



ARTESANIAS DE COLOMBIA S.A..

SEMINARIO TALLER " EL DISEÑO APLICADO A
LA ARTESANIA"

Bogotá, 1991



Ponentess

Cecilia Duque Duque. Gerente General. Artesanías de Colombia.

Carlos Zoilo Baquero Angel. Division de Diseño. Artesanias de Colombia

Manuel Ernesto Rodriguez. Oficina de Ambientación. Artesanias de Colombia

Maria Teresa Marroquín de Narvaes. Oficina de Comunicación y

Cooperación. Artesanias de Colombia.)l

Magdalena de Supervielle (Uruguay) Vicepresidenta Delegado del World

Craft Council, WCC para America latina

Maria Isabel Baixas (Chile)

Carlos Laorden (Espana)

Diana Sojos de Pena (Ecuador)

Jaime Pellissier (Estados Unidos)

Oswaldo Salemo (Paraguay) Director Museo del Barro

Hector Victoriano Lombera (Argentina)

Barry Biesanz (Costa Rica)

Olga de Artagaveytia (Uruguay)

Sara de Souza (Uruguay)

SEMINARIO TALLER "EL DISEÑO APLICADO A LA ARTESANÍA"

CECILIA DUQUE DUQUE

Gerente General Artesanías de Colombia

Muy distinguidos colegas y amigos de Chile, Uruguay, Costa Rica, Estados Unidos, España y Colombia, esta reunión tiene como fin intercambiar experiencias y opiniones en torno al tema de las artesanías en Latinoamérica. Como vicepresidenta para América Latina del Consejo Mundial de Artesanías y gerente general de Artesanías de Colombia, les expreso la más cordial bienvenida a nuestro país.

El tema de este Seminario Taller de Diseño Aplicado a la Artesanía se enmarca dentro del Decenio Mundial para el Desarrollo Cultural 1988-1997, proclamado por la Asamblea General de las Naciones Unidas en 1986 y por el Plan de Acción Decenal para el desarrollo de la artesanía en el mundo 1990-1999, definido en la reunión de Expertos en Artesanías, celebrada en Hammamet, Túnez, en mayo de 1989. En esta última reunión, se recomendaba al director general de la UNESCO, tomar la iniciativa de convocar encuentros periódicos que se encargaran de la coordinación regional para la financiación de proyectos encaminados al desarrollo de la artesanía. El objetivo general de este plan es el de servir de marco de referencia para los distintos programas que han de llevarse a cabo en el futuro y facilitar a

los organismos nacionales del Estado, entidades privadas, de carácter nacional e internacional dedicados al sector artesanal, la posibilidad de concertar acciones y programas que permitan el intercambio de conocimientos y aunar todos estos esfuerzos en torno al tema de las artesanías, pues este es el espíritu que nos anima en la realización de este Seminario.

El vertiginoso avance industrial de países desarrollados y tercermundistas, las políticas macroeconómicas y financieras de estas naciones, los procesos de internacionalización de la economía, la reconversión industrial y apertura económica que se adelantan actualmente en América Latina, parecen indicar que el sector artesanal, se enfrenta peligrosamente a la competencia de la estandarización productiva, en los países en donde impera la ley del más fuerte y el que mejor pueda defenderse de cara a la competencia, dentro del marco de la oferta y la demanda.

Al tiempo que los países industrializados han visto cómo progresivamente desaparecen considerables valores culturales, entre los que se encuentran los procesos tecnológicos ancestrales que caracterizaron importantes y originales desarrollos de los pueblos, perdurables hasta hoy, paralelamente surgen movimientos internacionales y nacionales, que tratan de impedir el deterioro de manifestaciones de rica herencia milenaria, que han logrado sobrevivir hasta la actualidad. Desde hace varios años, nuestros países se

encuentran en una agitada carrera desarrollista hacia la internacionalización de la economía, en procesos de apertura económica, que ha obligado a los pueblos a confrontar seriamente su propio desarrollo interno y han visto la necesidad de modernizar las industrias para que puedan competir cabalmente con los productos importados.

Guardando las proporciones y la distancia que separa al sector artesanal de la gran industria, se podría pensar que el gremio de los artesanos y la pequeña industria deben entrar en este mismo proceso de reconversión, ya que al igual que la gran industria enfrenta no sólo el reto de la apertura sino la competencia de la misma industria nacional, pero en circunstancias mucho más difíciles, debido a que los artesanos desde hace varias décadas han visto cómo su trabajo ha sido reemplazado por materiales como el plástico, el aluminio y los sintéticos entre otros.

Estos niveles de producción fueron invadiendo el campo de los oficios tradicionales, dejando muchos de ellos sin piso y condenándolos a su desaparición. La fuerza de la tradición y de las costumbres ha impedido afortunadamente, que todos desaparezcan y todavía muchas familias hacen de su trabajo artesanal, una forma de subsistir, de un trabajo que es patrimonio nacional y símbolo de nuestra identidad.

Sin apartarse del tema central, vale la pena reflexionar sobre el tema del desarrollo artesanal y su puesta en valor tanto cultural, como social y

económico. En la misma medida que la gran industria ha considerado prioritario y fundamental entrar en el desafío de la apertura, el sector artesanal no puede ser ajeno a estos mecanismos, pues de esta actividad dependen. en el caso concreto de Colombia, aproximadamente más de un millón de personas y en forma similar ocurre en los demás países de América Latina.

Por todo esto es necesario despertar el interés a los artesanos, para que sean ellos los autores de su propio desarrollo, porque de lo contrario siempre estarán bajo la exigencia y la dependencia de los organismos que los apoyan y nunca lograrán despegar por cuenta propia. El apoyo que se le dé al artesano debe ser sostenido y sistemático, aunque para ello sea necesario que transcurran varios años.

El artesano debe participar en todo este proceso de reconversión y no quiere decir que se convierta en un manufacturero, por el contrario es necesaria la tendencia hacia el refinamiento de su trabajo, que sean más individuales y originales, al igual que un diseñador aprende su oficio a través de la preparación académica, "un artesano es un artista en potencia y un artista es un artesano en su formación" según lo expresaba Daniel Rubín de La Borboya, en su libro "Arte Popular de México".

El tema específico del Seminario Taller El Diseño Aplicado a la Artesanía, busca establecer esos mecanismos de reconversión racional de los

productos artesanales, porque hay que tener en cuenta que en muy poco tiempo Colombia estará invadida por todo tipo de producción extranjera, como resultado de la apertura total, y con artículos provenientes de China, India, Tailandia, lo que obliga al sector artesanal a redoblar esfuerzos para salir adelante en esta coyuntura.

Es conveniente agradecer a el doctor Indrasen Bekatachelo, director de la Sección de Artes de la UNESCO en París y a la doctora Olga Lucía Turbay, Jefe de Relaciones Internacionales del Ministerio de Educación Nacional, al Ministerio de Desarrollo Económico de Colombia, al igual que personas y entidades que apoyaron y financiaron este Seminario.

Carlos Baquero (Colombia)

Jefe División de Diseño. Artesanías de Colombia

Para todos los diseñadores que han escogido el camino de la artesanía, el destino cual mensaje ha proporcionado un destinatario que enriquece con sus enseñanzas, para muchos, vitales en la formación como diseñadores en este campo.

A través de esta labor se puede conocer el mundo particular del artesano, la forma como ellos resuelven sus problemas, la manera como se apropian de unos medios, los dominan, los manejan y finalmente elaboran sus objetos.

Quizás la simplicidad de la forma de vida del artesano y su correspondencia

con los elementos de la naturaleza son los componentes que atraen al diseñador y que de alguna manera se identifican con los valores de todos.

Las razones por las que un diseñador decide trabajar en artesanía son varias: en primer lugar, puede ser un problema de desempleo, porque hay una gran cantidad de profesionales egresados que no encuentran una alternativa de trabajo o todas las plazas están ocupadas; en segundo lugar, porque muchos de ellos no tienen acceso al campo de la artesanía o no saben que ahí existe un área de trabajo; y en tercer lugar, de pronto por romanticismo se introduce en la artesanía y encuentra una forma más inmediata, más clara, de llegar a pequeños centros productivos y comenzar a proyectar con mucha fuerza sus ideas, su creatividad y hasta su sensibilidad.

La filosofía de los diseñadores que trabajan en esta División parte del reconocimiento que se debe hacer a una comunidad, a una región, a un artesano, a un asentamiento, a los grupos indígenas, y esa distinción es muy seria que forma parte de una investigación inicial y que luego, cuando el diseñador tiene toda la información que le permita conocer, entender a esa comunidad, inicia su diagnóstico de diseño dirigido al mejoramiento de la calidad, de la producción de determinado sector.

En el caso específico de esta División, hay tres grandes frentes de acción:

1) Tiene que ver con el desarrollo de productos en todo el territorio, en las diversas zonas donde hay distintas técnicas, materias primas y procesos artesanales. Esa área está a cargo de diseñadores que investigan, viajan a los lugares de trabajo, hacen una labor de campo con los artesanos, regresan, procesan su información, adecúan el producto, diseñan un programa de asistencia, regresan a las comunidades, hacen un trabajo de seguimiento, de control de calidad, y finalmente colaboran para que ese producto pueda entrar en un engranaje comercial que le permita despegar e incentivar la producción como validez del trabajo.

2) La segunda área de trabajo tiene que ver con los talleres y artesanía urbana; se ha iniciado un trabajo muy serio con las asociaciones de artesanos urbanos, con la participación de sus líderes, con asesorías, revisando en qué situación están, cuáles son sus problemas, qué le sucede

al producto, en fin todo lo que se relaciona con este grupo.

3) El tercer frente tiene que ver con el diseño como una herramienta para promocionar las artesanías, compuesto por un departamento creativo de diseñadores expertos en comunicación.

Es de resaltar que muchas de los profesionales que trabajan en Artesanías de Colombia a su vez se desempeñan como docentes, en universidades donde tienen la oportunidad de hacer llegar toda esta información técnica de tradición, de cultura, de tecnologías a esos estudiantes para que se vayan familiarizando con un medio tan importante como lo es el artesanal.

Entre todas estas personas están Gladys de Téllez, Juanita Muñoz y Juanita Almanzar, diseñadoras textiles, María de los Angeles González y Asdrúbal Fajardo, diseñadores industriales, Martha Liliana Cadena y Eugenia Cárdenas, diseñadoras gráfica y diseñadora fotógrafa respectivamente, así como Manuel Ernesto Rodríguez, artesano y también diseñador.

Manuel Ernesto Rodríguez (Colombia)

Jefe Oficina de Ambientación, Artesanías de Colombia

La empresa, Artesanías de Colombia es una entidad de economía mixta, que no está propiamente especializada en el campo del diseño, pero que tiene diversos departamentos dedicados a esta área y durante los últimos años ha creado una política en el sector, y específicamente en el diseño. Artesanías de Colombia ha desarrollado programas de investigación en las materias primas, en las tecnologías tradicionales, en el listado y en la ubicación de los oficios que tiene el país, ha promovido programas de conservación de la artesanía indígena en conjunto con las comunidades, ha trabajado en el sector tradicional campesino con pueblos mixtos que tienen influencias diversas, pero que ya consolidan una tradición. Como resultado de estos procesos la empresa dispone de material gráfico y de diseño, carpetas de oficio y de diseño, investigaciones y documentos que hacen parte hoy en día de un bagaje que tiene el Centro de Documentación, CENDAR, que es también un pilar muy importante para los diseñadores, pues en nuestro medio no es fácil encontrar documentos, bibliografía especializada, por eso ha sido relevante el aporte de la empresa.

Uno de los retos más grandes es el diseño aplicado a la artesanía contemporánea. a la gente de hoy en día, sin tradición, se enfrenta al sector o que ha tenido una tradición determinada y pasa a otro momento productivo u otro instante de diseño. Por eso se está trabajando en este campo, porque el reto de la demanda, de la productividad, de la economía artesanal como alternativa, exige la modernización y la competencia; además, porque los artesanos, no solamente los campesinos y los indígenas, sino los artesanos de la ciudad, tienen todo el derecho de entrar en los procesos de modernización y competir en los términos actuales.

Para la Oficina de Ambientación se ha convertido en un desafío, pues aspectos como la adecuación de espacios, de oficinas, de espacios públicos, de centros comerciales, de parques o de eventos, está muy relacionado con la moda y las tendencias, pero que en términos generales no involucra los aspectos tradicionales o la artesanía. Por eso ha sido importante, la reacción de los artesanos en el radiación y en introducir diseños modernos a sus trabajos, para hacer propuestas de objetos con nuevas funciones y utilidad, y cómo estos utensillos se pueden incluir en los

objetos que se manejan en la vida cotidiana. Para lograrlo, se ha trabajado en una línea de artículos decorativos para salas, y en utensilios y objetos para los comedores, cocinas, baños y patios, al igual que ambientaciones regionales, mobiliario y otras propuestas con mucha aceptación por parte de la gente.

Los resultados de toda esta labor se puedan observar en varios lugares de la geografía nacional: como ejemplo se puede citar lo realizado en el sur del Cauca, donde se ha hecho un trabajo de recuperación y diversificación de la producción, planteando distintas alternativas; otro proyecto, con mujeres del departamento de Caldas, concretamente en la población de Aguadas, para recuperar los tejidos de los bordados en los sombreros y las nuevas formas que podían tener; en la isla de San Andrés, se pudo incentivar una producción muy importante con una fibra propia del lugar, que se llama wildpine y esto es un contenedor o un soporte para refractarias, lo cual permitió involucrar estas dos funciones, el elemento industrial con una fibra natural. En muchos sitios del país se ha trabajado, no siempre con los resultados esperados, pero sí con grandes perspectivas en este campo.

Hay otras propuestas contemporáneas a partir de un taller tradicional artesano, que es lo del vidrio soplado, para el cual México prestó asesoría y con influencia española en este campo específico, pero se ha tratado de darle una expresión moderna a la decoración y ya se están fabricando copas, platos y demás elementos de la vajilla, en vidrio.

María Teresa Marroquín de Narvaes. Oficina de Cooperación Internacional.
Artesanías de Colombia (Colombia)

PROYECTO DE SUSTITUCION DE CULTIVOS DE COCA EN EL SUR DEL CAUCA, EN COLABORACION CON NACIONES UNIDAS

En 1985 el Gobierno nacional, a través del Ministerio de Agricultura, suscribió un convenio marco con la Organización de Naciones Unidas para adelantar trabajos en las zonas de cultivos de coca. Inicialmente el Ministerio trabajó con entidades regionales en distintas zonas y en 1988 Artesanías de Colombia

fue convocada a participar en el proyecto, porque una de las áreas de trabajo estaba localizada en el sur del departamento del Cauca, en el macizo colombiano, considerada como una tierra muy apta para el cultivo de coca.

Se encontró que las comunidades allí asentadas habían tenido una tradición que venía desde la época precolombina, de tejidos en telar o guanga como lo llaman ellos, conservaban la lengua quechua y muchos de los elementos de los telares y utensilios de trabajo, los denominaban aún con esta lengua.

El convenio se suscribió y Artesanías de Colombia se comprometía a aportar recursos humanos y asesoría técnica para adelantar el proyecto, el cual fue denominado "Desarrollo artesanal como una alternativa de empleo para sustitución de cultivos de coca en el sur del Cauca y el norte de Nariño".

El primer paso fue realizar visitas de diagnóstico para conocer las condiciones en la parte de producción artesanal de los oficios tradicionales en las localidades y las condiciones socioeconómicas del medio; una vez realizado el diagnóstico, se elaboró una propuesta de trabajo cuya esencia era rescatar unos valores que estaban perdidos en la comunidad, ya que la gente no era consciente del daño que representaba el hecho de estar dedicados a cultivar coca y por otro lado, no valoraban lo que poseían como ancestro y como tradición, tal es el caso del tejido y su oficio. Se empezó entonces un proceso de motivación con la comunidad, basado en tratar de cambiar una actividad altamente rentable, por el oficio artesanal, haciendo de esta labor un trabajo que verdaderamente generara ingresos. Los principales problemas de tipo social y económico detectados en el diagnóstico estaban centrados en que la gente no tenía ni conocimiento, ni el sentido de trabajo en grupo, no conocían aspectos contables y administrativos, no poseían estrategias de comercialización, no existía mucho intercambio entre los miembros de la comunidad y desconocían totalmente los mecanismos para obtención y manejo de créditos.

En el aspecto de la producción, había escasez de materias primas, deficiencia en los acabados de los productos, estaban utilizando lanas acrílicas y se estaban abandonando las técnicas tradicionales, además había muy poca adaptabilidad de los productos tradicionales a las

necesidades de los mercados actuales. Sin embargo, existían aspectos positivos y es que la gente todavía tenía habilidad y destreza en el manejo de las fibras naturales y en las técnicas del tejido, había un arraigo de unas técnicas ancestrales de origen indígena prehispánico y los procesos de aprendizaje por tradición en la comunidad, todavía perduraban.

Teniendo como base lo antes mencionado, se plantearon las actividades a desarrollar para llevar a cabo el proyecto. En primer lugar se seleccionaron las veredas donde todavía existía la tradición del tejido y se implementaron los programas de capacitación y asistencia técnica en varios campos; uno de los procesos tradicionales era el de la hilandería, allí las mujeres utilizaban un sistema primitivo con el huso en la tierra, así hilaban la lana logrando excelente calidad pero con un proceso de trabajo bastante lento y poco rentable. Se introdujo la rueca europea, de pedal, se dio capacitación a varios grupos de mujeres de las veredas e incluso a hombres; las primeras ruecas las llevó Artesanías de Colombia y luego la gente comenzó a fabricarlas para satisfacer sus necesidades, lo que indica la acogida de este programa en esa zona.

En el campo de la tintorería se observó la inquietud que tenía la comunidad de introducir color y de utilizar la lana no sólo en las tonalidades naturales. Se recogió la tradición del tinturado con matices que da la naturaleza, tanto vegetales como animales, y la diseñadora del proyecto dictó cursos de

capacitación en tintorería simultáneamente con una asesoría en diseño, esta última dirigida básicamente hacia tres aspectos : en primer lugar, hacia el rescate y la conservación de las técnicas tradicionales, pues se trataba de salvar el conocimiento, la destreza, que poseían las mujeres de la comunidad en el manejo de los materiales y de sus elementos de trabajo, de hacer valorar su oficio y también hacer que la tradición se extendiera en su misma comunidad; en segundo lugar, el radiación de los productos tradicionales, se trataba entonces de que todo aquello que las mujeres tejían como ruanas, cobijas y pañolones se adaptaran más a las necesidades del mercado y que dentro de estos objetos tradicionales se pudieran desarrollar productos con nuevas posibilidades de uso, como en el caso de las ruanas, cuya utilización ha entrado en desuso y tampoco está incluida en la moda contemporánea, por esto también las cobijas de lana muy pesadas han sido reemplazadas por plumones o por mantas acrílicas. Teniendo en cuenta esto se trabajó en una nueva línea y se creó la de marroquinería produciendo bolsos, carteras, papeleras, con el fin de idear otras posibilidades de uso y de mercados; y en tercer lugar, hacia el mejoramiento de la calidad, tanto en el tejido como en los acabados, y cabe resaltar, que se inició un programa en las veredas de cría de ovejas, teniendo en cuenta la escasez de materias primas.

Lo que respecta a la comercialización, Artesanías de Colombia inició un

proceso en esa zona, llevando los productos de esta comunidad a ferias regionales y nacionales, ya que esta gente vivía muy aislada y por tanto su mercado era local. Artesanías ha comercializado lo que ellos producen y realizó una exposición que se llamó "Guangas o cingas", palabras quechuas, cuyo significado es telar y vara del marco del telar horizontal, respectivamente. Esta muestra tuvo como finalidad la divulgación y promoción del proyecto, lo cual se logró con la ubicación de esos productos en el mercado nacional y se está buscando también, introducirlos en las plazas internacionales.

Todo este proceso, en general ha sido lento, pero muy provechoso ya que Naciones Unidas pretenden ampliar el proyecto al norte del departamento de Nariño, Putumayo y Arauca, y también porque se ha logrado una mayor participación tanto de mujeres como de hombres en el trabajo artesanal, se han rescatado los valores propios de la comunidad, la comercialización de sus productos es ya una realidad y los beneficios económicos para el artesano son evidentes porque, aunque no sea lo más rentable, sí está siendo una entrada considerable dentro de la economía familiar.

La institucionalización de una medalla denominada "Maestría Artesanal" y otorgada en 1990 a una artesana de esta comunidad, ha motivado a estas personas que integran esas zonas a trabajar en forma más organizada y con el incentivo de que sus productos son bien recibidos en el mercado.

En la parte técnica y puesta en marcha del proyecto participaron personas como Gladys de Téllez y Juanita Muñoz, diseñadoras textiles, quienes asesoraron y trabajaron directamente en la zona desarrollando el proyecto y los nuevos productos, al igual que Juanita Almanzar quien colaboró en el fomento de la línea marroquinera; también, Alvaro Chávez Mendoza, arqueólogo, quien realizó una investigación de tipo histórico y antropológico en la región, lo que de alguna forma permitió tener una visión más clara y más real, sobre los antecedentes del oficio artesanal en este sector del país.

MANOS DEL URUGUAY Y EL W.C.C. AMERICA LATINA:

10 AÑOS ACTUANDO JUNTOS

Olga de Artagaveytia (Uruguay) Expresidenta y actual directiva de Manos de Uruguay.

Manos del Uruguay es una asociación civil sin ánimo de lucro, que surgió en 1968 como respuesta a la carencia de fuentes de trabajo para la mujer en el interior del país y la falta de oportunidades para su desarrollo personal y familiar.

La finalidad de esta entidad es la de promover el desarrollo económico, social y cultural de sus miembros a través del trabajo en empresas de producción artesanal, autogestionadas e integradas a un sistema administrado en forma colectiva y solidaria, e integrado por 18 cooperativas, 48 grupos de trabajo, 800 a 1000 interno y externo de 3 y 4 millones de dólares.

Muchos factores han incidido en el proceso de conformación de Manos del Uruguay, entre los cuales cabe destacar :

a) Esta es una empresa que tiene objetivos sociales, pero que fue concebida bajo criterios empresariales.

b) Las artesanas que la integran son mujeres con niveles de alfabetización relativamente bajos, pero con una capacidad de aprendizaje impresionante.

c) Los niveles de participación de las artesanas han mostrado un incremento sostenido.

d) La capacitación ha sido el motor fundamental en aspectos como el técnico, administrativo, de gestión, de dirección empresarial, de desarrollo personal y comunitario.

e) Mantener el desafío constante de redefinir e incorporar nuevos productos y mercados.

f) La incorporación de nuevas tecnologías como un reto hacia el futuro .

g) la existencia de focos o núcleos de desarrollo.

Sin embargo, existen aspectos muy complejos que han generado todo tipo de tensiones y que de alguna forma dificultan la gestión de estas empresas, convirtiéndose en verdaderas contradicciones como: eficiencia empresarial vs. promoción social, conformidad vs. inconformidad, intereses conjugados vs. intereses contrapuestos, rentabilidad limitada vs. expectativas crecientes,

empresa participativa vs. innovación tecnológica entre otras, que en menor o mayor grado están presentes en Manos del Uruguay y que no pueden resolverse en forma definitiva e inmediata, sino que es necesario convivir con ellas e ir generando respuestas adecuadas en cada situación.

Sara de Souza (Uruguay)

Expresidenta y Socia Fundadora de Manos del Uruguay

Los dos grandes rubros de producción textil de Manos del Uruguay corresponden a la vestimenta y la decoración de interiores; en lo referente a vestidos, se confeccionan ropas para mujeres, hombres y niños elaboradas en tejido manual, en donde se destaca el poncho, una prenda típica del gaucho uruguayo y la producción de esta prenda se mantiene hasta alcanzar el actual prestigio nacional e internacional del que gozan los artículos de Manos, por su valor artesanal, la combinación de colores y por la adaptación a la versatilidad de la moda contemporánea. Y lo que tiene que ver con la decoración de interiores, los artículos son realizados en lana hilada a mano, en algodón industrial y otras fibras, y entre las cosas que se fabrican están cubrecamas, alfombras, telas para tapicería, mantas, almohadones, tapices de pared e individuales para mesa.

Los medios que utiliza Manos del Uruguay para colocar su producción son la exportación, la venta local y las ventas en plaza se realizan a través de sus siete locales ubicados entre Montevideo y Punta del Este, destinando una de sus tiendas exclusivamente a los objetos de decoración.

Magdalena de Supervielle (Uruguay)

Vicepresidenta Delegada del World Craft Council, WCC, para América Latina

Las acciones realizadas por el WCC han estado encaminadas hacia distintos tipos de servicios como: la organización del primer encuentro y exposición nacional de artesanos, publicación de boletines y audiovisuales, Censo del sector artesanal apoyado por el Fondo para la Cultura de la UNESCO, concursos organizados conjuntamente con firmas comerciales, cursos de técnica y diseño con el apoyo de la OEA, interacción de los grupos artesanales con instituciones nacionales, promoción de las oportunidades de capacitación e información, que incluye becas y cursos entre otros.

Un caso concreto del apoyo que presta el WCC al gremio es el de Roberto Micol, un artesano uruguayo con mucha sensibilidad y quien con la ayuda de esta entidad y de Manos del Uruguay, ha participado en muchas ferias y encuentros del país y del mundo, además exporta sus productos a Francia, Finlandia, España y Suiza, logrando de esta forma, hacer de la artesanía un estilo de vida que lo ha llevado incluso a participar en Expo-Sevilla 1992, con su colección de animales autóctonos del Uruguay.

Desde el punto de vista internacional, la secretaria del WCC mantiene activos los contactos con organizaciones de orden mundial como el SELA (Sistema Económico Latinoamericano) para la reactivación del PLACART

(Programa Latinoamericano de Cooperación en Artesanías), con el Programa de Las Naciones Unidas para el desarrollo en Bolivia, con la UNESCO, con FONART de México a través de un convenio mediante el cual el WCC asumió la coordinación de los proyectos y el intercambio de artesanos y técnicos.

El proyecto que el WCC y Manos del Uruguay están desarrollando se denomina "Unidad para el Desarrollo Integral del Producto" ideado precisamente por la necesidad que tienen los artesanos de que alguien venda lo que ellos producen; se creó para esto una pequeña empresa de servicios, la cual proporciona a los artesanos que viven más aislados, toda la información que incluye catálogos y libros, para que puedan estar enterados sobre lo que otros artesanos hacen con las mismas materias primas; se les apoya y asesora en cuanto a información, marketing, diseño y coordinación, todo esto bajo la financiación de la Fundación Interamericana y el gobierno del Canadá.

Este proyecto busca apoyar el trabajo del artesano a partir de la relación mercado-producto-precio-calidad, y la Unidad ha tenido en cuenta las materias primas nacionales disponibles, para lo cual ha dispuesto que se labore con mármol, mimbre y caña tacuara, materiales propios del Uruguay.

María Isabel Baixas (Chile)

PROGRAMA DE ARTESANIAS, PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DE CHILE

Es importante hablar de lo que es la feria, porque ella es la cabeza de este cuerpo que se denomina Programa Artesanía y que realiza múltiples labores, acercando entre sí a distintos sectores nacionales mediante la ejecución de cursos, seminarios, conferencias, investigaciones con alumnos de diseño, de arte, de arquitectura, porque a través de la Universidad Católica se puede realizar una labor que compromete la artesanía tradicional, de norte a sur del país, y esto significa llevar anualmente a la feria 140 artesanos que representan a casi todas las regiones de la nación. Esta feria se hace una vez al año y ya se han realizado 18, siempre en el mismo lugar: en el municipio de Santiago, municipalidad de Providencia, donde anualmente se construye un pabellón que varía también de diseño según el tema central de la feria (por ejemplo, instrumentos musicales, juguetes populares, imágenes religiosas), y el cual es fabricado en colaboración con la facultad de arquitectura de la Universidad. A través de sus profesores, la Escuela de Diseño de la Universidad Católica organiza el área docente de la feria, se preocupan por diseñar el stand, los paneles, el contenido en sí, por la parte del diseño gráfico y la imagen que tiene la feria desde los afiches, folletos, carteles de cada artesano, las invitaciones, el contenido teórico o gráfico y la fotografía. De igual forma,

los organizadores han instaurado un premio al mejor artesano de la feria, que incluye a uno nacional y a otro internacional, con el fin de estimular su trabajo.

Un aspecto que es importante de este evento es la organización y coordinación: partiendo desde cada stand, sobre la ubicación que va a tener, dónde va a estar cada persona y las cosas que trae cada uno. También, los materiales con los que se diseña cada puesto, que deben ser livianos y con la posibilidad de armarse y desarmarse, y tener en cuenta los espacios entre uno y otro, para que el público pueda observar las muestras cómodamente.

La feria "exige" a los artesanos que le enseñen al público asistente lo que es su trabajo, es decir cómo producen su artesanía, el proceso, las materias primas, las máquinas, telares, en fin, todos los instrumentos que utilizan para elaborar su producto, con el fin de que la gente pueda observar, preguntar, opinar, lo que genera una relación entre el artesano y el comprador, para que éste último aprecie lo que adquiere allí.

El acercamiento entre el artesano y el público en general es muy importante, porque el comentario del comprador indica las tendencias y preferencias de la gente hacia determinados productos, también se conoce de esta forma si la calidad, los diseños, materiales y técnicas son las más adecuadas, lo que permite evaluar a los organizadores, las deficiencias tanto del artesano y su trabajo, como de la misma feria y así mejorar en el

Futuro.

De esta forma, la feria se ha convertido en un punto de encuentro entre artesanos chilenos de distintas regiones con sus colegas de otros países, en especial de origen suramericano, y también permite que este evento reúna a diseñadores, arquitectos, antropólogos, arqueólogos, agrónomos y toda una gama de artistas y profesionales que pueden encontrar muestras de cestería, tejido, orf ebrería, talla do en mad era y en general todo el con jun to de objetos que enmarcan el contexto artesanal.

A esta feria asiste toda clase de público, desde adultos, adolescentes y niños hasta profesionales de todas las áreas, ya que este evento además de artesanías incluye actos de bailes populares, cantos, adivinanzas, juegos para chicos y todo lo relacionado con el folclor chileno; la feria abre sus puertas a las nueve de la mañana y cierra a las diez de la noche, por espacio de 14 días seguidos y con un promedio de asistencia de 80 mil personas.

Carlos Laorden (España)

LA EXPERIENCIA DEL DISEÑO EN LA ARTESANÍA EN ESPAÑA

El punto de partida de este tema es que en Italia, España y Francia no existen valores con respecto a la tradición, a los valores populares, porque quizás el propio desarrollo industrial en Europa provocó en gran medida, no totalmente, la desaparición de los sistemas artesanales tradicionales, excepto algunas excepciones que se mantienen un poco como cultura.

Arte España es una empresa pública de comercialización y de asistencia a la artesanía, y como cualquier entidad ha pasado por períodos de prosperidad y también de crisis. En 1985 la empresa tenía 60 mil productos que comercializaba, lo que quiere decir que ni siquiera se sabía con certeza lo que se vendía, cada tienda comerciaba lo que quería, no existía ninguna coherencia entre unos productos y otros, había calidades muy buenas, unas aceptables y otras impresentables, lo que indicaba que el producto dominaba a la empresa, cuando debería ser al contrario.

Ante esta situación, se hizo un esqueleto del producto y el planteamiento estrella fue: Qué se puede vender, qué necesidades del mercado de hoy se pueden cubrir con soluciones artesanales. A partir de esto se empezó a pensar en que, la artesanía tendría un espacio en cualquier lugar y el primer sitio era el hábitat, en la casa, porque se pueden introducir muebles, alfombras, lámparas e implementos artesanales; también, meter la artesanía en los regalos y en todas las celebraciones que se conmemoran durante todo el año y obsequiar carteras, billeteras y dar al mismo tiempo, soluciones artesanales a empresas para los obsequios que se dan a los empleados, y a hoteles, para reemplazar todos esos objetos industriales por artículos más autóctonos.

También este proceso incluía el aspecto financiero, debido principalmente a que España había entrado en la Comunidad Europea y el Estado no otorgaría más dinero a la empresa pública, lo que significaba convertirse en autosuficiente. es decir bajo el planteamiento económico de la auto-subsistencia; entonces este proceso de cambio implicaba de igual forma, una variación en la mentalidad de la propia estructura de la empresa, una reconversión total.

Para toda esta transformación se tuvo en cuenta aspectos bien importantes, que son los tipos de artesanía

1) El diseño tradicional

Es aquel que se reproduce milimétricamente y que se repite en forma tradicional, aunque a veces se cae en el transformismo exagerado, perdiéndose el diseño original; esta forma de reproducir objetos puede lograrse con las técnicas y los motivos ornamentales de antes, pero manteniendo la esencia y el trazo genuino. En Arte España los artículos que se comercializan con diseño tradicional son sombreros regionales, cántaros de Calanda, filigranas de oro, el vidrio mallorquí, tambores, cestos de castaño y muchos otros.

2) El rediseño

Significa tomar de la tradición técnicas artesanales, motivos ornamentales y convertirlos en productos de hoy; en el campo del rediseño lo más importante es saber extraer de la riqueza tradicional, técnicas, formas,

decoraciones y saber llevar esto al mundo actual, con aligeraciones, lo que induce a buscar una ligera reducción del tamaño, del grosor del material e incluso, introducir determinadas técnicas que mejoren la calidad del producto, teniendo en cuenta que la incorporación de esos nuevos métodos de fabricación sean para beneficio del producto en sí; ejemplos de rediseño lo constituyen abanicos, alfombras de Cuenca, la marroquinería que combina tela y cuero, los muebles en forja pintada, el papel hecho a mano con la técnica del aguafuerte, los centros de mesa para flores hechos en cobre y latón.

3) La neo-artesanía

Denominada así porque es un colectivo de personas que ha ido profesionalizando y han desarrollado su arte, en talleres que sin una tradición familiar y sin conocer el oficio, elaboran productos artesanales con un gran concepto estético y formal, propio de la sociedad actual. Sin embargo, la neo-artesanía sufre de inconvenientes basados en la calidad, el plazo y el precio, sobre todo si se tiene en cuenta que ellos fabrican una pieza única, sus obras son creativas y pequeñas series, por lo tanto a este sector le ha costado bastante esfuerzo adaptarse a los sistemas profesionales normales, aunque poco a poco ha evolucionado. Dentro del gremio de la neo-artesanía se ubican también hippies, trabajadores manuales, chapuzas y horteras, al igual que revendedores, quienes en ocasiones traen la destrucción de este colectivo; ejemplos de neo-artesanía son pequeñas

series, piezas muy creativas y únicas, los gigantes y los cabezudos entre otros muchos objetos.

4) El proyecto de diseño

Tiene que ver cuando se define, a raíz de una determinada tendencia en el mercado, lo que hace falta y a partir de esa carencia, se establece una línea de producción: por lo tanto, el proyecto de diseño se lleva a cabo cuando existe un plan previo con unos bocetos para hacer un producto, allí entran a trabajar diseñadores, talleres artesanos y desarrollo del producto, para ir puliendo todos los problemas constructivos que se dan y una vez que se tiene definido el producto, se evalúa si puede ser enviado para exportación o para las propias tiendas de Arte España. Ejemplos de proyecto de diseño son objetos en donde se mezclan materiales como madera, hierro y castaño para fabricar una silla, artículos muy curiosos que unen madera, cerámica y textiles, con mucho éxito en el mercado.

Teniendo en cuenta estos cuatro tipos de artesanía Arte España define sus políticas en cuanto a su mercancía, si un producto funciona se desarrollan nuevas versiones y modelos, y si por cualquier circunstancia no es funcional, se saca y se analiza la razón (precio, calidad) por la cual no es aceptado, ya que esta empresa lo que trata de hacer es dar soluciones desde la artesanía a productos de la sociedad de este siglo.

Jaime Pellissier (Estados Unidos)

DISEÑO Y TECNOLOGIA EN EL CAMPO DE ORFEBRERIA Y METALES

El nivel latinoamericano en joyería es bien distinto del americano y del europeo, porque en Estados Unidos por ejemplo, si hay un sector que todavía hace artesanía autóctona tradicional indígena, además las

condiciones y conceptos sobre este campo son diferentes en todos los continentes y las razones saltan a la vista.

Para lograr una ubicación más precisa en lo que respecta a la joyería es necesario distinguir que existen tres niveles del medio artesanal en metales:

1) Las artesanías tradicionales

Muy conocidas en América Latina, trabajadas con monedas españolas como lo hacían los indios mapuches en Chile, quienes creaban elementos con distintas formas. Estas formas, sobre todo en nuestro medio, han sido aprendidas por una tradición familiar, de cultura, de pueblo, transmitida normalmente de padres a hijos, con una limitación técnica bastante grande y un conocimiento muy limitado del oficio.

2) La joyería urbana

De origen europeo, en relación a que las técnicas y los diseños empleados, han sido copiados tradicionalmente por años y donde no hay ninguna expresión creativa, ni conocimientos técnicos y el artesano aprende una parte del oficio, ya sea preparar alambres, formarlos y ponerlos juntos en diferentes formas: es un oficio que se aprende en la misma joyería y está

marcado por una serie de "secretos empresariales" que protegen a este artesano de la competencia de las otras joyerías.

3) El diseñador Joyero-platero

Es el artista que lamentablemente en América Latina, casi no existe. Hay intenciones de escuelas de arte con talleres que tratan de impulsar el oficio, pero con fundamentos muy pobres y débiles, porque el oficio es el conocimiento profundo de la materia prima, de las formas de construcción, donde la técnica está totalmente controlada, de manera que el artesano no piensa cómo hacerlo, sino que simplemente lo ejecuta.

En Europa el oficio ha sido sagrado. Aunque el aprendizaje ha desaparecido paulatinamente, en países como Francia todavía se puede aprender este arte en escuelas de oficios, donde después de varios años de instrucción y de trabajar gratis con un maestro, recibe su título. En Austria, se recibe diploma del Estado y ninguna persona puede abrir un taller de joyería sin tener este título que otorga el gobierno. En el caso de Dinamarca, el alumno trabaja entre la industria y la escuela de artes y oficios y/o la Escuela de Oro y Plata de Copenhague, en un plazo de cuatro años y de allí sale como maestro calificado. Luego si lo desea, puede solicitar puesto en la Escuela de Diseño de la misma ciudad. En Estados Unidos, este tipo de aprendizaje está prohibido, por la sencilla razón de la explotación al inmigrante, de la persona no preparada y además, de los menores de 16 años.

En cuanto a diseño se refiere, en el campo de Latinoamérica, las escuelas

tratan de establecer áreas de metales, muchas veces sin resultado, debido a que se cuenta con expertos en el tema, que puedan enseñar en un nivel universitario; es por esto que se recurre a diseñadores industriales y gráficos, que no tienen el más mínimo conocimiento de las técnicas específicas de los metales preciosos. Sin embargo, un inconveniente que surge en el medio latinoamericano de la joyería es de dónde sacar los diseños? pues estos son coplados de los catálogos extranjeros, especialmente americanos y europeos, lo que muestra que el artesano nuestro no está calificado para diseñar, y muchas veces estas copias son torpes, burdas y casi nunca llegan a los niveles del original. Por ello es importante el rediseño, el cual ya se tiene en cuenta, porque significa transformar un producto que puede ser bueno en uno contemporáneo, o transformar un objeto mediocre en un producto mejor.

En Europa ocurre todo lo contrario, como es el caso de Alemania y más concretamente en la ciudad de Forshelm, donde existen dos escuelas que enseñan la tecnología adecuada y cuentan con las asesorías y dimensiones técnicas donde la industria puede recurrir.

En América Latina existen áreas de conflicto y hay problemas en cuanto a costos, porque nuestro artesano no tiene acceso al oro y se limita entonces a trabajar con la plata, lo que indica que ya existe un primer inconveniente con la obtención (en este caso la extracción) de la materia prima, luego la dificultad surge por la ignorancia del artesano-joyero al desconocer lo

referente a leyes y quintos (el quinto era una denominación del período colonial y consistía en estampar la pieza con ciertas características), es decir que el oro pese y valga a lo que verdaderamente corresponda, y por otro lado, el problema ético, el juego constante del joyero urbano, quien transforma esas leyes y quinta esas piezas a un nivel más alto de lo que corresponde, es decir, artículos contramarcados como de 18 quilates, cuando en realidad no sobrepasan los 10; aunque no debería servir de consuelo, cabe resaltar que este fenómeno no es exclusivo de Latinoamérica, en Estados Unidos también sucede y a más alto nivel.

Y otra dificultad es el problema de las fuentes de información, ya que en nuestro medio no se encuentran libros en el campo de la joyería, por lo tanto el artesano no tiene acceso a lecturas, a imágenes de otras formas y su mundo creativo es restringido, limitado y sin ningún horizonte.

Todos estos inconvenientes y situaciones que se han citado podrían tener soluciones, que pueden salir de eventos como este Seminario, y con honestidad reconocer, que es imposible aprender este oficio, el de la artesanía, en seis semanas, porque esto toma años; de igual forma analizar que la asesoría directa al artesano no siempre funciona porque se transforma en una actividad muy teórica, a su vez, el entrenamiento de diseñadores que conozcan el manejo de los metales y por último, crear un sistema de información técnica, un banco de datos en el cual se puedan traducir los elementos más fundamentales y tenerlos disponibles al artesano.

Oswaldo Salemo (Paraguay)

Director Museo del Barro

EL MUSEO DE BARRO: UNA EXPERIENCIA EN EL PARAGUAY

La mayoría de la población del Uruguay está compuesta por comunidades rurales, que van creando a su modo, las imágenes que las expresan y en las cuales se reconocen los signos que unen la identidad colectiva, por esto se llama arte popular a esas constelaciones simbólicas creadas por los pueblos. El Museo del Barro surge con el propósito de reivindicar el valor artístico del arte popular, porque se puede notar, que años atrás en el Paraguay, las manifestaciones populares en el campo de las artes menores, fueron erradicadas por completo.

En la década de los 70 se inicia un trabajo sistemático de recolección de piezas de cerámica popular y en 1979 se crea el Museo del Barro, inicialmente instalado en San Lorenzo, una pequeña ciudad cercana a Asunción, la capital del país. Los objetivos del recién nacido museo se centraron en rescatar, promover, difundir y preservar la cerámica popular de esta nación; las primeras acciones del museo se encaminaron a la promoción del reconocimiento del estilo personal de las ceramistas, con el fin de individualizar cada pieza, buscando contrarrestar el anonimato y elevar su prestigio, esto en procura de dignificar un medio de vida, y además valorizar una expresión. El resultado inicial se dio con la interacción, efectuada con la presencia frecuente de las propias creadoras de cada

pieza en el museo, lo que produjo una relación entre artesanas de diversos y alejados lugares, convirtiendo al museo en un punto central donde además de exhibir piezas se podían intercambiar ideas en torno a su propio oficio. Se crea entonces un almacén de ventas dentro del museo, que se constituyó en una fuente generadora de ingresos; el sistema del almacén se protege de los riesgos de masificación, a través de la aplicación de criterios selectivos rigurosos y del fomento a la creatividad personal.

En 1980 se comienza a construir el Centro de Artes Visuales en Asunción y en 1985, en el mismo predio se edifica el local definitivo de el Museo del Barro, convertido actualmente en el motor esencial de todo el proyecto.

El Centro de Artes comprende diferentes departamentos y secciones, donde se conjugan toda clase de expresiones artísticas:

- 1) El Museo Paraguayo de Arte Contemporáneo, orientado a promover la obra de artistas urbanos latinoamericanos.
- 2) El Museo del Barro propiamente dicho.
- 3) El Museo de Arte Indígena, dirigido a estudiar, difundir y apoyar las creaciones de las comunidades étnicas asentadas en el Paraguay.
- 4) El Taller de Artes Visuales, organizado para promover la enseñanza teórica y práctica de las artes a través de cursos y talleres.
- 5) El Departamento de Estudios e Investigación sobre Cultura Popular, que comprende archivos, banco de datos y proyectos de publicación referidos a diferentes aspectos de la cultura rural indígena.

Al final de todo el proceso de organización del museo, los objetivos iniciales todavía se mantienen, aunados a otros que consisten en la recolección y exposición de piezas realizadas tanto por artistas del pasado como actuales, la difusión de la importancia del valor del arte popular por medio de exhibiciones, publicaciones, conferencias y visitas guiadas con fines didácticos, la reivindicación de la diferencia cultural de los pueblos así como la del derecho de los mismos a participar democráticamente de un proyecto cultural de conjunto. Es importante resaltar, que en el Paraguay la actividad ceramística popular está en manos de mujeres, quienes no utilizan el torno ni moldes, sino el sistema de los rollos; sin embargo, hay otro tipo de cerámica y es la que fabrican los habitantes de un pueblo llamado Areguá, allí son hombres los que elaboran la cerámica utilizando moldes, torno y las mujeres se limitan a decorar las piezas, las cuales están matizadas con pinturas sintéticas, industriales y que son aplicadas después de la quema de la pieza.

Específicamente en el diseño aplicado a la artesanía, la experiencia en el Paraguay no es nada halagadora. Se realizó un proyecto con un préstamo por más de un millón y medio de dólares del BID, el cual se aplicó en la localidad de Itá, con un resultado absolutamente negativo, porque los técnicos americanos que participaron en el proyecto no realizaron un trabajo de contextualización, de análisis cultural y trataron de cambiar una serie de elementos como: una producción masiva, el cambio de una

tecnología basada en la introducción de tornos, hornos de altas temperaturas y cambio de los diseños en general, además del mal manejo en cuanto al crédito para con el artesano, porque se trató de aplicar un concepto inadecuado de capitalismo y de mentalidad urbana en una región, donde la tradición es la esencia, no el pensamiento monetario.

Estas experiencias negativas han llevado a que, tanto el Museo del Barro como el Centro de Artes Visuales sean entidades totalmente privadas, financiadas por el sistema de ayuda de las empresas comerciales, las cuales hacen donaciones o contribuciones y mediante esta recolección de fondos se mantiene en pie el proyecto.

Hoy el Museo consta de más de 3.000 piezas correspondientes a producciones mestizas de los siglos XVII, XVIII, XIX y XX, obras que van desde tejidos, encajes, cerámicas, orf ebrería, hasta tallas en madera.

Hector Victoriano Lombera (Argentina)

"MATRA " DE ARGENTINA

La zona del monte de Orán desde el norte de Embarcación hasta Tartagal es donde se lleva a cabo un proyecto de revalorización y actualización del diseño de las artesanías, con la comunidad salteña, debido a que en Argentina no existen políticas sobre desarrollo artesanal.

Las maderas con que trabajan los huichi son consideradas como semi-preciosas, de grano muy fino, de dureza, de colores muy determinados y que adquieren brillo por simple frotación ; son maderas que no es necesario bomizarlos para que tengan un brillo permanente, estable.

El primer paso, consistió en organizar los grupos y para lograrlo se hizo una reunión con los caciques o cabezas de grupo, para formar pre-cooperativas, asociaciones de trabajo ; fundamentalmente ordenaron la producción y se hicieron conexiones con algunos grupos de compradores europeos, básicamente españoles y colocaron interesantes pedidos desde el punto de vista de la comunidad.

Las tallas que originalmente hacían eran de una factura bastante primitiva; la materia prima es excelente, es palo santo, madera perfumada y que mantiene por mucho tiempo su olor. Las figuras que ellos hacían eran animales del monte, porque conviven con ellos, se alimentan con ellos y porque representan determinados fenómenos espirituales, así vieron logrando este tipo de productos, sin embargo, merced al trabajo sistemático, primero del grupo de los anglicanos y después algunos maestros, fueron transformando el producto.

Con la utilización de maderas como el guayacán, el palo santo, el quebracho e incluso el hueso, se logró que empezaran a elaborar productos de ese tipo de factura interesante como el pájaro carpintero, el tucán y comienzan a aparecer en su producción algunos elementos funcionales como un servilletero y con la colaboración de artesanos que manejan el tomo, aparece la fabricación de cajas, portapapeles, ceniceros, rematadas con algunas de las tallas de madera.

Después, se comenzó a trabajar en prototipos de los animales del monte conocidos por ellos, pero con una línea mucho más simple, para que los corrigieran y el resultado fue bastante positivo.

Como en Argentina no existen políticas sobre desarrollo artesanal que permitan ayudar al artesano o con créditos, se comenzó a hacer una pequeña labor de capacitación con Aideca, con Maira y con el Secretario de Cultura de la Nación, por medio de cursos divididos en bloques, uno de diseño, otro de capacitación y uno de asociacionismo, para grupos artesanales de distintas regiones.

Se quiere completar el ciclo y actualmente se está trabajando en juguetería, con rompecabezas, aprovechando los colores de la madera porque tienen mucha inserción en el mercado, sobre todo en el norteamericano y algunos europeos, al no ser maderas ni pintadas, ni teñidas.

Ahora en todo esto de las posibilidades de ingreso de nuevas y apropiadas tecnologías, es imposible pensar que en la artesanía se va a involucrar tecnología de punta, pues sería una locura, pero existen una serie de procedimientos alternativos, que pueden servir.

Es importante tener en cuenta que el mundo ha cambiado y es impensable que una serie de productos que ya no se usan, y un producto que en la cordillera se vende bien como puede ser un matrón o una matra (pieza de obrigo bien grueso porque allí hace 25 grados bajo cero), se puede vender en Buenos Aires, ya nadie va a poner esa manta en la cama, la ubicaran mejor como tapiz o aliombra.

Es decir, es adaptar un producto a una realidad de compra y de esto tiene que estar consciente el artesano, aunque este planteamiento lo entiende mejor el trabajador artesanal rural que el urbano. El artesano de la ciudad se resiste al cambio, pues quiere tener un referente y sentirse protegido culturalmente, en cambio, el que trabaja en el campo sabe culturalmente que es, porque él incluso tiene el orgullo de ser aborigen, de grupo, entonces no le preocupa tanto con su técnica, que producto va a hacer.

Actualmente se está tratando de darles la mayor información posible, y en poco tiempo la red de comunicaciones sociales sacará una publicación que se llama Manos Artesanas, donde aparecerán desde los precios de venta, nuevos productos y todo lo que está pasando en el mundo de la artesanía, y será distribuido gratuitamente a todos los artesanos del país.

Diana Sojos de Pena (Ecuador)

RESCATE DE UNA ARTESANÍA EN EXTINCIÓN: EL IKAT EN EL AZUZA Y

El ikat o jaspe es una técnica para tinturar los hilos de la urdimbre, de la trama, o de las dos, antes de tejer, y aunque este procedimiento estaba en extinción, la investigación adelantada encontró en toda la técnica precolombina, vestigios de este sistema en la vestimenta tradicional, de norte a sur del continente americano.

El proyecto para el rescate de esta artesanía comenzó en 1978, con investigación en los lugares donde se estaba trabajando el ikat y se descubrió que sólo había seis u ocho personas de más de 75 años, que eran las únicas que estaban trabajando esta técnica, porque como muchas otras costumbres de nuestra cultura, este procedimiento se transmitía de generación a generación, en forma oral y no existía nada escrito al respecto.

Al no tener referencia alguna, el siguiente paso fue empezar a divulgar dentro de la misma comunidad todo lo concerniente a esta técnica, para ello se contó con la colaboración de Dennis Penley, un norteamericano con postgrado sobre técnicas de tejido, quien tenía una especial habilidad para llegarle a la comunidad.

La metodología del proyecto se basó inicialmente en un proceso de motivación, para que la gente pudiera valorar su oficio y se procedió a llevar a las personas de la comunidad a ferias y exposiciones, para que pudieran

comprobar por su propia cuenta, que el público estaba interesado en una técnica que era demasiado complicada y que era muy difícil que se pudiera hacer en otros lugares. Se observó que cada familia conservaba un diseño diferente y se trató de que siguiera así, pues el proyecto no pretendía modificar esa originalidad.

Se inició la capacitación con talleres de creatividad con resultados positivos, luego se realizaron cursos de tintorería para que ellos pudieran recordar los tintes que usaron anteriormente, los cuales generalmente eran naturales y se les dio una serie de posibilidades para que utilizaran buenos mordientes y fijadores de color. También se hicieron talleres informales, donde los niños comenzaron a hacer las fajas pequeñas para que aprendieran a tejer, al igual, las personas un poco mayores hicieron piezas de mayor tamaño como bufandas, chalets y ponchos.

Lo interesante de la experiencia es que esta labor reúne a toda la familia: la parte creativa o la de diseño está a cargo de la mujer, pero pasa a manos del hombre en el momento de tejer, porque ellos tienen un poco más de fuerza y el tejido es mucho más parejo; después de elaborado el tejido, pasa de nuevo a la mujer, pues ella es quien hace el encaje del fleco. Los problemas que presentaba la comunidad en cuanto a materia prima es que ellos nunca se dedicaron a hilar el hilo para tejer, porque era demasiado fino y tradicionalmente lo compraban importado o a una fábrica, ya fuera algodón o lana. A través del proyecto se realizó un convenio con una fábrica de Ecuador, Indukana, para que ellos le suministraran directamente a la comunidad,

la cantidad de hilo que necesitaban; en la misma medida se hizo un convenio con Quinfatex, una empresa especializada en fijadores y mordientes, y se les dictó un curso para que pudieran conocer el uso de estos materiales.

En lo que respecta a la comercialización, esta se hace directa para que ellos mismos puedan darse cuenta de los problemas de mercado, especialmente los relacionados con la calidad; los logros obtenidos hasta el momento son satisfactorios. pues en los pueblos Bulcai y Bulshún, donde se implementó el proyecto, hay actualmente 2.000 talleres familiares, lo que indica que la población de estos lugares que antes se dedicaba al oficio de la zapatería, se consagra ahora al trabajo en tejidos con la técnica del ikat. Lo que se está haciendo en este momento es utilizar los tejidos en una línea moderna de alta costura, muy bien diseñada, para que la comunidad los pueda vender, pues también hacen faldas, ponchos, sacos y una línea de hogar que incluye individuales, caminos de mesa y otros artículos. Siempre se presta asesoría a la comunidad, especialmente en control de calidad, y por lo menos se nota que el tipo del hilado está ya perfectamente bien establecido, pues tiene una textura especial, una torsión buena y excelente resistencia.

A raíz de toda esta labor se creó un taller que se llama Quinara (palabra quechua que significa tesoro), que hace las investigaciones, los colores de moda, también hay un taller de confección, en donde el material se lava

previamente pues como es lan a quedan residuos de tintes; la confección en si se hace con base a patrones europeos y la prenda se entrega con garantía de calidad.

Como fruto de esta investigación se editó un libro que se llama "Paños de Hualacero", escrito en dos idiomas para que en el futuro se convierta en un manual sobre toda la forma y la técnica del ikat, y como guía para próximas generaciones, quienes encontrarán en este procedimiento, parte de su esencia cultural.

Barry Biesanz (Costa Rica)

"BIESANZ WOODWORKS" DE COSTA RICA

En Costa Rica es respetable ser artesano fino, lo que indica que este oficio tiene un espacio en la sociedad de ese país.

El autor de esta intervención afirma que, en sus inicios trabajó solo y por su propia cuenta, luego creó un sistema de mini-talleres compuesto por artesanos que tras años de superación, de aprender un estilo y ser buenos en su campo, se vincularon al sistema; a estos artesanos se les compró maquinaria y ahora trabajan en sus casas por contrato, de esta manera pueden hacer más cosas, emplean a su familia y se evitan problemas administrativos.

Algo similar ocurre en Italia con la fábrica Gucci, la cual sólo tiene 30 personas, entre tíos y primos tienen sus propias fábricas y trabajan por contrato. Un curso de diseño tomado en la Asociación de Artes y Tradiciones Populares le vislumbró al autor las posibilidades de convertirse en un artista, de esta manera empezó a desarrollar inicialmente temas indígenas, pero agregando detalles naturales, medio orgánicos y teniendo como base las formas de los indios chorotegas y otros grupos, algunos ya extintos en Costa Rica. Aunque su diseño ha estado influenciado por el Tsen, por el budismo japonés, en particular por la espontaneidad que surge de la lucha y la preocupación, privada, íntima.

Con respecto a la calidad, afirma que la mayoría de los productos artesanales o industriales que están en el mercado, tratan de parecer mejor de lo que son en realidad, se ven bonitos en un estante, pero cuando se tienen en la mano, causan desilusión porque no hay técnica ni estética, por eso las piezas deben sorprender, llamar la atención, que entre más se vea, más hermosa parezca y que su acabado se lleve hasta el último detalle. El mercado es elástico y el artesano puede estirarlo y encogerlo; hay turistas que llegan a un lugar y no encuentran en qué gastar su dinero, por eso compran y si ellos hallaran más cosas interesantes las adquirirían. Por esto ayuda mucho tener un surtido de precios en el mercado, al igual que tener piezas originales, únicas, presentadas en galerías muy finas; hay artesanos que hacen copias y las venden sin pensar en el diseño, compiten por precio, y hay otros que compiten por calidad, pero para todos hay espacio en el mercado. Pero copiar diseños solo debe ser una etapa, porque el artesano debe continuar trabajando hasta que logre descubrir su propio estilo, de lo contrario no podrá evolucionar como artista, ni mejorar su nivel.

En Costa Rica se puede citar una experiencia con respecto a lo antes mencionado, Ana Barrientos y Fernando Paramo son personas con una amplia experiencia en el campo del diseño artesanal y además trabajan para la Asociación de Artes y Tradiciones Populares de la Nación, ellos fueron contratados hace algunos años por ACNUR (ONU) para brindar asesoría a artesanos refugiados salvadoreños. Esta ayuda no fue valorada por los artesanos, no les interesó y continuaron haciendo sus antiguos diseños, sin calidad ni estilo.

Ana y Fernando decidieron hacer y pintar sus propios diseños, trabajando en el sector privado para ellos mismos, logrando un producto superior y de alta calidad. que se vendía en el mercado a un precio tres o cuatro veces mayor que el de otros productos parecidos y con éxito. La gente se dio cuenta de esto y empezó a interesarse, copiaron sus diseños e hicieron diferentes variaciones de los mismos en diferentes materiales. Estos productos los venden en el mercado a un precio mucho menor que el original, pero no tienen calidad, porque en Costa Rica hacer artesanía copiando los diseños de un producto de alta calidad es muy común. En este país centroamericano, con una tradición artesanal casi inexistente, en quince años ha tenido una evolución impresionante, en creatividad, calidad y va en creciente prosperidad, y esto se debe fundamentalmente a tres factores:

- 1) El surgimiento de artesanos-diseñadores dedicados a la calidad como Lyl Mena, Herbert Birkner, Francis Chavarria, Maribel, Edwin, Todd, Ossenbach, Jay Morrison y otros, quienes por falta de una galería adecuada, venden en exhibiciones o en los propios talleres, en los souvenirs y el arte clásico.
- 2) En parte por la insistencia del medio, comienzan a desarrollarse galerías más especializadas en trabajos de calidad, con productos mejores y con una presentación más sofisticada.

3) Porque ha existido un crecimiento en el turismo, especialmente el turismo ecológico, que ha ampliado considerablemente el mercado.

Además porque personas como Ana Barrientos, Fernando Páramo, Carolina Barrientos y Carlos Jiménez, dan cursos de diseño a campesinos y de esta manera contribuyeron a la creación de un arte folklórico costarricense.

Actualmente existen programas de reforestación y se obsequian arbolitos de cocobolo a todos los que tienen finca y quieren sembrar, también con el fin de mantener el equilibrio ambiental, pues para este oficio la materia prima es la madera.

Para que el artesano de hoy pueda proyectarse hacia el futuro es importante que promocióne su trabajo, que se valga de medios publicitarios para que se conozcan sus piezas, de periódicos, revistas, establecimientos, puestos de venta en los que puede hacer presencia con su oficio.

También se recomienda tener información escrita en inglés y español, porque la producción la compran tanto nacionales como extranjeros; que las piezas estén firmadas y con el año de fabricación, porque esto tiene un gran efecto para valorar el artículo en términos económicos, porque no es aconsejable ser un artesano anónimo.



Ponentes

Cecilia Duque Duque . Gerente General de Artesanías de Colombia
Carlos Zoilo Baquero Angel Jefe Division de Diseno. Artesanias de Colombia
Manuel Ernesto Rodrguez Jefe Oficina de Ambientación. Artesanias de Colombia
Maria Teresa Marroquin de Narvaes. Oficina de Cooperación Internacional.
Artesanías de Colombia (Colombia)

Magdalena de Supervielle (Uruguay). Vicepresidenta Delegado del World Craft Council, WCC para America latína

Maria Isabel Baixas (Chile)
Carlos Laorden {Espana)
Jaime Pellissier (Estados Unidos)
Oswaldo Salemo (Paraguay). Director Museo del Barro
Hector Victoriano Lombera (Argentina)
Diana Sojos de Pena (Ecuador)
Barry Biesanz (Costa Rica)
Olga de Artagaveyfia (Uruguay)

PANEL SOBRE DISEÑO Y COMERCIALIZACION

Sobre estos dos temas y otros que surgieron durante la realización del panel en el que participaron Carlos Laorden (España), Olga de Artagaveytia (Uruguay), Diana Sojos de Peña (Ecuador), Jaime Pellissier (Estados Unidos), Héctor Victoriano Lombera (Argentina), María Teresa Marroquín y Cecilia Duque Duque (Colombia), Barry Biesanz (Costa Rica), a continuación se sintetiza el planteamiento de cada panelista con respecto a los temas propuestos.

Carlos Laorden

Su planteamiento con respecto a las artesanías tradicionales es que hay un determinado hueco en el mercado para aquellas artesanías que se siguen haciendo con calidad; parte de esos productos y diseños tradicionales ya pueden entrar en el rediseño, partiendo de funciones acostumbradas, de formas o de motivos ornamentales tradicionales, hay toda una labor muy rica de rediseño y de adaptación.

Con respecto al enfoque que deben dar las entidades encargadas del manejo artesanal, afirma que la labor de las Instituciones culturales debe ser catalogar, documentar y dar a conocer las culturas tradicionales; las empresas del ámbito económico o estatal o comercial, su papel lógicamente es fomentar el desarrollo económico, social y productivo.

aunque evidentemente el papel de las instituciones depende de la realidad social y productiva, y gracias a este análisis Arte España ha logrado avanzar en muchos sentidos.

Esta empresa, inicialmente tenía el objetivo de prestar asistencia técnica a la artesanía y para eso se creó, pero luego se entendió que había otras instituciones para esa labor como era el Ministerio de Industria y Energía de España, los gobiernos regionales, etc., y actualmente Arte España es una empresa de comercialización y todos los planteamientos de crédito y de promoción, están fuera de los objetivos de la compañía.

Olga de Artagaveytia

La experiencia de Manos de Uruguay sobre comercialización es pequeña si se compara con la de España, sin embargo la entidad buscó siempre que los productos sirvieran para exportación y este hecho exigía la búsqueda constante del producto adecuado para exportar, el aprendizaje, el rediseño permanente, técnico o de color, que acompañara un producto que fuera demandado por el mercado.

Diana Sojos de Peña

El proyecto de ikat, afortunadamente, marcha por si solo y ya se está trabajando sobre otros programas, teniendo en cuenta la oferta y la demanda. Actualmente se realizan talleres con una comunidad

indígena al norte de Cuenca, que se llama Cañar y que se constituyen en los mejores tejedores de fajas; se ha comenzado la labor con ellos y se están haciendo las pruebas al producto, para ver que se puede lograr y que aplicación se le puede dar, también hacen ponchos que utilizan para ceremonias y fiestas tradicionales, a los cuales también se les está buscando la aplicación más adecuada y comercial.

Jaime Pellissier

Con relación a la petrificación del artesano hay que tener en cuenta que, históricamente este trabajador ha buscado formas que le han permitido repetir su oficio, sus productos y acelerar su producción; ahí están los casos del mundo egipcio, del griego, donde hay herramientas que al artesano le permitieron simplemente formas de estampado para producir piezas que aparentemente son hechas a mano.

El hecho de que el artesano busque nueva tecnología indica que está inquieto por una forma distinta a la que normalmente trabaja, pero es riesgoso implantar tecnologías en una comunidad específica y que no corresponde a los medios socio-económicos de ese grupo poblacional.

Héctor Victoriano Lombera

Durante mucho tiempo se ha pensado que el artesano debe seguir una línea de producción de sus objetos como lo hacían sus padres o abuelos y

muchos técnicos y mercados exigen eso, no variar ni los colores, ni las tinturas, ni las tecnologías, ni los tiempos de producción. Pero se debe respetar al artesano y si él desea ingresar al mundo de la tecnología no se le puede negar ese derecho, porque realizará piezas de buena calidad y tendrá su propio mercado, por esto también es necesario dejar a un lado el concepto paternalista, porque él como individuo tiene que expresarse solo.

María Teresa Marroquín

Con respecto a la apreciación de Héctor Victoriano Lombera, ella afirma que esta es una posición que está en un extremo, por un lado el de los pluralistas, que pretenden conservar intacta la producción artesanal aunque esa producción no tenga un mercado, y por otro lado están los economicistas, que están preocupados por la generación de recursos y piensan que se debe producir cualquier cosa, no importa qué, con tal de que satisfaga una demanda en el mercado.

Cecilia Duque Duque

En Colombia se ha trabajado más que todo, a partir de la oferta artesana o de la artesanía tradicional en el rediseño y es muy poca la experiencia en el diseño a partir de la demanda.

A raíz de la artesanía tradicional hay un campo de diseño que se ha aclarado mucho y en América Latina hay muchas experiencias y esa sería una primera parte, iniciando desde la tradición se puede innovar; la otra parte, es que en Colombia no se tiene mucha experiencia, como España y otros países, en el trabajo artesanal con elementos de diseño, a partir de la demanda sin tradición artesana.

Barry Biesanz

Al artesano no le sirve tener un sólo comprador grande, vale la pena buscar un mercado más flexible, rechazar ciertas demandas para enfocar lo que sí está haciendo y eso ayuda mucho.

El balance es que se debe ofrecer al mercado lo que este quiere recibir y necesita, y afirma que a veces se puede permitir a sí mismo, introducir al mercado productos de su propia expresión, en lo cual no compromete absolutamente nada y el producto es aceptado en una escala diferente.

CONCLUSION GENERAL DEL PANEL

En todos los países latinoamericanos existe una problemática compartida en torno a la artesanía, y debe quedar muy claro que una de las partes que busca el diseño también, es que el propio artesano, como el derecho, tiene un mercado local y hay muchas comunidades que producen para ellos mismos.

La otra parte tiene que ver con la conscientización del diseño aplicado a la artesanía y tener en cuenta que es algo que mejora la calidad de un producto y por consiguiente mejora el nivel de vida del artesano.

Y en tercer lugar, ojalá en el futuro se pueda contar con ayuda internacional para lograr que el diseñador y su profesión, sea reconocida no sólo a nivel nacional sino en otros países y continentes.

PLENARIA

A continuación se sintetizan los aspectos más importantes de cada comisión, los temas que se discutieron y la persona que se desempeñó como moderador.

Tema: Tradición, Innovación y Tecnología

Moderador: Oswaldo Salerno

La tradición es un proceso dinámico que identifica y que es referente cultural respecto del pasado, y esa sería la primera cuestión.

Otro punto que se estimó importante, es que se debe evitar la agresión cultural respetando la elección de vida de manera integral de los receptores, evitar al máximo invadir su espacio cultural, entendiendo que las personas aquí presentes proponen modos, modelos o proyectos de desarrollo, para concertarlos con los sujetos que recibirían esas acciones.

El otro punto a citar es el de las innovaciones, porque interesa considerar

tecnologías apropiadas, adecuadas, respetuosas, pertinentes, conceptualizarlas como herramientas válidas para coadyudar al crecimiento de la actividad, desarrollando acciones que permitan el acceso de los productos artesanales y del arte popular a mercados fijos, alternativos y potenciales, considerando el producto en todos los estadios históricos, como un bien de cambio y de mejoramiento de la calidad de vida.

Con respecto a la diferenciación entre artesanía y arte popular, las opiniones estaban divididas, sin embargo se logró establecer en términos generales que, la artesanía es aquella actividad vinculada a la manualidad y a la transformación de la materia prima. Por herencia, por cultura discriminatoria, se ha llamado artesanía a todas las expresiones emergentes de los grupos étnicos, campesinos, barriales, suburbano, y se denomina arte a las diferentes expresiones que hacen los artistas eruditos; es interesante diferenciar también, que no todo lo que producen los sectores campesinos, étnicos, o las comunidades marginadas, pueden ser consideradas arte popular.

Tanto el arte popular como la artesanía están muy bien diferenciadas en una carta de la OEA y aceptada por todos los países de América hace diez años y se llama Carta de Artesanías.

Tema: Diseño y Desarrollo de Producto

Moderador: Manuel Ernesto Rodríguez

Los elementos recogidos se refieren al diseño en la artesanía, como un proceso integral aplicado a las peculiares formas de la producción artesana, teniendo en cuenta los valores culturales, las necesidades funcionales y las expresiones estéticas. Como un proceso integral se refiere al diseño del producto en sí, a su empaque, a su embalaje, a su presentación y ambientación en el mercado, con un determinado apoyo, con ayuda publicitaria especializada en su promoción, en sus ventas, en sus espacios comerciales en las ferias.

El diseñador debe comprender y recoger las soluciones, las necesidades y las tendencias, la utilización de tecnologías y los materiales adecuados para lo que pretende producir. También debe tener en cuenta los costos y las soluciones en general que tiene que dar.

En cuanto al producto, es preciso partir de la información acerca de los mercados, las soluciones y los productos ya existentes, las tendencias, las necesidades, el gusto imperante en el momento y considerar la demanda de los productos con sus peculiaridades de acuerdo a lo que necesita el consumidor. También se debe conocer al consumidor, su manera de ser, de sentir las cosas, su cultura, para que el producto del artesano pueda ser aceptado.

La producción está determinada por la capacidad del proceso, porque no se puede producir si no se conoce qué capacidad se tiene, cuánto se puede hacer, con cuántos productos comprometerse, qué tiempos y qué niveles de productividad; tener en cuenta las tecnologías, los diseños, los materiales, el volumen adecuado y la mano de obra calificada.

En cuanto al diseño, este proceso debe ser interdisciplinario entre el diseñador, el artesano, el mercadotecnista y el técnico de producción y calidad; el proceso de diseño exige que todo el equipo se integre y logre un resultado final coherente entre el mercado, la demanda, o el producto, o la calidad.

Tema: Demanda, Oferta, Mercado y Comercialización

Moderador: Sara de Souza

Se llegó al diagnóstico de que se parte de la oferta y no de la demanda, característica de una institución de promoción artesanal, con una cantidad enorme de productos que se tienen que vender, que hay una tradición de compra y que no se han utilizado las técnicas de selección de productos y la idea imperante es más de promoción que de comercialización.

Se ofrecen productos sin tener identificado el segmento a quienes están dirigidos; los diseñadores no tienen la mentalidad de pensar en el mercado, sino que parten de las necesidades de los grupos productores y no de la demanda.

Las recomendaciones en cuanto a la comercialización son:

esta es una actividad con técnicas bien definidas que deben ser aplicadas profesionalmente y muchas veces esto implica todos los niveles, desde el gerente comercial hasta las vendedoras, que éstas sean bilingües si venden para turismo por ejemplo. La capacitación del personal, la ambientación según el tipo de mercadería en los locales de ventas, la presentación de los puntos de venta, el embalaje, el servicio al cliente, el transporte de las mercancías, la publicidad y la comercialización en general, con la participación en distintos locales, ventas a terceros y exhibiciones en ferias regionales, nacionales e internacionales, con una buena selección de los canales de venta y la implementación acertada de los distintos tipos de comercialización.

PARTICIPANTES

ARGENTINA:

- Héctor Victoriano Lombera

COSTA RICA:

- Barry Biesanz

COLOMBIA:

- Cecilia Duque Duque

- María Teresa Marroquín

- Carlos Baquero

- Manuel Ernesto Rodríguez

CHILE:

- María Isabel Baixas

ECUADOR:

- Diana Sojos de Peña

ESPAÑA:

- Carlos Laorden

ESTADOS UNIDOS:

- Jaime Pellissier

PARAGUAY

- Oswaldo Salerno

URUGUAY:

- Olga de Artagaveytia
- Magdalena de Supervielle
- Sara de Souza

SEMINARIO TALLER "EL DISEÑO APLICADO A LA ARTESANIA"

Realizado del 25 al 27 de diciembre de 1991, en el Travelodge Orquidea Real en Santafé de Bogotá, Colombia.

ENTIDADES ORGANIZADORAS

Artesanías de Colombia y el Consejo Mundial de Artesanías W.C.C. - Vicepresidencia para América Latina.

ENTIDADES QUE APOYAN

Ministerio de Educación Nacional, Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura UNESCO, y el Consejo Mundial de Artesanías W.C.C. - Vicepresidencia para América Latina.