

CENTRO INTERAMERICANO DE ARTESANÍAS Y ARTES POPULARES -CIDAP

II Encuentro Internacional de Pensamiento sobre artesanía y arte popular: reflexiones desde la diversidad.

La artesanía paradigma del desarrollo sostenible a través de la innovación y el diseño

Cecilia Duque Duque
Cuenca, Ecuador
Mayo 26 de 2015

Agradecimientos:

Deseo expresar los más sinceros agradecimientos al Director del Cidap doctor Juan Pablo Serrano y a todo su equipo técnico por la honrosa invitación de la que he sido objeto para participaren el ***II Encuentro Internacional de Pensamiento sobre artesanía y arte popular: reflexiones desde la diversidad***".

Cuenca es la cuna de una vasta y rica producción artesanal y de arte popular, no solo en la ciudad sino también en los alrededores con sus distintas culturas indígenas.

Considero este lugar, al que he venido varias veces, como el centro de pensamiento y reflexión acerca de las artesanías de América, -especie de templo de la sabiduría e identidad - ya que aquí se llevó a cabo la primera reunión de expertos en artesanía y arte Popular, de los pocos que había en ese entonces, convocados por la Organización de Estados Americanos OEA y el gobierno del Ecuador.

Tuve el privilegio de ver nacer el 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 Rubín de la Borbolla e Inés Chamorro fueron los pioneros en el diseño y puesta en marcha del Centro y por parte de Ecuador fue el doctor Gerardo Martínez Espinoza quien lideró su creación aquí en Cuenca. Me emociona pues que hoy pueda estar aquí celebrando los 40 años de creación del CIDAP y que Juan Pablo y su equipo con tanto entusiasmo estén promoviendo estas jornadas de reflexión.

Cuando ocupaba el cargo de directora de la Asociación Colombiana de Promoción Artesanal/Museo de Artes y Tradiciones Populares de Bogotá, me correspondió, en más de una ocasión, llevar a cabo en Colombia, en alianza con el CIDAP, la coordinación de cursos especializados en innovación y diseño en la artesanía. Expertos

tiene suficiente experiencia de una practica de larga vida, debe ahora someterse a la intervención de una persona externa, muchas veces que no se le conoce? Esta es una difícil decisión a la que se ve sometido el artesano. No obstante, es claro que la artesanía es una actividad económica y la razón del proceso de desarrollo es la comercialización. Por otro lado, el cliente compra lo que le es útil o artístico para su uso o para la contemplación, pero siempre es un producto comercial. Y el producto es dinámico si logra pasar a la posesión de un tercero bien sea como valor de cambio o como valor de trueque.

En la artesanía se dan procesos creativos de gran significación y existe la autonomía del que produce el objeto, por ejemplo de un sombrero; cuando ese objeto pasa a otro nicho de mercado, en parte desconocido por el hacedor, corre el riesgo de perder la autonomía sobre su trabajo. Por ello, es de suma importancia que en cualquier política de desarrollo del sector se parta desde la autonomía del creador y se le vaya llevando a conocer objetivamente el posible nicho donde su producto puede ser colocado, proporcionando un conocimiento más claro sobre posibles tendencias o necesidades de dichos nichos de mercados nuevos.

En este caso, el papel de un diseñador debe ser discreto y humilde. El artesano es un diseñador en potencia y el diseñador es un artesano en su formación, decía Rubín de la Borbolla en su libro de Arte Popular Mexicano. Por ello, el trabajo interactivo entre diseñador y artesano debe partir de un conocimiento mutuo y no simplemente como aquel personaje que simplemente dice al artesano lo que tiene que hacer, o que le lleguen diseños impuestos y vacíos de contexto. Si estos conceptos no están claros, muy seguramente el trabajo y la estrategia llevarían al fracaso. Un maestro, que por más de 30 años ha elaborado determinados productos y debe variar su producción hacia otros nichos, el diseñador puede estar tentado de entregarle modelos o nuevos diseños. Y si no son trabajados conjuntamente para que la autonomía del maestro se plegue a la nueva producción, muy seguramente volverá a su antigua manera de producir.

El diseño en la artesanía indudablemente es una poderosa herramienta para el desarrollo y una ventaja competitiva para revitalizar la producción artesanal y asegurar su sostenibilidad. Hay diseño en las herramientas, en la ergología o formas de trabajo, en el manejo de las materias primas, los sistemas de producción, los mecanismos de comunicación, entre otros. El diseñador es un acompañante en todos estos procesos y un mediador entre el artesano y el mercado. Antiguamente no existían diseñadores porque los artesanos no lo necesitaban ya que eran los proveedores de un mercado que tenían a su alrededor, y por consiguiente su oficio estaba al servicio de ese mercado local. Cuando ese mercado gira hacia otros segmentos más industriales, el proveedor tradicional tiene que buscar otros mecanismos para la salida de su producción y es ahí donde la cooperación para el desarrollo toma fuerza.

El éxito de la Feria no se hizo esperar y aunque perdimos en la operación 10.000 dólares las demás han dejado importantes utilidades para las dos instituciones.

Lo más importante de este comienzo fue al aprendizaje inicial y la movilización nacional que la misma Feria conllevó en el artesanado, en los visitantes, en los diseñadores, en el mercado y en las posibilidades que se abrían a un sector lleno de esperanza pero con pocas posibilidades de salir adelante con sus propias fuerzas. Su slogan: Colombia Original se explicaba por si misma; nuestro llamado era a comprometernos con un sector que requería de la ciudadanía y del Estado. Esta primera feria tuvo un público asistente de 65.000 personas y las ventas fueron de 300.000 dólares.

Laboratorio de diseño para la artesanía y la pequeña empresa

Teniendo claro que una política de innovación y desarrollo exigía una estrategia bien estructurada, obligaba a pensar la forma como acometeríamos la tarea y la inversión que se requería para ello.

Con la asistencia técnica de Eduardo Barroso, reconocido diseñador de Brasil y director del laboratorio de diseño industrial de Florianópolis, emprendimos el proyecto para crear el laboratorio para el desarrollo de la artesanía colombiana. Se trataba de montar una estructura no burocrática capaz de ser implementada en cualquier lugar donde hubiera socios que quisieran participar del Proyecto. Se inició una tarea de formación de diseñadores para el desarrollo de la artesanía, muchos de ellos viajaron a distintas partes del mundo para conocer otras ferias, tendencias, proyectos exitosos como Filipinas e India, entre otros. Los socios principales fueron las cámaras de comercio de tres ciudades, el sector privado y las alcaldías de cada localidad.

Fue necesario sectorizar el trabajo para un mejor abordaje del Proyecto. Paralelamente se emprendieron una serie de acciones como las campañas publicitarias con vallas de más de 12 metros, los free press, el compromiso de los medios hablados y escritos, entre otros.

La cooperación internacional fue definitiva en el posicionamiento de la producción, desarrollo de productos y conceptos de decoración y diseño de interiores: se trajeron expertos de Filipinas, Alemania, Italia, Israel, Francia, Estados Unidos y la China.

En la actualidad se han multiplicado los laboratorios con un cubrimiento de cerca de 15 regiones, para lo cual se cuenta con importantes recursos económicos.

Este es apenas es un somero asomo a una política que ha permitido crecer exponencialmente el sector, mejorando las condiciones de vida de los artesanos, haciéndolos más competitivos y por consiguiente con mayores conocimientos acerca de su producción.

El proyecto de las cadenas productivas, el sello de calidad "Hecho a mano" las cerca de 22 ferias de Expoartesanías, la continuación de las asistencias técnicas internacionales, la participación en ferias fuera del

país, las exportaciones, entre otros han permitido que el sector de un salto cualitativo y cuantitativo y aparezca hoy más fortalecido y con muy buenas proyecciones.

Sin embargo, todos estos logros no llegan a ser lo suficientemente exitosos si no se logra precios competitivos. Porque afortunadamente el comprador nacional ha aprendido a valorar el producto, pero en lo que se refiere a las exportaciones los precios no son lo suficientemente competitivos; sin embargo, el excelente oficio como trabajan los artesanos, la calidad y el diseño hace que pueda competir en el mercado.