



Una visión de la artesanía y el diseño en la actualidad

María José Ordóñez

Diseñadora de moda, estilista y gestora cultural ecuatoriana con maestría en Administración del Diseño. Reside en Nueva York, donde promueve la artesanía y el diseño como una alternativa de desarrollo social y económica.

Invitada por las Naciones Unidas para hablar de Moda Sustentable y miembro del Centro de Investigación Global South Center.

Cuando hablamos del significado de artesanías es difícil alejarse de la definición establecida por la UNESCO, pero en resumen la artesanía es el arte del saber hacer o el 'knowhow' como se lo suele decir en inglés. Pero, ¿El saber hacer qué? A esta pregunta yo respondería: cualquier cosa, desde un cesto hasta un crucifijo. Es el saber hacer un producto con las manos o sin mucha intervención de una máquina, especialmente si es industrial. Es utilizar lo aprendido por padres o abuelos, por la familia o por la comunidad y plasmarlo en un objeto. En una sola artesanía se puede esconder cientos de años de historias y tradiciones, se puede esconder un significado social, religioso, una creencia o puede, simple y llanamente, expresar estéticamente un algo. Las artesanías también tienen la fama de usar elementos de la naturaleza y, por ese simple hecho, son más amigables con nuestro medio ambiente.

En el mundo que vivimos, las artesanías también son vistas como una estrategia de marketing, algunas veces con una buena intención entre manos y otras veces con una no tan buena. Sin embargo donde existe el marketing probablemente

también exista un diseñador y dicho esto hay que entender primero qué es el diseño.

La Real Academia de la Lengua Española dice que es un plan para llegar a un fin, también dice que es un boceto hecho con creatividad. Nosotros, los diseñadores, seguimos un proceso de diseño, utilizamos técnicas, herramientas, nos preocupamos de la parte estética y de la funcionalidad, al igual que del concepto.

Si nos damos un momento para reflexionar podemos darnos cuenta que los artesanos también hacen bocetos con mucha creatividad, así mismo planifican sus procesos, tienen técnicas y usan herramientas; se preocupan de los colores y las formas. Si nos detenemos otro momento a pensar vemos que no hay mucha diferencia entre el diseño y la artesanía. Ahora bien, en muchos libros teóricos vamos a encontrar que el diseño nace como una respuesta a las necesidades de una población más grande para mercados que no pueden costearse productos de precios elevados. Nace también como alternativa para solucionar problemas, por ejemplo como hilar, tejer y coser mucho más rápido y económicamente, pero ¿Acaso las artesanías no nos solucionan nuestros problemas cotidianos o no nos facilitan nuestras tareas desde el inicio de los tiempos?

Por ejemplo, la cestería nació por la necesidad de tener un recipiente para recoger objetos o los textiles que crearon nuestros antepasados para cubrir su cuerpo y protegerse del clima.



Cestería artesanal

Pienso que alrededor a estas definiciones existe y existirá mucha confusión, sin embargo, personalmente, concuerdo con mucha bibliografía que define que el diseño nace en la revolución industrial y que se convirtió en disciplina gracias a la Bauhaus, la primera escuela de artesanía, arte, diseño y arquitectura del mundo.

Es así que en esas épocas el diseño brota con la necesidad de responder con más eficacia a una industria con hambre de consumismo, a una industria con demografías crecidas y con la necesidad de ofertar objetos asequibles para la mayoría.

De la misma manera me uno al grupo de personas que sostienen que el diseño es arte combinado con artesanía, diferenciándose del arte en que el diseño sirve para responder a un mercado industrializado.

Hablar de industrialización es hablar de que, por el nacimiento de nuevas tecnologías y maquinaria, la artesanía



Sensi Studio, marca de lujo con productos hechos en Ecuador

se ha ido quedando atrás, tanto así que, para competir con los productos industrializados, muchos artesanos se han sentido obligados a disminuir la calidad de sus productos para disminuir el precio y así mantener a sus negocios y familias.

Esta tendencia de producción y consumo no solo afecta el bolsillo de una minoría como muchos creen, también afecta al patrimonio intangible de un pueblo, ese algo que le pertenece a todos, ese algo que deberíamos alentar y del cual deberíamos sentirnos orgullosos siempre, no solo cuando juega la selección de fútbol nacional o cuando el calendario marca una festividad.



Jeff Koons en colaboración con la casa de moda Louis Vuitton para recrear La Mona Lisa de Da Vinci

La relación que tiene el diseño con la artesanía es igual de importante la relación que todos tenemos como consumidores con nuestra identidad y, al final del día, nosotros, los diseñadores, queremos ofrecerles algo a los consumidores y remamos para el lado que ellos reman.

Nuestros hábitos de consumo han desplazado a la artesanía de un nivel utilitario y estético a un recuerdo de viaje. Nuestro gusto por lo 'gringo' y nuestro paradigma sobre lo 'cholo' ha transformado el 'saber hacer' en una artesanía industrializada, donde un artesano encuentra más salida comercial imprimiendo una foto de textiles tradicionales en una taza que tejiéndolos.

Esta tendencia de producción y consumo no solo afecta el bolsillo de una minoría como muchos creen, también afecta al patrimonio intangible de un pueblo, ese algo que le pertenece a todos, ese algo que deberíamos alentar y del cual deberíamos sentirnos orgullosos siempre, no solo cuando juega la selección de fútbol nacional o cuando el calendario marca una festividad.

Textil Otavaleño,
fotografía por
David Chandi



Otra paradigma que tenemos que romper es la creencia de que la “ropa americana” tiene más valor y es de mejor calidad que la elaborada localmente. Recientemente fuimos testigos de una tendencia de moda que se inclinaba por lo tribal y por lo andino. De pronto resultó más atractivo comprar un poncho en Zara -por \$50 dólares-, que probablemente fue hecho con mano de obra infantil en algún rincón de Asia, que ir de paseo a una plaza local y comprárselo a un artesano por un precio mucho menor.

Se podrá discutir sobre el nivel del diseño local, pero ese es un tema muy diferente que se podrá retomar en otro momento, un tema en el que ‘chismeo’ que mucho tiene que ver la falta de inclusión del diseñador en la matriz productiva por tratar de reducir costos dentro de las empresas.



Poncho de la marca Zara



Marca “Threads of Peru” hecha por artesanos peruanos

Es difícil como diseñador entender porque la sociedad prefiere comprar y apoyar algo que fue hecho en lugares donde los trabajadores operan en condiciones deplorables, o prefieren comprar productos hechos sin el mínimo de interés en el impacto ambiental que causarán en un futuro. Es difícil entender porque a nosotros, como consumidores se nos complica mucho decidir si comprar o no algo que fue elaborado con mucho cariño, con responsabilidad social y, sobre todo, con una narrativa que no va a causar un arrepentimiento post-shopping. Al contrario, pensamos que nos ahorramos unos dólares en los famosos outlets y terminamos comprando más de lo necesario para, al final del año, preguntarnos a nosotros mismos ¿por qué compre esto?



Imágenes de la colección SS18 de Loewe

Mientras nosotros, los diseñadores, nos preocupamos de ser el siguiente Alexander McQueen o la siguiente Gabrielle Chanel, muchas casas de moda extranjeras tienen curiosidad por la identidad y las técnicas artesanales de países como Ecuador. Elementos propios que nosotros los creativos olvidamos porque comúnmente preferimos inspirarnos en lo que está de "tendencia". Preferir lo que es de afuera a muchos les parece que es un problema cultural y social, creencia a la que me sumo. Nuestros gustos, que fueron colonizados, hoy son parte de un mundo globalizado, y aunque no está mal preferir algunas veces una hamburguesa a un hornado o un disfrazarnos de Spiderman en lugar de cholo durante el Pase del Niño Viajero, hay que encontrar

el balance entre nuestras raíces y nuestra identidad como ciudadanos del mundo. Nuestros patrones de consumo influyen nuestros hábitos de diseño en el que no nos preocupamos por entender el 'saber hacer' y de masterizar esos conocimientos y habilidades, que son los que nos diferenciará de la competencia. Al final del día, el mundo está ahí para que nos inspiremos en él, creo en la libertad de expresión y en la libertad para la creatividad; ya sea que trabajemos en una gran multinacional o por nuestra cuenta propia. Como profesionales debemos diseñar con responsabilidad social y cultural, sin ofender y sin apropiarnos de algo que no nos pertenece, y si hay algo que lo queremos usar tenemos que diseñar con honestidad y acreditar de donde vienen nuestras inspiraciones.



Bolsos de Marcelo Jaramillo

Si para los líderes de la industria ha sido vital incluir artesanía y cultura en sus producciones, no debería ser difícil, para los que empezamos una carrera, darnos cuenta de que si el diseño es el arte de resolver problemas, la artesanía puede contribuir de manera imaginable con su sabiduría en nuestros diseños. En ocasiones, como ésta, es cuando debemos creer en nuestras abuelas cuando dicen que más sabe el diablo por viejo que por diablo.

En nuestra fragmentada industria no hay que jugar a lanzarnos la pelota entre nosotros, se trata de ponernos la camiseta, de entender que la vinculación de las artesanías con el diseño no son solo para proyectos de fin de carrera, que terminan desgastando las energías

de artesanos y lastimando la relación que tenemos con ellos. Es necesario que artesanos y diseñadores entendamos que tenemos habilidades que, si se juntan, pueden resultar en la que todos ganen.

Se trata de cambiar el modelo de producción en el que el diseñador impone sus ideas sin esforzarse en entender la técnica del artesano. Es momento de implementar un modelo de 'Co-creación' más orgánico, donde exista un conocimiento participativo y un diseño colaborativo, en donde el artesano pueda ser libre creativamente y el diseñador aplique sus conocimientos de industria. De esta manera ambos actores agregan el famoso 'valor extra' a la cadena productiva.

MODELO DE CO-CREACIÓN



Puede pasar algún tiempo hasta que la empresa privada y pública generen programas eficaces de distribución de recursos para el contribuir a las comunidades donde viven sus consumidores. No debemos esperar a que vean a las inversiones filantrópicas como una alternativa de asegurar su futuro como negocios. Dicho esto, no nos

desanimemos por las miles de veces que escuchamos “No tenemos presupuesto”, cuando buscamos apoyo para emprender un proyecto; busquemos una manera de crear soluciones que generen un impacto a un largo plazo y empecemos por algo pero, más importante, empecemos juntos entre diseñadores y artesanos.