

# / 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.

