

# **Programa Nacional de Estructuración de Cadenas Productivas para el Sector Artesanal.**

**Cadena Productiva de Tejidos y Hamacas de San Jacinto y Morroa**

**Capacitación de los artesanos de las cadenas atendidas en diseño para la diversificación de productos**



**Libertad y Orden**



**Ministerio de Comercio, Industria y Turismo  
artesanas de Colombia s.a.**



**Diciembre 2004**

### **3. Capacitación de los artesanos de las cadenas atendidas en diseño para la diversificación de productos**

#### **3.1. Antecedentes**

Los artesanos de las regiones de San Jacinto, Morroa y Don Alonso han recibido diverso tipo de capacitaciones que les ha permitido madurar en sus quehaceres artesanales, sin embargo, existen constantes que deben seguir siendo trabajadas para mejorar el producto terminado

#### **3.2. Objetivos**

##### **3.2.1. Objetivo general**

Capacitar los artesanos de las cadenas atendidas en diseño para la diversificación de productos

##### **3.2.2. Objetivos específicos**

Documentar, exponer y dar a conocer aspectos relacionados con la comercialización y mercados, tendencias de moda, color y forma; innovación en el desarrollo de productos y en técnicas que mejoran la calidad y los acabados de los tejidos y sus posibles usos

### 3.3. Actividades

#### 3.3.1. Capacitación de los artesanos en Tendencias y Benchmarking (Fotos 10 y 11)

Este tema de capacitación fue uno de los primeros desarrollados en el mes de febrero, ya que es una importante base para realizar alguna propuesta de diseño que tenga validez frente al mercado actual.

Para este efecto hice uso del material de tendencias del Centro de Diseño de la Empresa, (2003 – 2004) aunque a esa fecha (Febrero 2004) aún no se habían consolidado de manera definitiva las tendencias 2004 - 2005 con las cuales trabajaríamos el resto del año como equipo de diseño.

Es por eso que hice uso de bastante material actualizado como catálogos, revistas e informes de moda del mercado nacional e internacional que fueron de muy gran utilidad y facilitaron el proceso creativo de las artesanas que alcanzaron una visión global del movimiento de la oferta y la demanda.

Entre las revistas del primer y segundo bimestre del año 2004, que tuvieron mayor acogida y uso entre los grupos artesanales, están:

- 3.3.1.1. Decoración y Diseño: Casaviva, Decoración contemporánea con solo artesanías.
- 3.3.1.2. Decoración y Diseño: Casaviva, Tendencias en telas, cortinas y pisos.
- 3.3.1.3. Elle Decor, Tendencias en textiles para el hogar.
- 3.3.1.4. Casa Ideal. Decoración de casas
- 3.3.1.5. Casa y Jardín. Mobiliario para exterior..
- 3.3.1.6. El Mueble: Cocinas y baños. Baños decorados con buenas ideas.
- 3.3.1.7. El Mueble. Decoración de espacios interiores y exteriores.
- 3.3.1.8. El Mueble. Telas para toda la casa.
- 3.3.1.9. Mobiliari. Alcobas para todos.
- 3.3.1.10. Axxis. Toques de color.



### 3.3.2. Talleres de creatividad .

Los artesanos de estas localidades se han acostumbrado a desarrollar sus actividades en una rutina que les hace olvidar la importancia de hacer realidad ideas en productos diferentes a los ya conocidos en el mercado.

Con este taller se quiere gestionar el devenir de productos artesanales por parte del artesano y/o en compañía del diseñador

También se busca estimular el desarrollo de nuevos productos y mejorar los ya existentes teniendo en cuenta rasgos de identidad, materiales y demanda; evolucionar en el desarrollo de propuestas de diseño correlacionadas con su entorno y enseñar como transformar y transformarse en seres creativos y flexibles de su propia cultura

#### El proceso creativo

La creatividad tiene una estrecha relación con el hecho de resolver “problemas”, ya que cada situación implica en el artesano un pensamiento creativo para dar una solución. De ahí que se generen fases del proceso creativo

**Preparación.** Consiste en la reunión de conocimientos y experiencias sin ningún tipo de censura, es decir tener en cuenta lo que podría tener importancia y lo que no, para sí montar un verdadero proceso creativo a nivel de tejidos y desarrollo de productos. Esta fase se adelanta con las diferentes comunidades artesanales de la región.

**La Incubación.** Consiste en la consideración inconsistente del problema en la búsqueda de la solución. En esta fase se observa todo tipo de sentimientos, tolerancia y frustración mientras el individuo encuentra la solución. En algunos casos esta fase es reiterativa hasta tanto no se evolucione en ella.

**Comprensión.** Constituida por la vivencia. El material se convierte en un conocimiento claro y coherente que nace repentinamente.

**Verificación.** Etapa final del proceso en la que se comprueba, examina y configura la nueva visión que se transforma en formas simbólicas objetivas.

Las anteriores fases se aplicaron en los siguientes puntos:

**3.3.2.1. Búsqueda de nuevos desarrollos,** se plantearon actividades que estimularan la creatividad. Sabemos que la innovación de productos implica una instancia creativa (búsqueda y generación de ideas), y la otra, ejecutora, la cual transforma las ideas en productos. Es por eso que este taller se inició en San Jacinto con la presentación de tendencias de diseño y de mercado así como del material de apoyo como libros, revistas, catálogos, etc.. Se buscaba que las nuevas ideas fueran muy bien fundadas con información básica y actualizada acorde con los gustos y “necesidades” de la demanda actual.

**3.3.2.2. Socialización del proceso de diseño** en espacios correspondientes a su hábitat tanto a nivel de comunicación como de interacción, reflexión y lo más importante de auto-pertenencia. Esta socialización se logró a través de las propuestas concluidas y con las cuales los artesanos transmitirían a otros artesanos en su papel multiplicador. Estas y nuevas ideas surgidas de la primera propuesta desarrollada con el diseñador. Esta etapa de socialización fue realizada tanto en San Jacinto como en Morroa y Don Alonso.

**3.3.2.3. Identificaron de los actores** que plasmarían los diseños de los objetos con identidad cultural y a su vez con capacidad de competitividad comercial. Los mismos artesanos decidieron que producto desarrollarían y bajo que circunstancias, de tal forma que ellos se comprometerían a realizar un producto con el cual se identificarían y podrían plasmar sus propias ideas a partir de la ya concluida. Esta etapa se realizó en San Jacinto, Morroa y Don Alonso.

**3.3.2.4. Concepto de innovación** involucre nociones de marketing como hilo conductor entre el ayer, el hoy y el mañana, cubriendo oportunidades y amenazas de su entorno. Este aspecto requiere seguir siendo trabajado con información actualizada y acorde con las tendencias de la moda y el mercado.



### 3.3.2.5. Logros

Con este taller se estimuló la creatividad y generación de ideas por parte de las artesanas que se “arriesgaron” a desarrollar productos nuevos para esta asesoría y para los productos que ellas ofrecerán a su demanda.

También se socializó el proceso de diseño en espacios correspondientes a su hábitat generando interacción entre ellas, reflexión con respecto al proceso de diseño y producción y lo más importante, auto-pertenencia.

Se confirmaron las propuestas de diseño como productos a realizar por las artesanas y se estableció un orden para el desarrollo de productos por líneas previamente seleccionadas. Teniendo en cuenta la oferta y demanda, capacidad de producción, calidad, funcionalidad, diseño, tendencias del mercado y precio.

A partir de la visualización de Tendencias de moda y mercado, material didáctico como catálogos, revistas e informes de moda se incentivaron los procesos creativos con visión comercial.

Con este taller se estimuló la creatividad y generación de ideas por parte de las artesanas que se “arriesgaron” a desarrollar productos nuevos para esta asesoría y para los productos que ellas ofrecerán a su demanda

### 3.3.2.6. Conclusiones y recomendaciones

Se establecieron alternativas que fortalezcan su trabajo, lo hagan más productivo y tengan la posibilidad de crecer integralmente.

De ahí la importancia que las artesanas tengan conocimiento de las tendencias de diseño y de mercado y exista el un hilo conductor que las mantenga enfocadas en cada creación.

Es muy importante que este ciclo tenga continua retroalimentación para que las artesanas tengan conocimiento de las tendencias de diseño y de





mercado y exista el un hilo conductor que las mantenga enfocadas en cada creación.

Deben se desarrollándose talleres de creatividad que incentiven con mayor fuerza este aspecto, pues se verá reflejado en sus productos.

El concepto de innovación involucra nociones de marketing como hilo conductor entre el ayer, el hoy y el mañana, cubriendo oportunidades y amenazas de su entorno

### 3.3.3. Técnicas en tejeduría

A pesar que las artesanas tienen conocimiento y destreza para realizar este oficio artesanal, se hizo necesario reforzar muy concienzudamente la manera y calidad con que se realizaban aspectos tales como:

3.3.3.1. Tensión regular del urdido. 3.3.3.2. Inicio del tejido y desarrollo del mismo de manera regular o "pareja". (Fotos 18 y 19)



3.3.3.3. Mezcla de hilos con diferente densidad por trama para lograr efectos de texturas. (Foto 20)



3.3.3.4. Remates seguros y bien elaborados (Foto 21)



Este taller se realizó en San Jacinto, Morroa y Don Alonso, al tiempo que se desarrollaban los prototipos seleccionados de común acuerdo con los artesanos.

### **3.3.4. Taller de tintes**

3.3.4.1. Tintes naturales. (Fotos 22, 23 y 24)





Los artesanos de Morroa y Don Alonso (Sucre) utilizan con gran destreza y habilidad las plantas de su entorno y otros recursos como ceniza y barro.

En cambio, no todos los grupos de San Jacinto (Bolívar) manejan muy bien esta técnica. El grupo que tuvo mejores resultados en el desarrollo de productos con tintes naturales fue El Comité de Mujeres Artesanas de San Jacinto. (Foto 25).



Otro grupo como La Asociación de Artesanas de San Jacinto se mostró interesada en reforzar este taller y mejorar su técnica.

Vale la pena mencionar que este taller ya había sido realizado reiteradamente en la región, la última vez (2003) fue ejecutado por la D. T. Margarita Spangler.

### 3.3.4.2. Tintes industriales. (Fotos 26,27 y 28)



Este taller fue muy útil, particularmente en San Jacinto (Bolívar) ya que las artesanas prefieren el uso de tintes industriales (por su facilidad de manejo y acceso a ellos). Pues en San Jacinto es más difícil salir del pueblo para buscar plantas, la situación de orden público que se vive allí, es un poco delicada y la gente prefiere “no arriesgarse”.

Se utilizaron colorantes directos o solofeniles, para fibras celulósicas de la firma “Colquímicos” ubicada en Bogotá D.C. (Calle 12 N0. 38-62 Tel. 6226803). Todas las artesanas tuvieron la oportunidad de conocer los datos para establecer un contacto directo con este proveedor sugerido.

Se hizo especial hincapié en evitar el uso de tintes de “droguería” como “Iris” o “El Indio” que son de baja solidez, fijación y resistencia a la luz y el agua, es decir, de mínima calidad y alto costo con respecto a los tintes que fueron empleados en esta asesoría.

### 3.3.5. Taller de acabados de productos

Este taller de capacitación consistió en que toda vez la tela hecho producto salga del telar, tenga acabados y remates apropiados, ya sean con técnicas de anudado como macramé, costuras para reforzar producto como las fundas de almohadas o costuras de unión tradicional que embellecen y generan un valor agregado al producto.



### 3.4. Logros

Los artesanos fueron capacitados en

#### 3.4.1. Tendencias y Benchmarking

Visualización y aprehensión de las Tendencias 2003 – 2004. Reconocimiento del material didáctico como catálogos, revistas e informes de moda del mercado nacional e internacional actualizados, (Decoración y Diseño: Casaviva, Elle Decor, Casa Ideal. Casa y Jardín, El Mueble, Mobiliari y Axxis), incentivaron los procesos creativos con visión comercial.

#### 3.4.2. Técnicas en tejeduría

Se reforzaron aspectos técnicos de tejeduría como: Tensión regular en el urdido. (Foto 32), y tejido. (Foto 33, 34 y 35), mezcla de diferentes densidades de hilos por trama para obtener texturas. (Foto 36, 30 y 37), remates bien elaborados (Foto 38) con los cuales mejoraron la calidad de sus tejidos y generaron ideas entorno al manejo de texturas.

#### 3.4.3. Taller de tintes naturales.

Reconocimiento y mejoramiento de aspectos técnicos como uso de balanza, manejo de porcentajes de colorantes en tiempos reales y fijación de color con calidad.

Como ya mencioné, este taller ya había sido realizado algunas veces en la región, la última vez, en Diciembre de 2003, por la D. T. Margarita Spangler.

### 3.4.4. Taller de tintes

#### 3.4.4.1. Tintes industriales.

Taller de gran utilidad, particularmente en San Jacinto, a pesar que ellas ya han tenido varias oportunidades de realizar estos talleres, Se corrigieron debilidades sobre todo en lo que respecta al manejo de porcentajes de colorantes, mezclas de los mismos para obtener colores secundarios como verde, café, vinotinto, etc., tiempos de tintura, enjuague, etc.. Las artesanas de San Jacinto prefieren el uso de tintes industriales que los naturales ya que se les dificulta salir del pueblo por restricciones de orden público que se viven allí.

Se estableció contacto directo entre las artesanas y los proveedores de colorantes, ya que son de excelente calidad y precio asequible.

#### 3.4.2. Taller de acabados de productos

Con este taller las artesanas aprendieron a realizar en sus productos remates en técnica de anudado como macramé, costuras seguras en productos como fundas de almohadas y costuras de unión tradicional que embellecen y generan un valor agregado al producto.

### 3.5. Conclusiones y recomendaciones

Los artesanos fueron capacitados en Tendencias y Benchmarking pero es muy importante que este ciclo tenga continuidad y pronta retroalimentación.

Se reforzaron aspectos técnicos en el oficio de tejeduría que fueron muy bien elaborados durante el tiempo presencial de la asesora pero algunos productos posteriores volvieron a caer en errores como efectos de tensión irregular de los hilos de urdimbre y sobre todo, remates deficientes.

Considero que una asesoría con un tiempo tan limitado no es suficiente para que los artesanos alcancen a tener una buena aprehensión de los acabados.



Los talleres de tintes tanto naturales como industriales ya han sido realizados en la región. Considero que en este punto se puede exigir mayor calidad en los productos terminados por las artesanas de la región.

Las artesanas de San Jacinto prefieren el uso de tintes industriales ya que se les dificulta salir del pueblo por restricciones de orden público que se viven allí.

Se emplearon colorantes directos o solofeniles, para fibras celulósicas de la firma “Colquímicos”. Todas las artesanas tuvieron la oportunidad de conocer los datos para establecer un contacto directo con este proveedor sugerido.

Las artesanas de Don Alonso mejoraron la solidez del color de hilos preteñidos de fábrica (proveedor de Barranquilla) haciendo el teñido de un lote completo de hilos para que el “solo fondo” de un producto, cualquiera que fuere, quedara “parejo” y de buena calidad en su uso y lavado posterior. Esta experiencia debe multiplicarse entre los demás grupos artesanales.