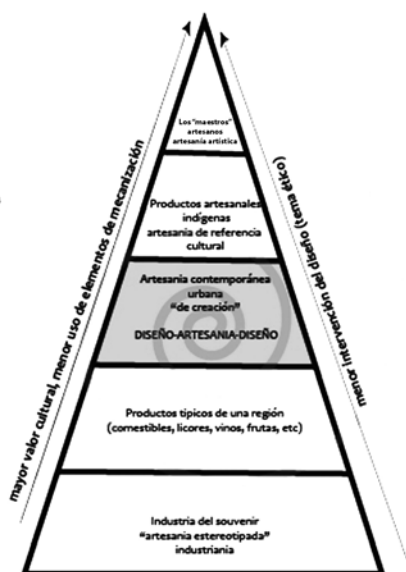
El cruce entre lo artesanal y lo industrial ha generado productos más globalizados que se pueden utilizar en las casas urbanas; artesanías contemporáneas que conservan valores culturales. En México se ven muchos de estos ejemplos, está el caso de Paúl Herrera de la firma “Arquitectnia” que en base a los diseños de las faldas indígenas genera un producto nuevo, artesanías completamente contemporáneas. Aquí se evidencian las conexiones entre la estética contemporánea, la expresión y la fusión; hay una mirada muy fuerte al diseño con identidad y se evidencia un tejido nuevo, una nueva simbología.

Quisiera rescatar dos ejemplos a partir de estas miradas problematizadoras y teóricas basadas en las prácticas docentes.



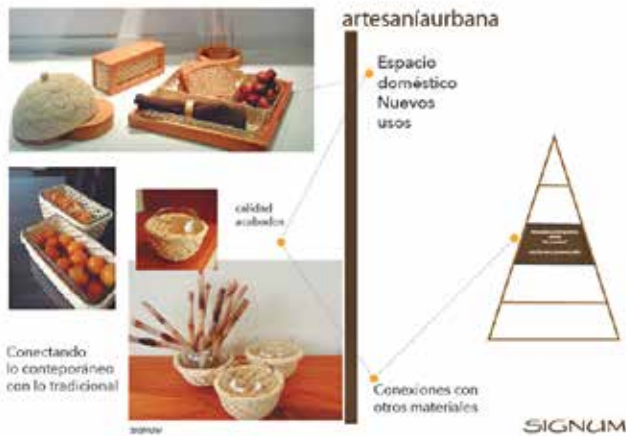
OFERTA

- Productos exclusivos, piezas únicas, producción limitada
- Productos tradicionales indígenas, artesanía de referencia cultural. Heredada de padres a hijos
- Productos con valor expresivo y valor de uso. las intervenciones pueden ser totales
- Productos que se apoyan con la artesanía tradicional, la mayor intervención está en los sistemas de promoción
- Productos banales, de bajo costo y grandes volúmenes, vulgarizan elementos típicos de la cultura local (pueden producirse fuera de esta)



DEMANDA

- Nicho de mercado reducido alto poder adquisitivo
- Nicho de mercado más amplio se agrega valor, sin alterar la esencia conservar la referencia cultural proceso es en conjunto con el artesano
- Nicho de mercado más global nuevos productos acordes a necesidades expresión actualidad
- Nicho de mercado local y global para consumo amplio
- Nicho de mercado turista que busca el "recuerdo" (pueden surgir diseños adaptados al público)



Desde la Facultad de Diseño de la Universidad del Azuay hemos tramado un proyecto académico con el cual se busca construir nuevos significados y tejidos en la relación diseño-artesanía, creando espacios de reflexión, construcción y aprendizaje conjunto entre diseñadores-artesanos-estudiantes e intentando unir el campo y la ciudad, la Academia y el mundo de los saberes campesinos; a este proyecto se suma otro, vinculado al mundo empresarial y es una investigación cultural que busca crear redes productivas para la artesanía a través de unir cultura y comercio.

Los proyectos tuvieron un enfoque problematizador: establecimos el nudo central y las conexiones dentro de una propuesta académica en donde el artesano se convirtió en el profesor, los estudiantes de diseño fueron sus aprendices mediante trabajo de campo a través del cual aprendieron a revertir la imagen que el diseñador es quien le dice al artesano qué hacer.

En el caso del proyecto en relación con la industria, se pretendía enlazar a la industria con la artesanía a través de la creación de objetos que evidencien valores culturales, promoviendo la creación de artesanías contemporáneas.

En estos trabajos surgidos de la Academia se preguntaron ¿qué tejo? Tejo las relaciones de experimentación, las relaciones productivas, las relaciones de artesanos trabajando en conjunto con diseñadores realizando pruebas de color y nuevos tejidos. En este caso particular son tejidos en duda, canastas que ya se trabajaban

en la región pero que estaban agotadas en su paleta cromática; nuestra intervención en diseño consistió en la innovación en el color y terminamos desarrollando pequeños objetos que podríamos ubicarles tanto en artesanía contemporánea como en la industria del souvenir. Como se ve, nuevamente estamos cruzando y entretejiendo, usando nuevas posibilidades dentro del trabajo conjunto: diseño-artesanía.

Para el tejido de la relación industria-artesanía utilizamos como material al aluminio, decidimos crear una lámpara a través de un pliegue de la estera con un soporte de hierro. Son objetos de costos bajos que pueden ingresar no solo a las ciudades sino también al campo; en este caso, hemos trabajado con el nicho de la pirámide en cuando las artesanías con referencias comunitarias.

“
... **nuevamente estamos cruzando y entretejiendo, usando nuevas posibilidades dentro del trabajo conjunto: diseño-artesanía.**
”

En relación a los sombreros de paja toquilla, una artesanía simbólica del país, se generó un emprendimiento colectivo, alternativo al sombrero de paja toquilla, en donde la relación diseñador-artesano evidenció la vinculación global-local al buscar nuevas formas de expresión desde lo rural hacia el espacio decorativo, hacia el espacio funcional y doméstico urbano.

Experimentamos mucho en el trabajo con artesanos para buscar moldes, los que se usan son únicos y todos tienen la forma de la cabeza; esta búsqueda fue muy interesante porque encontramos moldes en el mismo campo, pues de pronto un zapallo o un elemento de la misma vivienda como una pelota se convertían en útiles moldes tanto para generar nuevas formas como para los pequeños trabajos como el tejido del borde, los acabados y otros.

Detectamos que también había problemas con los acabados y allí se intervino en el diseño con calidad. Por ejemplo: se giró el

borde a manera de churro y conseguimos un pequeñísimo detalle de calidad en la artesanía. Si observamos nuevamente la pirámide, aquí se trabajó con el espacio relacionado con la artesanía urbana contemporánea.

Hemos incursionado también en otros espacios vinculando la artesanía con la moda y sus ciclos, así como con la joyería en los nuevos espacios urbanos; lo propio se ha hecho con el manejo de la luz artificial a través de las lámparas y su ubicación en espacios interiores.

A nivel de objetos, hemos creado una cajita de té como un objeto contemporáneo que representa esa realidad global-local; es decir, un producto trabajado localmente puede abastecer la necesidad de un mercado global que consume té en Europa u otros lugares del mundo y si a esto de vinculamos con eventos específicos se pueden ofertar, por ejemplo, cajas verdes y rojas para Navidad o de acuerdo a las referencias culturales de los países.

“
... **propongo incluir en el análisis una lógica del valor; es decir, las cosas tienen un valor simbólico, de uso, de cambio y un valor de signo.**”

Cuando tuvimos un almacén en la “Esquina de las Artes” en Cuenca, hacíamos este tipo de productos junto a varios artesanos; en un momento dado, desde Europa nos hicieron un pedido que supuso aunar esfuerzos con muchos artesanos más, lográndose un reconocimiento en el mercado global.

Cuando hablamos del posicionamiento en el contexto cultural, más allá de la ya mencionada relación diseño- artesanías, propongo incluir en el análisis una lógica del valor; es decir, las cosas tienen un valor simbólico, de uso, de cambio y un valor de signo. En la actualidad, en muchas artesanías, el valor de uso ha sido reemplazado poco a poco por objetos de plástico; esto nos lleva a reflexionar que desde el diseño y la artesanía es necesario cambiar el uso original para agregarle un nuevo valor; por ejemplo, una canasta común que está siendo poco utilizada como tal, puede transformarse en un objeto decorativo y reintroducirse en las



mismas comunidades. En este mismo ejemplo, el valor simbólico puede estar expresado en la mantención del tejido tradicional de estera que es parte de los saberes de las comunidades.

La artesanía tiene un vasto valor de cambio, sin embargo, se evidencia la necesidad de fortalecerlo y darle un nuevo estatus a partir de los vacíos detectados; esto es la necesidad de más diseño y del mejoramiento de los acabados.

Cuando cumplimos con el valor simbólico y el valor de uso, y si mejoramos su estatus, la artesanía y el diseño tienen ya un valor de signo; esto significa que se refuerza el potencial y el futuro del diseño y de la artesanía. Había iniciado esta exposición afirmando que estoy convencida que la unión entre el diseño y la artesanía fortalece a los dos, que no es posible imaginar un diseño que pueda competir en un mercado globalizado sin vincularse a la artesanía y viceversa.

El futuro del diseño y de la artesanía con potencial productivo está en constituirse en soporte de identidades, en generadores de nuevas redes de tejidos sociales, productivos y culturales. Para esto, no podemos quedarnos simplemente en valorar la artesanía y hacer diseño, necesitamos también generar políticas públicas, fortalecer encuentros, crear redes y potenciar la resignificación del diseño y de la artesanía, como una tarea emergente, como un nuevo símbolo que pertenece a nuestra cultura. Caso contrario, en un mundo globalizado, comunicado, veloz, cambiante y tan complejo como el actual, difícilmente la artesanía y el diseño podrán subsistir.



Texturas y colores

Diego Carrasco Tanquino

III FERIA ARTESANAL
texturas
& colores



La feria “Texturas, Colores y Sabores”, ubicada en la ciudad de Quito, es actualmente uno de los espacios más importantes de promoción de las artesanías del Ecuador. La feria forma parte de un proyecto mayor de apoyo a los artesanos auspiciado por la Municipalidad del Distrito Metropolitano de Quito y por la Empresa Municipal de Turismo para Quito y tiene algunos ejes de trabajo complementarios entre sí: identificación de artesanos y generación de información; capacitación a artesanos; asesoría en procesos de desarrollo del producto; apoyo a la innovación en el diseño; fortalecimiento de la marca e imagen de los productos; y generación de un espacio atractivo para la comercialización, expresado en la feria. En esta ponencia, el responsable de la Feria, nos narra su experiencia, sus aprendizajes, sus retos y nos muestra cómo uno de los puntales del trabajo es haber concebido al diseño no sólo como un componente estético del producto, sino como un factor estratégico de desarrollo.

The exhibition “Textures, Colors and Flavors”, located in the city of Quito, is currently one of the most important areas for the promotion of handicrafts in Ecuador. The fair is part of a larger project to support artisans and is sponsored by the Municipality of the Metropolitan District of Quito and the Municipal Tourism Company for Quito and has some complementary linchpins working together, namely : the generation of artisans and identification of information; training artisans; advice on processes for product development; support of innovation in design; the strengthening of the brand and image of the products; and generating an attractive space for marketing are expressed at the fair. In this paper, the head of the Fair recounts his experiences, his apprenticeships, his challenges and shows how one of the cornerstones of the work is to have conceived the design not only as an aesthetic component of the product, but as a strategic factor of development.

Trabajo como consultor externo para el Municipio de Quito, específicamente para la Empresa Municipal de Turismo que está al frente de este proyecto. Esto que voy a contarles no es enteramente nuevo, me he apoyado en numerosas experiencias, como la de Artesanías de Colombia, que es una fuente de inspiración para nuestro trabajo.

Quiero retomar en mi presentación el tema de lo híbrido, pues un generador del desarrollo artesanal es precisamente la hibridez; es decir, una artesanía que surge a partir de una experiencia, interés y búsqueda que combina aspectos académicos con vivencias; en esto coincidí con Cecilia Duque: a los diseñadores nos ha tocado aterrizar en la realidad.

Voy a compartir con ustedes la experiencia de haber generado un espacio de comercialización artesanal en el Ecuador, la feria: “Texturas y Colores” que va siguiéndoles los pasos a nuestros vecinos colombianos.

“

Eso es lo que busca nuestro proyecto, fortalecer la artesanía y la cultura popular a través de la capacitación orientada desde el diseño y la innovación.

”

La Feria nació el año 2009 y a la fecha hemos realizado seis ediciones ininterrumpidas; en la actualidad, la Feria ha traspasado el ámbito local y nacional y estamos buscando internacionalizar el proyecto. Es así como en el año 2014 se contó, por primera vez, con artesanos de Brasil y de Chile como invitados a través de la Fundación Artesanías de Chile.

Existe un proyecto integral de apoyo a los artesanos que nutre a la feria durante todo el año, mucho de este trabajo consiste en identificar a los artesanos, registrarlos, “desafiarlos” en el sentido mencionado por Cecilia Duque, es decir “no me interesa –entre paréntesis– cómo estás, me interesa tu producto, su calidad, me interesa el desarrollo del producto”, solo así el artesano va a tener mejores oportunidades y una mejor condición de vida. Eso es lo que busca nuestro proyecto, fortalecer la artesanía y la cultura popular a través de la capacitación orientada desde el diseño y la innovación; el diseño no

como un factor estético y cosmético sino como un factor estratégico de desarrollo y, a esto se suma la asistencia técnica para promover la diversificación de los productos.

El proyecto brinda apoyo a los artesanos desde el año 2010 luego de que se realizó con éxito la primera feria artesanal que desde sus inicios contó con un muy interesante staff de expositores. Con esta experiencia se presentó un proyecto al Ministerio de Industrias y Productividad, MIPRO, que comprendía tres ejes: la capacitación orientada hacia procesos de innovación y creación; el diseño como una estrategia de desarrollo; y, la comercialización.

El soporte institucional del Municipio de Quito y de “Quito Turismo” permitió generar las condiciones para los procesos de comercialización que tienen que ver con el impulso a la calidad, los procesos de selección, la facturación electrónica y los circuitos turísticos que están en proceso, concibiendo que el valor agregado del producto es siempre la calidad.

¿Quiénes participan en este proyecto?, todos los actores involucrados, la Academia, los artesanos individuales o en colectivo, instituciones públicas, privadas y los comercializadores a quienes no se los sataniza sino se les abre un espacio. En la medida que este proyecto impulsa una gran feria, se requiere asegurar rentabilidad que es lo que permitirá su sostenibilidad en el tiempo.

Para el año 2012, habíamos realizado treinta y seis cursos sobre los temas mencionados, centrándonos básicamente en el diseño, la identidad, el desarrollo del producto, la promoción, las relaciones públicas y las tecnologías de la información aplicadas a la artesanía. Estos cursos se organizaron en lugares centrales que convocaron a todos los artesanos in situ, acompañados también de conferencias, charlas, pequeñas reuniones y otras estrategias en la búsqueda por establecer una cultura de la innovación, que es la clave para no desaparecer.

El proyecto no ha trabajado solamente con artesanos, su público es más amplio y comprende otros actores del proceso artesanal; están los diseñadores de artesanías, artesanos, artistas populares, generadores de moda, artistas plásticos, diseñadores gráficos, encuadernadores, entre otros.



Uno de los resultados de la propuesta de cogestión desarrollada, es que el proyecto se ha convertido en un modelo de réplica para diversas instituciones públicas del país; además, somos una fuente de información debido a que manejamos una base de datos con una información de aproximadamente cuatrocientos artesanos creadores de la ciudad de Quito; esta base está organizada por género, edad, zona geográfica, tipo de producto, materiales y técnicas artesanales.

La feria “Texturas y Colores” es, en sí, la concreción de este proyecto como un espacio para la promoción de los productos mejorados y con valor agregado. Normalmente en el Ecuador se han realizado ferias artesanales mal organizadas -la feria artesanal del CIDAP en Cuenca es una excepción- con productos de los cuales se desconoce su origen, sin identidad, con una oferta repetitiva, con poca información, sin innovación, descontextualizados; ferias en donde no se puede conocer si los productos tienen alguna relación con la localidad donde se comercian.

Esta problemática es la que “Texturas y Colores” ha buscado superar, se ha intentado impulsar un nuevo modelo de feria, con otro paradigma que fue inspirado cuando en el año 2004 conocí “Expoartesanías de Colombia”; esta experiencia fue un encuentro con mi mundo, con lo que yo quería hacer, con el reto que quería impulsar en mi país. Posteriormente participé en ferias internacionales en Norteamérica, Europa y Centroamérica, y de cada una he tomado elementos para organizar en Quito una feria de manera profesional, con perspectivas de internacionalización.

La Feria ha ido evolucionando desde la primera edición. Hay varios aciertos, pero enumeraré los que considero más importantes: en primer lugar, haber creado una feria con áreas temáticas que combinan los productos artesanales con los alimentos con base artesanal; esto determinó que la feria cambiara su denominación de “Texturas y Colores” a “Texturas, Colores y Sabores”.

Estos aprendizajes surgen de la comprensión de las dinámicas comerciales,



las necesidades de los consumidores y sus capacidades adquisitivas. Este análisis es, además, la base para diseñar los contenidos de nuestras capacitaciones; de tal manera que podamos guiar a los artesanos participantes en el desarrollo de su oferta.

Con estos parámetros, la Feria hasta la actualidad, ha logrado impulsar la introducción de aproximadamente dos mil productos nuevos, algunos mejores que otros; con ello, se ha creado una oferta renovada cada año, teniendo como objetivo que “Texturas, Colores y Sabores” sea la mejor oferta en ferias que tenga la ciudad de Quito.

Otro acierto fue la creación y desarrollo de una marca propia. Este fue un reto muy importante pues permitió posicionar la marca “Texturas y Colores” que cuenta con un manual de imagen corporativa que nuevamente coloca al diseño como un factor estratégico de este proyecto. Contamos con patentes y con la propiedad intelectual de los diseños.

Una parte clave del proceso es la selección de los artesanos participantes; para esto nos hemos inspirado en la selección que realizan otras ferias, adaptándola a la realidad local e intentado ser eficientes en términos de procedimientos, recursos y tiempo. La convocatoria se realiza a través de redes sociales, mails y la circulación de información “de boca en boca”, que ha sido uno de los mecanismos más potentes. En la última edición contamos con doscientos postulantes.

Para la selección en sí, se organiza un Comité de Selección de productos; para ello, todos los años identificamos artesanos, los visitamos en sus talleres, miramos sus productos, establecemos una relación cercana, casi personal, de tal manera que logramos estar seguros que son los autores, aunque siempre habrá algo que se filtre, pero cada vez nos pasa menos. Además, se establece un proceso de selección que busca la imparcialidad, la equidad de género y que piensa en aquello que la gente desea consumir; es decir, se considera el perfil del cliente, lo cual determina la diversidad de productos que debe tener la Feria.

Este proceso está condensado en un flujograma que evidencia, en primer lugar, la conformación del jurado en el que participan representantes de diversas instituciones y además –a manera de novedad– de un consumidor, que no es un técnico o un funcionario público sino que va a estar presente para aportar a la comprensión de cómo es la experiencia de una persona dentro de la Feria y cómo podemos hacerle sentir parte de la misma.

La sustancia del flujograma es la seriedad en la organización del proceso, donde hay puntos claves, entradas, salidas, retornos, están establecidos tiempos; es decir, se está cambiando la idea de que por tratarse de artesanía los procesos son informales y poco ordenados.

Para que la Feria se pueda realizar en diciembre de cada año, la convocatoria se abre en el mes de julio; nos toma aproximadamente tres meses y medio realizar la selección. Para comenzar, se debe llenar un formulario inicial, información que consta en nuestra página web; cuando se cuenta con toda la información los artesanos pasan al proceso de pre selección y si cumplen con todos los requisitos, son aceptados. Entonces se notifica al artesano, quien ratifica su voluntad de participar a través de correo electrónico, vía personal o por carta para finalmente enviarles una invitación formal e incluirlos entre los expositores. Aquellos artesanos que no fueron seleccionados, quedan registrados para que el proyecto los fortalezca, en miras a su posible participación en la siguiente edición.

Los criterios de selección en “Texturas, Colores y Sabores” son cuatro: la identidad,

referida a la capacidad de los productos para expresar particularidades propias y compartir los símbolos de su identidad local y se analiza también la presencia de valores estéticos y culturales que muestren las costumbres, tradiciones e historia de su lugar de origen; un segundo elemento son los materiales utilizados así como también las técnicas artesanales; un tercer elemento es el diseño de los productos y la innovación de la cual han sido objeto; finalmente, se analiza si el artesano ha participado en ediciones anteriores y si ha evolucionado y mantenido una mejora constante.

Sin embargo, este último criterio tiene un límite; para la edición del año 2015 se ha definido que los artesanos que han participado en cinco ediciones de la Feria, no podrán entrar al proceso de calificación, como un mecanismo para democratizar la participación pues hay mucha demanda de otros artesanos por entrar y porque además se considera que si lograron participar en varias ediciones es porque ya consiguieron un estado de desarrollo que les permite continuar en el oficio por sus propios medios. Estos artesanos no se alejan, estamos generando un modelo para que ellos se conviertan en aliados estratégicos del proyecto.

“

Una parte clave del proceso es la selección de los artesanos participantes; para esto nos hemos inspirado en la selección que realizan otras ferias, adaptándola a la realidad local e intentado ser eficientes en términos de procedimientos.”

En relación al diseño, se privilegia que existan líneas o colecciones de productos que sean funcionales, que sirvan para aquello para lo cual han sido elaborados. Valoramos además la experimentación, la investigación y la innovación aplicada; también es relevante, aunque es muy difícil de valorar a través de una ficha, que los productos sean ambientalmente sostenibles y que las técnicas o materiales utilizados no generen impactos negativos en los recursos naturales.

Uno de los datos curiosos que ha sido una constante en los últimos cuatro años, la

excesiva oferta de productos relacionados con el área de moda y accesorios que nosotros vinculamos con el ámbito textil así como de regalos, en donde entra una diversidad de productos, incluidas las manualidades. Por el contrario, las ramas menos numerosas son los instrumentos musicales y la juguetería que asciende a un 5% del total de la oferta de la Feria y que curiosamente debería ser uno de los rubros más fuertes en un espacio destinado a ofertar regalos navideños.

Al detectar estos vacíos trabajamos para que los artesanos que manejan estas técnicas artesanales produzcan también juguetes apoyándoles en el diseño y en procesos de innovación; una persona que confecciona ropa por más de treinta años no se le enseña a coser, pero si se le orienta a utilizar sus conocimientos y destrezas en una nueva posibilidad de mercado como puede ser la confección de juguetes.

Es muy importante que se produzca una apropiación de materiales y técnicas locales; en algunas áreas como por ejemplo la bisutería, no podemos esperar que todo sea hecho en Ecuador, pero la mayor parte de productos sí deben mostrar técnicas, materiales o mecanismos que sean propios de la zona o que tiendan a la recuperación de técnicas de antaño a través del diseño como estrategia. Esta política se expresa dentro del proceso de selección que valora y puntúa mejor a aquellos artesanos que están en capacidad de incorporar más de dos o tres materiales en sus productos; situación posible en Ecuador al ser un país pequeño y geográficamente diverso, pues las cortas distancias entre regiones permite la posibilidad de mezclar materiales provenientes del entorno del artesano.





Se analiza, además, cuánto ha invertido el artesano en sí mismo y su producto: si ha generado una marca y desarrollado su imagen corporativa y de haberla, el proyecto busca consolidarla en el corto o mediano plazo. Para la Feria es importante que existan al menos tarjetas de presentación como condición para participar porque si los artesanos tienen más estrategias de promoción, se les puntúa mejor; también se valora que se haya vinculado con la promoción de su producción a través de las nuevas tecnologías de la comunicación, que es uno de los temas de capacitación que brinda el proyecto como herramientas de promoción dentro de un mundo globalizado.

La matriz para la calificación de los artesanos y sus productos es una herramienta técnica que se llena al conocer cada expediente del postulante y contiene los criterios de identidad, innovación, técnicas, calidad, empaque entre otros; a todos estos criterios se les da una puntuación sobre diez puntos.

Una forma de generar la democratización de la entrada a la Feria, es que con diez puntos

podría postularse una persona que nunca antes ha participado, pues buscamos refrescarnos. Así, en cada edición de un 45% a un 65% de expositores son nuevos y dentro de este grupo, se procura que el 100% de los productos que exigimos tengan innovación; es decir, que también sean nuevos.

La matriz se llena para cada uno de los postulantes, se tabulan sus resultados y se valida los mismos en la reunión técnica del comité, donde se determina el listado final; no necesariamente entra a la Feria el que mayor puntaje haya alcanzado porque, en este momento, se considera el criterio del consumidor. De esta manera, se determina si el producto será del gusto del consumidor, si se ajusta a sus requerimientos; este es el desafío del proceso de selección de la Feria, mucho trabajo que no se ve.

Algunos datos adicionales de “Texturas, Colores y Sabores”. Disponemos de tres mil metros cuadrados de Feria, se cuenta con espacio para ciento treinta expositores; en sus diferentes ediciones han participado dieciséis invitados especiales, como los artesanos de Chordeleg y del Centro de Bordados Cuenca de la provincia del Azuay y de otras provincias ecuatorianas como Manabí y de la región Amazónica.

Las dos últimas ediciones la Feria se realizaron en el antiguo aeropuerto de Quito que tiene el espacio adecuado para el desarrollo de un evento de este tipo. En la parte baja se ubican entre veinte y veintidós expositores en cada una de las ocho categorías que conforman



la Feria: instrumentos musicales, moda, juguetes, reciclaje, alimentos, arte e imaginería a más de un mercado tradicional y el área de las instituciones; el año anterior nos acompañó la UNESCO con el plan de gestión para la iglesia de San Francisco. En la parte alta tenemos un proyecto con los artesanos que están en la calle de la Ronda de Quito, son cerca de catorce expositores; el área de regalos y el área de alimentos están al final, de acuerdo a la ruta establecida estratégicamente en el montaje.

¿Qué hemos obtenido como resultados después de seis ferias? Hemos recibido cerca de cincuenta mil visitantes en todo este período – esto lo tiene el CIDAP en un solo festival, hecho envidiable– pero también debemos entender las lógicas diferentes, pues para entrar a “Texturas y Colores” el público debe pagar dos dólares que probablemente va a irse incrementando porque nuestro plan de sostenibilidad está aún lejos de alcanzar el punto de equilibrio y mientras no lo alcancemos, esto puede desaparecer. De allí la necesidad de garantizar la sostenibilidad en el tiempo. Los artesanos pagan su stand, el proyecto apoya con recursos propios y con gestión, pues se ofertan paquetes de auspicio que van desde los dos mil dólares hasta los treinta mil dólares.

Según las encuestas aplicadas, las ventas en cada feria ascienden a aproximadamente doscientos mil dólares; sin embargo, es necesario tener presente que estos datos son muy difíciles de obtener porque la gente supone que si dan cifras reales de venta cuando éstas son buenas, el próximo año se incrementaría el costo del stand. A través de las encuestas se ha determinado también que el 40% de los artesanos vende un valor similar post feria, con los contactos generados en la misma.

Nos interesa incorporar el diseño como un recurso estratégico, no cosmético pues el haber logrado el estatus con el que cuenta la Feria es el resultado de haber entendido al diseño como la base de todo el proceso.



Los retos futuros son múltiples, nosotros como Feria buscamos incidir en la forma cómo se producen, se venden y consumen artesanías en Quito, proceso muy diferente al de Cuenca, Guayaquil, Otavalo o cualquier otro lugar. Nos interesa incorporar el diseño como un recurso estratégico, no cosmético pues el haber logrado el estatus con el que cuenta la Feria es el resultado de haber entendido al diseño como la base de todo el proceso.

En un futuro cercano deseamos realizar una curaduría con piezas físicas para lograr una mejor documentación, es un esfuerzo grande y el CIDAP entiende el significado de dicho proceso; nosotros aún no estamos preparados para ello.

Dentro de los retos está el incursionar en otros segmentos como el de hoteles, celebraciones, turismo, etc., experiencia que viene desarrollándose en Colombia, en Perú y que consiste en ofertar productos hechos a mano para los servicios hoteleros.

Nuestro compromiso es no dejar a la artesanía en el estado inicial en que la encontramos, el reto es dinamizarla, ir adelante y desde este trabajo garantizar que perdure en el tiempo.



Diseño y Neo artesanía

Esteban Torres Díaz

Desde su experiencia como diseñador, el autor presenta una propuesta conceptual y práctica de creación basada en los preceptos del realismo especulativo, que se centra en la reinención y resignificación de los objetos, la estética y las formas precolombinas utilizadas en los contextos actuales, dándoles nuevos usos y sentidos. A través de la descripción y repaso de los principales proyectos de diseño realizados por el autor, de manera individual o dentro de un equipo académico, el presente artículo nos devela las inmensas posibilidades del diseño vinculado con la artesanía y es, a la vez, un llamado a la recuperación y revaloración de la historia e identidad de nuestros pueblos ancestrales, así como un tributo a su legado.

Based on his experience as a designer, the author presents a conceptual and practical proposal for creating based on the precepts of speculative realism, a focus on the reinvention and redefinition of objects and aesthetics and pre-Columbian forms used in the current context, giving them new uses and meanings. Through the description and review of major design projects carried out by the author, individually or within an academic team, this article reveals to us the immense design possibilities linked to the craft and, at the same time, a call to the renaissance and revaluation of the history and identity of our native peoples as well as a tribute to his own legacy.



Quiero empezar la exposición sobre diseño y artesanía con un término que resume la historia y el soporte conceptual de mi trabajo: realismo especulativo. Utilizo el término “realismo especulativo” como una metodología de la reinención de las formas ancestrales: lo que vemos es lo que es y a partir de allí comenzamos el juego de los espejos y de la imaginación. Los objetos arqueológicos de las culturas ancestrales fueron elaborados hace miles de años, sin embargo lo único que tenemos actualmente es el objeto como tal, no sabemos cómo eran utilizados o lo sabemos brevemente, no conocemos a ciencia cierta qué comían estos grupos humanos o cómo era el sabor de esta comida o cómo eran en realidad sus danzas.

Hay muchos hechos que han quedado ocultos en el tiempo y en varias ocasiones desaparecidos; esta es la base para que los seres humanos utilicemos el realismo especulativo. Imaginamos a partir de aquello que vemos, si tengo en mis manos un objeto entre tantos miles de objetos que existen en la cultura, en los museos, en los libros, pues a partir de ellos generé expectativas, realidades y precisamente eso es lo que he realizado como diseñador.

Se dijo que al diseñador “hay que bajarle la cresta” y es verdad. Conozco a muchos diseñadores que si no es por la computadora no pueden diseñar, no pertenezco a este grupo, creo en el contacto con los seres humanos, con los

artesanos, con el lápiz y el carbón, con el arte que nos nutre todos los días y, en este contacto, cómo no enamorarse de la artesanía. Sus elementos muchas veces me motivaron a vincularme con las culturas milenarias; sin embargo, este relacionamiento no fue inmediato, fue un proceso pues cuando uno está en la escuela y en el colegio visita el museo como una obligación, pero cuando volví a ver esos objetos con ojos más maduros, vi otra realidad, descubrí importantes motivos gestores y me quedé con varios de ellos; por ejemplo, los sellos de las culturas ancestrales.

De manera intencionada dejé la computadora y los desarrollados sistemas tecnológicos y me propuse crear mi propio sello. A través de arcilla generé una réplica para entender su funcionamiento, para en una lógica de “túnel del tiempo” trasladarme cinco o diez mil años e intentar tallar como seguramente ellos lo hacían y marcarme como posiblemente también lo hacían, enfrentándome a todos los problemas y circunstancias de su elaboración y uso. Este es el caso, por ejemplo, de los sellos de la cultura Jama Coaque, si bien hay muchas culturas precolombinas que utilizaban sellos, la Jama Coaque tiene una característica especial, produjo millares de ellos.

Eso nos lleva a una reflexión mayor sobre la importancia de conocer a través de la historia, el aporte de nuestras culturas ancestrales. Decía Benjamín Carrión: “*Si no podemos, ni debemos*

ser una potencia política, económica, diplomática y menos -¡mucho menos!- militar, seamos una gran potencia de la cultura, porque para eso nos autoriza y nos alienta nuestra historia"; no hay más verdad que la que está escrita en esas pocas palabras. Lamentablemente, hemos rescatado la historia en museos, libros, fotografías y otras fuentes muy importantes pero se ha quedado guardada allí, casi nadie la busca, nadie ni siquiera toca los objetos.

Otra frase que ha orientado mi experiencia y que me ha ayudado a generar conocimientos dice: *"Vivimos en una doble tensión, la que nos impulsa a imitar a los otros e incorporar elementos ajenos a nuestro entorno por su mayor funcionalidad y eficiencia, y la que nos lleva a defender y preservar lo que es nuestro, lo que nos hace diferentes"*, y eso precisamente es lo que nos sucede sobre todo con los jóvenes.

Soy profesor de las universidades de Cuenca y del Azuay, enseñé la asignatura relacionada con la creación de marca y cuando propongo a los estudiantes generar una marca, sucede siempre algo curioso: todos terminan elaborando una marca en inglés; por esa razón, en los últimos años, he puesto como condición que la marca debe ser en nuestro idioma.

“

Vivimos en una doble tensión, la que nos impulsa a imitar a los otros e incorporar elementos ajenos a nuestro entorno por su mayor funcionalidad y eficiencia, y la que nos lleva a defender y preservar lo que es nuestro, lo que nos hace diferentes.

”

Uno de los grandes problemas que viven los países, es la introducción de rutinas extrañas a cada región, produciéndose una dictadura cultural. ¿A qué me refiero con esto? No estoy en contra del inglés o de la tecnología, pero me preocupa que no generamos una respuesta a esto; el lenguaje de la creación viene de un solo lado y no proponemos algo que proteja nuestra identidad, que hable de nosotros.

Eduardo Kigman dice: *"América Latina continua siendo un espacio muy rico de expresión de la diversidad, pero ésta se manifiesta hoy*

más que nunca bajo la forma de identidades dinámicas, cambiantes y sujetas a las más diversas influencias". Nuestro pueblo -posiblemente muchos de ustedes no compartan lo que voy a decir-, se deja influir con facilidad por las culturas foráneas quizá por falta de educación, por no tener una educación en valores que no se centre sólo en lo económico sino en el valor de la cultura, pues aquello que distingue a los seres humanos y les da identidad son sus costumbres, sus tradiciones culturales.

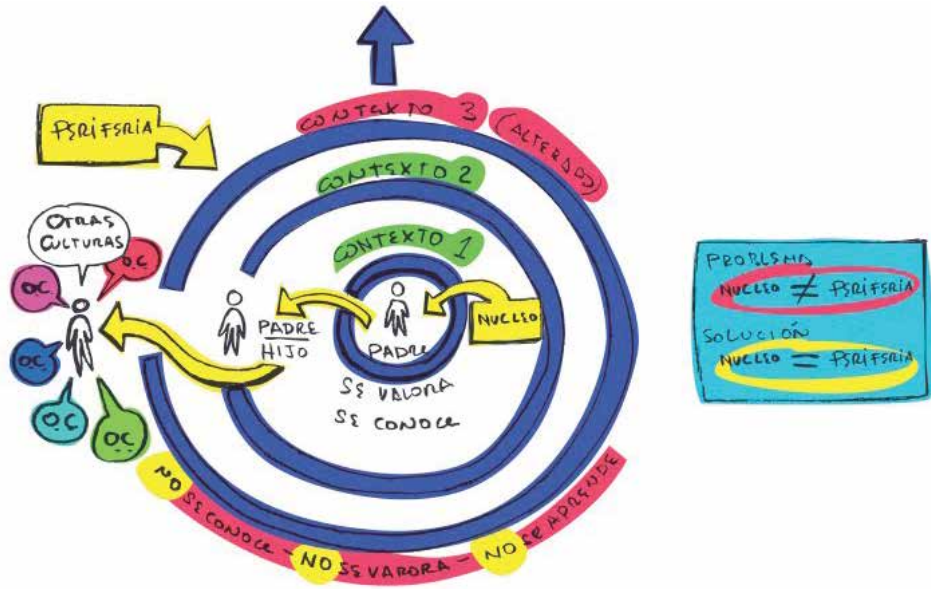
Las tradiciones culturales más representativas se mantienen en el tiempo. La moda, como la concebimos en Occidente, no existe entre los pueblos indígenas; si vemos las fotos de la vestimenta de los años sesenta del siglo pasado y las comparamos con las del 2015, los cambios no son perceptibles. Mientras si vemos al mundo occidental de los años sesenta en comparación con este año, la moda ha cambiado vertiginosamente y está cambiando constantemente.

¿Cómo hacer que estos cambios funcionen a nuestro favor? A través del siguiente gráfico, intento explicar este fenómeno del alejamiento de nuestros valores culturales:

En el centro he colocado al padre, quien conoce los hechos históricos, los valores de la fiesta, la danza, el significado de la zampoña; ésta información es transmitida al hijo y así de generación en generación. Pero sucede que en la actualidad varios medios de comunicación y tecnológicos que desconocen o no valoran estas costumbres, influyen también en el hijo, quien no recibe información solamente de su núcleo familiar y comunitario, sino de la diversidad de culturas y perspectivas; esto no está mal, lo malo es que se tiende a negar y desvalorizar la propia cultura y valores. Por tanto, es importante trabajar para que lo que transmite el núcleo sea más poderoso que aquello de la periferia.

¿Cómo lograr esto? fortaleciendo la educación y la cultura; a ello puede contribuir el diseño.

Para enfrentar esta negación de la identidad y de las culturas propias, mi propuesta es lograr una reconfiguración, una resignificación de la cultura que de por sí no es estática. La cultura crece y dinamiza junto a la gente, a los avances tecnológicos, a las nuevas tradiciones, a los nuevos modos de ser y de hacer las cosas; sin



embargo, ¿cómo puede alguien diseñar si el pasado le es desconocido?, ¿cómo puede valorar la cultura propia si no la conoce?, ¿cómo se le pide que valore la tradición si no la ha vivido?, ¿cómo valorar la danza si me avergüenzo de bailar la “Chola cuencana”?

Estos son los elementos que cuestionaron el trabajo del diseño y me hicieron pensar que se podía hacer algo desde la docencia.

En este contexto, debe pensarse la relación de la artesanía con el diseño; para ello, hay que partir del boceto, término clave desde mi punto de vista; los artesanos crean bocetos, algunos son mentales y otros son gráficos.

En la artesanía los bocetos tienen un lenguaje ancestral y pueden convertirse en joyas, textiles u otros objetos con texturas; al respecto es bueno rescatar el concepto de textura que se expresa en los colores, en los sabores, elementos generadores de ideas que posteriormente se transformarán en una artesanía. Posiblemente se dirá que no hay diseñadores especializados en artesanías y estoy de acuerdo, pero se puede aprender del oficio tocando y manipulando la arcilla o la tierra para entender cómo con algo tan

simple como un palo de madera puede hacerse una estructura y crear objetos hermosos.

Con estas premisas, uno de los proyectos más relevantes en los cuales participo, se denomina “Canelazo” y está relacionado, de manera coincidente, con el logotipo del CIDAP elaborado por el arquitecto Salvador Castro, el cual se inspira en una olla denominada “con quién viniste”, que es una olla compuesta por dos cuerpos, en uno de los cuales se produce un vacío, que a su vez genera una succión de aire que produce un sonido. Es una olla maravillosa que si uno la ve en un museo no la puede comprender, no tiene sentido, es solo una forma; pero, si uno la ve en uso, genera un sonido mágico.



En función de este objeto hice un estudio y generé una propuesta mediante el análisis de otras formas de botellas que se conectaban entre sí, algunas tenían sorbete, otras formas de animales. Recuperé los elementos formales y apliqué el sistema del diseño, elaboré los bocetos y en ellos introduje la parte técnica para crear un nuevo objeto que no pertenece a estas culturas, pero que tiene un apego importante con los objetos que fueron sus gestores.

Se trabajó el elemento de manera transparente para que se entienda que hay dos cuerpos, con dos volúmenes que tienen orificios y que funcionan de la siguiente manera: si uno toca uno de los elementos, el líquido surge rápidamente pero si uno toca los dos, cae más líquido o menos líquido y produce sonidos al mismo tiempo. Cuando eran líquidos para tomar, se los tomaba solamente de un lado; la base no es plana y el líquido en esta posición siempre se mantiene caliente. El problema que tenemos es el aseó interno del objeto, lo cual no fue previsto por nuestros antepasados que simplemente lo usaban varias veces.

“

... no me interesó la parte gráfica de los aríbalos que es hermosa, sino me concentré en resaltar la forma, el cuerpo.

”

Otro proyecto interesante es el denominado “Maka, puyñun” o “Aríbalo”. La inspiración surgió de una visita al museo y de investigación bibliográfica. Cuando vi este elemento me pregunté lo que consultan todos: ¿por qué este objeto tiene una base cónica? Este cuestionamiento nos lleva a pensar en que estamos viviendo en un mundo plano, recto, pero el mundo de nuestros antepasados no era plano, era montañoso, por eso creo que ellos inventaron la figura de la rueda pero no la usaron porque no la necesitaron. Con esta base, inicié una investigación para conocer por qué este *aribalo* además de ser hermoso en su parte estética y gráfica tiene tal diversidad de tamaños que van desde los quince centímetros hasta los dos metros.



Los *aríbalos* están presentes en todo el territorio americano, principalmente en Colombia y Perú, sus usos eran variados; en algunas ocasiones eran amarrados a las vigas de las casas y se colgaban para que sirvan como vertedero de granos y también de líquidos. La forma cónica se debe a que como no había refrigeradoras, los *aríbalos* eran clavados y en parte enterrados en la tierra porque esta posición permitía conservar los alimentos frescos por mucho más tiempo.

Con esta información, se inició el proceso de creación y diseño; no me interesó la parte gráfica de los *aríbalos* que es hermosa, sino me concentré en resaltar la forma, el cuerpo. Para esto contextualicé el objeto, creé un supuesto usuario y me pregunté ¿qué haría una persona con este elemento actualmente?, ¿qué función tendría? y en base a ello generé nuevas formas sin olvidarme del cono. Una anécdota que sucedió al realizar este trabajo fue que cuando dejé las láminas donde el artesano y fui a retirar



la pieza –le había dejado siete láminas- el artesano me dijo: sabe, usted se ha equivocado en el diseño pero ya arreglé el error. Él había dotado de base plana a la taza y yo le dije no, eso no es lo que busco, pero claro, la solución para el mundo contemporáneo es siempre volver a las formas y usos conocidos, es decir a un mundo plano.

Finalmente, el diseño en base al *aribalo* salió y yo lo concebí como un recipiente o una taza para tomar canelazo, una bebida deliciosa con alcohol, propia de nuestra zona. Esta pieza fue presentada a un concurso de diseño organizado por la Alianza Francesa, en el cual obtuvo una mención de honor.

Con el paso del tiempo me seguí enamorando de la artesanía y generé un nuevo objeto en base al anterior; es decir, pensé que el diseño está bien, pero puede estar mejor. Creé entonces el proyecto “Aribalo 2” que consiste en una taza arena como reminiscencia a nuestros antepasados, un plato de madera del Oriente y canela para crear un “canelazochocolatado”.

Es decir, a partir del objeto gestor se realizó un segundo estudio y surgió un nuevo elemento que es algo más costoso (creativamente hablando) que el primero y que fue realizado con un grupo de investigación de la Facultad de Artes de la Universidad de Cuenca, el cual ha generado varios recursos e impulsado



la investigación y, sobre todo, ha creado las condiciones para iniciar con la introducción de estos objetos en el mercado como una fuente para promover la investigación. Ello permitió proponer objetos más comerciales y que se han conseguido con moldes.

En la ciudad de Quito hay otro proyecto artesanal con el grupo “*Mindalae*” que me propuso trabajar conjuntamente con otras personas, en la creación de objetos; la idea es que dichos objetos se basen o sean muy similares a las vasijas de las culturas ancestrales del Ecuador.

Particularmente no me gusta copiar, prefiero reinterpretar los temas y añadir elementos creativos, por lo cual dibujé estos objetos y generé en computadora una oferta de platos de cerámica que puedan ser comercializados.

En este proyecto, la ventaja fue que había una empresa productora y comercializadora de cerámica que estaba interesada en la propuesta y que tenía la capacidad para ejecutarla. Existen múltiples posibilidades de productos finales que en diseño son muy diversos pero que aún deben mejorar su calidad, pues es necesario fortalecer el control de calidad de los productos.

Con el mismo grupo “*Mindalae*” se ha creado una línea de almohadones que si bien son muy similares al diseño precolombino original, introducen una nueva cromática y puesta en escena de los almohadones; esto constituye innovación pues se interviene en composición. Otro ejemplo es la línea de joyas denominada “*Huellas*” que ha sido inspirada nuevamente en la cultura Jama Coaque; son joyas de bajo





costo que buscan que los ciudadanos comunes y corrientes se acerquen al conocimiento y valoración de nuestras raíces.

Otra iniciativa es un proyecto de joyas de estilo precolombino que poseen un elemento cauchoso en la punta que se puede pintar con tinta y sirve como un sello para la piel, la cara o cualquier otra parte del cuerpo. Es interesante porque se conecta con el diseño industrial, si

“

... personalmente no me gusta lo perfecto porque se relaciona con el trabajo de una computadora, de una máquina.

”

bien yo no soy diseñador industrial creo que esta idea podría potenciarse y generar sellos de mayor tamaño que puedan ser aplicados en otros objetos, como vehículos, motos o llantas que en base a los recursos de nuestras playas como la arena, tendrían grabados precolombinos con contenido cultural y podrían representar la diversidad geográfica y cultural del Ecuador; en este proyecto estamos trabajando con el apoyo de la Universidad de Cuenca.

Con la Facultad de Artes de la Universidad de Cuenca se ha trabajado en varias líneas y empezamos a generar elementos en tercera dimensión que han supuesto grandes diferencias con el trabajo anterior, porque el 3D permite ampliar las posibilidades creativas



Grupo "Mindalae"

y facilitar la construcción y no tiene costos muy elevados. A raíz de esta tecnología se generaron varios objetos dentro de un proyecto denominado “Estéticas Caníbales”, que produjo los sellos de los que les hablé anteriormente; por ejemplo, hay un sello a manera de cono que para mí representa un volcán, el dios volcán que tiene dos soles, el sol que todos percibimos y el otro sol, que está adentro, que es la lava que se encuentra en proceso de erupción. Adicionalmente si a este sello se le pone pintura, graba dejando un grabado en el papel o en la piel.

Además tenemos un silbato con una serpiente que deja un grabado similar a la forma

de una serpiente, tenemos un prisma de cinco caras, una obra de arte que puede convertirse en un pañuelo. Los sellos no son perfectos, pues se parecen a la realidad porque las superficies planas y duras no poseen el acolchonamiento que permita un mejor grabado; personalmente no me gusta lo perfecto porque se relaciona con el trabajo de una computadora, de una máquina.

Para finalizar comparto la frase que dice “todo aquel que ama el diseño, que ama el arte, ya es mi amigo” y eso es lo que me une con los anteriores expositores de este encuentro, con quienes me siento amigo sin haberles conocido.



/ ARTESANÍA Y GLOBALIZACIÓN /



Artesanía y globalización

Juan Pablo Serrano Neira

La globalización es hoy en día un proceso que cruza la vida de todos los seres humanos y determina las expresiones productivas, sociales, ambientales y culturales de la sociedad actual. El presente artículo expone una nueva perspectiva para entender la compleja relación artesanía-globalización; para ello, parte del cuestionamiento a la modernidad y el sentido del progreso, señala los fundamentos de la globalización en tanto proceso productivo así como los elementos constitutivos de la artesanía y el modelo de producción que representa. Evidencia además que, más allá de un modelo productivo, la artesanía es una filosofía de vida y un acto político que busca mantener valores como la paciencia, el trabajo con las manos, la capacidad de resolución de problemas cotidianos, el respeto por el medio ambiente y la solidaridad social. Esto es lo innovador del artículo: las artesanías dejan de ser vistas como objetos para entender su sentido profundo, en cuanto modelo de vida sostenible que equilibra la relación entre seres humanos y de éstos con la naturaleza.

Globalization is today a process that touches the lives of all human beings and determines productive, social, environmental and cultural expressions of today's society. This paper presents a new perspective to understand the complex relationship of craft/globalization; for this, part of the questioning of modernity and sense of progress, signals the fundamentals of globalization in both the production process and the constituent elements of the craft and the production model it represents. This is further evidence that, beyond a production model, craftsmanship is a philosophy of life and a political act that seeks to maintain values such as patience, working by hand, the ability to solve everyday problems, respect for the environment and social solidarity. This is the innovation of the article: that crafts are no longer seen as objects to understand their deeper meaning, but as a model of sustainable living that balances the relationship between human beings and of these with nature.

La situación de las artesanías, en el proceso de globalización, es un tema de reflexión personal y colectivo recurrente desde hace algunos años. El punto de partida para este análisis es la comprensión de la globalización como un momento en la historia de la humanidad.

En el caso del continente americano, la globalización se inicia a través de encuentros de cercanía entre seres humanos y civilizaciones, por medio del flujo de personas, mercancías y saberes. El contacto entre los pueblos originarios y europeos que llegaron a estas tierras entre éstos: españoles, portugueses e italianos -sin entrar en el debate si dicho contacto destruyó o enriqueció los distintos procesos que se desplegaban en el continente- modificó dichos procesos históricos, profundamente.

En el caso de las artesanías, en América, se inicia a finales del siglo XV un ciclo nuevo caracterizado por la riqueza, en la amplia acepción del término, en la producción artesanal, que visto desde una mirada contemporánea, se denominaría la entrada de la artesanía en la lógica de lo global porque a partir de encuentros y desencuentros con los conquistadores, se establecieron varios elementos nuevos entre los que se pueden señalar: procesos productivos

desconocidos, sustanciados en la creación y recreación tecnológica; generación de objetos que posibilitaban satisfacer necesidades nuevas, que llevaron a la conformación de una oferta y a la creación de circuitos comerciales que satisfacían la demanda en las colonias y llevaron a condensar la organización geopolítica que la Península Ibérica había establecido.

El control de los puertos para la entrada y salida de mercadería era estratégico, no solo en términos de comercio y economía, sino de manejo de tecnología y de referentes culturales. Un ejemplo de ello es el Galeón de Manila que recorría el mar Pacífico, enlazando las colonias tanto allende los mares cuanto en la costa oeste de América; lógica comercial que se extendió por varios siglos. A esto se sumaba las rutas de contacto entre el continente y la península, todo lo cual llevó a configurar una vasta red comercial que se mantuvo viva por centurias. *Introtterra* se establecieron flujos que desde los puertos llevaron los nuevos referentes a ciudades y poblados; lo cual sugiere el establecimiento de flujos comerciales consistentes que enlazaron a pueblos distantes, más la globalización fue de doble vía, como debe comprenderse el traslado de materias primas, objetos diversos y un conjunto de elementos "exóticos" desde el Nuevo Mundo a Europa.

Pasar de una mirada singular a una concepción multidimensional

Un concepto fundamental presente a partir del surgimiento de la “modernidad” es la idea de progreso que influyó profundamente en la vida de las sociedades. Para acceder a esta condición había que dejar las costumbres de antaño porque todo aquello que no encaja en la concepción de lo moderno es signado como atrasado y siempre lo mejor está por delante mientras el pasado es asumido como fase histórica inferior. Desde esta óptica, la ideología del progreso es la que permite avanzar a los pueblos; el poder se fue construyendo sobre estos imaginarios hasta convertirlos en los paradigmas dominantes de pensamiento. Se asume que todo lo pre-moderno no tenía valor, entre ellos: la artesanía; tanto más cuanto que al ser una actividad de la economía mercantil simple, es una actividad reñida con el referente del progreso capitalista.

Es necesario reflexionar, ¿qué entendemos por progreso?

Semánticamente el término procede del latín *progressus*, indica que algo se dirige hacia adelante, en tanto concepto nos remite a un destino inevitable, un camino siempre ascendente, constantemente lineal y de superación incuestionable del pasado. En contradicción con este paradigma, diferentes pueblos de todos los continentes del mundo mantienen en su cosmovisión una concepción cíclica del tiempo y de la vida, ligada a la vida en plenitud, vida bella y que en el mundo andino se le conoce como *Sumak Kawsay*; en gran medida, este paradigma surge de sociedades pre-modernas en donde la economía no es la piedra angular de la organización social sino parte de un conjunto de elementos que permiten obtener una vida en equilibrio.

En este contexto, el progreso es un devenir circular; por tanto, no siempre aquello que está adelante es más desarrollado. En este sentido, las actividades vinculadas a la economía mercantil simple, no son labores atrasadas, probablemente en algunos aspectos estas actividades están por delante de muchas otras que la contemporaneidad las considera como altamente desarrolladas.

¿Qué caracteriza a la Globalización?

Uno de los pensadores más importantes de la época de la globalización, Noam Chomsky, reflexionó en torno a que la izquierda y los

movimientos progresistas en el mundo concibieron a las manifestaciones de la globalización como el nacimiento de procesos supranacionales de internacionalización de la política, cuando paradójicamente la globalización ha mostrado ser todo lo contrario, un proceso muy fuerte de control del flujo de capitales, de imposición de una única ideología, de estandarización cultural y de contenidos informativos y del surgimiento de un paradigma de poder omnipresente.

La globalización está lejos de ser una unidad monolítica, posee fuertes contradicciones pues mientras se propugna el libre mercado de bienes y servicios, por otro lado, se impide y controla el libre flujo de las personas y su movilidad así como el libre flujo de bienes y servicios desde los países “periféricos” hacia los de más alto desarrollo. Esta tensión dialéctica genera procesos intrínsecos de confrontación entre su tesis y su antítesis, y crea un panorama



Maestro Agustín Cruz, Madera, talla policromada, México, Grandes Maestros del Arte Popular Iberoamericano, (2012), Madrid, España: Talleres Bizolis, pág. 31.



Saraguro, pueblo originario.

en extremo dinámico y cambiante, con permanentes rupturas de las cuales brotan saltos cualitativos de gran interés.

De los numerosos elementos referenciales de la globalización vale destacar dos: el enorme desarrollo científico y tecnológico, y la vinculación de este desarrollo con los procesos productivos y comunicacionales. El mundo es otro a partir de la revolución científico-tecnológica que aplicada a la comunicación ha permitido eliminar las distancias y mantenernos interconectarnos en tiempo real mientras en lo productivo, nunca antes en la historia, hubo tal diversidad y volúmenes de oferta de productos; estamos inundados de objetos: de aquellos que necesitamos y de los que no.

Precisamente, otra de las características de la globalización es la creación de mercados masivos y homogéneos fuertemente estandarizados en términos de cultura, que suponen altos volúmenes de producción a precios bajos; de hecho, el consumo se constituye en un elemento clave que permite mantener todo el entramado de producción-distribución-comercio.

Dentro de la lógica mencionada, existe, en tanto proceso dialéctico, la existencia de contrarios, mismos que se reafirman, fortalecen y dan cuenta de su existencia a partir del surgimiento

de manifestaciones diametralmente opuestas, que llevan a que el sistema como tal tienda a “equilibrios inestables”. Sin embargo, poco se ha trabajado y mucho menos evidenciado que la globalización demanda mercados exclusivos que posean el signo de lo diverso, con la fortaleza que emana de la raíz cultural, la identidad y de singularidad productiva aunque a nivel planetario hay un grupo cada vez más creciente de personas que no buscan lo masivo y efímero, y que procuran sobre la base de la calidad, organizar las formas de vida con objetos que respondan a sus particularidades.

Es fundamental comprender este tema porque la artesanía corre riesgo de desaparecer y perder su sentido en medio de un agresivo mercado global basado en volumen y precio, en el que se comercializan todo tipo de objetos provenientes de procesos industriales que tienen diseños o poseen rasgos de evocación étnica y/o artesanal, y que se elaboran masivamente a precios reducidos; por ende, en diversos lugares del mundo procuran que la artesanía se enfrente con dichos objetos, estableciéndose una competencia totalmente desleal y de la cual jamás podría salir con vida.

La globalización genera puntos de fractura, en los cuales existen públicos que no buscan la satisfacción de necesidades con productos

ofertados masivamente y que valoran la calidad y la singularidad; es en estos espacios en donde la artesanía puede existir.

La artesanía vista desde una mirada de progreso cíclico se constituye en el punto de partida de los procesos de producción que devinieron en procesos industriales y que, en el presente, en medio de la globalización, se establece en una manifestación de producción superior, debido a que supera una producción masiva, estandarizada y desechable.

La artesanía y su dimensión política en la Globalización

En medio del apabullante proceso de globalización, la artesanía cumple una función política muy interesante. Al respecto, el CIDAP desarrolló como herramienta fundamental para su trabajo, un estudio de la balanza comercial de artesanías; el Ecuador es uno de los pocos países de América, si no el único, que la posee. Este instrumento permite realizar una disección a la globalización, pues en un país profundamente artesanal como el nuestro, todos los indicadores de la balanza comercial son negativos, salvo elementos muy puntuales ligados al tejido de la paja toquilla y la tagua, rama en la cual somos productores primarios, pues no generamos procesos agregadores de valor.

La balanza comercial expresa una realidad muy dura para el país, la artesanía ecuatoriana está siendo absorbida por la competencia de productos semi-industrializados o industrializados que la han copiado y reemplazado proveniente, en su mayoría, de la China. Es decir, mientras aquí estamos pensando en las artesanías solamente como un referente cultural, desligándolo de procesos productivos, comerciales y de decisión política, para otros segmentos vinculados con el comercio y la globalización se ha convertido en la oportunidad de incorporar objetos al mercado y con esto liquidar a la producción artesanal.

Por tanto, si no generamos estrategias y política pública que enfrenten este riesgo, la globalización es el espacio más idóneo para desaparecer la artesanía en función de las necesidades del mercado del capital: por esto, la balanza comercial se convierte en una herramienta de decisión e intervención política.

La dimensión política de la artesanía nos conduce además a otro tema poco estudiado: la artesanía expresa la diversidad de mundos y la coexistencia de cosmovisiones diferentes.

En América no hay una América, hay múltiples Américas, comenzando desde pueblos que se mantienen casi intactos en el tiempo, como los aborígenes de las zonas más remotas de nuestros países donde no hay la presencia del Estado, hasta manifestaciones vinculadas a flujos internacionales de elementos culturales altamente contemporáneos; lo uno no niega lo otro, es así que, la clave de la artesanía en el presente está en comprenderla como una manifestación de la pluralidad y diversidad de nuestros pueblos.

“

La artesanía expresa la diversidad de mundos y la coexistencia de cosmovisiones diferentes.

”

En medio de la globalización, la artesanía es un proceso de autodeterminación política y de resistencia; por ello, cabe preguntarnos: ¿qué es la vestimenta tradicional para los seres de los pueblos que utilizan esta prenda? El huipil o el rebozo entre muchos otros son signos de autodeterminación que han logrado mantenerse a pesar de la homogenización que brota de la globalización. Históricamente el vestido posee una enorme carga expresiva, hasta hace pocas décadas el vestido expresaba con total diafanidad lo que una persona era; la modernidad y la contemporaneidad han llevado a que se deje de lado la manifestación identitarias a favor de poseer objetos de bajo costo para simplemente satisfacer necesidades.

Las sociedades con basamento artesanal

Esta dimensión de la artesanía nos remite, a su vez, a los modelos de desarrollo.

En América los postulados que intentaron proponer modelos propios de desarrollo para nuestros países, como por ejemplo la Comisión Económica Para América Latina, CEPAL, fueron abandonados mientras aquellos modelos que se establecieron en diversos lugares del continente ligados a la producción artesanal, no

han sido suficientemente estudiados porque se consideraba que las artesanías son solamente objetos y no se vislumbró que detrás de ellas hay un complejo entramado social, económico y político que les da sustento. Desde esta óptica, la artesanía no debe verse como un sistema productivo atrasado pues si intentamos entender su lógica, es un sistema que maximiza las opciones en el territorio; por ejemplo, los pueblos de tejedores o de alfareros trabajan con la materia prima de su zona, la transforman, la potencian y con ello minimizan la dependencia a insumos externos.

Un tema sumamente interesante que tampoco ha sido estudiado a fondo, son las relaciones sociales y productivas en sociedades artesanales. Hay una investigación realizada en los años noventa al sur de Ecuador, por el economista peruano Jürgen Schultz, quien analizó las características de las sociedades azuaya y cuencana, y uno de los elementos fundamentales que observó es su capacidad de autocentramiento. La artesanía no es un hecho casual, es el producto de un proceso de autocentramiento que refleja la capacidad de los pueblos para organizarse, optimizar el uso de sus recursos naturales, constituir los procesos productivos y estructuras de organización social y dotarse de un conjunto de instituciones que les permitan establecerse como sociedad y, a partir de ello, relacionarse con el Estado. Sería de

sumo interés realizar un análisis comparativo entre sociedades cuyo fundamento histórico han sido las artesanías con aquellas cuya razón de ser han sido los procesos de explotación primaria de recursos naturales y analizar la consolidación de sus estructuras sociales y los procesos de inclusión y exclusión social, así como la consolidación de sus instituciones.

Lejos de manejar maniqueamente sociedades de basamento artesanal como el referente a seguir en América, sugiero la necesidad del análisis comparativo porque las sociedades cuyo asiento ha sido la artesanía poseen también procesos de injusticia social, mala distribución de la riqueza o exclusión social; observo también las formas de organización de la producción artesanal y sus diferencias o ventajas respecto a los procesos productivos capitalistas o post capitalistas sustentados en modelos primario exportador.

La Globalización y los ciclos productivos

Es importante considerar el concepto de ciclo productivo porque la revolución científico-técnica modifica gravemente aquello que se mantuvo constante a lo largo de miles de años.

El concepto de ciclo se refiere a una repetición, a la recurrencia de cualquier fenómeno de manera periódica en el transcurso





*“El mundo necesita aprender la virtud de la paciencia”.
Lenguaje Creativo de las Etnias Indígenas de Colombia, (2012),
Medellín: Colombia: Suramericana, pág. 398.*

de un tiempo determinado, es un continuo volver. Nacemos, crecemos, nos reproducimos y morimos, el tiempo es cíclico y todo en la naturaleza da cuenta de estos ciclos; sin embargo, la postmodernidad desconoce este devenir: los ciclos productivos buscan alterar los ciclos naturales, con sus períodos vegetativos y es el capital y sus demandas el que determinan la existencia de los ciclos productivos.

Una de las manifestaciones más perversas de esta lógica, quizá, es el proceso que estamos desarrollando con los animales. Para que los seres humanos los podamos consumir

y exista ganancia, las plantas avícolas y las porcinas, por ejemplo, vulneran los ciclos vegetativos en favor del ciclo del capital. Hay en el planeta tal desarrollo científico-técnico que el ciclo del producto ha sido reducido a niveles insospechados; con ello, se presentan algunos elementos claves para comprender: la maximización de la producción, la exacerbación del consumo y la creciente insatisfacción humana ante tantos objetos consumidos.

Hay una exacerbación del sentido de la urgencia y rapidez del movimiento, el entendimiento del ciclo productivo ha cambiado por completo pues para reproducirse y maximizar sus ganancias, el capital requiere disminuir el tiempo de producción; por eso, la artesanía no calza dentro de la lógica del capital y la globalización.

En efecto, la postmodernidad viene acompañada del signo de los tiempos que es la velocidad, el aceleramiento que se traslada a los procesos productivos y rompe los tiempos reales. La artesanía plantea una vuelta a la armonía en un mundo donde la paciencia no es un valor, sino es un defecto; es imposible ser artesano/a si no se cultiva la paciencia.

Muchas de estas premisas podemos verlas en la elaboración de objetos semi-industriales o industriales que por usar motivos étnicos simulan ser artesanías. Algunos de los modelos productivos implementados en el Asia han sido modificados por el capitalismo y el post capitalismo, ignorando la producción a escala humana y sus ciclos, a fin de generar altos volúmenes de producción a precios bajos, creando productos de baja calidad y de vida efímera; siendo esto, la antítesis de los fundamentos de la artesanía.

Los valores intrínsecos de las artesanías y las demandas del presente

La fuerza interior que posee la artesanía como diversidad es enorme y, en tanto surge de realidades diferentes, debe ser vista como una pluralidad; por esta razón, es un grave error considerar a la artesanía en singular, solamente como expresión patrimonial de pueblos ancestrales o como una artesanía de un diseñador destinada a los mercados contemporáneos. Gráficamente podemos referirnos a aquella como un madero de dos puntas, en la una está la enorme riqueza de

los pueblos ancestrales que trabajan técnicas milenarias y una pureza iconográfica singular y en el otro extremo está una artesanía con diseño de autor, ligada a la postmodernidad; en medio de ambos extremos están elementos altamente diversos que expresan la enorme riqueza creativa de los artesanos y artesanas.

Varias personas asumen la artesanía desde un abordaje que mantiene el culto al objeto, cuando se piensa en la preservación de la actividad artesanal, existe la concepción de que el paradigma a seguir es mantener la artesanía tradicional. Sin embargo, hay que reconocer que éste tipo de artesanía en nuestro medio está identificada con el artesano/a pobre que pertenece a una comunidad rural o indígena, que cría sus propios animales, que procesa la materia prima, que elabora el producto con herramientas básicas y, finalmente, lleva los objetos al mercado a comercializarlos; con lo cual el elemento referencial aquí es el objeto artesanal antes que la situación socio-económica de quien lo produce. Por esta razón, es necesario ampliar y confrontar este paradigma con otras formas de ser artesano/a y comenzar a pensar que es necesario trasladar el enfoque en el objeto a la comprensión de la cadena de valor de la artesanía. Hoy la artesanía demanda una mirada sistémica que parta desde la recolección de la materia prima hasta culminar en el mercado y en los servicios post-venta; donde podemos encontrar una diversidad de formas de ser artesano/a. Es un error mirar a la artesanía tan sólo como productos culturales, las artesanías son procesos vivos y en consecuencia, sujetos a permanente cambio.

En este sentido, mucho más importante que los objetos es el manejo de la técnica; la artesanía maneja una gran riqueza de procesos tecnológicos y de ninguna manera se enfrenta dicotómicamente la tradición con la innovación; ésta es una opción productiva para millones de seres humanos en el mundo, quienes son importantes actores económicos y que forman parte de la matriz productiva de nuestros países, de la población económicamente activa. Por tanto, si damos mayor presencia al componente cultural de la artesanía, le estamos quitando su peso económico y, por ende, su fuerza política; y si se la concibe como una manifestación puramente económica se vacía sus contenidos, debido a que no puede existir una artesanía

sin sustento cultural y esta será la raíz que le permita vivir en medio de la vorágine de la globalización.

“

La fuerza interior que posee la artesanía como diversidad es enorme y, en tanto surge de realidades diferentes, debe ser vista como una pluralidad.”

La artesanía siempre ha sido un cruce de caminos entre su enorme fuerza que brota de la cultura, la gran riqueza tecnológica, las diversidades de estructuras productivas y las acciones económicas y de comercio.

Por ello, la posibilidad de que la artesanía subsista es un reto para los tomadores de decisiones políticas, quienes deben mirar las diferentes dimensiones de este fenómeno. Si asumimos que la artesanía puede ser vista como un largo y complejo madero de dos puntas, cabe preguntarse: ¿cuál de los dos extremos del madero posee mayor vulnerabilidad en este momento? La respuesta es la artesanía de los pueblos ancestrales, en donde es muy complejo intervenir porque son procesos que vienen dándose desde el fondo de los tiempos a través de la transmisión por generaciones del manejo de la técnica, de la iconografía y de un conjunto de elementos simbólicos. Por esta razón, la presencia de programas de apoyo que no respeten ese saber, pueden devastar el trabajo de miles de años del artesanos/a; en muchas ocasiones, la artesanía de pueblos originarios puede haberse estancado en procesos de repetición y copia pero la intervención de agentes externos que no miden los procesos, puede traer daños profundos a las tradiciones de dichos pueblos.

Es decir, existen espacios donde los procesos de innovación son necesarios porque éstos llevan a saltos cualitativos y otros donde la innovación solamente puede ser concebida dentro de la vida interna de una comunidad. Esto es muy difícil de entender para los occidentales, quienes creemos tener la potestad para intervenir en todo aquello que consideramos atrasado o que es nuestra misión redimir, modernizar e incorporar al mercado todo lo que existe.



La artesanía como vuelta a la frugalidad, a la vida sostenible

Los tomadores de decisiones políticas consideran que su rol es lograr que la artesanía se someta a las leyes del mercado, las cuales normalmente se contradicen como hemos visto, con la lógica artesanal. Si uno realiza un paneo por varios países, puede ver cómo la institucionalidad creada para que se encargue del tema, considera que su tarea, en torno a la artesanías, es buscar mecanismos para insertarlos en la globalización y en la idea de progreso occidental, bajo el discurso de que los artesanos/as deben ser competitivos, aumentando su volumen de producción y bajando sus costos.

Al respecto, cabe la pregunta: ¿cuáles deberían ser los volúmenes de producción de la artesanía? y ¿cuáles sus costos de producción? La contestación a estas interrogantes, formuladas en todos los países del mundo, debe darse desde los valores de la artesanía y no desde la industria. Esto nos lleva a un problema clave, la gran cantidad de tomadores de decisiones que manejan artesanías, no comprenden los conceptos que están detrás de éstas y han asumido paradigmas que no se corresponden con el mundo de las artesanías

tanto más cuanto que son procesos productivos totalmente disímiles con la industria. La artesanía necesita determinar en términos productivos sus volúmenes de producción y sus costos productivos; aquella que no puede competir en el mercado masivo, con los productos industriales o semi-industriales, debe identificar las rendijas que abre la globalización; es decir, debe ubicar nichos de mercado para sus productos.

Hace más de cuarenta años, el economista rumano, Nicholas Georgescu-Roegen, escribió el libro "La ley de la entropía y el proceso económico", donde analiza la aplicación de la segunda ley de la termodinámica en la economía, con lo cual evidenció científicamente cómo se produce la pérdida de energía en los procesos productivos. A varias décadas de dicho planteamiento, el nivel de entropía ha crecido exponencialmente en el planeta, los procesos productivos demandan una cantidad de energía que entra al inicio del ciclo y que se mantiene en dicho proceso hasta obtener el producto final; entre los dos momentos -entrada de energía y salida del producto- hay una desaparición de cierta parte de la energía y esta pérdida que se produce, se denomina entropía.

Por tanto, Georgescu-Roegen es el primer economista que logró relacionar los procesos ambientales con los económicos, mostrando cómo el nivel de entropía va en aumento con el desarrollo de la industria y la tecnología.

Al vincular estas tesis con la sostenibilidad de las actividades productivas humanas, es claro que los procesos productivos actuales no son sustentables y eso cuestiona las bases mismas de la globalización. Efectivamente, urge poner en entredicho los elementos de la globalización que nos la han presentado como un destino único e irreversible; es necesario, además, cuestionar en los valores de la globalización: el crecimiento, el consumo sin fin, el desperdicio y la acumulación desmedida en los cuales no se reflejan los valores profundos de la artesanía.

No sólo procesos productivos simples, como el de la artesanía, cuestionan a la globalización, las corrientes alternativas de la economía lo hacen y la naturaleza se ha expresado también. Hechos como el calentamiento global o la destrucción de la biodiversidad demandan repensar las formas de relacionamiento de los seres humanos con la naturaleza, con la producción y con los otros seres humanos.

Los procesos de expansión económica, tanto del capitalismo como del socialismo así como de todos los regímenes que brotan de la postmodernidad, han construido economías no sostenibles pues son procesos con una altísima carga entrópica que degradan la naturaleza.

“

La artesanía es una vuelta a la unidad en la diversidad, a la paciencia, a la capacidad para resolver problemas y hacer las cosas con nuestras propias manos, capacidad que hemos perdido los seres humanos contemporáneos.

”

Una propuesta de sostenibilidad debe incorporar los valores del mundo artesanal en su pluralidad, pues la sostenibilidad supone retornar al equilibrio ambiental y social. La artesanía es frugal, es justa, es medida, se mantiene en el tiempo. Las mercancías en el capitalismo son descartables, se usan y se

desechan. La artesanía fue creada para ser usada por generaciones, para disfrutarse y legarse, los textiles, por ejemplo, eran parte de las herencias que dejaban las familias; es decir, hablamos de valores y principios que la modernidad y postmodernidad quieren mostrarnos como atrasados.

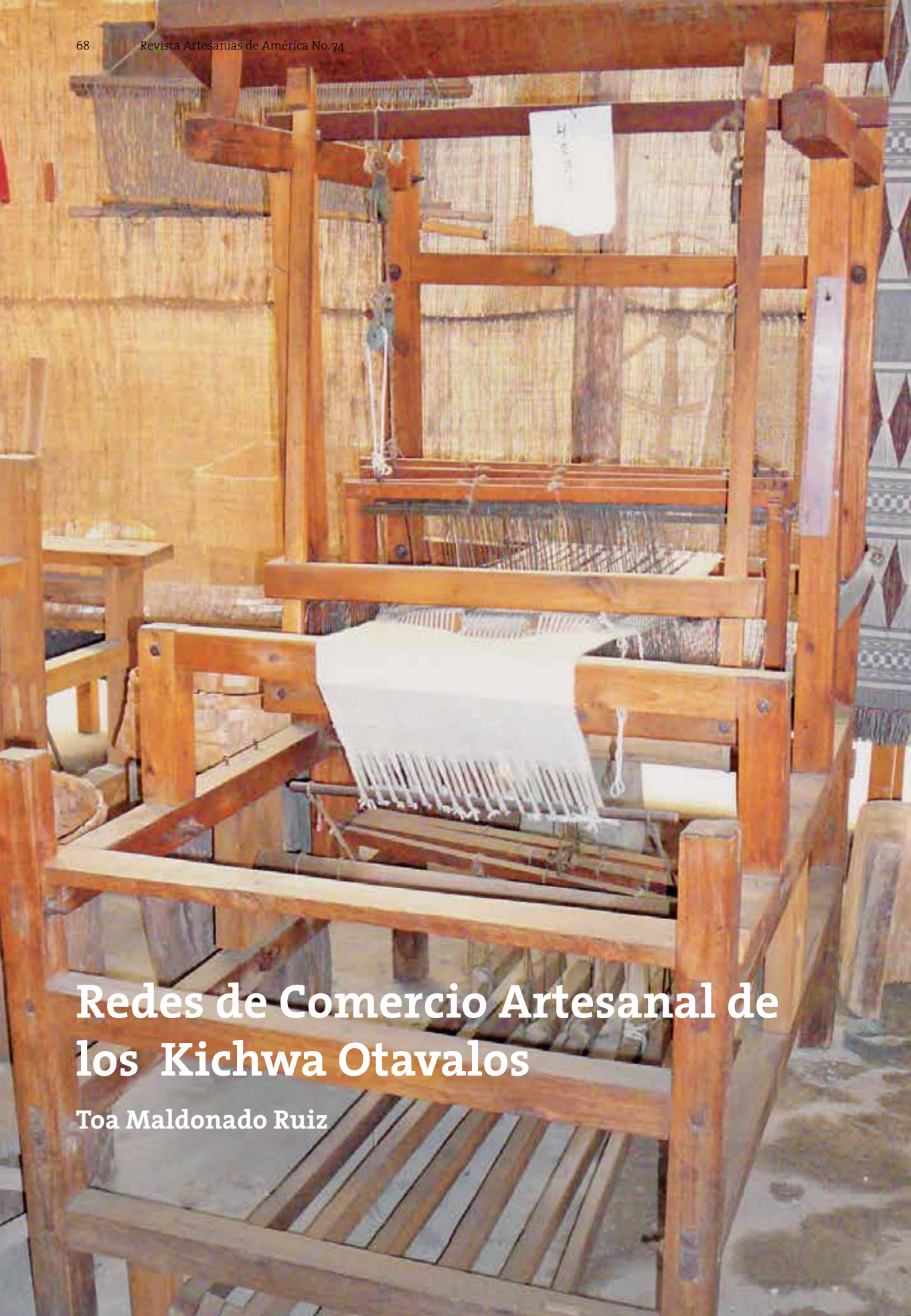
En consecuencia, desarrollar política pública a favor de las artesanías y el arte popular es promover un modelo de vida sostenible porque la artesanía puede aportar a la generación de sociedades más equilibradas y justas, que fortalecen un entramado social para la producción. Lamentablemente, la situación de los países de América muestra que los artesanos están considerados como ciudadanos de segunda y esto se refleja a través de un análisis comparativo entre el presupuesto que todos destinan a la artesanía y a los artesanos/as, en relación a otros rubros productivos que fortalecen un modelo poco sostenible de vida.

Finalmente, la pregunta de fondo es ¿qué aporta la artesanía al mundo?, ¿aún tiene vigencia?

La artesanía proviene del fondo de los tiempos, es un legado del pasado a través de la “*tradere*” o tradición; es decir, aquél que conoce y pasa un conocimiento o saber a otra persona a través de la tradición oral. La artesanía no se escribe, se vive y se transmite como vida; por ello, los procesos de elaboración, las técnicas y la iconografía aún perviven.

Uno de los efectos de la globalización a través de su maquinaria ideológica de la modernidad, es peligrar la tradición, ya no hay generaciones nuevas de artesanos/as que quieran dedicarse al oficio, ésta es una situación objetiva que debe seguirse discutiendo y que requiere soluciones urgentes.

La artesanía es una vuelta a la unidad en la diversidad, a la paciencia, a la capacidad para resolver problemas y hacer las cosas con nuestras propias manos, capacidad que hemos perdido los seres humanos contemporáneos. Es decir, es una invitación a desarrollar una mente y un cuerpo práctico, pues la artesanía nos vuelve prácticos, nos hace creadores; condición superior de vida en un mundo que está muy necesitado de la artesanía y de la fuerza creadora que ésta posee.



Redes de Comercio Artesanal de los Kichwa Otavalos

Toa Maldonado Ruiz

La autora, investigadora y productora audiovisual de nacionalidad *Kichwa* Otavalo, nos introduce de manera clara y cautivadora en la historia del pueblo Otavalo, cuya gente es conocida dentro del Ecuador y a nivel internacional como los grandes comerciantes de artesanías textiles de América y quienes gracias a su capacidad, espíritu arriesgado y visión merecen denominarse *Mindaláes*; es decir, comerciantes y viajeros para quienes su país y el mundo entero no tiene fronteras. Especial importancia reviste en este trabajo la exposición de tres claves para el éxito de los otavaleños: la creación de redes sociales, de redes comerciales y de capital social que les permiten movilizar recursos tangibles e intangibles para su trabajo.

The author, researcher and audiovisual producer, of Kichwa Otavalo nationality, introduces us in a clear and engaging way to the history of the town of Otavalo, whose people are known within Ecuador and internationally as the great traders of textile crafts of America and who, through their ability, adventurous spirit and vision are deservedly called Mindaláes or "merchants and travelers for whom their country and the world has no boundaries". Of particular importance in this work is the exposition of three keys to the success of the Otavalo: the creation of social networks, business networks and the social capital that enables them to mobilize tangible and intangible resources for their work.

Soy miembro fundador de la Asociación de Productores Audiovisuales *Kichwas*, APAK, una asociación conformada por varios jóvenes *kichwas* de la provincia de Imbabura quienes nos dedicamos a recopilar elementos culturales, identitarios y patrimoniales del pueblo *Kichwa* Otavalo; actualmente trabajamos con todos los pueblos y nacionalidades de las provincias de Carchi, Esmeraldas, Imbabura y Sucumbios con la finalidad de producir material audiovisual para el rescate de nuestros conocimientos y prácticas culturales.

Hace tres años elaboramos un documental llamado "*Mindaláe*", el cual muestra un recorrido cronológico de las experiencias migratorias del pueblo *Kichwa* Otavalo. La producción de este documental tomó aproximadamente un año de trabajo y fue una experiencia muy valiosa porque logramos recuperar la memoria de los viajes transnacionales de los *kichwa* otavalo, en gran parte a través del rescate de la memoria oral pues logramos conversar con los pioneros, personas mayores que viajaron a diferentes partes del mundo y que pertenecen a varias comunidades del cantón Otavalo.

La importancia de este documental fue que develó un profundo sentimiento de orgullo de los *kichwa* otavalo, los cuales antes se llamaban "comerciantes" y no reconocían el valor de sus prácticas culturales como aquellas empresariales transnacionales. Cuando se logró

entender la profundidad de esta práctica de comercio y viaje y que éste marcaba la historia de nuestro pueblo, muchos empezamos a denominarnos *mindaláes*.

De la experiencia de producir este documental nació también la iniciativa de realizar investigación; estuve en México durante dos años haciendo una maestría y encontré en este país a compañeros *kichwa* otavalo radicados en San Cristóbal de Las Casas. De este encuentro nació el interés por descubrir, por entender, cómo funcionan las redes de comercio de los *kichwas*, cómo se construyen y transforman las redes sociales y cómo se conforma también el capital social; de allí surge la investigación que voy a presentarles a continuación.

Quiero empezar esta exposición con una frase que es muy popular en Otavalo y que hace alusión a este poder que tenemos los *kichwas* de estar en todas partes, en todo el mundo y que dice: "*cuando el primer astronauta llegó a la luna ya habían dos otavaleños vendiendo artesanías allí*".

El pueblo *Kichwa* Otavalo, ubicado en su mayoría en la provincia de Imbabura, está conformado por hábiles artesanos, productores textiles, viajeros músicos y comerciantes. Desde antes de la Colonia fueron reconocidos como *mindaláes*, una élite indígena especializada en el arte del comercio, cuya labor no solamente se caracterizaba por los intercambios de productos



sino por “su capacidad de desarrollar una política de distribución capaz de dinamizarse y permeabilizarse entre los movedizos límites políticos”.¹ Siendo éste el origen ancestral del *kichwa* otavalo no resulta extraño explicarse el proceso de la dinamización del comercio y los viajes emprendidos por un buen número de ellos que se lanzaron al mundo en busca de nichos de mercado para sus productos artesanales y textiles desde hace más de un siglo.

A inicios del siglo XX, la forma tradicional de comercio entre la población *Kichwa* Otavalo era a través de los trueques, en los que se entregaban tejidos a cambio de alimentos, animales de granja o granos. Los primeros comerciantes, registrados en la memoria oral, corresponden sobre todo a comunidades como Peguche, Quinchuquí, Agato y La Compañía, poblaciones aledañas a la ciudad de Otavalo. Los primeros comerciantes de Quinchuquí, a inicios de 1900, buscaron mercados para sus tejidos y para la carne de cerdo y sus derivados, llegando a las comunidades aledañas al cerro

del Imbabura y luego a Ibarra. Los comerciantes de Agato y La Compañía tenían como lugar de destino la ciudad de Quito, pero también llegaron a Ambato, Latacunga, Cuenca, Loja y otras ciudades del Ecuador. En esta época no existían las carreteras, por tanto los viajes se realizaban a pie, en burro o a caballo; dichos recorridos podían durar días o hasta semanas enteras hasta llegar al lugar de destino.²

La producción textil era muy apreciada en esa época, sus tejidos eran de pura lana y los casimires eran utilizados para *anacos*,³ chalinas, chales, batas o túnicas. Cada comunidad se especializaba en la producción de un tipo diferente de textil; de esta manera, las comunidades de La Compañía y Agato producían fajas y ponchos mientras que en Peguche y Quinchuquí confeccionaban casimires, cobijas, chales y bayetas. Por esta reconocida habilidad de los *kichwas* para la producción textil, muchos fueron invitados a dar clases de tejidos en varios centros educativos de Quito e incluso en otros países.

¹ *Asociación de Productores Audiovisuales Kichwas, APAK, Documento interno: Recuperando la Memoria Oral del Mindaláe Otavalo; Artesano y Comerciante Kichwa Universal (2012, pág. 9).*

² *Ibid.*

³ *Anaco, palabra kichwa, manta que se arrolla en derredor de la parte baja del cuerpo.*

A partir del año 1940 se fueron abriendo cada vez más las fronteras para los comerciantes *kichwas* en países como Colombia, Venezuela, Perú y Chile. Los señores Antonio Lema Chico y Antonio Quinche, originarios de Quinchuquí, llegaron por primera vez a Colombia para dar clases de tejido en Bogotá. Pocos años después, llevaron un telar para exhibir la realización de sus tejidos en una de las plazas centrales de la Ciudad, permitiendo que los observadores compraran objetos y prendas elaboradas directamente por los artesanos.

La excelente calidad de los tejidos y una demanda cada vez más creciente de estos productos hizo que se requiriera fuerza de trabajo; entonces, los pioneros recurrieron a familiares y compadres para fundar empresas familiares en Colombia y para la venta itinerante de sus tejidos alrededor de todo el país.

La señora Rosa Lema Cotacachi, más conocida como Mama Rosa, es quien abrió varias posibilidades para los *kichwas* viajeros. Doña Rosa fue un personaje legendario en la comunidad de Peguche por sus habilidades como comerciante de ganado y por sus buenas

relaciones sociales que le ayudaron a convertirse en una próspera comerciante viajera; entre ellas, las mantenidas con diferentes autoridades, como el ex presidente del Ecuador, Galo Plaza Lasso, quien la llevó a Estados Unidos como Embajadora Cultural en 1949.

“

La excelente calidad de los tejidos y una demanda cada vez más creciente de estos productos hizo que se requiriera fuerza de trabajo...

”

Desde entonces varios *kichwas* fueron invitados a Estados Unidos y Europa también como embajadores culturales; para 1960 los viajeros y comerciantes *kichwas* se abrieron campo hacia países como Panamá, Costa Rica y Brasil y desde 1970 se inició una época de auge cuando los *kichwas* viajaron a Europa y América del Norte.⁴



⁴Angélica Ordóñez, *Migración Transnacional de los kichwa Otavalo y la fiesta del PawkarRaymi, en Al filo de la identidad. Migración Indígena en América Latina* (Quito: FLACSO, 2008); Gina Maldonado, *Comerciantes y Viajeros. De la imagen etnoarqueológica de lo indígena al imaginario del Kichwa Otavalo Universal* (Quito: AbyaYala, 2004).

Para la década de los ochenta, la mayoría de los migrantes *kichwa* otavalos se dedicaban a la venta de artesanías y a la interpretación de música andina en las calles de varios países. En los años noventa, los *mindalés* empezaron a llegar a países como Japón, China, Turquía entre otros; los retornos a Ecuador eran bastante regulares al menos dos veces al año, esto permitía tener siempre como lugar de referencia a Otavalo. Sin embargo, las políticas migratorias fueron endureciéndose cada vez más; por ello, muchos *kichwas* empezaron a quedarse en otros países y a permanecer durante largos periodos de tiempo, en algunas ocasiones debido a la falta de documentos para regularizar su situación migratoria y en otras, por los altos costos de vida del lugar en donde se encontraban.

En los viajes, la mayoría de comerciantes *kichwas* se dedicaban a la venta ambulante de artesanías otavaleñas en las calles o parques de las ciudades y quienes habían llegado -salvo los asentados en países hispanos- a otros lugares, como no sabían el idioma, se vieron en la necesidad de comunicarse con señas y aprender a informar los precios en los idiomas de los lugares donde se encontraban. Pero, además, el riesgo de ser detenido era cada vez mayor porque la venta ambulante era una actividad “ilegal”; esto provocó que varios comerciantes perdieran toda su mercancía o fueran deportados.

Los músicos que también viajaban encontraron otros grupos de artistas peruanos, bolivianos o chilenos con quienes se disputaban espacios en las calles o parques de las ciudades; esto hizo que la competencia fuera cada vez más voraz. Todas estas experiencias hicieron que los *kichwas* buscaran otras alternativas para la comercialización de sus productos, así por ejemplo empezaron a participar en ferias itinerantes, a vender su producción al por mayor a tiendas y negocios y a abrir locales comerciales.

El trabajo de los *kichwas mindalés* básicamente consistía en la comercialización de artesanías elaboradas en los talleres de varias comunidades aledañas a Otavalo para llevarlas a ser vendidas fuera del país. Estas artesanías eran ofrecidas por los comerciantes *kichwas* como expresión de su identidad cultural, las cuales no solamente estaban determinadas por su valor económico, sino por la carga simbólica en sus productos que denota la pertenencia a un



grupo indígena y por lo tanto, representaban lo “exótico” que es lo que demandaba el mercado internacional. Es decir, la identidad étnica jugó un papel muy importante durante los años de viajes por las calles de Europa y Estados Unidos, pues fue un eje clave para la comercialización de las artesanías y la interpretación de música folclórica andina.

Para entender cómo se logró el éxito de la actividad comercial del pueblo *Kichwa* Otavalo es necesario analizar dos elementos importantes: la capacidad de establecer redes sociales y comerciales y el capital social construido por este grupo.

“

El flujo de información entre los kichwas es bastante fluido y se ha expandido gracias a los recursos tecnológicos, los cuales se han convertido en herramientas indispensables a la hora conseguir la información necesaria para viajar.

”



Rosa lema

Las redes están conformadas por relaciones de parentesco, de consanguinidad, afinidad y ritualidad, por los lazos comunitarios previos y la preexistencia de redes sociales, tanto en la sociedad de origen como en la sociedad de llegada. El flujo de información entre los *kichwas* es bastante fluido y se ha expandido gracias a los recursos tecnológicos, los cuales se han convertido en herramientas indispensables a la hora conseguir la información necesaria para viajar. Para algunos autores la construcción de redes es uno de los elementos más importantes en los procesos migratorios, pues a través de éstas circula gente, bienes e información entre las comunidades de origen y de destino. Cada nuevo migrante crea un grupo de personas con diferentes conexiones en el país de destino y la red se extiende rápidamente.

La pertenencia de los *kichwa* otavalos a una red transnacional de comerciantes y viajeros *mindalães* les ha permitido obtener un capital social que les facilita tomar decisiones y los motiva para continuar con el proceso migratorio a la vez que les permite movilizar recursos tangibles e intangibles para poder seguir buscando nuevos mercados, aventurándose a nuevos sitios. El capital social y las redes sociales influyen en el nivel de éxito migratorio y canalizan sus trayectorias migratorias en diferentes direcciones: por un lado, a mayor capital social

y redes más densas, más posibilidades de éxito en su proceso migratorio y por otro, la forma y la dirección de las trayectorias migratorias están relacionadas con los recursos que el migrante posee; en este caso, nuevamente, a través de las redes sociales cuentan con apoyo y adquieren información y conocimiento. Existe una relación dinámica entre las redes sociales y los sujetos, pues éstas se influyen entre sí continuamente y es mediante estas interacciones que se obtiene mayor capital social y las redes se amplían con el tiempo.

Mediante sus continuos viajes, los *kichwas* van adquiriendo mayor capital social que les permite entender el funcionamiento de los mercados y las mercancías, de las normativas y leyes en los lugares de destino e incluso cómo negociar con éstas; les da también el suficiente conocimiento para generar alternativas ante barreras y dificultades que se van encontrando.

El capital económico es sin duda importante para el establecimiento de sus negocios en diferentes países, pero es sobre todo la información obtenida a través de “chismes” o comentarios entre *kichwas* en Otavalo o fuera de este grupo, lo que les permitirá tomar decisiones sobre: a dónde viajar, en qué invertir o en qué mercado introducirse. El capital social les permite “movilizar” esa información y ese conocimiento sobre el funcionamiento de las reglas aduanales y migratorias, sobre los cambios en las tendencias del mercado, sobre cómo negociar con proveedores y otros negociantes; es un recurso en beneficio de su quehacer como comerciantes viajeros.

Aunque las redes pueden facilitar la migración, en el ámbito local, los *kichwa* otavalos han cerrado las posibilidades de transmitir la información sobre los negocios a otros miembros de la comunidad sobre todo si se trata de lugares donde vender, pues estos son sigilosamente cuidados por quienes han logrado encontrar buenos espacios en donde comercializar sus productos. En este caso, muchos se servirán de redes exocéntricas⁵ -contactos de otros grupos o de otras redes- para obtener los datos de mercancías, lugares o tiempos donde comercializar, pues aunque estas redes sean de menor confianza, menos frecuentes y más inestables brindan la oportunidad para encontrar lo que la red *kichwa* no ofrece.

⁵Larissa Lomnitz, *Cómo sobreviven los marginados* (México: Siglo Veintiuno Editores, 1975).

Los viajes permitieron a los *kichwas* un reconocimiento social dentro de la comunidad, pues un comerciante exitoso tenía la posibilidad de adquirir bienes inmuebles, automóviles y ciertos bienes culturales que demostrarían su superación económica y social. Las artesanías jugaron un papel muy importante para lograr esto, ya que les abrieron las puertas de varios mercados alrededor del mundo. Sin embargo, una creciente competencia con productos similares de menor costo, hicieron que los artesanos *kichwas* empezaran a producir en grandes cantidades pero con menor calidad. Poco a poco fue decayendo la producción textil y artesanal de los *kichwa* otavalos y los comerciantes y viajeros empezaron a involucrarse en otros mercados, buscando productos llamativos pero también más rentables para la venta como los productos chinos o hindús.

Finalmente, aunque los flujos migratorios de los *kichwa* otavalos han sido permanentes y buscan cada vez más lugares donde empezar sus empresas y comercializar las mercancías que demanda el mercado, han abandonado un área importante de comercio que tiene repercusiones significativas y directas en Otavalo. La artesanía otavaleña ha ido decayendo durante los últimos años, siendo reemplazada cada vez más por productos chinos o hindús. Los *kichwas* ya no producen textiles, la mayoría se ha dedicado a la comercialización y se han convertido netamente en comerciantes; incluso el mercado artesanal de Otavalo, la "Plaza de Ponchos", se ha transformado en un mercado de productos extranjeros, dejando de lado a muchos productores *kichwas* que se han dedicado a esta actividad durante años.

A pesar que los *kichwas* entienden bien las lógicas del mercado y han sabido encontrar los productos adecuados para mantenerse como *mindaláes*, se ha dejado de lado el apoyo a quienes les dieron fama. En la actualidad, muchos de los *kichwas* que se dedicaron a producir excelentes textiles para la exportación tienen sus telares y fábricas varadas. Su producto ya no es más cotizado por los comerciantes *kichwas*, por lo que han tenido que dejar de trabajar en ello. Lamentablemente esto genera una grave crisis en las comunidades *kichwas*, pues ya casi no existen personas que se dediquen a esta tarea; incluso, dentro de las políticas locales, no ha existido el apoyo gubernamental para impulsar que las técnicas, los conocimientos y los métodos textiles perduren en la zona.



Aunque parezca que soy negativa en la visión que tengo sobre los nuevos mercados que se están expandiendo, es justo comentar que en Otavalo todavía hay artesanos que se dedican a esta labor y que están innovando, pero son muy pocos y lo hacen de manera familiar, ya no es una actividad comunitaria y lamentablemente no tienen el apoyo de los gobiernos locales para continuar con una trayectoria textil que forma parte de la identidad ancestral del pueblo *Kichwa* Otavalo.

¿Qué se puede hacer al respecto? Nos preocupa que se pierda el conocimiento, las técnicas y herramientas de la producción artesanal que se han transmitido por generaciones desde nuestros abuelos. La propuesta es entonces, ir creando conciencia dentro de Otavalo de lo que está sucediendo con el tema artesanal, generar proyectos que apunten al rescate de estos conocimientos y técnicas y, en nuestro caso concreto, como productos audiovisuales, impulsar un proyecto de elaboración de manuales audiovisuales para que exista un registro de esta riqueza a fin de poder transmitirla a las nuevas generaciones con el objeto de que ellas, contemplando el tema de la innovación, continúen con la tradición milenaria de nuestros pueblos que combinaba la producción con la comercialización.

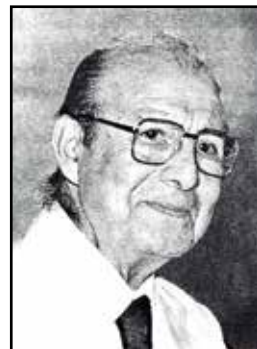
ARTE, CULTURA POPULAR Y PATRIMONIO

Arte y Cultura Popular: Conceptos y vigencias

Sol Rubín de la Borbolla



Don Daniel Rubín de la Borbolla fue un hombre universal. Médico y antropólogo, experto en cultura popular, artesanías y museología, campos que plasmó con maestría cuando en la década de 1970 llegó a la ciudad de Cuenca con la tarea de apoyar a la instalación y consolidación del Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares, CIDAP. En reconocimiento a su enorme aporte, en México se creó el Centro “Daniel Rubín de la Borbolla” con el objetivo de continuar con su legado y apoyar a la producción artesanal y la valoración de la Cultura Popular. En este artículo, Sol Rubín de la Borbolla, hija del maestro, realiza un recuento histórico del desarrollo de la discusión conceptual acerca de los términos: artesanía, arte popular y cultura popular y, comparte los aportes teóricos, metodológicos y operativos desarrollados por el Centro “Daniel Rubín de la Borbolla” que se plasman en valiosas herramientas para quien esté interesado en el campo artesanal de México y el mundo.



Don Daniel Rubin de la Borbolla is a true renaissance man. Physician and anthropologist, an expert on popular culture, crafts and museology-- fields which were translated masterfully when, in the 1970s, he came to the city of Cuenca with the task of supporting the installation and consolidation of the Inter-American Center of Crafts and Folk Art, (Centro Interamericano de Artesanías y Artes Popular) CIDAP. In recognition of his enormous contribution, the “Daniel Rubin de la Borbolla” Center, in order to continue his legacy and support of craft production and valuation of Popular Culture, was established in Mexico. In this article, Sol Rubin de la Borbolla, daughter of the teacher, makes a historical account of the development of the conceptual discussion of the terms: crafts, folk art and popular culture and shares the theoretical, methodological and operational contributions developed by the “Daniel Rubin de la Borbolla Center” which are reflected in this valuable tool for anyone interested in the handicrafts of Mexico and the world.

El Centro “Daniel Rubín de la Borbolla” es una asociación civil que nace en 1993 bajo los auspicios de la familia y varias instituciones comprometidas con el estudio, la conservación y la difusión del arte popular mexicano. Siguiendo los pasos de Don Daniel, hoy en día, su biblioteca, fototeca, archivo y hemeroteca se han enriquecido con nuevas adquisiciones, donaciones y proyectos realizados a lo largo de estos años.

Se dedica principalmente a:

- Investigaciones enfocadas a los diferentes ámbitos de la producción artesanal.
- Apoyos al rescate y a la exhibición de piezas y colecciones con un alto valor artístico y etnográfico.
- Servicios de consulta y documentación de sus fondos.

Las actividades están dirigidas a:

- Documentar y recoger los esfuerzos hechos en nuestro país a favor del arte popular y las artesanías.
- Hacer manifiesta la importancia y el papel que las expresiones artesanales tienen en el conjunto de la cultura nacional.

- Estudiar los mecanismos por medio de los cuales la producción artesanal se está adaptando al proceso de modernización económica de la sociedad.
- Ofrecer servicios de información que permita la generación de políticas públicas y acciones en beneficio de los artesanos de México.
- En el último año, en coordinación con varias instituciones de educación superior hemos creado un Seminario Interdisciplinario de Arte Popular y Saberes Tradicionales.

Actualmente el Centro ha ampliado sus áreas de trabajo hacia la investigación y documentación del patrimonio cultural y de la gastronomía tradicional; esto nos ha llevado a ser un órgano de consulta de la UNESCO para temas de Patrimonio Cultural Inmaterial.

La discusión está en la mesa

El manejo de los términos: arte popular y artesanías han sido conceptos tratados por numerosos autores desde hace más de 100 años y el de cultura popular por lo menos tiene 45 años sobre la mesa; artistas, historiadores del



arte, coleccionistas, antropólogos, historiadores, economistas, funcionarios entre muchas otras profesiones e instituciones han definido estos conceptos desde su propia perspectiva, para desarrollar un discurso teórico o para satisfacer una necesidad práctica que les permita ubicar estas manifestaciones y actividades tan significativas de la cultura en su campo de estudio y de acción.

A estos términos habría que sumarle el de patrimonio cultural inmaterial que se ha venido usando en los últimos años, a manera de justificar la ausencia de la cultura viva en los ámbitos de acción institucionales y patrimonialistas.

En el marco de las celebraciones del Primer Centenario de la culminación de la Guerra de Independencia, en 1921, se inauguró la primera exposición de arte popular mexicano de todo el país. Esta exposición estuvo a cargo de los artistas Roberto Montenegro, Jorge Enciso y el Doctor Atl quienes viajaron por el país para conformar la colección, montar la exposición y elaborar un catálogo de la producción artesanal.

En la introducción del catálogo, el doctor Atl escribe:

“En la denominación de artes populares están comprendidas todas las manifestaciones del ingenio y de la habilidad del pueblo de México, las que tienen un carácter puramente artístico y las de carácter industrial; incluye también en esta denominación las producciones literarias y musicales”.

En 1940, el doctor Alfonso Caso, don Daniel Rubín de la Borbolla y otros antropólogos de México y de Latinoamérica organizaron el Primer Congreso Indigenista Interamericano que marcó, en gran medida, la política indigenista de América de manera decisiva para los siguientes cincuenta años.

En 1942, el doctor Alfonso Caso escribía:
“(...) Hemos de entender entonces por arte popular aquellas manifestaciones estéticas que sean un producto espontáneo de la vida cultural del pueblo mexicano; las obras de arte en las que el artista manifiesta por su inspiración y por su técnica, que es un portavoz del espíritu artístico del pueblo”.

En 1948 se creó el Instituto Nacional Indigenista y en 1952 dependiendo de él y del Instituto Nacional de Antropología e Historia, se fundó el Museo Nacional de Artes e Industrias Populares con el objetivo de apoyar el desarrollo artesanal. En aquel momento se elaboró el primer gran diagnóstico de las condiciones en las que se encontraban los artesanos y las artesanías, en prácticamente todo el país; esto sirvió de base para la formulación de políticas públicas, programas y acciones como la creación de concursos artesanales, de talleres escuela y de museos regionales que eran a la vez, escaparate para la venta de artesanías y centros de capacitación para el rescate de técnicas en peligro de extinción y distribución de materias primas.

A partir de los años setenta del siglo XX se creó el FONART y Casas de las Artesanías, en la mayoría de los estados de la República. En 1974, en una pequeña publicación acerca del arte popular mexicano, don Daniel lo define como:

“(...) El más auténtico arte universal, tal como lo entiende y lo practica el pueblo anónimamente, desde sus orígenes. Es funcional, utilitario, original, expresivo y autosuficiente. Se distingue por su antigüedad, tecnología y valores artísticos, los cuales inspiran perennemente su productividad, de generación en generación”.



En esta definición incorporó el carácter anónimo del arte popular, no por desconocer al artesano o autor de una obra, sino porque en su elaboración entran saberes tradicionales que forman parte de la memoria colectiva de los pueblos. Desde otros campos de trabajo, a partir de los años ochenta, se abrió la discusión acerca de la cultura popular, especialmente acompañada por una definición amplia de cultura.

Victoria Novelo en su libro “Artesanías y Capitalismo”, escrito en 1976, critica la forma en que se había abordado el concepto de las artesanías como parte de la cultura nacionalista: (...) *Para unos son las obras plásticas que elaboran los indígenas, incluso las producidas en épocas prehispánicas; para otros es lo que produce manualmente; algunos las confunden con objetos industriales que imitan modelos de la producción de interés folclórico; para otros más es todo lo que se puede comprar en un mercado rural exceptuando la carne y las verduras.*¹

Esta autora concluye que para hablar de artesanías hay que considerarlas como un proceso más que como un objeto.

Poco después, en 1977, Néstor García Canclini escribía en el libro “Arte Popular y sociedad en América Latina”:

El arte popular producido por la clase trabajadora o por artistas que representan sus intereses y objetivos, pone todo su acento en el consumo no mercantil, en la utilidad placentera y productiva de los objetos que crea, no en su originalidad o en la ganancia que deje su venta; la calidad de la producción y la amplitud de su difusión están subordinadas al uso, a la satisfacción de necesidades del conjunto del pueblo. Su valor supremo es la representación y satisfacción solidaria de deseos colectivos.

Uno de los más destacados antropólogos de la generación a la que pertenecían Novelo y García Canclini fue Guillermo Bonfil quien en el libro “Pensar nuestra cultura”, escrito en 1982, propone que a la cultura popular se le debe definir también desde una perspectiva social no solo cultural: *“La cultura popular es la que portan sectores o grupos sociales definidos como populares, aun cuando estos forman parte de un espectro muy amplio...dentro de un mundo subalterno que debe entenderse no solo en términos de clases sociales sino también*

¹ Victoria Novelo, *Artesanías y Capitalismo* (Lugar: editorial, 1976).



de sus antecedentes históricos como pueblos colonizados”² Es necesario aclarar que para Bonfil, lo popular no es sinónimo de tradicional.

El Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías, FONART, en el año de 2009, publicó el “Manual de Diferenciación entre Artesanía y Manualidad” con la intención de orientar las políticas y actividades de promoción. En esta publicación se entiende a la artesanía como: “(...) Un objeto o producto de identidad cultural, comunitaria, hecho por procesos manuales continuos, auxiliados por implementos rudimentarios y algunos de función mecánica que aligeran ciertas tareas”³

Ya en la primera década del siglo XXI, en las lecturas acerca de los avances de la convención del Patrimonio Cultural Inmaterial dice: “La artesanía tradicional es acaso la manifestación más tangible del patrimonio cultural inmaterial”⁴; debido a que la Convención se ocupa sobre todo de técnicas y saberes más que de los productos propiamente dichos.

Como vimos, muchos autores equiparan la producción artesanal con otras manifestaciones

artísticas de la cultura como la música y la literatura tradicionales y las incorporan a una categoría mayor que es el Arte Popular; para otros, el término popular se refiere a un concepto sociopolítico de la ubicación del productor con relación a otros estratos de la sociedad; y, para otros más, el sentido artístico y la creatividad ocupan un lugar preponderante mientras otros autores nos hablan de la relación estrecha entre población indígena y artesanías.

Pero, en general, todas estas definiciones coinciden en la representatividad y significación que esta producción tiene en la comunidad ya sea como arte popular, como artesanía o como patrimonio cultural.

Vigencia

Siguiendo las líneas de trabajo de autores e instituciones que han tratado el tema, en el Centro “Daniel Rubín de la Borbolla” consideramos que la discusión debe continuar, puesto que es inconcebible la poca investigación y reflexión que existe actualmente en nuestros países a pesar de la riqueza y diversidad de las manifestaciones del Arte Popular que hay en ellos.

² Guillermo Bonfil, *Pensar nuestra cultura* (Lugar: editorial, 1982).

³ FONART, *Manual de Diferenciación entre Artesanías y Manualidad* ((Lugar: editorial, 2009).

⁴ *Ibid.*



Para los efectos de registro, catalogación e investigación de los fondos del centro, denominamos a las artesanías como aquellas expresiones materiales y artísticas resultado de procesos dinámicos, de saberes y de oficios inmersos en un contexto que identifica una cultura en sus dimensiones histórica, social, tecnológica y simbólica, para satisfacer necesidades utilitarias, estéticas, rituales, económicas y lúdicas.

Así mismo hemos desarrollado varios instrumentos de apoyo a las labores de registro, catalogación e investigación:

Un primer tesoro enfocado al patrimonio cultural, el arte popular y las artesanías y un segundo a los temas de gastronomía tradicional; estos tesoros además de ayudar a crear categorías para el registro y clasificación de acervos, permiten establecer relaciones entre conceptos y términos.

De allí que también se elaboró una clasificación de especialidades artesanales que responde al modelo de producción artesanal en México; una clasificación de materias primas y técnicas de producción y acabado artesanales; y, una serie de bibliografías especializadas, producto del trabajo de investigación de nuestros propios acervos.

Conclusiones

Sin evadir esta discusión permanente acerca de lo que se considera arte popular y artesanías, pues ya vimos que cada definición responde a las necesidades y a la perspectiva ideológica de quien la da, es un hecho innegable que las artesanías como muchas otras expresiones del Arte Popular emanan de un saber colectivo, que responde a formas y símbolos compartidos por una comunidad

y que la creatividad propia que le imprime cada artista, músico, artesano junto con su utilidad o funcionalidad, hacen de estas expresiones una manifestación cultural viva que al recrearse, en cada generación, le dan valor patrimonial.

El análisis sobre el futuro del Arte Popular y las artesanías en un mundo globalizado es multidisciplinario y en diferentes niveles del conocimiento, pues no es posible hablar de ello, sin considerar las grandes tendencias de la historia política y económica del mundo y de nuestros propios países; sin considerar cómo la transformación del Estado-nación y del concepto identidad nacional sobre los que se construyeron, en el pasado, muchos de los referentes de la producción artesanal las afecta; sin considerar las nuevas propuestas reivindicatorias que los pueblos originarios están haciendo con respecto a diversas expresiones materiales e inmateriales de sus culturas; sin reconocer los efectos que las migraciones están teniendo sobre los aspectos simbólicos y funcionales.

La búsqueda de la permanencia del Arte Popular y de las artesanías debe contemplar, además, la conservación de saberes y habilidades mediante la recuperación del reconocimiento social del trabajo de artistas y artesanos, una retribución económica justa por ello y la garantía de la calidad del mismo.



A woman with short dark hair, wearing a black top and a yellow and black beaded necklace, is smiling while working on a large wooden loom. The loom is filled with many threads, and the background is bright and slightly blurred. The woman is looking directly at the camera.

Los Textiles en el Mundo Andino

Mónica Malo Piedra

“Quien sabe tejer, sabe el arte de la vida”. Este artículo nos introduce en la comprensión del tejido y el arte textil como uno de los elementos sagrados de la cosmovisión andina que representa la unión de los seres humanos con la naturaleza y el cosmos. Se concibe al legado textil de los pueblos como uno de los principales archivos visuales de la iconografía precolombina y andina, y como el inspirador de un diseño surgido de la observación permanente de la naturaleza y sus ciclos, así como de la creación humana fruto de la interacción social y de la expresión de un mundo interior formado por sueños y visiones. La autora expone además, el proceso completo del tejido, vinculando cada momento con el profundo significado simbólico que le otorgan los pueblos milenarios de los Andes.

“He who knows weaving, knows the art of life.” This article introduces us to an understanding of the fabric and textile art as one of the sacred elements of the Andean worldview that represents the union of human beings with nature and the cosmos. The textile heritage of a people is conceived as one of the main visual files of pre-Columbian and Andean iconography, and as the inspiration for a design suggested by the permanent observation of nature and its cycles and human creation as a result of the social interaction and expression of an inner world formed by dreams and visions. The author also explains the whole process of weaving, linking every moment with deep symbolic significance provided by the ancient peoples of the Andes.

Voy a hablarles desde mi experiencia a lo largo de treinta años de trabajo en el arte textil. La producción textil en Los Andes comenzó en época muy temprana y sus primeros creadores se caracterizaron por su capacidad para identificar y trabajar diferentes materias primas como fibras de origen vegetal y animal: totora, algodón, lanas, pelos y plumas fundamentalmente, y también por emplear instrumentos diferentes para hilar, tejer y bordar como los husos, los telares y las agujas. Con estas materias primas e instrumentos elaboraron tejidos con un alto grado de complejidad técnica y estética. Diversas fuentes históricas han documentado que tejer era considerado un “rol de arte mayor” que tenía fines mágicos y religiosos. El arte de tejer simbolizaba la vida, unir los hilos y crear era una manera de dar vida mediante la forma.

Para comprender esta premisa, deseo poner como ejemplo la utilización de pelo de animal como materia prima. Existe una crónica en la cual se relata que la túnica de Atahualpa estaba tejida con un hilo muy fino elaborado a base de pelo de murciélago; esto nos lleva a imaginarnos lo laborioso e impresionante de esta producción que supone extraer el pelo del murciélago, hilarlo y luego tejerlo. Pero, adicionalmente, desde la cosmovisión andina es necesario entender que simbólicamente el murciélago es el totémico de los Andes porque es el animal que puede ver en la oscuridad, en lo profundo, introducirse en el mundo de adentro, aquel que no se puede observar a simple vista porque está escondido.

Al respecto, la religión Católica nos habla del *Uku Pacha*¹ como el infierno, pero en la cosmovisión andina, realmente el *Uku Pacha* es el mundo de adentro, el mundo interior, el mundo de donde surge la vida, donde ésta germina, es la metáfora del útero de la madre, en este caso de la Madre Tierra de la cual nace todo.

El arte textil, al ser un conocimiento complejo, en muchos lugares requiere de una iniciación. Para aprender a tejer, muchas mujeres deben en primer lugar bañarse en las cascadas y fuentes sagradas porque tejer no es solamente manejar una técnica sino es, además, adentrarse en un mundo de conocimientos y sabiduría que de alguna manera contribuye a la purificación de los seres humanos, donde éstos se integran con el cosmos y la naturaleza.

Desde la concepción occidental tendemos a separar las cosas, a pensar que todo está fuera y separado, pero en la cosmovisión andina todo está relacionado; es decir, hombre y espíritu, ser trascendente y cotidianidad son uno solo.

La base para la creación del artesano artífice es la observación de la naturaleza, que le lleva a sentir una unión profunda con ella. Este es el acto previo a la realización de la obra, pues si nosotros miramos con detenimiento, todo está resuelto ya en la misma naturaleza, las gamas de colores, los diseños, las formas.

Difiero con algunos diseñadores quienes piensan que en la naturaleza no hay contraste

¹ *Uku Pacha*, palabra kichwa que significa mundo de abajo, de adentro.



cromático, pues considero que todos los colores y tonos que junta la naturaleza son armónicos entre sí, hay un equilibrio, hay contraste. Esto se comprueba cuando utilizamos materias primas y tintes naturales; allí se puede observar que los colores siempre están en armonía, no pelean entre sí.

Los textiles han cumplido desde épocas muy remotas, un rol fundamental en la identidad y supervivencia de los pueblos, convirtiéndose además en el principal soporte visual de la ideología y cosmovisión andina. Efectivamente, el arte textil es un verdadero archivo iconográfico que expresa la religión, cosmología, geografía, historia y la vida cotidiana porque los diseños de los tejidos no son simples decoraciones estéticas sino manifiestan construcciones sociales, normas y tradiciones culturales de los diferentes grupos sociales.

En la información arqueológica y etnohistórica se confirma la gran actividad textil existente en el ámbito andino, cuyos artistas textiles fueron incrementando sus logros tecnológicos y estéticos, así como desarrollando un nivel de excelencia universalmente reconocido como un sistema de conocimiento.

Las confecciones textiles se dividieron en dos tipos distintos: las telas burdas llamadas

abascas o *awascas* hechas de lana de llamas y las telas denominadas *cumbis* o *cumpis* que servían para elaborar los ropajes suntuosos y finos usados por los señores, sacerdotes y divinidades. De estas últimas proviene el nombre dado a los tejedores especializados, a los hombres se los llamó *cumpi camayos* y a las mujeres elegidas por su habilidad para realizar los tejidos más finos se las llamó *akllas*.

El arte del tejido se transmite de generación en generación y la base para su ejecución es el hilado que juega un papel fundamental porque requiere mucho conocimiento y sabiduría. Es necesario conocer, por ejemplo, a qué lado se hila, si va de izquierda a derecha o de derecha a izquierda porque esta acción posee un determinado simbolismo; un tipo de hilado se usa para la cotidianidad y el otro para ocasiones ceremoniales y religiosas.

Para estas culturas el movimiento que se produce al hilar, imita de alguna manera el movimiento elíptico de la tierra y debe por tanto sincronizarse con él. Existen evidencias de que en la época precolombina se lograba hacer hilos tan finos que cuando llegaron los españoles, los compararon con la finura de la seda; con estos hilos se tejían prendas de excelente calidad con diseños iconográficos impresionantes, de tal manera que si uno observa actualmente

algunos tejidos pre-incas o pre-paracas, no tienen comparación con ningún diseño y tejido contemporáneo.

Estamos trabajando para que no se pierda el hilado a mano, pues muchas veces ha sido mal visto; se asume, es decir, con prejuicio, que el hilado es una actividad de la gente campesina pobre y sin conocimientos, cuando hilar es una actividad que requiere muchos saberes y habilidades y como se mencionó, es una labor simbólica y cultural que debe rescatarse y revalorizarse.

Dichos diseños han sido plasmados en algunos vestigios arqueológicos, por ejemplo en las fusayolas o torteros, que es aquella parte que hace peso en el huso; allí se han encontrado diversos diseños textiles a través de dibujos, cuya función era lograr que durante el proceso del hilado, se observe y se sueñe con el diseño impreso en la fusayola. Muchos de los diseños surgen también de las ceremonias ancestrales, pues allí es donde se producen las visiones, los sueños, donde se imaginan formas nuevas, se miran colores desconocidos; con posterioridad a la ceremonia, lo que se hace es reproducir lo mirado y soñado.

En materia de significados, en la indumentaria textil se manifiesta y representa con mucha claridad el valor simbólico y el contenido cultural de las sociedades andinas. Cada grupo, de acuerdo a la región, elabora diferentes vestimentas tejidas con materiales, herramientas y diseños propios que le confieren su característica particular.

Para ejemplificar este tema, he escogido una fotografía que representa al personaje de Tayta Carnaval de la provincia del Cañar con su característico atuendo, en el que resalta la faja chumi, que es una especie de cinturón y que comúnmente se piensa que sirve para contener la pollera o amarrar el poncho; lectura muy simple del significado de la faja porque ésta es un elemento simbólico de la vestimenta indígena cuya función es proteger a la persona de las malas energías. Adicionalmente, cada faja tiene un diseño iconográfico que vincula su utilización con la identidad de las personas; por ejemplo, hay fajas específicas para hombres y mujeres y hay otras que expresan la dinámica de vida de las comunidades: fajas ceremoniales para bautizos, matrimonios, duelos, para la siembra, para la cosecha y, en

general, para los diferentes ámbitos de vida de las comunidades.

Las prendas de vestir no solamente contenían diseños tejidos, también tenían impresiones que eran realizadas con sellos que se usaban no solo para marcar el cuerpo sino también la vestimenta. A esto se sumaban plumas, conchas, chaquiras, mullos y muchos otros elementos que se combinaban con los tejidos y expresaban la diversidad de experiencias de vida. Un día un *taita* peruano, Carlos Milla, me dijo: "*Quien sabe tejer, sabe el arte de la vida*" y me hizo reflexionar mucho, pues me dije: yo sé tejer pero ¿qué significa el arte de la vida?

Luego me di cuenta que en cada tejido que hacía descubría algo nuevo, miraba cosas antes no vistas y así fui entendiendo que el urdido del tejido es el que sostiene todo, es como el alma, como la estructura de una casa; la trama es lo que va formando el tejido, muchas veces empezamos con un diseño de tejido y en el camino decidimos crear otro, pero el alma, la base, siempre va a estar, eso es invariable, podemos cambiar los hilos de la trama, las formas, movernos de un lugar a otro, pero la esencia se mantendrá; entender esto es entender la lógica de la vida misma.

Se sabe por tradición oral y porque está recogido por los cronistas de la época precolombina, que en aquel tiempo en toda transacción política, religiosa, económica o ceremonial estaban presentes los textiles;





no había relación comercial en donde no se intercambiasen textiles; esto nos da cuenta del valor que poseían para estas sociedades.

Con esta comprensión de la actividad textil, quería comentarles un proyecto muy interesante que realicé en la parroquia Susudel, cantón Oña, provincia del Azuay, donde encontré que las personas habían dejado de tejer. Organicé un grupo y les propuse hacer talleres para recuperar la memoria ancestral contenida en el tejido y fue muy interesante porque hombres y mujeres de todas las edades fueron recordando y rescatando esta memoria y mientras tejían iban contando sus mitos, sus leyendas, las historias que habían escuchado de sus abuelos y poco a poco fue aflorando un despertar de la memoria derruida y se pudo observar que en el tejido iban saliendo las cosas dormidas, símbolos iconográficos que nadie les había dicho que hagan ni les indicó cómo hacerlos, solo emanaban. Me di cuenta entonces que todo este saber ancestral estaba vivo todavía.

Por ejemplo, las personas sabían qué plantas deben usarse para tinturar y cuándo se las debe cortar -se las recoge cuando hay luna- y de acuerdo a las características de la tierra: si está húmeda o si está seca, si hay agua o no la hay, de esto depende el color que saldrá. A veces se siente estar dentro de un juego de alquimia, pues uno no sabe exactamente qué va a pasar, qué saldrá de allí; por ello, es necesario probar constantemente. Había pedido a las mujeres

de la comunidad que traigan ñachac para el tinturado, pero se equivocaron y trajeron otra planta que no conocíamos y probamos para ver qué color salía y resulta que salió un color naranja espectacular; eso significa que la creación textil implica un proceso de descubrimiento y prueba permanentemente.

Una vez que se cuenta con el material hilado y tinturado, se procede al tejido en el telar. Existen diferentes tipos de telares: en primer lugar, está el telar vertical que es considerado como el origen de los telares, no solamente en América precolombina sino en otras zonas del mundo; este telar surge de la necesidad humana de cubrir el cuerpo y producir para ello telas. Los seres humanos a través de la observación a la naturaleza descubrieron que los árboles por medio de sus troncos erguidos y las varas que los cruzan formaban una estructura que permitía la colocación de fibras vegetales en una posición que posibilitaba tejerlas; para lograrlo, además, se colocaron pesos en forma de piedras en la parte baja con el fin de sostener y templar la urdiembre y así es como empieza la creación del telar vertical.

Posteriormente y con la evolución de los tejidos, se construye un telar vertical básico, en el cual se tejen todo tipo de productos; quien conoce el manejo de este telar, puede realizar tejidos en toda clase de telares. Una evidencia de la antigüedad de este telar, puede constatarse en



Telar vertical

esta figura cerámica precolombina muy antigua, en donde se observa en la parte superior de la botella a un sacerdote con dos personas, una a cada lado, que se encuentran tejiendo.

En la zona de Pachacama se encontró también una cerámica negra en la que se puede observar el telar vertical. La gran tapicería de los pueblos precolombinos se realizó en estos telares, pues se han descubierto telas flexibles con más de veinte mil años de antigüedad; esto demuestra que el tejido precede a la cerámica y a la metalurgia.

Con posterioridad al telar vertical, se crea el telar de cintura o *cayua* que es el más utilizado en nuestro medio para la elaboración de los ponchos, colchas, cobijas, macanas, etc.; este tipo de telar está presente en las crónicas de Guamán Poma de Ayala, en las cuales se lo grafica a través de dibujos.

Existe también un telar horizontal de cuatro estacas colocadas al piso que ha desaparecido en el Ecuador, pero que actualmente se encuentra presente en la zona de Ayacucho al norte del Perú.

Otra variedad de telar es el “telar de puntilla” estructurado en base a clavos que permiten tejer algo sencillo y aplicar otras técnicas de



Taller de Puntilla – Susudel

tejido. También hay mallas de tejidos muy finos similares a este tipo de telar, de las cuales existen registros muy antiguos.

Una clase diferente de telar es el denominado “telar de pedales con lanzadera” introducido en la época de la Colonia y luego adoptado como nuestro, muy utilizado sobre todo en las zonas de Otavalo y Saraguro. Este telar permite tejer



Telar de cintura



Telar horizontal de cuatro estacas



Telar Maqui Awana

prendas de manera mucho más rápida que el telar vertical sobre todo cuando se debe trabajar con hilos muy finos. El telar de lanzadera es uno de los instrumentos que sirvió de inspiración para el desarrollo de la revolución industrial mediante sus movimientos de tipo mecánico.

Otro telar que se utiliza para el tejido es el *maqui awana* que es un telar pequeño a través del cual se fabrican las fajas *chumbis*; es también un telar de cintura pero en formato pequeño.

Dentro de la cosmovisión andina es necesario mencionar también la importancia que reviste la posición en la que se colocan los palos que constituyen el telar. De esta manera, el palo que está ubicado en la parte superior representa a los espíritus del cielo y al padre; el

palo que está abajo simboliza a la madre; el lado izquierdo significa la parte femenina y el lado derecho la masculina. Con la unión de los dos se crea un elemento nuevo que se relaciona con el nacimiento de los hijos.

Asimilo estas referencias al *Hanan Pacha* que representa en la cosmovisión andina a los espíritus del cielo, al *Uku Pacha* que se asocia con los espíritus que habitan bajo la tierra y el mundo de lo profundo y el *Kai Pacha* que representa a los seres humanos que estamos en el plano terrenal. Todos estos ámbitos conforman siempre una unidad, esta es la cosmovisión andina, a la cual yo prefiero llamar la cosmovivencia pues da cuenta de la vida cotidiana en permanente movimiento, teniendo presente además que todo en la naturaleza es cíclico y no estático.

Otro ejemplo de tejido son los tapices que en nuestra zona son realizados en telar vertical, siguiendo la tradición ancestral andina y el mismo proceso de fabricación.

Lo expuesto hasta ahora se ha centrado en la tradición y la herencia ancestral, sin embargo la actual artesanía textil debe desarrollarse e innovarse para poder pervivir y transmitir su profundo significado, más allá de la producción de objetos bellos.

Finalmente, se afirma que las palabras son hilos que se tejen entre los seres humanos; en consecuencia, hay que entender a la sociedad como un inmenso tejido confeccionado a partir de la necesidad de comunicación, reciprocidad, complementariedad y solidaridad entre los hombres y mujeres que la conforman.



/ MESA REDONDA /



**La Artesanía: La Historia
que se cuenta**

Al finalizar el II Encuentro Internacional de Pensamiento sobre Artesanía y Arte Popular, organizado por el CIDAP, tuvo lugar uno de los momentos más significativos del evento: un diálogo con los y las artesanos/as, quienes a través de sus voces expresaron el sentido profundo que tiene para ellos/as la artesanía, su problemática actual, su visión y sueños futuros. Participaron en esta Mesa Redonda: Matilde Lema, artesana textil *kiwcha*-otavalo de la provincia de Imbabura; Guido Sotomayor, joyero de la provincia de Pichincha; Aida Maita, representante de la Cooperativa Centro de Bordados Cuenca de la provincia de Azuay; y, Herlinda González, tejedora de paja toquilla de la provincia de Manabí, zona donde se teje el sombrero más fino del Ecuador quienes entablaron un diálogo muy humano, provocado por la valiosa facilitación de Mario Brazzero, Coordinador del Área de Investigación del CIDAP.

At the end of the Second International Meeting of Thought on Craft and Folk Art, organized by the CIDAP, there took place one of the most significant moments of the event: a dialogue with craftsmen/craftswomen, who, with their own voices, expressed the deep sense that they have for crafts, its current problems, visions and future dreams. Those who participated in this roundtable discussion: Matilde Lema, textile craft Kiwcha-Otavalo in the province of Imbabura; Guido Sotomayor, jeweler of the province of Pichincha; Aida Maita, representative of the Cooperative-Center for Embroidery of Cuenca province of Azuay; and Herlinda Gonzalez, Panama Hat weaver, Manabí province, the region where are made the finest Panama Hats in Ecuador, who initiated a very human dialogue, ably facilitated by Mario Brazzero, Research Coordinator for CIDAP.

Mario:

Hemos escuchado ponencias que abordan las artesanías desde varios tópicos: globalización, comercialización, diseño, mercado; vamos a concluir este Encuentro Internacional, dando la palabra a quienes son realmente el corazón de la artesanía: las y los artesanos. ¿Cuál es la intención de esta mesa?, dialogar primero con los artesanos y luego con el público. Sin ningún orden en particular voy a comenzar haciendo una pregunta que un poco ronda en el espacio del diálogo que es: ¿por qué ser artesano?, ¿por qué elegir ser artesano?

Matilde:

Soy una mujer bilingüe, si tal vez no puedo pronunciar bien el castellano me disculpan. Soy una artesana de Imbabura, de la comunidad de Peguche, soy artesana desde hace muchos años, desde mis tatarabuelos. Para mí la artesanía es una cosa natural, algo que nos une con la naturaleza, con la Pachamama, con las montañas, con los ríos, con las vertientes, con las plantas. Todo es para nosotros parte de nuestra cultura y en base a eso hacemos artesanías; por ejemplo, yo digo, voy a tejer algo, salgo a mi jardín y veo... y digo esto voy a hacer. Por eso es importante conocer la naturaleza, en el mundo indígena o en el mundo mestizo todos estamos relacionados con la naturaleza.

Mario:

Antes de entrar, le pregunté ¿desde hace cuánto tiempo es artesana? y usted me dijo algo similar: “Soy artesana desde mis tatarabuelos”; entonces, ser artesano no se cuenta desde que aprendió el oficio, sino que se lo lleva en la sangre...

Matilde:

Sí, bueno yo lo digo así, desde mis tatarabuelos y desde mis abuelos que tejían antes solo en algodón, hace 180 o 150 años, porque en toda Ibarra, en Chota, Causaquí, Pimampiro había algodón y mis antepasados tejían las jergas de algodón y el orcapuche, que es un pañito que se lleva y se pone en la lana para hilar con las manos. Entonces así trabajábamos nosotros desde la época de los tatarabuelos.

Mario:

Guido, la relación con la naturaleza, esa relación que no es de adentro para afuera sino que es sincrónica, ¿cómo ha influenciado en la producción de tus joyas?

Guido:

De por sí, el trabajo en la artesanía es una relación con la naturaleza y es una relación que nace como un llamado interior, un sentimiento hacia la naturaleza que se empieza a volver un camino de ida y vuelta.

Uno empieza con una idea, un deseo, un material, una técnica, pero en el proceso eso se vuelve y regresa hacia uno; es decir, luego no es que uno está haciendo la obra sino que el material le pide a uno que le trabaje, le va enseñando a uno cómo irlo trabajando, le va diciendo: *“aquí tállame un poquito, aquí has esto”*. Se crea una especie de simbiosis, la creación es superior a uno. Ser artesano es estar inmerso en la naturaleza y no verla desde afuera y, por supuesto, no solamente la naturaleza inmediata sino en una naturaleza que se hereda a través de una cosmovisión, de una herencia cultural que uno va percibiendo en la relación que tiene con la identidad de los pueblos donde uno ha crecido.

Mario:

¿Cómo encuentras en el diario vivir que esa hoja, ese árbol, esa ventana que se cubrió de agua de lluvia, es un diseño reproducible en la artesanía?

Guido:

Este es un punto muy interesante y muy importante dado que aquí se ha hablado de la relación entre diseño-artesanía y se ha incorporado a la artesanía dentro del diseño. Esto lo vivimos nosotros directamente en las convocatorias a eventos, no se llama directamente a la artesanía sino que la artesanía dentro del diseño y menciono esto porque la artesanía por naturaleza incluye al diseño mientras que el diseño no necesariamente tiene que llegar a producir artesanías. Lo que tú dices, eso se ve cuando nosotros hacemos artesanía; muchas veces, no elaboramos un diseño previo sino captamos un mensaje que viene de una manera no conceptual y nosotros lo reflejamos en la obra; hacemos una lectura que se traduce en una expresión manual, en una expresión técnica y, por tanto, no se presta para una lectura académica. Creo que ese es el valor que tiene una artesanía, aquello que se queda en el silencio, en una sensación, en el sentimiento que tiene una obra.

Mario:

Dentro de estas formas tan diversas mediante las cuales llega la voz de la artesanía al ser humano, debe haber también una relación entre seres humanos que se entretejen para crear, para dialogar, para formar lazos de amistad. Doña Herlinda, usted forma parte de la comunidad de Dos Mangas,

cuando yo llegué allí me sorprendió mucho esa relación comunitaria muy intensa; es decir, observar cómo la comunidad interviene en la creación, ¿cómo es el diálogo colectivo para que nazcan las obras?

Herlinda:

Yo creo que en mi rostro, en mi carácter está todo, está la respuesta a la pregunta que me hace; los artesanos somos seres humildes, sencillos, comunicativos, hospitalarios, así es Herlinda y así es toda la comunidad de Dos Mangas.

Mario:

Allí hay un trabajo diferenciado de hombres y mujeres en ciertas actividades del proceso. ¿Puede explicarnos cómo se define lo que hacen los hombres y lo que hacen las mujeres dentro del proceso? porque, por ejemplo, es el hombre el que va, se mete al monte y saca la paja toquilla y la mujer es quien lava la paja, ¿cómo funciona?

Herlinda:

Antes en Dos Mangas sí existía el machismo, el esposo decía “te quedas aquí, me tienes la comida, me tienes el almuerzo calentito a la hora que te imaginas o a la hora que sabes que yo voy a llegar”; así hacíamos todas las mujeres, pendientes de la comida y ya eran las dos de la tarde y nosotros pendientes que ya va a llegar, calentando la comida a punta de leña, a punto de humo (ahora tenemos las cocinas de gas que es más fácil), antes teníamos que ventilar la leña con tapa de olla para que prenda, para hacer caso al esposo. En mi comunidad mucha gente se dedicaba y se dedica a la agricultura y la ganadería, nosotras las mujeres a la casa, a criar a los muchachos, había mujeres que tenían hasta once niños, esa era nuestra tarea.

En la actualidad, quien habla sembró una semilla en Dos Mangas, esa semilla fue: qué hacer con la paja toquilla y de allí surge el tejido en paja en la comunidad. Anteriormente, los hombres cultivaban mucho la paja toquilla, hablamos desde el año 1950; al principio, solo se cosechaba y se sacaban cinco, seis o siete camiones de paja toquilla que iban a la comuna de Barcelona cercana a la provincia de Santa Elena en donde se procesaba el material y se repartía a Gualaceo, Chordeleg y Cuenca en el Azuay y a otros lugares para que tejan el sombrero.

Mario:

Aidita, vemos que la artesanía ha mantenido y ha transformado la vida de quienes estamos conversando en esta mesa. Usted es parte de una Asociación, vamos de la comunidad a la asociación y de la asociación a la comunidad. La paja toquilla de alguna manera ha dado presencia en el espacio social a las mujeres de Dos Mangas, ¿cómo una asociación como el Centro de Bordados Cuenca, conformada por mujeres, ha permitido la organización de las mujeres para dignificar el trabajo femenino, abrir el camino a una mejor calidad de vida, volverse independientes de alguna manera?

Aída:

Yo represento a la Cooperativa Centro de Bordados Cuenca, nosotros nacimos con dos objetivos claros: el uno, la organización; y el otro, mejorar las condiciones de vida de las mujeres dándoles una fuente de empleo. Tuvimos el apoyo de dos ONGs, el Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio, FEPP, y la Cooperación Técnica del Gobierno de Suiza, COSUDE.

La organización es un tema muy complejo, no es fácil; nosotros somos una cooperativa no una asociación. El sistema cooperativo nos ha permitido juntar esfuerzos y luchar para salir adelante aunque a veces hay muchos factores externos que impiden que nos realicemos plenamente como organización y que podamos cumplir nuestros objetivos; por ejemplo, es muy difícil dar trabajo todas las semanas a las socias o tener siempre el dinero para cancelar el trabajo. Los temas relacionados con la búsqueda de mercados, la innovación, la calidad, el logro de la excelencia son bastante complicados. Conscientes de ello, nosotros nos iniciamos con dos ejes fundamentales: los cursos de capacitación técnica para mejorar la calidad del producto y los cursos de formación organizativa para crecer como seres humanos, pues nos dimos cuenta que uno puede enseñar el bordado, los tipos de puntadas, pero como seres humanos somos complejos, a veces al mismo tiempo somos ángeles y demonios; nos dimos cuenta que existen cuestiones culturales que debemos cambiar, conductas adquiridas durante toda la vida que en una organización debemos estar dispuestos a desaprender para aprender cosas nuevas. A veces pensamos que lo sabemos todo y nos cuesta asumir

que no es así, a veces es más difícil luchar contra la pobreza espiritual de los seres humanos que contra la pobreza económica; la pobreza espiritual nos impide asociarnos a los artesanos.

Mario:

Yo quisiera tocar un tema en particular, sabemos que el Ecuador continúa siendo – aunque se han dado pasos en otro sentido – un país machista, en donde el hombre es quien lleva el dinero al hogar y la mujer tiene que estar en su casa, como acabamos de escuchar. Al respecto ¿cómo la creación de una asociación de mujeres, de artesanas, que les permite ser económicamente independientes, ha influido en este tipo de relaciones entre hombres y mujeres?

Aída:

Tener un empleo, una fuente de ingresos contribuye a mejorar la autoestima de la mujer. Sin embargo, al inicio teníamos muchos problemas, los esposos no querían que vayamos a las reuniones, los padres eran muy celosos con las hijas...

Mario:

¿Por qué?

Aída:

Precisamente porque hay estos patrones culturales del machismo en nuestro país. En nuestra organización, éstas eran cosas que estaban enteras por trabajarse y a medida que las mujeres íbamos dando respuestas en el trabajo y llevando mayores ingresos a las familias, la situación empezó a cambiar; incluso en lo que se refiere a ser una mujer sumisa, se aprendió a responder sin violencia a los hombres, en base a los cursos que se tuvieron. La Cooperativa ha invertido mucho dinero en la formación de las personas, en buscar un cambio de mentalidad para esas mujeres que antes no entendían lo que era trabajar con calidad, que creían que sufrir violencia todos los días era normal; romper esas concepciones, esas creencias ha sido posible solo en base a la capacitación.

Mario:

Hemos oído, en la exposición de Toa Maldonado, que la sociedad de Otavalo está perdiendo vigencia en el tema artesanal; ahora en la Plaza de los Ponchos de Otavalo se venden productos provenientes de la

China, de la India. ¿Cómo ha afectado a la sociedad el hecho de que la familia ya no produzca artesanías, teniendo en cuenta que la artesanía era una relación y un trabajo donde todos los miembros de la familia participaban?; es decir, con estos cambios ¿se ha promovido que los miembros de la familia se dispersen a otro tipo de actividades o que se generen conflictos dentro del espacio familiar y comunitario en Otavalo?

Matilde:

En el mercado de ponchos de Otavalo están más los intermediarios y no están los tejedores como antes. En el pasado se trabajaba primero en algodón, después en lana y ahora todo es hilo acrílico y también han ingresado cosas chinas. Yo pienso que todos los artesanos, por más que sean grandes negociantes, han caído, han bajado sus ventas. ¿Por qué razón? porque los turistas, la gente, se dan cuenta que no es un producto hecho a mano por ellos sino por un telar mecánico, un telar computarizado. Ahora en la Plaza de Ponchos de Otavalo se encuentran cosas que no son hechas por los otavaleños sino que vienen de la China, de Guatemala y de otros lados que compiten con lo nuestro. Yo como pequeña artesana, no me puedo presentar en el mercado de Otavalo porque a mano se hace poco y las máquinas no pueden hacer eso.

Mario:

¿Ha bajado la producción familiar con la introducción de productos de otros lados?

Matilde:

Claro, eso ha bajado mucho; ahora los intermediarios que vendían grandes cantidades o exportaban en cantidad, ya no están exportando tanto, por la mala calidad del producto. Muchas veces, ellos tenían pedidos y hacían un saco con una manga más larga y la otra más pequeña; entonces, la gente se da cuenta de eso y las cosas se han desvalorizado, por esa razón está bajando la producción familiar.

Mario:

¿Y los jóvenes?

Matilde:

Soy madre de familia tengo cinco hijos. Los jóvenes muchas veces han salido, han emigrado fuera del país, algunos porque quieren conocer, otros porque necesitan trabajar viendo la situación de los padres.

Los jóvenes que están fuera trabajan tocando música y así ellos están haciendo conocer nuestra cultura y también están vendiendo artesanías que no son solo nuestras sino que están mezcladas con la artesanía china que está en todo lado.

Mario:

Guido, hemos abordado ya el tema de esa relación de los artesanos con la naturaleza, una relación imperceptible a través de la cual se pueden generar las estéticas en la artesanía; pero, esas estéticas también tienen un refuerzo a través del diálogo con diseñadores o con otros profesionales vinculados a este mundo, ¿tú trabajas con diseñadores u otras personas?

Guido:

En cuanto a lo que es mi producción artesanal, yo no trabajo con diseñadores. Yo hice estudios en diseño, yo fui becario del Banco Central para estudiar la recuperación de técnicas de la Escuela Quiteña en la escuela "Abelardo de Legarda"; allí aprendimos diseño. Por esto, otras personas no intervienen o participación en la elaboración de mis obras.

Mario:

Estas formas surgidas de la Escuela Quiteña que son estéticas coloniales traídas desde España ¿han motivado tu trabajo en una forma similar a lo que nos comentaste sobre la naturaleza?, o ¿cuáles son las otras fuentes de inspiración para tus diseños?

Guido:

En todo mi tiempo de trabajo he usado muchos tipos de diseño. En el diseño inspirado en la Escuela Quiteña ya no trabajo desde hace muchos años por una cuestión de costos y de mercados; es muy difícil producir para un mercado que está casi extinguido actualmente. Ahora estoy investigando las iconografías precolombinas, prehispánicas y también los petroglifos; a partir de allí, introduzco una interpretación mía, es decir la percepción que yo tengo de esta simbología dado que no existe una información fidedigna de su significado.

Mario:

Esa intención de navegar por estos territorios prehispánicos, por estos diseños más propios de la América andina es una iniciativa propia o tiene también que ver con los gustos del mercado, donde se

espera que los artesanos latinoamericanos vendan productos con diseño propios de Latinoamérica, porque si hacen diseños con tinte más europeo no interesan a los compradores

Guido:

Yo no me manejo tanto en función del mercado porque para mí, en realidad, la búsqueda en el diseño americano está relacionada con mi propia búsqueda.

Mario:

Eso a mí me acerca mucho al discurso del arte más que de la artesanía, ¿hasta qué punto tú encuentras distancias entre arte y artesanía?

Guido:

Para mí un artista que no es un buen artesano, no es un artista. Para mí la técnica es fundamental para el desarrollo del arte. La diferencia que yo pondría está en que el artesano tiene la misión establecer una relación con el público en la que la subjetividad del artesano debe considerar también la subjetividad de quien adquiere el producto, mientras que el artista generalmente se queda siempre dentro de su propia subjetividad, dentro de los conceptos que se manejan en el arte.

Mario:

Aidita, usted ha venido con una blusa bordada, cuéntenos de la blusa que está puesta en este momento, ¿por qué esos colores?, ¿por qué esos diseños?, ¿de dónde viene esa blusa?, ¿la hizo para presentarse ante el público?

Aída:

Como la artesanía que hacemos son los bordados a mano, pienso que quienes deberíamos usar los bordados somos nosotras mismas, las socias de la Cooperativa. Estas son flores del campo, es una inspiración desde la naturaleza que este momento está plasmada en la blusa; también se hacen blusas con motivos culturales, hay muchos diseños. Lo que nos ofrece la cultura y la naturaleza, eso es lo que representa mi blusa.

Mario:

En la mañana conversábamos con un artesano y decíamos, cuando uno aprende a bordar, a tejer o a hacer artesanía desde la Academia, muchas veces nos dicen: “*el*

verde no combina con el rojo o el amarillo no combina con el azul”, pero si ustedes se inspiran en la naturaleza supongo que tienen la libertad de elegir los colores porque en la naturaleza los colores se cruzan y siempre combinan, ¿cómo eligen ustedes los colores y cómo los plasman en los bordados?

Aída:

A través de fijarnos en la naturaleza, plasmar eso en el diseño y concretar ese diseño en el producto. La inspiración se da el momento que usted sale a la naturaleza, observa, diseña y ejecuta el producto, hay colores de tierra por ejemplo, ese no es problema. Claro que a veces nos piden que trabajemos con las gamas de colores como llaman los diseñadores, que también lo hacemos. Esto depende del gusto del cliente y en nuestra Cooperativa intentamos satisfacer al cliente; a veces, el gusto del cliente no es el mío pero no puedo quedarme solo con mi gusto porque una artesanía que no se vende, es una artesanía que desaparece.

Mario:

Ustedes venden a países europeos también y allí el cliente tiene otros gustos, ¿qué tipo de exigencias tiene el cliente?, ¿hasta qué punto el cliente impone el diseño?

Aída:

El cliente es muy exigente

Mario:

¿Qué cliente es exigente?

Aída:

Por ejemplo, ahora estamos haciendo productos para Austria; hacemos edificios y centros culturales representativos de Austria y allí tenemos que poner mucho énfasis en cómo bordar el agua, cómo bordar las flores, en colocar los hilos y los colores de acuerdo a la fotografía que nos envía el cliente por Internet porque el cliente, quien compra las tarjetas, lo quiere así y hay que complacerle.

En este trabajo el dinero es también muy importante y no debemos hacer un análisis conformista; es decir, está muy bien todo lo que decimos de lo bella que es la artesanía, pero los artesanos hemos venido resistiendo desde hace muchos años y seguimos resistiendo a problemas graves que tenemos que son el mercado, la débil organización entre nosotros y la falta de políticas públicas.

El Estado está en deuda con los artesanos y por eso no caminamos, si este momento estamos aquí es porque el CIDAP está generando cambios, pero nos falta todavía mucho por hacer. Lo que necesitamos es más mercado; hay organizaciones como la mía en las cuales ya hemos entendido qué es la calidad, la puntualidad, el diseño, la entrega al cliente, pero lo que queremos es trabajo, lo que requerimos es vender.

Mario:

Herlinda, una de las cosas que me pareció muy interesante cuando estuve en Dos Mangas y bueno en la costa en general, es que los tiempos de la costa son diferentes a los de la sierra. En la sierra _será por el frío_ a las ocho de la noche ya todos están en su casa, acostados, tomando el último café de la noche mientras en la costa la gente está afuera jugando barajas hasta las dos o tres de la mañana y algo importante que yo pude percibir en Barcelona es que las mujeres tejen en la noche, en la cama, con una velita; ese es el tiempo del tejido, ¿cómo es en su caso?, ¿qué tiempo ocupa la artesanía en su vida?

Herlinda:

Aquí hay dos etapas, una etapa en el día cuando la mujer se dedica a las necesidades domésticas y la otra en la noche que prácticamente es nuestro tiempo, en la noche podemos decir: "no me moleste nadie", podemos trabajar desde que nos sentamos hasta la una, dos de la mañana, nadie molesta.

Para nosotras, las mujeres, en el ámbito del trabajo es muy importante hacerlo en la noche porque hay el tiempo y porque además cuando el sol está demasiado fuerte, las fibras se secan y se rompen mientras que en la noche fresca, la paja se conserva húmeda y así amanece suavemente; durante el día se seca, se va rompiendo y no hay cómo avanzar, así quisiéramos continuar con el trabajo en el día ya no podemos, el clima o el tiempo no nos lo permite.

Mario:

Hay otro tema de trabajar en la noche; por un lado, eso de estar tranquila, sin interrupciones de los niños, del esposo... pero también hay esa calma, ese silencio, ese sosiego que brinda la noche. Cuando usted teje, ¿en qué piensa?, ¿qué hace la mente mientras las manos tejen?, ¿qué hace el corazón mientras las manos tejen?

Herlinda:

Yo creo que no es creer, sino más bien soñar, nada nos cuesta soñar porque los sueños en la realidad, en el tiempo se cristalizan. Yo creo que trabajar en la noche, en el silencio, hace que tengamos un producto de excelente calidad; nosotros no nos imaginamos cuál es el producto que vamos a sacar y al día siguiente analizamos el trabajo y vemos que ha sido hecho con amor, con tranquilidad y con paz. Eso somos los artesanos, ese es el resultado de nuestro trabajo.



/ **CURRÍCULUMS DE LOS EXPOSITORES/AS** /**MARCO SALAMEA CÓRDOVA**

Sociólogo por la Universidad de Cuenca; magister en Sociología y Desarrollo. Analista Político. Profesor de la Universidad de Cuenca e investigador en una serie de proyectos vinculados a temas socio-económicos y políticos. Ex Consejero de la provincia del Azuay y ex Concejal del cantón Cuenca. Autor de varios libros, artículos y publicaciones sobre temas sociológicos, socioeconómicos y políticos.

marco.salamea@ucuenca.edu.ec

**MADELEINE BURNS VIDAURRÁZAGA**

Licenciada en Administración de Empresas; tiene un postgrado en Proyectos de Inversión Pública por la Pontificia Universidad Católica del Perú. Directora Nacional del Centro de Formación en Turismo, CENFOTUR. Durante once años fue Directora Nacional de Artesanía del Perú. Miembro de la comisión organizadora del “Moda y del PeruvianGift Show”. Organizadora de la feria “Exhibe Perú”. Gestora de los premios y reconocimientos “Joaquín López Antay” y “Amauta de la Artesanía Peruana”. Ha sido ponente en foros nacionales e internacionales.

mburns@cenfotur.edu.pe

**CECILIA DUQUE DUQUE**

Magister en Educación en Arte por la Universidad de Pensilvania-EEUU. Magister en Sociología por Wisconsin University-EEUU. Consultora internacional en temas artesanales. Gerente General de Artesanías de Colombia (1990-2006). Cofundadora y Directora Ejecutiva de la Asociación Colombiana de Promoción Artesanal y del Museo de Artes y Tradiciones Populares de Bogotá. Ex Vicepresidenta para América Latina del Consejo Directivo del Consejo Mundial de Artesanías. Autora de varias publicaciones vinculadas con el arte popular colombiano. Actualmente desarrolla material educativo para niños acerca de las culturas indígenas en Colombia y el proyecto que se desarrolla con mujeres indígenas “Memoria y Creatividad: La Empresa Indígena”.

ceciliaduque@me.com

**CHAD SCHUMACHER**

Experto en Marketing Digital. Diseñador de productos y emprendedor artesanal. Director Ejecutivo y fundador de la empresa “Allegory bienes artesanales”. Posee amplia experiencia en marketing y desarrollo de negocios que capitaliza en la empresa *Allegory*, cuyo fin es impulsar el desarrollo artesanal en base al diseño, selección de materiales y producción de calidad, con lo cual está redefiniendo la forma en que las personas se relacionan con la artesanía, a través de la generación de historias que enriquecen la vida de artesanos y consumidores.

chad@allegorygoods.com



GENOVEVA MALO TORAL

Diseñadora por la Universidad del Azuay-Ecuador. Magister en Diseño; Diplomado en Gerencia Estratégica de Mercado por la Universidad Técnica Particular de Loja-Ecuador. Es docente universitaria y Subdecano de la Facultad de Diseño de la Universidad del Azuay. Coordinadora de la Carrera de Diseño de objetos. Directora de la Carrera de Diseño de Interiores. Profesora invitada por la Universidad de Kutztown-Pensylvania. Invitada como expositora por la Universidad de Huddersfield Inglaterra. Ha realizado algunos proyectos de investigación para la resignificación de las técnicas artesanales y los nuevos usos de la paja toquilla. Es autora de una serie de libros, artículos y publicaciones.

genovevemail@gmail.com



DIEGO CARRASCO TANQUINO

Diseñador Industrial. Especialista en Desarrollo Artesanal. Implementador del Sistema de Gestión de Calidad, Auditor interno ISO 9001-2000. Consultor de la Empresa Municipal de Turismo para Quito y responsable de la Feria "Texturas, Colores y Sabores". Docente y conferencista para universidades y centros de Diseño. Ha realizado una serie de proyectos vinculados al sector artesanal entre los que se destacan: Implementación de una biblioteca especializada, procesos de diseño y desarrollo de productos, procesos de pos producción (logo-marca), desarrollo de un Software de diseño, aplicación de herramientas TIC, mejora de procesos productivos, facilitación de vínculos con el diseño, desarrollo de procesos curatoriales y organización de ferias artesanales.

casartesana@gmail.com



ESTEBAN TORRES DÍAZ

Diseñador por la Universidad del Azuay-Ecuador. Diplomado en Docencia Universitaria; Magister en Artes con mención en Teoría y Filosofía del Arte por la Universidad de Cuenca- Ecuador. Docente y Director de la Carrera de Diseño de la Universidad de Cuenca. Ganador del primer lugar en la "Primera Bial de Diseño Gráfico Chakana" (2010); primer lugar en el concurso de ilustración: "IX Festival Madre Tierra" (2010); Primer lugar categoría profesional en el II Salón Nacional de Diseño: "Gráfica Étnica" (2008). Se ha desempeñado como diseñador para varias empresas públicas y privadas.

esteban.torres@ucuenca.edu.ec



JUAN PABLO SERRANO NÉIRA

Posee estudios en Historia y Geografía; Ingeniería Industrial; Agrozootecnia; y, Población y Desarrollo Local Sustentable. Director Ejecutivo del Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares CIDAP. Ex Viceministro de Cultura; ex Asesor de la Cancillería del Ecuador, ex Presidente de Soberanía Energética del Ecuador; fue Asesor de la Asamblea Nacional Constituyente del Ecuador. Miembro del Foro de Historiadores de España, Cuenca, y de la Asociación de Historiadores del Ecuador. Ha participado como expositor en varios eventos nacionales e internacionales. Es autor de numerosos artículos y publicaciones.

jpserranoneira@hotmail.com



SOL RUBÍN DE LA BORBOLLA ARGUEDAS

Magister en Antropología por la Universidad Nacional Autónoma de México; Diplomado en Dirección y Administración de Instituciones Culturales y Filantrópicas por la Universidad Iberoamericana; Diplomado en Historia de Occidente del Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM). Directora del Centro de Documentación e Investigación “Daniel Rubín de la Borbolla”, asociación civil desde donde se generan proyectos de investigación y promoción del patrimonio cultural, las artes populares y la gastronomía mexicana. Consultora para UNESCO en temas de patrimonio cultural inmaterial. Maestra titular de la materia Historia y Geografía del Patrimonio Cultural en México en la Universidad Nacional Autónoma de México. Ex Directora del Museo Nacional de Culturas Populares, CONACULTA. Autora de varios libros.

solrubin@gmail.com



TOA MALDONADO RUIZ

Socióloga con mención en Desarrollo por la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Magister en Antropología Social del Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social CIESAS, Chiapas, México; Magister en Estudios de la Cultura por la Universidad Andina Simón Bolívar del Ecuador. Miembro Fundador de la Asociación de Productores Audiovisuales Kichwas-APAK. Ha realizado investigaciones en los temas: “Runas vs. Runas. Tensiones interétnicas en jóvenes kichwa otavalos urbanos y rurales”; “Kichwa Otavalos en México. Viajeros y comerciantes modernizadores en San Cristóbal de Las Casas, Chiapas”; “Relaciones Interétnicas y Construcciones Identitarias en Jóvenes Kichwa Otavalos”, “Intervención de la Juventud en la construcción de las relaciones interculturales. Caso de Estudio en Otavalo”.

toamaldonadoruiz@gmail.com



MÓNICA MALO PIEDRA

Activista independiente en el rescate y valoración de las diferentes manifestaciones culturales, especialmente relacionadas con la creación artesanal. Propietaria de taller artesanal con especialización en textiles “Killa Textiles”. Facilitadora de talleres de capacitación en textiles y tintorería natural que permiten recuperar la memoria ancestral y cosmovisión andina así como también la iconografía ancestral. Coordinadora de proyectos y programas educativos y culturales. Ha participado en varias actividades a nivel internacional entre las cuales destacan: Exposición de Textiles en el Instituto Italo Americano de Roma, en la Feria de Milano, en Suiza y en la Feria de Madrid.

momapi@hotmail.com



MATILDE LEMA JIMBO

Artesana textil *kiwcha* de la comunidad de Peguche en la provincia de Imbabura-Ecuador. De 1960 -1962 se capacitó como enfermera comunitaria de la Misión Andina Ecuador, trabajó como enfermera en varias comunidades del cantón Otavalo y el cantón Ibarra. Conformó el grupo de gestores de la construcción de casas del proyecto “Provivienda Peguche-Barrio” Santa Lucía. Creadora del grupo de Artesanas “Huarmi-maqui” o “Manos de Mujer”. En el 2002 fue electa miembro del Consejo Nacional de Mujeres Indígenas del Ecuador CONMIE. Ha participado como conferencista y expositora en Estados Unidos, Perú, México y Ecuador.

huarmimaqui@hotmail.com



AIDA MAITA SUPLIGUICHA

Licenciada en Orientación Familiar; Magister en Intervención Psicosocial Familiar por la Universidad de Cuenca. Artesana bordadora. Socia fundadora de la "Unión de Comunidades Campesinas del cantón Gualaceo" (U.C.C.G). Ex Presidenta de la Cooperativa "Centro de Bordados Cuenca" y responsable del Departamento de Diseño de dicha Cooperativa. Ha participado en numerosos cursos de capacitación técnica sobre: producción artesanal, control de calidad, procesos productivos, entrega puntual del producto, mercadeo, diseño, fortalecimiento socio-organizativo, economía social y solidaria, entre otros. Se desempeñó como capacitadora en varios talleres y ha estado presente en ferias y eventos artesanales en Ecuador, Estados Unidos y Perú.

cproarte@etapanet.net



HERLINDA GONZÁLEZ MEREJILDO

Artesana titulada en tejeduría a mano. Realizó estudios secundarios en el Colegio "Luis Célleri Avilés" del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena. Ha sido capacitadora en tejido de paja toquilla para el Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador y el Municipio de Santa Elena. Ha participado con su trabajo en varias ferias artesanales a nivel nacional y en intercambios de experiencias dentro y fuera del Ecuador. Su actividad está enfocada en promover el trabajo artesanal y la actividad turística dentro y fuera de su comunidad natal, Dos Mangas en Santa Elena.

herlinda_dia@hotmail.com



GUIDO SOTOMAYOR RODAS

Ha realizado estudios de orfebrería, tallado en madera, taracea e imaginería de técnicas de la Escuela Quiteña en la Escuela "Bernardo de Legarda", Quito-Ecuador. Es ganador del: Premio Nacional de la Dirección de Artesanías del Ministerio de Industrias del Ecuador (1992); Premio a la Artesanía de San Juan-Argentina (1994), Premio a la Innovación en técnicas y materiales de Córdoba-Argentina (1994); Primer premio al diseño, técnicas y materiales en Río Cuarto-Argentina (1996); Primer lugar en el proceso nacional de selección en joyería del Festival de Artesanías de América, CIDAP (2013). Ha participado en numerosas ferias artesanales en el Ecuador y el exterior. Investigador de las técnicas y la cosmovisión ancestral andina. Actualmente gestiona el taller "CuriHuaira" en la ciudad de Quito.

tallercurihuaira@gmail.com

