



Artesanías de Colombia,
Subgerencia de Desarrollo

Artesanía e Identidad: Tradición, diseño e innovación

La artesanía: Un producto diferenciado frente a un mercado globalizado.

A diferencia de la Europa precapitalista, y tal vez debido a la influencia matriarcal de las sociedades indígenas y afroamericana, la mujer artesana latinoamericana ha sido reconocida como guardiana histórica de la tradición de los oficios.

Ella ha conservado y difundido al interior de su núcleo los secretos técnicos del tinturado natural de fibras; ha manejado la economía familiar; ha aprovechado el recurso natural, vegetal o animal, para la curación de enfermedades, la alimentación y la artesanía; ha creado nuevos diseños incesantemente, inventando puntadas y tejidos a partir de arquetipos de la naturaleza y, a veces, como en las comunidades indígenas, los ha validado en universos míticos; ella ha ejercido siempre un permanente control de calidad, llamado hoy mejoramiento continuo, en cada proceso de tejido, moldeo, pulido, decorado o bruñido.

Pero al mismo tiempo que la artesana ha sido un tesoro de tradiciones, también se ha convertido en el mejor escenario para la innovación y el cambio:

En La Chamba, Departamento del Tolima, Colombia, a 2 horas de Bogotá por vía terrestre, en una comunidad artesanal descendiente de indígenas Pijaos-Caribe, donde se elabora una bellísima alfarería negra, 100 mujeres moldeadoras que antes hacían 13 cazuelas o platos en 1 hora, con moldes estáticos



Artesanías de Colombia,
Subgerencia de Desarrollo

o discos de arados inestables, le apostaron al cambio y producen ahora 33 cazuelas en el mismo tiempo utilizando tornetas.

Mientras esto ocurre en la aldea artesanal, veamos cómo el diseño y la innovación en la artesanía pueden enfrentar los retos de la aldea global.

La globalización de la economía dejó a un lado la idea un mercado homogéneo y develó la realidad de una multiplicidad de segmentos diferenciados de mercado. Frente a este reto la artesanía se ha planteado tal vez un falso dilema: la masificación o la conservación, y en importantes regiones del planeta se apostó por la masificación.

Sin embargo, parece ser que el destino histórico de la artesanía latinoamericana, frente al asombroso "boom" de la artesanía en otros polos del diseño mundial, es acentuar el carácter diferencial único de su producción, de herencia hispánica, indígena y negra, con base en el predominio de sus valores simbólicos sobre sus valores de uso y de cambio.

Este destino, que no es gratuito ni resultado de un decreto oficial, es inherente a la vocación de un continente biológica y culturalmente diverso, que dispone de una amplia y talentosa mano de obra. Nuestra riqueza artesanal, en sus expresiones popular, tradicional, indígena o moderna, puede aportar originalidad a nuevos productos para nuevas demandas del mercado.



Artesanías de Colombia,
Subgerencia de Desarrollo

Un proyecto de desarrollo para la artesanía latinoamericana basaría su estrategia en 4 pilares: **la manualidad, la identidad cultural, la sostenibilidad ecológica y el diseño.**

La impronta manual:

Diferencia y particulariza. Da calidez y presencia en el ambiente. En Colombia más del% de los 350.000 artesanos del país laboran a mano o con ayuda de herramientas simples.

La mano humaniza el mundo y lo recrea en la permanente innovación de la artesanía; la mano define la dimensión orgánica del producto artesanal, su real extensión. Más que un limitante para la demanda, la medida manual de la artesanía debe convertirse en un valor diferencial en el espacio moderno.

Se debe atender el equilibrio entre la mano y la máquina, que esta no supedite la acción creativa del artesano, sino más bien que ayude a liberarla de tareas onerosas y rutinarias y permita concentrar el talento manual en procesos generadores de valor. Al ganar en eficiencia y calidad, se acentuaría así la agregación de valor en el producto.

La identidad cultural.

La globalización, con la imposición comercial de una cultura universal homogénea, ha comprometido a las naciones desarrolladas en la dialéctica de lo universal-particular. Un nuevo escenario histórico donde cada país se esfuerza desesperadamente para impedir que naufraguen sus valiosas tradiciones, rescatar las identidades perdidas o tratar de defenderse de incursiones "extracomunitarias".



Artesanías de Colombia,
Subgerencia de Desarrollo

Latinoamérica, en la antesala de nuevas y más amplias aperturas, debe proponerse a fondo el fortalecimiento y desarrollo de una identidad propia partir de la artesanía. Con proyectos artesanales que potencien sus valiosos recursos humanos, naturales y culturales; las técnicas, materiales y diseños propios. Con proyectos innovadores, que mantengan y desarrollen los valores tradicionales. Proyectos que tomen distancia del facilismo de la moda cultural, donde se sacrifica la génesis de lo propio y se banaliza la cultura. Proyectos que creen nuevos productos que comuniquen, y no sólo informen o, peor aún, desinformen; productos para disfrutar, no sólo para usar y botar; productos que nutran, y que no sólo se consuman.

En estos proyectos el diseño está llamado a interpretar para el mundo los valores simbólicos de nuestra artesanía, revelando y comunicando las identidades culturales de pueblos y géneros, con sus roles productivos diversos, a veces adscritos culturalmente, valiosos como factores de cohesión en sus contextos sociales armónicos.

La sostenibilidad del recurso natural:

Como países ricos en diversidad biológica, la vocación de nuestra artesanía es el aprovechamiento sostenible de recurso natural. En Colombia más de% de las especies utilizadas por los artesanos como materias primas son extraídas de bosques naturales.

La sostenibilidad ambiental de la producción artesanal es un condicionante cada vez más importante en la comercialización de artesanías y un agregado de valor muy apreciado en el mercado normalizado. Además, corresponde a un deber ético con las futuras generaciones de artesanos y nacionales en general el apoyar la conservación de las especies naturales utilizadas por los artesanos.



Artesanías de Colombia,
Subgerencia de Desarrollo

En nuevo diseño:

Si el diseño convencional ha privilegiado el formalismo estético para satisfacer el mercado, cayendo en la trampa del consumismo, y con una visión antropocéntrica o comercial, le ha dado primacía exclusiva a las relaciones de costo/beneficio, a la funcionalidad y al manejo del producto, el nuevo diseño para la artesanía dispone de una visión biocéntrica, más integral. Trata de expresar la compleja relación que establece el hombre con el ecosistema natural al crear un entorno artificial.

El diseño para la artesanía tiene una gran responsabilidad ética frente a los valores culturales y a los recursos naturales de los que se nutre. Debe escapar al determinismo de la funcionalidad e instaurarse en el ámbito de la recreación cultural y la comunicación. Su aporte no se agota en la reducción de costos ni en la eficiencia tecnológica, sino que interviene lo cultural, lo social, lo ambiental y aún lo político.

Una visión integral del diseño en la artesanía tiene en cuenta el peso específico de la tradición que se valora y trasmite, la mano que crea, la cohesión social que fortalece y, por supuesto, el empleo que produce o conserva, los ingresos que genera y las opciones de acceso a bienes y servicios que promueve.

Para ello el nuevo diseño exige el trabajo interdisciplinario y la participación comunitaria, respeta la cultura local y el medio ambiente, hace innovaciones para responder a la demanda, aplica tecnologías de avanzada y sensibiliza a productores, distribuidores, comercializadores y clientes sobre los valores



Artesanías de Colombia,
Subgerencia de Desarrollo

culturales y ambientales de la artesanía, e involucra todos estos componentes en un producto adecuado a la demanda. ¿Cómo lo hace?:

1. No impone **tecnologías**, sino que investiga, las diseña, aplica y adapta, para una mayor eficiencia, mejor calidad y menores gastos de recursos y energía.
1. No crea desde la inspiración individual, sino que participa de una **estética colectiva**, socialmente compartida, a través de la interacción permanente diseñador-artesano.
2. No utiliza irracionalmente el **recurso natural** como mera materia prima, sino que lo valora y restituye como un capital ecológico que debe ser aprovechable también por las futuras generaciones.
3. No sólo vende sino que **satisface necesidades y comunica** el reconocimiento de las diferencias culturales, privilegiando la apreciación de los valores simbólicos sobre los de uso y de cambio.
4. No homogeniza, congela o extingue culturas, sino que afianza y desarrolla identidades propias.

Perspectiva del diseño:

1. El diseño es un negocio, no un entretenimiento. Por lo tanto, debe estar precedido de la investigación y el análisis de mercados y dejar a un lado el espontaneísmo o la reacción comercial en la creación y desarrollo de productos que arriesgan tiempo y recursos valiosos.
2. El bajo nivel tecnológico del taller artesanal tradicional y su desarticulación espacio-funcional colaboran con su ineficiencia productiva, incapaz de responder a pedidos con volumen, calidad y homogenización de piezas.
3. La ergonomía del productor y su salud laboral hacen parte del diseño del propio taller del artesano.



Artesanías de Colombia,
Subgerencia de Desarrollo

4. El fortalecimiento de las minicadenas de la producción de artesanías, en cada uno de sus eslabones de extracción-preparación de materias primas, transformación y comercialización, crean mejores condiciones de productividad y competitividad para el producto artesanal.
5. El establecimiento de competencias laborales para el desempeño de los artesanos en sus áreas administrativas, técnicas y de diseño es la base para formar mano de obra calificada y pertinente.
6. Las normas o Referenciales para proceso productivos y productos organizan la producción, le fijan parámetros de calidad y le abren nuevos mercados a productos así calificados.