

# Encuentro entre Diseñadores y Artesanos



Guía práctica





## United Nations Educational Scientific and Cultural Organisation (UNESCO)

La UNESCO promueve el enfoque global del papel económico y socio-cultural de la artesanía en la sociedad. Se ha considerado como un programa líder en este campo. El programa de la UNESCO se centra en la mejora de las técnicas artesanales, especialmente en los países menos desarrollados, la promoción de la creatividad y la protección de la artesanía de calidad a través de seminarios regionales, y exposiciones junto a premios con los SELLOS de Excelencia. El papel del diseño para extimular la creatividad en el campo del la artesanía es una prioridad para la UNESCO premios y exposiciones de artesanía.



## Craft Revival Trust

Craft Revival Trust es una ONG sin ánimo de lucro con sede en Nueva Delhi cuyas preocupaciones abarcan la creación de la infraestructura del conocimiento y de la información para las artes, artesanía y sector del diseño de la India y de una amplia región de Asia del Sur. La extensa base de recursos de la red en fase de crecimiento del Trust ([www.craftrevival.org](http://www.craftrevival.org)) funciona como catálisis de lazos, depósito de información y como foro de consejería y apoyo. Esto se complementa con el programa de publicaciones. A través del alcance de su trabajo, el Trust trabaja con niños y adultos jóvenes para fomentar la apreciación de las técnicas manuales y de la comprensión cultural. Su programa de diálogo, debate y mesas redondas, *Putting Ideas First*, explora temas de diversidad e identidad cultural y de medios de vida sostenibles.



## Artesanías de Colombia S.A.

Artesanías de Colombia S.A. es una empresa de economía mixta que forma parte del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia. Ayuda al progreso del sector artesanal a través de la mejora tecnológica, investigación, desarrollo de productos y formación del recurso humano y promueve la comercialización de la artesanía colombiana. Su misión es contribuir al desarrollo integral del sector artesanal promocionando el desarrollo profesional de recursos, garantizando la sostenibilidad ambiental y preservando el patrimonio cultural del país, mejorando así su competitividad.

La necesidad de esta publicación, nace de las preocupaciones que artesanos, activistas y organizaciones de artesanía expresaron, en todas las fronteras geográficas, para poder contar con lazos más estrechos entre diseñadores y artesanos.

Mientras algunos dan la bienvenida a la intervención del diseño en la artesanía como una necesidad y una oportunidad de perspectivas nuevas, otros la consideran una amenaza. *Encuentro entre diseñadores y artesanos* tiene como objetivo centrarse en estas preocupaciones de forma objetiva y clarificar el alcance, los procesos y las modalidades de una intervención adecuada del diseño en la artesanía. Este volumen ofrece por vez primera una presentación dual de las experiencias de dos países, Colombia y la India, que cuentan con una tradición artesanal particularmente rica; ofrece estudios de casos a dos niveles diferentes: el de los estudiantes de diseño y el de los diseñadores profesionales.

Los estudios de caso seleccionados de las diferentes regiones de la India ilustran cómo se pueden desarrollar ideas interesantes y nuevos modelos de intervención para diversos propósitos, bien para la revitalización de artesanías en extinción o para desarrollar productos nuevos que creen medios de vida.

De la misma forma, los estudios de caso del Laboratorio Colombiano de Diseño proporcionan reflexiones y estrategias para la innovación en los diversos oficios practicados por las comunidades artesanales de diferentes regiones a través de un proceso interactivo, respetuoso de su identidad cultural.

Teniendo en cuenta las lecciones convergentes aprendidas sobre el desarrollo de asociaciones efectivas, *Encuentro entre diseñadores y artesanos*, intenta ser una guía práctica para esta interacción y para los temas que surgen en este interfaz, con el fin de conseguir una relación equilibrada y mutuamente beneficiosa, aplicable a un amplio espectro de la artesanía del sector mundial.

Como parte del enfoque global de la UNESCO al papel cultural y socioeconómico de la artesanía, *Encuentro entre diseñadores y artesanos* pretende ser una herramienta de trabajo para los que toman decisiones, para artesanos, diseñadores e institutos de diseño y ONGs de artesanía. El objetivo final es ayudar a todos aquellos involucrados en la promoción del sector artesanal a que se hagan las preguntas adecuadas en lugar de dar respuestas equivocadas.

*Este volumen está también disponible en francés y en inglés.*

# Encuentro entre Diseñadores y Artesanos

Guía práctica

# Encuentro entre Diseñadores y Artesanos

Guía práctica



Publicado conjuntamente por el *Craft Revival Trust, Artesanías de Colombia S.A.* y la *UNESCO*.

Las denominaciones y la presentación del material empleado a través de esta publicación no implican la expresión de ninguna opinión por parte del *Trust, Artesanías de Colombia S.A.* y *UNESCO* con relación al estatus legal de los países, territorios, ciudades o áreas, ni de sus autoridades ni fronteras.

Publicado en 2005 por  
Craft Revival Trust  
1/1 Khirki Village  
Malviya Nagar  
New Delhi 110017  
India  
Email: [mail@craftrevival.org](mailto:mail@craftrevival.org)  
Web: [www.craftrevival.org](http://www.craftrevival.org)

Artesanías de Colombia S.A.  
Carrera 3 No. 18A-58  
Bogotá, D.C.  
Colombia  
Email: [info@artesaniasdecolombia.com.co](mailto:info@artesaniasdecolombia.com.co)  
Web: [www.artesaniasdecolombia.com](http://www.artesaniasdecolombia.com)

United Nations Educational Scientific and Cultural Organisation  
7, place de Fontenoy  
75352 Paris 07 SP  
France  
Email: [bpiweb@unesco.org](mailto:bpiweb@unesco.org)  
Web: [www.unesco.org](http://www.unesco.org)

**CLT/ACE/ACD-05/10**  
© Craft Revival Trust / Artesanías de Colombia S.A. / UNESCO 2005

Diseño: FACET Design  
Impreso en Nueva Delhi, India

# PRÓLOGO

**E**l guru del concepto de ‘pueblo global’, Marshall McLuhan, predijo en 1966 que *‘en el futuro, el papel del artesano será más importante que nunca’*.

Cuatro décadas más tarde, hay algunos indicios interesantes que apoyan esta predicción: la creciente conciencia por parte de los sectores públicos y privados, así como de las agencias de cooperación regionales e internacionales del papel dual que juegan los artesanos al combinar las técnicas tradicionales con la creatividad moderna y el impacto socio cultural en el desarrollo sostenible; la preferencia creciente del público por los productos ecológicos de calidad y hechos a mano y el mayor reconocimiento a las mismas cualidades que tomamos en las artesanías de la atemporalidad y permanencia, la adaptabilidad de los artesanos y de sus materiales a las cambiantes necesidades y, sobre todo, la dimensión espiritual de la artesanía. Estas tendencias favorables, están sin embargo, compensadas por algunas contradicciones preocupantes.

En la ‘aldea global’ actual, el artesano está, paradójicamente, cada vez más desconectado de las necesidades y gustos del consumidor. Con la ampliación de los mercados y el espectacular crecimiento del turismo, el contacto tradicional, personal y directo, entre los creadores y los usuarios se interrumpe. El artesano ya no puede asumir, como en el pasado, el papel de diseñador, productor y vendedor.

Otra paradoja global es la exigencia del consumidor que va en aumento: a mayor selección, mayor exigencia. Hay un mercado creciente que busca lo único y lo auténtico; la referencia de la autenticidad es lo genuino del patrimonio cultural del artesano. La globalización y los productos homogéneos que han resultado de las corporaciones que han desarrollado marcas globales, sin lugar a dudas, han creado un nicho para la creatividad, la innovación y lo único. En este contexto, hay una

demanda creciente por el diseño bien aplicado, gran parte del cual proviene de la cultura local, de la imaginación y de la destreza de los artesanos creativos.

De ahí la preocupación expresada por las organizaciones y promotores de la artesanía, en todas las fronteras geográficas, a favor de que se estrechen más los lazos entre diseñadores y artesanos. Debido a la brecha de comunicación entre productores y consumidores, se ve al diseñador como un intermediario indispensable, como un ‘puente’ entre la destreza del artesano y su conocimiento del quehacer. No hay duda de que puede surgir un enfoque innovador de la artesanía, con la introducción del diseño en varios aspectos, por ejemplo con relación a la elección de materiales alternativos y tecnologías apropiadas o a la definición de nuevas gamas de productos.

Sin embargo, si algunos consideran la intervención del diseño en la artesanía como una necesidad (la madre de los inventos, según el dicho antiguo) y como una oportunidad de nuevas perspectivas, otros la consideran a menudo como una amenaza. La degradación del papel del artesano al de mero productor subordinado a la influencia del diseñador y la falta de referencia al contexto cultural de los productos diseñados por un mercado extraño y volátil, se encuentran entre las preocupaciones expresadas normalmente. ¿Cuál es la naturaleza de la pérdida y / o beneficio de adaptarse a las fuerzas del mercado? ¿Cómo adaptarse y / o modificar los productos existentes o crear nuevos productos con motivos de diseños locales sin destruir las tradiciones? ¿Puede existir una relación bien equilibrada y beneficiosa mutuamente entre diseñadores y artesanos.

Este libro tiene el propósito de tratar estos temas de manera objetiva y aclarar el campo de aplicación, procesos y modalidades de una intervención apropiada del diseño en la artesanía. Su originalidad estriba en una presentación dual de la experiencia de dos países: Colombia y la India que cuentan con

una tradición artesanal particularmente rica; ofrece significativos estudios de caso en dos niveles distintos, el de los estudiantes de diseño y el de los diseñadores profesionales, respectivamente. A la luz de las lecciones convergentes aprendidas del desarrollo de la relación efectiva entre diseñadores y artesanos, se proponen pautas que pueden ser relevantes y aplicables a un amplio espectro del sector de la artesanía mundial.

Una gran parte de esta publicación está dedicada a cursos de orientación en artesanía en el currículo del programa académico de estudiantes de diseño. Sin lugar a dudas, para asegurar el éxito de una interacción a largo plazo, es indispensable desarrollar primero una unión significativa entre diseño y artesanía en las instituciones de capacitación formal. Este enfoque está en armonía total con el del fundador de la Bauhaus, Walter Gropius, quien pensaba que la mejor formación para un diseñador joven, debería incluir cursos para dar libertad a su habilidad creativa individual y proporcionarle conocimientos de una serie de materiales: piedra, arcilla, vidrio, lana, madera, metal y papel, para explorar fácilmente la forma tridimensional. Más allá de la atención necesaria al medio utilizado por los artesanos y a su medio ambiente, los estudios de casos seleccionados sobre de diferentes regiones de la India, denotan qué ideas tan interesantes y modelos de nueva intervención pueden desarrollarse para diferentes propósitos, bien para revitalizar una artesanía que está desapareciendo o para desarrollar nuevos productos que generen ingresos como forma de vida.

Siguiendo la misma filosofía, los estudios de caso del *Laboratorio Colombiano de Diseño* proporcionan reflexiones y estrategias de innovación en diferentes oficios practicados por las comunidades artesanales de diferentes regiones del país a través de un proceso interactivo y respetuoso con su identidad cultural. Las artesanías proceden de una relación entre el hombre y su medio dentro de su contexto histórico, cultural y social. Esta relación íntima debería ser entendida y

respetada por los diseñadores que tengan como objetivo desarrollar la artesanía. El resultado más significativo de esta experiencia llevada a cabo por *Artesanías de Colombia* es la oportunidad ofrecida a los artesanos de demostrar su destreza al desarrollar nuevos productos que son reconocidos, tanto en los mercados locales como internacionales, porque representan una tradición artesana viva con un alto contenido de diseño.

*“Encuentro entre Diseñadores y Artesanos”*, además de contribuir a una necesidad profundamente sentida en diferentes regiones geográficas, complementa las iniciativas de la UNESCO durante las últimas décadas, proporcionando herramientas de trabajo a las personas que toman decisiones y a los profesionales artesanos de los Estados Miembros para el fomento del sector. De esta forma, esta Guía Práctica está relacionada con las anteriores, *Data Collection on Crafts* (1990) y *International Craft Trade Fairs* (2001), puesto que cualquier intervención correcta de diseño debe basarse en la recolección de datos, tanto cuantitativos como cualitativos y tener un significado en los mercados. Como anotó en una ocasión Patrick Ela, Director de *Los Angeles Craft and Folk Art Museum*: ‘*Los artesanos crean porque tienen la necesidad de crear; como todos nosotros, tenemos que comer. Sería ingenuo pasar por alto la necesidad ineludible del desarrollo económico, así como el desarrollo técnico y artístico.*’

Por ello, enmarcado en el enfoque global de la UNESCO sobre el papel cultural y socioeconómico de la artesanía, este libro se concibe como una herramienta de trabajo para las personas que toman decisiones, artesanos, diseñadores, institutos de diseño y ONG’s dedicadas a la artesanía. El objetivo fundamental es ayudar a todos los que estén involucrados en la promoción del sector de la artesanía a que se planteen las preguntas adecuadas, en lugar de proporcionar respuestas equívocas.

**Indrasen Vencatichellum**  
*Jefe de la Sección de Artes,  
Artesanía y Diseño (UNESCO)*

# Reconocimientos

Ritu Sethi, Presidenta del Craft Revival Trust, coordinó la investigación, consolidó el trabajo y contribuyó con el proceso de edición, publicación y traducción.

Cecilia Duque Duque, Gerente General de 'Artesanías de Colombia', contribuyó con el texto y las ilustraciones.

Indrasen Vencatachellum, Jefe de la Sección de Artes, Artesanía y Diseño (UNESCO), proporcionó consejos en general y coordinó la preparación y la edición de la Guía.

María Teresa Marroquín, de 'Artesanías de Colombia', revisó los textos.



# Tabla De Contenidos

## Sección I: Temas teóricos de un debate práctico

- 1.1 Intervenciones: los porqués .....
- 1.2 Intervenciones: mercados y compradores .....
- 1.3 Intervenciones: creatividad artesanal, tradición y contextos culturales .....
- 1.4 Intervenciones: tecnología y cambio .....

## Sección II: El contexto de la India

- 2.1 Modelos tradicionales de la actividad artesanal .....
- 2.2 Realidades contemporáneas a un macro nivel .....
- 2.3 La crisis de la artesanía de la India .....
- 2.4 Una valoración nueva .....

## Sección III: Estudio de caso: las iniciativas de la India

- 3.1 Restauración de los medios de vida y modelo de intervención en el diseño: enfoque de pueblo de múltiples grupos para la ayuda en desastres y rehabilitación
  - 3.1.1 Federación de las Cámaras de Comercio e Industria de la India (FICCI), CARE India y *National Institute of Fashion Technology* (NIFT), Nueva Delhi
- 3.2 Iniciativas de estudiantes sobre sostenibilidad: establecer un puente entre el desarrollo del diseño y los productos para crear medios de vida
  - 3.2.1 Tejer la paz en Bongaigaon, Assam: un proyecto del *Action Northeast Trust* (ANT)
  - 3.2.2 Los tejedores de Phalodi, Rajasthan
- 3.3 La intervención en los medios de vida: ONG´s y diseñadores .....
- 3.3.1 Los alfareros de Aruvacode, Kerala .....
- 3.3.2 *Dastkar*: interacción de diseño con el bordado *Chikan* .....
- 3.4 Intervención de ONG para el renacimiento de una artesanía en desaparición .....
- 3.4.1 El arte del bordado del *rumal* (pañuelo) de Chamba .....
- 3.5 Interacción de estudiantes de diseño / artesanos para desarrollar productos y para reflejar el diseño a largo plazo
  - 3.5.1 Seminario de artesanos de la piedra
  - 3.5.2 Seminario de educación para adultos
  - 3.5.3 Los tallistas de madera de Sri Kalahasti
- 3.6 Interacción entre estudiantes de diseño y artesanos para el desarrollo de diseños y productos
  - 3.6.1 *Namda* / alfombrillas de fieltro
  - 3.6.2 *Mojari* / proyecto de calzado étnico
  - 3.6.3 *Tarkashi* / incrustación de hilo de metal en madera
  - 3.6.4 Objetos útiles de cerámica azul
- 3.7 Modelo de interacción de desarrollo / sustentos: enfoque participativo de la comunidad
  - 3.7.1 Jawaja–La *Rural University* del *National Institute of Design* (NID), Ahmedabad y el *Indian Institute of Management* (IIM), Ahmedabad

- 3.8 Documentación de artesanías: ONGs y estudiantes de diseño
    - 3.8.1 El *Khes* de Panipat: documentación de una artesanía en desaparición
    - 3.8.2 Cerámica azul de Delhi: documentación de un arte en desaparición
- Interacciones e intervenciones entre estudiantes y artesanos
- Interfaz de diseño a corto plazo entre estudiantes y artesanos: análisis

## **Sección IV: La Experiencia Colombiana: El Laboratorio de Diseño**

- 1.1 El fondo y la estructura institucional: Artesanías de Colombia
- 1.2 Laboratorio Colombiano de Diseño: Artesanías de Colombia
- 1.3 Estrategias de trabajo
  - 4.3.1 Innovación y mejoramiento tecnológico
  - 4.3.2 Investigación y desarrollo de productos
  - 4.3.3 Desarrollo integral del talento humano
- 4.4 Dinámica de trabajo en los laboratorios de diseño
  - 4.5 Herramientas metodológicas
    - 4.5.1 Talleres de creatividad
    - 4.5.2 Taller de diseño asistido por computador
    - 4.5.3 Asesoría en diseño
    - 4.5.4 Asesorías puntuales
    - 4.5.5 Cursos talleres
    - 4.5.6 Asistencia técnica
    - 4.5.7 Gira educativa o taller móvil
    - 4.5.8 Seminarios

## **Sección V: Estudios de caso: Artesanías de Colombia - El Laboratorio de Diseño**

- 5.1 Colección Casa Colombiana
- 5.2 Estudio de caso: Guadua (variedad de bambú nativo en Colombia, Ecuador y Venezuela)
- 5.3 Colección Mueble Étnico: Innovación y mejoramiento de la Competitividad
- 5.4 Estudio de caso: Resguardo Zenú San Andrés de Sotavento: Diversificación, Expansión de líneas, y Innovación
- 5.5 Caso del Municipio de Bolívar
- 5.6 Caso del Municipio de San Agustín
- 5.7 Estudio de Caso: Programa Nacional de la Joyería

## **Sección VI: Directrices**

- 6.1 Crear el marco para la interacción: unas directrices
  - 6.1.1 Determinar las razones de la intervención
  - 6.1.2 Seleccionar la artesanía, los artesanos y la zona geográfica
  - 6.1.3 Definir un alcance realista de la intervención
  - 6.1.4 Selección del formato para la Intervención
- 6.2 Preparación antes del Estudio de Campo
  - 6.2.1 Preparación y orientación
  - 6.2.2 Comprender la artesanía, su contexto y su ambiente
  - 6.2.3 Comprender el proceso existente de la artesanía: materiales, procesos, tecnologías y prácticas

- 6.2.4 Comprender al artesano
- 6.2.5 Comprender los mercados
- 6.3 Documentación de la Artesanía: Directrices
  - 6.3.1 Investigación Preliminar y Documentación
- 6.4 Intervenciones en el Diseño
  - 6.4.1 Comprender el contexto e integrarlo en el formato de la intervención planeada
  - 6.4.2 Comprender el material y el proceso
  - 6.4.3 Establecimiento de la comunicación
  - 6.4.4 Humanizar la interacción y respetar al artesano
  - 6.4.5 Tratar al artesano como un socio creativo, no como un trabajador cualificado
  - 6.4.6 Crear técnicas y capacidades
  - 6.4.7 Reconocer la importancia del espacio y de los espacios
  - 6.4.8 Necesidad del seguimiento sostenido
- 6.5 Preocupación por los productos
  - 6.5.1 Es Necesario Establecer Conexiones y Significados en el Desarrollo de Productos
  - 6.5.2 Orientar al Artesano
  - 6.5.3 Desarrollar un Producto con “USP”  
(*Unique Selling Proposition* - Proposición Única de Venta)
- 6.5. 4 Tradición y adaptación
  - 6.5.5 Tratar con materiales y procesos
  - 6.5.6 Especializaciones, procesos, técnica y tecnología
  - 6.5.7 Sostenibilidad
  - 6.5.8 Comercialización, semántica y calidad de los productos
- 6.6 Sobre Mercados
  - 6.6.1 La interfaz diseño-comercialización
  - 6.6.2 Algunas contribuciones básicas
  - 6.6.3 Producir para mercados locales / urbanos
  - 6.6.4 Producir para mercados de exportación
  - 6.6.5 Comercialización
- 6.7 Cambios Tecnológicos y de Materiales
  - 6.7.1 Relaciones con los Materiales: El conocimiento de los materiales es esencial para tomar decisiones
  - 6.7.2 Inquietudes sobre la introducción del cambio tecnológico
  - 3.3.3 Usar las tecnologías apropiadas
  - 3.3.4 Explorar la tecnología de género
  - 3.3.5 Hacer el cambio tecnológico participativo y con capacidad de ADAPTACIÓN
- 6.8 Laboratorios de Diseño: Instrumentos de Trabajo - Artesanías de Colombia
  - 6.8.1 Planeación
  - 6.8.2 Investigación
  - 6.8.3 Experimentación
  - 6.8.4 Desarrollo de Productos
- 6.8.5 Pruebas de Mercado

#### **Anexos**

Formatos posibles para la recopilación de datos (A, B, y C)

#### **Bibliografía xii**

## SECCIÓN I

# Temas Teóricos De Un Debate Práctico



*Al buscar un entendimiento más amplio del papel del diseño tenemos que tener en cuenta:*

- *Su relación directa con el bienestar y la libertad del artesano*
- *Su papel indirecto sobre la influencia en el cambio social y*
- *Su papel indirecto sobre la influencia en la producción económica.*

Amartya Sen<sup>1</sup>  
(Sen, 1999)

*Los productos artesanales son aquellos realizados por artesanos, bien totalmente a mano, con herramientas o incluso con medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano permanezca como el componente más substancial del producto final. Se producen sin restricciones de cantidad y utilizando materias primas de recursos sostenibles. La especial naturaleza de los productos artesanales proviene de sus características distintivas que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, culturalmente unidas y socialmente simbólicas y significativas.*

— Definición adoptada por la UNESCO / ITC International Symposium on Crafts and International Markets (Manila, Filipinas, octubre 1997)

---

<sup>1</sup> El economista Amartya Sen, nacido en la India, ganó el Premio Nobel de Economía en 1998. El catedrático Sen trabaja sobre la economía del bienestar o desarrollo. La Academia Sueca de la Ciencias ha hecho constar que, combinando las herramientas de la economía y de la filosofía, Sen ha devuelto una dimensión ética al debate de los problemas vitales económicos. El catedrático Sen está actualmente en la universidad de Harvard, Cambridge, Massachusetts, Estados Unidos.

# Temas Teóricos De Un Debate Práctico

**E**l debate sobre la intervención/interacción en el diseño entre diseñadores y artesanos está, por decirlo suavemente, lleno de diferentes opiniones e ideas preconcebidas. Sin lugar a dudas, incluso la pregunta de si la intervención en el diseño es un valor añadido y de si el proceso productivo se complica claramente por el hecho de que la mayoría de los artesanos no desempeñan un papel activo ni en el cambio vanguardista ni en la comercialización. Los que desempeñan realmente un papel representan muchas áreas de interés, algunas de las cuales con incompatibles entre ellas, cada una con un enfoque diferente con relación a la intervención en el diseño.

Para los historiadores culturales, conservar las tradiciones y los contextos es de importancia primordial; para los empresarios, la demanda, las cadenas de suministro y las tendencias de los mercados son las fuerzas determinantes. Por otra parte, a los funcionarios del gobierno y a los políticos les preocupa concretamente la viabilidad del sector de la artesanía, su impacto en términos del empleo y su peso relativo en el contexto del producto interno bruto y la generación de divisas. Estos temas se complican con consideraciones de conservación del patrimonio cultural y social que dan lugar a debates constantes sobre la política de las intervenciones. La naturaleza 'indígena' de las actividades artesanales, mezcla además a los que toman parte en el debate sobre proteccionismo económico, lo indígena frente a liberalización, y la variedad creativa frente a la estandarización mecanizada. Y, por supuesto, el inmensamente importante aspecto del turismo, en el que la artesanía y los artesanos están ubicados en la matriz de tradiciones y personas, pintorescas y efímeras y con recuerdos del pasado que son considerados anacrónicos en el mundo 'moderno'.

Así pues, no es sorprendente que haya respuestas diversas y variadas a las preguntas principales relacionadas con el tema de la intervención en el diseño. Sin embargo, lo que es crítico en el debate, no

es un deseo de crear un caso *a favor* o *en contra* de la intervención /interacción en el diseño, sino explorar los temas que se plantean en el proceso existente en la actualidad y desarrollar métodos de pensamiento y directrices de actuación que puedan contribuir a que este proceso sea una interacción significativa entre artesanos y diseñadores. Es necesario tratar temas que surjan de esta interfaz que estén por encima de la mera creación y reinterpretación de los productos, dentro de los contextos de las sensibilidades y aportaciones del nuevo diseño.

Hay diferentes preguntas que exigen respuestas: ¿Por qué necesitamos intervenir en el diseño? ¿Cuál debería de ser el papel del diseñador? ¿Cómo pueden las intervenciones mediar entre la tradición y el cambio? ¿Deberían tener este objetivo? ¿Qué tipos de mercados se han abierto a los artesanos a través de la intervención en el diseño? ¿Es la intervención en el diseño una intrusión a corto plazo en la sensibilidad y vida del artesano o tiene un impacto a largo plazo en su creatividad y trabajo artesanal? ¿Es un proceso que añade valor al trabajo del artesano, económicamente y en términos de su aportación creativa? ¿Deberían todas las formas de intervención tener como objetivo un enfoque global, incluida la regeneración y auto sostenibilidad de la artesanía o tiene sentido intervenir con unos objetivos limitados, en cuyo caso se trata al artesano realmente como el equivalente a una actividad técnica que ejecuta los deseos del diseñador? ¿En lugar de esto, deberíamos enseñar al artesano a formalizar el proceso de diseño según se explica en los institutos de diseño?

Hay varias formas de abordar el tema y muchos foros que intentan plantearse esta serie de preguntas. Nuestra intención aquí es delinear los temas dominantes según han sido desarrollados y reflejados por personas y grupos involucrados activamente en el debate. Los pensamientos y las ideas que presentamos aquí reflejan las voces de artesanos, activistas, diseñadores, estudiantes y profesorado de diseño, entre otros.

## 1.1. Intervenciones: los porqués

### ■ El diseñador como Puente

En una época en que la globalización está uniendo espacialmente zonas, pero desconectando los pasados y los presentes de todos los lugares, el diseñador es un





importante mediador entre realidades discontinuas. Así pues, los diseñadores son un interfaz entre la tradición y la modernidad, que ayudan a unir la producción artesanal a las necesidades de la vida moderna. La artesanía en el mundo en desarrollo sigue siendo predominantemente, una actividad moldeada en la matriz rural, mientras su mercado cada vez es más urbano, por no decir global.

Así pues, el diseñador ha surgido como un intermediario crítico, cuya función, idealmente, es hacer de puente en el vacío de comunicación entre el artesano rural y el cliente urbano. Esto es importante, sobre todo en una época en que el artesano ya no es diseñador, productor y vendedor al mismo tiempo, como lo fue en el pasado. La situación ha cambiado drásticamente y el artesano, normalmente, no está en contacto directo y personal con la mayor parte de los usuarios y, por ello, ya no está en armonía con las necesidades y deseos de los consumidores. Lo que ha surgido es el papel mediador del diseñador, cuya función es hacer de puente en este vacío.

En la mayoría de las sociedades tradicionales, el diseño evolucionó dentro de la interacción entre los artesanos y el mecenas o comisionado y no existía un diseñador profesional como intermediario entre el artesano y el cliente. En contextos tradicionales, el artesano estaba familiarizado, normalmente, con las necesidades estéticas y socioculturales del cliente y según ello, diseñaba objetos apropiados. Este sistema no necesitaba contar con la inmediatez de un diseñador.

En contraste con las situaciones tradicionales, en las que el artesano era su propio diseñador y la estética y lo práctico se mezclaban en una armonía impuesta de forma natural y no artificial, en la actualidad, la

mayoría de los artesanos están practicando técnicas tradicionales con tecnología tradicional pero al mismo tiempo, están compitiendo con máquinas, fechas límites y modas importadas muy en boga. Se enfrentan cada vez más con los problemas de disminución de pedidos y la creciente competencia. El estar privados de derechos los ha hecho alejarse de los mercados, tanto literal como figurativamente.

Así pues, la artesanía necesita diseñadores que llenen el vacío y que les permita competir con los productos y prácticas de la industrialización moderna. La industrialización planificada ha significado que, en la mayoría de los casos, la relación entre el cliente convencional y el artesano se ha roto. La distancia creciente exige al artesano que se relacione y cumpla pedidos para una clientela que nunca ha visto, a la que no entiende, ni se relaciona con ella. Este artesano no habla la misma lengua que el cliente, tanto literal como metafóricamente. Esto ha permitido que una industria moderna más competitiva perjudique al artesano ofreciendo, comparativamente, productos más baratos pero que le coartan la cuota del mercado. La industria moderna también ha evolucionado más en términos publicitarios, comercialización y distribución si se compara con los sectores de la artesanía tradicional. Por ello, los artesanos necesitan la intervención en el diseño para competir con éxito con los productos y prácticas de la industrialización moderna.

La artesanía nunca ha sido puramente un capricho artístico o un compromiso estético, supuestamente existente en una burbuja de creatividad no contaminada por intereses materiales. La artesanía es una actividad realmente económica y el centro del proceso del desarrollo es la comercialización. El cliente no compra por un sentido de interés compasivo hacia el artesano; el producto tiene que tener un precio competitivo, una estética agradable y ser funcional y útil. El producto sólo puede comercializarse si es atractivo para los consumidores, es decir, si la técnica tradicional está adaptada y diseñada para satisfacer el gusto y las necesidades del consumidor contemporáneo. Los productores de artesanía no pueden ser viables económicamente si no se pueden comercializar y aquí es donde la intervención en el diseño desempeña un papel crítico que asegura esta viabilidad al armonizar técnica con función.

Una de las preguntas más pertinentes en este debate es: ¿Por qué artesanos que cuentan con tradiciones artísticas que se remontan a siglos pasados necesitan estas intervenciones del exterior? Las deformaciones y deterioro en las tradiciones y prácticas artesanales, ocasionadas por una gran cantidad de intervenciones, aunque sean bien intencionadas, significan una interrupción. Sin embargo, en principio, la intervención en el diseño es válida si se considera como plataforma de lanzamiento y no como una jaula. La artesanía, si tiene que estar basada en la utilidad y en ser económicamente viable, no puede ser estática. Tiene que responder a los cambios de los mercados, a las necesidades del consumidor, a las tendencias de la moda y a las preferencias de uso. *El papel del diseñador*

es interpretar estos cambios con sensibilidad y comprensión para los artesanos que se encuentran alejados de sus nuevos mercados.

### ■ El diseño como herramienta para el desarrollo

Algunos activistas e intervencionistas de la artesanía también consideran la intervención en el diseño como una 'metodología de solución de problemas' aplicable como herramienta para el desarrollo, esencialmente como medio de suprimir los cuellos de botella a la viabilidad y de facilitar el paso de la tradición y la modernidad. La intervención en el diseño puede ayudar a evaluar soluciones pasadas en términos de necesidades contemporáneas y ayudar a seleccionar y rechazar soluciones de la tradición y de la experiencia moderna.

A pesar del progreso de las tecnologías de la comunicación, continúa habiendo grandes vacíos en la concientización, información y orientación entre los artesanos. A menudo los artesanos permanecen aislados e ignorantes de la inventiva de los otros, de algunas técnicas útiles que se han perdido en una región y que han renacido o que todavía existen en otras regiones, de técnicas más eficientes y productivas practicadas por otros artesanos que a veces están muy cerca de ellos. Debido a su incapacidad para acceder a la información, muchos artesanos que tienen una cierta técnica, por su incapacidad para acceder a la información, no son conscientes de los productos que pueden hacer, modificar o fácilmente desarrollar para cubrir nuevas necesidades. *La intervención en el diseño puede así ayudar a generar conciencia entre los artesanos sobre métodos, materiales, herramientas y procesos que sirven como valor agregado a su arte.*

La innovación en el diseño, una vez que se hace efectiva es una ventaja permanente. Puede estimular un cambio significativo de diferentes formas, por ejemplo, introduciendo tecnologías rentables y sostenibles, disminuyendo la dependencia de variables como la estacionalidad, mejorando el suministro de materias primas y adaptando la artesanía al mercado haciéndola así más viable.

El diseño y el desarrollo también pueden contemplarse en un contexto más amplio. A menudo el diseño se considera erróneamente como una actividad de la élite urbana, un tratamiento cosmético aplicado a hacer las cosas más bellas. El diseño desempeña un papel importante en introducir el cambio económico y social que *no se para al crear un producto nuevo o mejor, sino que el diseño también desempeña un importante papel en fomentar ambientalmente modelos de la actividad artesanal viables sostenidos y económicos, y ayuda a la capacidad de regeneración de grupos marginales, especialmente en los casos en que se necesita la generación de ingresos, la movilización social y la rehabilitación de la*

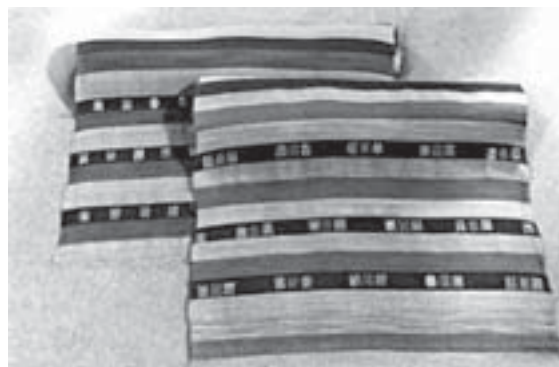
*comunidad.* Los diseñadores actúan como catalizadores, bien interviniendo y haciendo que los grupos excluidos hasta ahora se involucren en la actividad artesanal o ayudando a que artesanos existentes traten con nuevos clientes a través del embalaje, transporte, educación y formación.

### ■ La intervención en el diseño para preservar los recursos culturales

Algunos de los que se dedican a la recuperación de las artesanías, especialmente de las que están a punto de desaparecer, insisten con razón en que los documentos y las monografías sobre artesanía son una referencia inestimable y una fuente necesaria del desarrollo de la artesanía para preservar la memoria y para proteger los derechos de autor. Consideran crítica la necesidad de que los dibujos, diseños y las técnicas se documenten y se hagan accesibles a más usuarios. Muy a menudo, los artesanos no pueden permitirse mantener referencias cercanas y, por ello, nunca han visto lo que sus antepasados solían hacer. Sus bancos de datos están en sus mentes y en la punta de sus dedos. Por ello, existe el peligro real de que dibujos, diseños y tradiciones mueran debido a los cambios, a la poca utilización o incluso a la muerte del artesano o grupo artesanal familiar.

Los artesanos no son los que tienen los recursos para conseguir o preservar los objetos que son su patrimonio; no son ellos los que tienen acceso a las colecciones de museos y libros de referencia. Los que tienen este acceso son los diseñadores y los estudiantes de diseño y, por ello, son ellos los que tienen que ser conscientes de la tradición artesanal e interpretarla con sensibilidad. La necesidad crítica actual es hacer que estudios de referencia e investigación se comuniquen y se pongan a disposición de los artesanos cuyas necesidades están involucradas sobre todo en este proceso.

El hecho de que muchas tradiciones artesanales sean tradiciones orales hace que la documentación sea incluso más crítica. En ausencia total de documentación, las tradiciones orales, una vez perdidas, nunca pueden recuperarse. Es una pérdida permanente. No se puede reiterar con más fuerza que para que una interacción en el diseño sea efectiva,







es necesario estudiar las tradiciones y desarrollar el entendimiento de las restricciones y de los parámetros en los que los artesanos operan. *Esto lo subraya la necesidad imperativa de investigar, analizar, clasificar y documentar las tradiciones artesanales* para que este conocimiento sea accesible a una audiencia más amplia.

Los Acuerdos Generales sobre Tarifas y Comercio (GATT), bajo la Organización Mundial del Comercio (OMC) han lanzado temas sobre los Derechos de la Propiedad Intelectual (DPI) que protegen a las artesanías como conocimiento tradicional bajo el instrumento de los Indicadores Geográficos (IG). Los esfuerzos e iniciativas de la documentación de la artesanía necesitan tener en cuenta las disposiciones de las estructuras legales y la naturaleza de la información que se necesita para hacer posible tal protección.

## 1.2. Intervenciones: mercados y compradores

La necesidad de la intervención planteada por los seguidores del argumento de que los artesanos actuales están haciendo productos para estilos de vida alejados de los suyos propios y vendiéndolos en mercados extranjeros y altamente competitivos, pone en perspectiva el debate sobre el tipo de mercado que la intervención en el diseño debería abrir para los artesanos. Esta pregunta es crítica puesto que una importante razón de ser de la intervención en el diseño es que los diseñadores pueden ayudar a los artesanos, bien a enfrentarse con lo “extraño” que tienen los nuevos mercados a los que están intentando servir (bien urbano o exportación) o ayudarlos a rediseñar sus productos para competir con los nuevos participantes de los mercados locales existentes.

### ■ La intervención en el diseño para mercados locales

Se han planteado preguntas sobre la idea del ‘diseñador como puente de mercados extranjeros’. Una visión

diferente es que la intervención debería hacerse teniendo en cuenta los mercados locales, no mercados urbanos efímeros y de exportación. Según los que apoyan esta idea, las intervenciones en el diseño convencional no han tenido espacio para aplicar los problemas a los niveles locales con la idea de hacer que los productos sean aceptables en los mercados locales más grandes. Mientras que los mercados urbanos puede que proporcionen a los artesanos un respiro durante un corto periodo de tiempo, los alejan de los clientes conocidos. Incluso los cambios que tienen que hacer con relación a los colores, texturas y diseños no tienen sentido porque ahora se dedican a mercados efímeros donde las modas cambian con frecuencia alarmante. Un artesano puede enfrentarse al hecho de que el mercado que le proporcionó abundantes ganancias durante una temporada lo abandonará sin remisión en la siguiente temporada porque las tendencias y las modas han cambiado.

Los seguidores de esta particular escuela de pensamiento, están a favor de una forma de intervención en el diseño que abra los mercados locales orgánicos a los artesanos. Los que apoyan este punto de vista creen que una idea mucho mejor para los diseñadores es intervenir y proporcionar un diseño marco para los productos de los artesanos para hacerlos más competitivos en el mercado local. Un diseñador que esté expuesto a las condiciones locales durante un periodo más largo de tiempo, puede aprender a mezclar la experiencia del diseño y de la educación con las necesidades de la gentes del lugar, consiguiendo una colaboración mucho más fructífera y de larga duración. Sin embargo y desgraciadamente, a menudo, tiene contactos con grupos artesanales por periodos cortos durante los proyectos, lo que es una pena. Además, a menudo tienen un repertorio definido de aportación de diseño y de estética, normalmente limitado a un cierto tipo de clientela que no es, sin ningún género de dudas, un mercado de masas. Se necesita cambiar estos aspectos.

La clave del tema en este contexto es que la intervención en el diseño debe asegurar una demanda de mercado mucho más grande que la que puede haber en una clientela de élite urbana. La intervención no es viable si los artesanos pierden sus grandes mercados locales cambiando sus productos para dedicarse a mercados muy pequeños y muy alejados. Las intervenciones en el diseño tienen que centrarse en dedicarse en el futuro a los mercados indígenas. Si la intervención en el diseño obliga a los artesanos a abandonar sus formas tradicionales en favor de un mercado de élite efímero, se convierten en totalmente dependientes del intermediario / diseñador. Cuando el intermediario / diseñador cambia de actividad, deja al artesano plantado. Así pues, esta intervención es una solución bastante temporal.

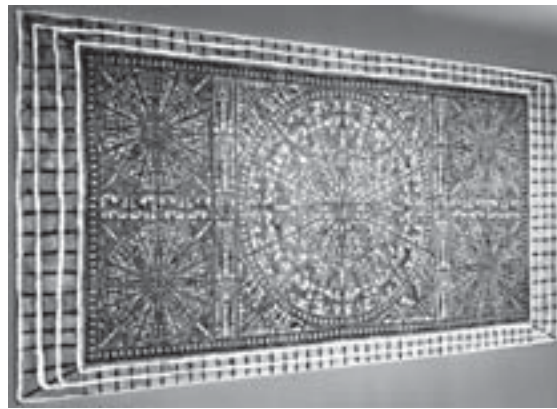
La intervención en el diseño tiene una responsabilidad; no puede entrometerse en la visión creativa y en la formación del artesano, en la idea puramente estética de desarrollar sus productos para un mercado temporal. Además, las nociones que equiparan artesanía con sociedades primitivas o atrasadas y que consideran los productos hechos a máquina como representativos o símbolos de movilidad superior y esfuerzos sociales de ciertas secciones, tienen que cambiarse a través de campañas bastante vigorosas.

Así pues, la intervención fructífera en el diseño tiene que proponerse regenerar los mercados locales que parece que están a rebasar de artículos baratos hechos a máquina. Los mercados orgánicos son más seguros y menos volátiles, menos temporales y menos efímeros; también son más grandes y pueden absorber la actividad artesanal. La razón de ser de una intervención en el diseño fructífera no necesita ser la de meramente 'servir de puente' del vacío entre artesanos y mercados desconocidos, sino también cubrir necesariamente el contexto más amplio de la intervención en el diseño que necesita centrarse en el restablecimiento de mercados orgánicos. De este modo, una parte crítica de la intervención en el diseño se dedica a ayudar a hacer los contactos, a alentar a cuestionar las nociones asumidas de 'superior' e 'inferior' y de 'moderno' y 'tradicional'; necesita estudiar los gustos y preferencias de la gente del lugar y alentar el uso continuado de productos de artesanía indígenas y locales.

### ■ La intervención en el diseño con relación a la sensibilización del cliente

La sensibilización de los compradores es un aspecto crítico de la intervención en el diseño. Se necesita responder a varias preguntas antes de llevar a cabo cualquier intervención: ¿Qué compran los compradores? ¿Por qué? ¿Comprenden el valor de lo que están comprando? ¿Están preparados para pagar productos hechos a mano? La actitud de que los productos de artesanía deberían ser económicos tiene que cambiar. Esto es parte del valor añadido que la intervención en el diseño debería tener como objetivo, es decir, ingresos mejores y la capacitación de las comunidades artesanales para conseguir ganarse la vida de forma sostenida.

Relacionado con esto están las preguntas para el diseñador. ¿Quién es el cliente? ¿Es el consumidor el que quiere un producto impresionante a precio más competitivo? ¿Es el artesano el que necesita un mercado para su producto que sea lo más parecido posible al suyo tradicional, por lo que no necesita ni intervenciones del exterior en el diseño ni tener conflictos con sus raíces sociales, estéticas y culturales?, o ¿Es el gobierno / la institución que financia el proyecto?



## 1.3. Intervenciones: creatividad artesanal, tradición y contextos culturales

### ■ Creatividad artesanal

La mayoría de la gente cree que cuando el diseño se reserva a un diseñador profesional y la artesanía se relega al artesano, se reduce a éste a un nivel de jornalero especializado y la mayoría hace hincapié en el respecto que, idealmente, la actividad artesanal debería conllevar. *La pregunta crítica para la intervención en el diseño es: ¿Qué creatividad es la expresión final, la del diseñador o la del artesano?* Una vez más, hay casi un consenso de que, mientras que a los diseñadores se les ha enseñado a llevar a cabo su propia imaginación creativa y se les da el conocimiento técnico y las herramientas para hacerlo, sin embargo, cuando trabajan con un artesano necesitan quitar importancia a su propia creatividad individual y, en su lugar, facilitar la del artesano.

El trabajo comercial lleva invariablemente a la división del diseño - y arte- o trabajo. Hay que poner demasiado énfasis en que la creatividad artesanal no sólo necesita ser respetada, sino también ser protegida para evitar que los artesanos se conviertan en el equivalente del trabajo especializado que ejecuta las creaciones de diseño de los diseñadores profesionales.

A menudo se les pide a los artesanos que hagan lo que otra persona les diga que hagan, en lugar de permitirles trabajar siguiendo su propio sentido de la estética. Formas de intervención en el diseño que son irreflexivas e insensibles, a menudo separan elementos de la artesanía y, después, los yuxtaponen de una forma nueva. Esto debilita a los artesanos porque se hace sin dar ninguna explicación de los medios de acceso. Los diseñadores sensibles, de esta manera, no están de acuerdo con las formas de intervención que convierten el 'diseño' y 'la artesanía' en categorías discretas y, mutuamente, exclusivas. El propósito de una línea de diseño de muestra debería inspirar a los artesanos a que realizaran sus propias innovaciones, en lugar de forzarles a que hagan una réplica pasiva. *La técnica*



*fundamental del diseñador de artesanía radica en considerarse superfluo a sí mismo y hacer que aflore la creatividad del diseño inherente al artesano.*

La intervención debería respetar e intentar alentar la creatividad artesanal. El diseñador no debería diseñar demasiado o aconsejar mal o causar daño a la inspiración creativa del artesano; en su lugar, debería mantener el elemento de diseño en una escala que esté en armonía con el del artesano e intentar ver de lo que es capaz el artesano y en qué medida puede hacer creaciones para la vida moderna con sus propios materiales, técnicas y visión. Los diseñadores no deberían, así pues, desarraigar a los artesanos de sus propias tradiciones, sino ayudarles gradualmente a conseguir autoestima e independencia.

#### ■ Vinculación del sector artesanal

El hecho de que los artesanos necesiten involucrarse en todos los aspectos de la investigación del mercado, diseño, producción, costos y comercialización, y también necesiten comprender las adaptaciones y cambios en la forma, función, uso y venta del producto que están haciendo, es una forma de intervención que ha alcanzado un consenso virtual. Igualmente, se necesita que las agencias que intervengan y los diseñadores, comprendan y estudien la artesanía o artesanías, el producto o los productos y el mercado o los mercados en los que están intentando entrar para inculcar sensibilidad a las necesidades de los artesanos y también minimizar el espacio de los intermediarios y comerciantes explotadores. Muchos de estos últimos se han subido al carro de la producción de artesanía para obtener ganancias a corto plazo y ventas rápidas, siendo su prioridad la producción rápida de un producto barato que lleva al abandono de muchas formas y técnicas más intrincadas y poco usuales.

Recuperar una tradición artesanal conlleva la habilidad de mejorar la técnica, documentación y la recuperación de los motivos tradicionales, diseños y técnicas; la introducción de nuevos tipos de materias primas; la adopción de principios de costos, control de calidad y planificación de producción; la introducción de una comercialización efectiva y estrategias promocionales.

La filosofía debería proporcionar ideas y estímulo para alentar el desarrollo de productos innovativos y creativos que salgan de los mismos artesanos, explicar la razón de ello, desarrollar una línea de productos que incorpore diferentes niveles de técnica y mantener el uso de los productos a un precio accesible en el mayor número posible de mercados.

#### ■ Cambio y adaptación: contextos económicos y culturales

¿En qué radica el objetivo, en conservar la artesanía o en asegurar la supervivencia económica del artesano?

Este es un tema que plantea varios enigmas porque muchos ven la viabilidad económica y cultural como opciones discretas, a veces hasta llegar al extremo de que se plantea como una elección. ¿Es la elección realmente tan drástica como parece implicar la pregunta? Es difícil llegar a respuestas inequívocas. Sin embargo, pocos negarán la importancia de las intervenciones que respetan los contextos culturales y socioeconómicos y que exploran los posibles resultados de las intervenciones en estos contextos antes de iniciar la intervención. Lo que une una artesanía con el artesano es la cultura; si se elimina ésta, como en el caso del diseño 'externo' se rompen los lazos. Por ello, la intervención desde fuera, a no ser que se haga cuidadosamente, puede significar una descontextualización irreparable.

Muchos están de acuerdo en que es un problema serio de los diseñadores que diseñan cosas fuera de contexto. Existe también el problema planteado por aquellos que plagian los diseños tradicionales y los exhiben geográfica, cultural y funcionalmente. La descontextualización tiene repercusiones graves y mientras que los ambientes y periodos pueden mezclarse, se debe hacer con sensatez y con mucho cuidado. El problema con muchos de los diseños modernos es que tanto la sensatez como el cuidado se ejercitan en términos de economía, no de creatividad.

Mientras que no haya soluciones universales, debería hacerse hincapié en que las intervenciones en el diseño necesitan identificar, conservar y promover – y no borrar – lo que es 'único' de cada artesanía.

Los contextos culturales son, a menudo, puntos de referencia integral para una artesanía. No son accesorios de los que pueda prescindirse por capricho. Una artesanía a menudo surge debido a una necesidad cultural o social y florece siempre que la necesidad exista en la cultura. La artesanía considerada meramente como constitutiva de una técnica y materia prima es transferible; sin embargo, todas las artesanías son más que simple técnica y materia prima. El contexto cultural de una artesanía no se puede reproducir y sacar una artesanía de su cultura lo objetiviza. Es imperativo recordar que la producción de la artesanía no es mecánica: cada producto es único e irrepetible y que sale de la mente del artesano como expresión de su creatividad y que representa una identidad e inventiva cultural única.

La razón por la que las artesanías tradicionales normalmente se citan como ejemplos de excelente calidad y gusto se debe a que, normalmente, se han desarrollado armónicamente en un contexto concreto, evolucionando como respuesta a las necesidades en cambio de una sociedad concreta y directamente relacionadas con los valores de los pueblos de esa sociedad. *Las intervenciones insensatas,*

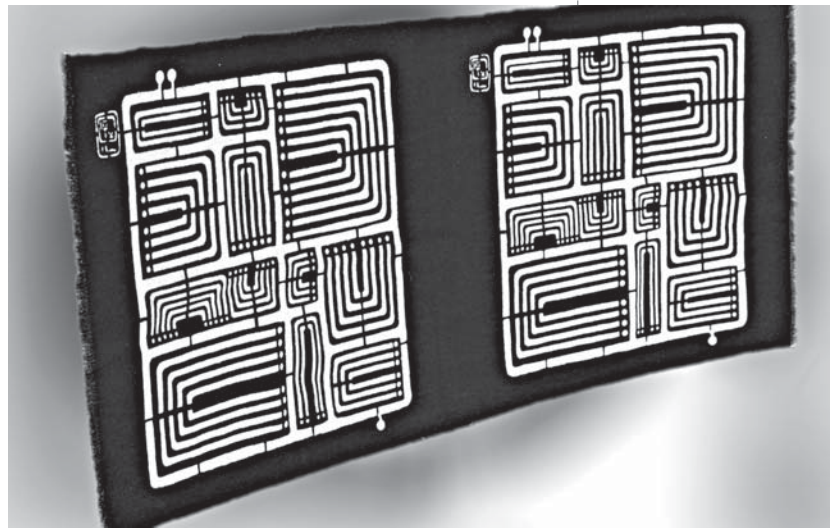
especialmente cuando están relacionadas con el cambio tecnológico insensato, pueden causar graves desequilibrios en la textura de la sociedad, unos desequilibrios que no pueden corregirse fácilmente con respuestas tradicionales. En concreto, en las artes, las necesidades que dan forma al contenido no son simplemente sentidas, sino también reflejan actitudes culturales que varían en los diferentes niveles sociales e individuales; algunas se sienten de forma fundamental; otras se sienten con relación a diferentes tipos de experiencia y conocimientos, algunos históricos y otros míticos. Cuando, en una sociedad tradicional, tiene lugar la intervención repentina de una nueva tecnología o industria, la primera víctima es el alfabetismo cultural. Las sociedades tradicionales encuentran difícil, a menudo, absorber o enfrentarse con estas intervenciones.

‘La intervención superficial’ tiene que evitarse. Claramente, deberíamos reconocer que esta transformación urbana de un producto - es decir, un cambio de su uso original, que está basada en una necesidad cultural y social, para su uso por alguien de un mundo casi diferente y, sin lugar a dudas, de una clase social diferente, es sólo una adaptación superficial (y a menudo irresponsable) de la utilización del producto. El uso de todos los productos se rige por una semántica compleja que habla más claramente y más alto y que expresa las relaciones humanas y el nivel social más eficientemente que las mismas palabras. En la intervención irreflexiva, los símbolos y los significados, que son a veces muy importantes, parece que se han descartado deliberadamente. Esto necesita cambiarse. *Los productos tienen una semántica con raíces en contextos específicos; sin el contexto concreto, se pierden la semántica y una amalgama completa tácita de historia, religión, ritual, tradición y pensamiento. En cualquier artesanía, incluso si las formas permanecen iguales, las diferencias de materiales, colores, texturas y acabados indican los grandes significados diferenciales.*

#### ■ Cambio y adaptación: artesanías rituales

Para preservar la validez de los ‘contextos culturales’ en las artesanías, es importante debatir por separado los temas de las artesanías rituales, entendidas aquí como aquellas utilizadas para un ritual concreto y / o propósitos iconográficos, para una ceremonia especial. ¿Permanece la artesanía como ‘ritual’ si la gente comienza a usarla para propósitos decorativos que no son relevantes para el contexto? ¿Sigue siendo la artesanía relevante si el contexto cultural y ritual que inicialmente la refuerza, cambia orgánicamente (el cambio puede que no sea propiciado por la intervención externa o puede que sea la consecuencia de una intervención externa) convirtiendo a la artesanía en irrelevante en el nuevo contexto?

El debate es parte de un dilema ‘estética contra cultura’, es decir, cuando la producción cambia de un fin ritual particular a un fin decorativo. Un objeto bello / estéticamente magnífico puede que no tenga relevancia hoy porque los rituales cambian y la cultura



o la sociedad tiene un cambio normal o evoluciona en una dirección diferente. La solución quizás no esté en desear recrear o congelar esos rituales y prácticas que, en su momento, sostuvieron la artesanía pero que, en la actualidad, han desaparecido, sino más bien considerar por separado a la artesanía y a los elementos rituales. Si el centro de una artesanía es ritualista se elimina el elemento artesanal; si el ritual tiene valor sobrevivirá; de otra forma, se extinguirá. Uno no puede forzar a que un ritual continúe indefinidamente: los estilos de vida evolucionan y cambian. Entonces, el ritual se convierte en un apéndice y ya no se necesita. Un cambio en las prácticas culturales, cambiará, naturalmente, la forma de enfocar una artesanía, es decir, es un proceso natural y debería evolucionar, como una artesanía viva.

Si el objetivo es sólo conservar la tradición y el contexto cultural de una artesanía cambiante, entonces, la mejor forma de hacerlo puede ser un museo que reproduzca la artesanía original y que la ponga a disposición de la comunidad como referencia para mostrar que existió. Sin embargo, en momentos relevantes, la transición de artesanía ritual artística a artesanía funcional no necesita ni ser craso ni comercial si se hace sensiblemente.

Los intervencionistas necesitan pensar sobre cómo pueden cambiar la función y el diseño y, no obstante, encontrar un uso apropiado aunque quizás radicalmente diferente para una artesanía tradicional a través del proceso de comprender su tradición de diseño y trabajando dentro de sus parámetros.

#### 1.4. Intervenciones: tecnología y cambio

##### ■ Contribución, no contradicción

Casi nadie considera ahora la modernización o el cambio como negativo *per se*. Sin duda, casi todos

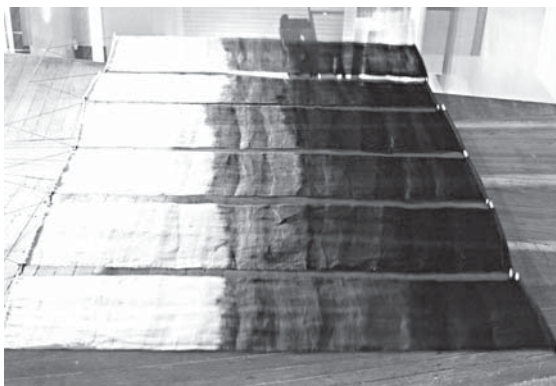
ponen énfasis en la necesidad de introducir cambios tecnológicos en ciertos contextos. Mientras las preguntas sobre la naturaleza y el límite del cambio, especialmente el cambio tecnológico permanecen, la mayoría de la gente recalca la necesidad de un enfoque que se adapte y se integre en el cambio.

La mejora tecnológica es crítica en varios aspectos de la producción artesanal. A menudo, los productos artesanales, especialmente los que hace la gente rural o tribal, son descartados sin más por estar pasados de moda y con mecanismos de producción anticuados y por tener sólo un posible uso a corto plazo. Pero en la mayor parte de los casos, es la apariencia del producto lo que hace que el cliente lo rechace en favor de la alternativa industrial de los fabricados con máquinas y en cadena de montajes porque la calidad de los materiales que tienen y que utilizan los artesanos es inferior. *Mejorar los materiales, a menudo, mejora la calidad y la durabilidad de un producto aunque la tecnología usada en una artesanía siga siendo la misma.*

Sin embargo, la tecnología no puede imponerse como un instrumento para que el sector artesanal se ponga al día con los productos fabricados en máquinas. La mayoría de la gente coincide en que las tecnologías apropiadas y que se adaptan son las formas más viables a la hora de introducir el cambio tecnológico. En general, la tecnología apropiada se puede definir como cualquier tecnología que es apropiada, es decir que es apropiada para el contexto de una comunidad en concreto, zona, región o país. Así pues, lo que puede contribuir a resolver los problemas básicos socioeconómicos de la comunidad en cuestión es una amalgama de pericias, métodos, técnicas, dispositivos y equipos.

Es decir, la prueba de la intervención tecnológica de éxito, radica realmente en si en la práctica resuelve el problema sin poner en entredicho lo esencial de la artesanía.

La tecnología apropiada no sólo necesita ser viable económicamente y técnicamente factible, sino que también debe ser adecuada al tejido socioeconómico y a los patrones de las comunidades locales y ser



capaz de adaptarla y desarrollarla en el futuro a las condiciones regionales. Es una tecnología que se puede conseguir, bien mejorando la tecnología tradicional, o reduciendo la tecnología moderna que debe de ser flexible al uso de las fuentes de energía no convencionales, como el biogas, la energía solar y la energía eólica.

Las tecnologías apropiadas y adaptables se han confundido con el rechazo de la tecnología 'moderna' (léase occidental), y / o con la dependencia exclusiva de la tecnología 'tradicional' (léase primitiva). En este contexto, lo incorrecto son las etiquetas. Las tecnologías tradicionales no tienen que ser primitivas en carácter, no hacen referencia a un tipo de tecnología anticuada. Una tecnología que ha demostrado su valor en un medio, ambiente o marco próspero no tiene que ser apropiada para una zona donde el capital es escaso, los niveles técnicos son bajos, los costos de funcionamiento y mantenimiento de la maquinaria y equipos son altos y las habilidades de gerencia y comercialización no están totalmente desarrolladas. En este caso, las tecnologías impuestas puede que no tengan éxito. Igualmente, las tecnologías avanzadas pueden ser totalmente apropiadas para la producción de la artesanía si cubren las necesidades tales como la eliminación de trabajos penosos, la promoción de la seguridad y la adopción de procesos que permitan tener más tiempo para la aplicación de la pericia manual.

*La introducción de las tecnologías apropiadas como parte de la intervención en el diseño puede ser extremadamente significativo.* Con la introducción de herramientas de artesanía mejoradas y maquinaria sencilla, los artesanos de los pueblos pueden mejorar en gran medida su función y sus productos finales pueden competir bien en el mercado. En términos de hardware, el equipo, herramientas, aparatos y máquinas que se considera que representan la introducción de la 'tecnología apropiada' pueden ser sencillos y comparativamente económicos. Pueden instalarse y operarse con poca formación de los operadores locales y su mantenimiento y reparaciones no plantean ningún problema especial. En el caso del hardware para la tecnología apropiada, un buen resultado es de mejorar las tecnologías tradicionales, o se consigue simplificando tecnologías sofisticadas modernas o a través de las innovaciones. El software de la tecnología apropiada incluye la aplicación del conocimiento, uso eficiente de equipos y aparatos, formación del personal, estructuras adecuadas para la comercialización, cubrir las necesidades crediticias, gestión comercial, almacenamiento y comercialización y distribución de los productos finales. Todo ello es muy importante en el contexto rural, donde el transporte y las facilidades de comunicación no están bien desarrolladas, el mantenimiento de costos puede ser alto debido a las distancias de los centros industriales y el cambio de repuestos es difícil para los operadores. La tecnología apropiada es concreta y específica a unas condiciones locales: esta es su fortaleza. Hay estudios de muchos casos que documentan cómo el hardware

tecnológicamente 'moderno' ha fracasado miserablemente en situaciones de tiempo real debido a las diferencias en las estructuras socioeconómicas, tabúes sociales que prevalecen, inhibiciones, etc.

La tecnología apropiada ofrece varias soluciones importantes para el uso de los recursos locales: mantenimiento de un equilibrio ecológico; utilización de fuentes de energía renovables; eliminación de trabajos penosos al trabajar con herramientas y técnicas que son laboriosas, peligrosas y que consumen mucho tiempo; transferencia de nuevas técnicas y conocimiento técnico, desarrollo de talentos locales; conservación de patrones socio-culturales y desarrollo de las técnicas de desarrollo, de organización, gestión y comercialización.

Es esencial decidir lo que realmente entendemos por los términos tecnología 'intermediaria', 'apropiada' y 'de adaptación'. Estas deberían realmente hacer referencia a tecnologías que nos muestran los caminos más fáciles, más sencillos, menos caros, pero más eficientes para enfrentarnos a los problemas cotidianos.

Tales tecnologías tienen precios razonables porque los géneros que se necesitan son fácilmente asequibles, lo mismo que la técnica necesaria para el trabajo. Todo lo que se necesita es dar un paso adelante para tratarlas con la cantidad de conocimiento de técnicas tradicionales y añadirlas a las experiencias del siglo veintiuno para mejorar lo que se ha logrado. Pero esta adición debería ser una contribución, no una contradicción. Las artesanías vivas florecen bajo la asimilación y adaptación apropiadas y los patrones tradicionales no son las creaciones estructuradas rígidamente por los individuos, sino el resultado de la experiencia colectiva de muchas generaciones.

La dicotomía postulada muchas veces entre 'ciencia' y 'tradición' ha logrado crear desdén por los procesos de producción enormemente diversos que hacen que sea un arte refinado el unir los recursos locales a las necesidades, tecnología y economía locales y trabajar dentro de la sostenibilidad local. Para que la tecnología moderna funcione de forma que se adapte y tenga éxito, hay que estudiar y tener sensibilidad hacia la sabiduría de integración que es la esencia de la práctica artesanal. Estos son temas que requieren una reflexión cuidadosa.



## SECCIÓN II

# El Contexto De La India



*¿Cuál es el significado real de las artesanías? No hay dos que sean iguales porque cada una es una creación nueva. En realidad, la estandarización es ajena, en realidad una negación de todo lo que las artesanías representan. Incluso las más sencillas poseen una variedad de artículos de uso cotidiano en que un artículo especial se le atribuía un uso concreto... Todo esto rompía la monotonía que, quizás sea el elemento más tedioso de la vida... el sentimiento de tradicionalismo solo, no nos puede, llevar muy lejos en los esfuerzos de rehabilitar las artesanías de la India. La demanda moderna se decanta por la belleza como suplemento de lo útil...*

Kamaladevi Chattopadhyay<sup>2</sup>  
(Chattopadhyay, s.f.)

---

<sup>2</sup> La Señora Kamaladevi Chattopadyay dedicó su vida a trabajar con la artesanía de la India. Dirigió el All Indian Handicrafts Board y la Indian Cooperative Union durante más de veinte años. Aclamada como la decana de la artesanía de la India, la contribución de Kamaladevi Chattopadyay a la recuperación de las artes y artesanías de la India ha sido reconocida nacional e internacionalmente. Recibió los premios Watumull, Magsasay y de la UNESCO por sus servicios en favor de la causa de la artesanía, cooperativas y teatro. Fue Miembro Fundador del World Craft Council en 1964 y su Vicepresidenta para Asia durante varios años, así como la fundadora del Craft Council of India.



# El Contexto De La India

## 2.1 Modelos tradicionales de la actividad artesanal

### ■ El sistema Jajmani

Durante siglos, la actividad manufacturera en la India rural ha sido realizada exclusivamente por las castas artesanales hereditarias vinculadas a las castas agrícolas dominantes por relaciones tradicionales. Este acuerdo recíproco entre las castas artesanales y la comunidad más amplia del pueblo, para el suministro de bienes y servicios, se conocía como sistema *jajmani*. Existió en todo el subcontinente, aunque estaba claramente articulado en algunas áreas, tales como Maharashtra, más que en otras, como Bengala. Según el sistema *jajmani*, las castas más bajas producían artículos y suministraban servicios a las castas más altas a cambio de un pago fijo. Aquellos que proporcionaban los servicios o los bienes eran los *purjans* y sus patrones eran los *jajmans*. La clientela de los *purjans* se convertía en sus *jajmans*. El sistema *jajmani* era bastante flexible porque mezclaba características de subsistencia y de producción de artículos. Basándose en estudios del siglo diecinueve, eruditos de Maharashtra y Gujarat, 'llegaron a la conclusión de que en el sistema *jajmani* se incluían sobre todo aquellos tipos de trabajo de la comunidad de artesanos que se complementaban directamente con la producción agrícola'. Sin embargo, otros artículos los producían también los mismos artesanos por un pago separado y por unidad. Una importante base lógica económica para que el sistema *jajmani* prevaleciera parece haber sido la seguridad que proporcionaba en épocas de escasez, especialmente en las hambrunas recurrentes. Por ejemplo, se observó que: 'Aquellos que, como los tejedores de la zona de Surat, durante la hambruna de los años 1630, dejaron el refugio relativamente seguro de la comunidad rural para producir más para el mercado, se encontraron entre

los primeros que murieron de hambre cuando la comida comenzó a escasear.' *La actividad productiva de estos artesanos no estaba encaminada a la producción de artículos en línea competitiva, sino hacia el mantenimiento de la vida comunitaria del pueblo como uno. En épocas de escasez, les proporcionaba una seguridad que no tenían con las transacciones de dinero entre productor y consumidor.* (SRUTI<sup>3</sup>, 1995).

La desaparición del sistema *jajmani* en la mayoría de las zonas de la India ha llevado a cambiar las relaciones entre el usuario y el fabricante y a cambios en el entendimiento de las necesidades de una comunidad más amplia, tanto semi-rural como urbana.

## 2.2 Realidades contemporáneas a un macro nivel

### ■ El 'sector artesanal'

Un tema que debería preceder todos los debates sobre la 'intervención' en el 'sector artesanal' de la India es el reconocimiento de que la 'artesanía' no es una actividad o entidad social y cultural homogénea y no puede ser tratada como tal, especialmente con el propósito de la intervención. Sin reducir estos matices a un ejercicio de puntillismo, es importante ver los temas y los problemas y por ello, los modelos y soluciones - en particular de artesanías, regiones, actividades, comunidades, culturas y temas concretos.



Placa votiva en terracota de Molela, Rajasthan

*Los productos de artesanía son objetos artesanales, a menudo hechos usando herramientas sencillas y, generalmente, de naturaleza artística y / o tradicional. Incluyen objetos de utilidad y objetos de decoración.*

– Definición adoptada por el Gobierno de la India

*El término 'artículos hechos a mano' debería utilizarse para aquellos producidos con o sin el uso de herramientas, instrumentos o implementos sencillos operados directamente por los artesanos, generalmente con la mano o con el pie...*

*Dentro del grupo de artículos hechos a mano, algunos, como las artesanías, a menudo tienen características que les identifican, tales como: características tradicionales o artísticas que provienen de la región geográfica o país de producción; una producción hecha por artesanos que, generalmente, trabajan partiendo de una industria casera.*

3 India's Artisans: A Status Report, Sruti - Society of Rural, Urban and Tribal Initiative. Nueva Delhi, 1995, Pág. 7

### ■ Diversidad cultural

La artesanía y sus marcos regionales son extremadamente complejos. La variedad es enorme y los artesanos trabajan con materiales tan diversos como metal, madera, arcilla, papel, vidrio, hierba, caña, piel y tejidos, con enormes variaciones regionales e individuales dentro de cada grupo de especialización. Hay una multitud de características y situaciones, materiales y procesos, contextos y variaciones regionales, cada una de las cuales requiere un enfoque creativo específico. Tenemos que reconocer que un enfoque válido y fructífero para una categoría puede que no lo sea para otra. Cada sub-sector necesita ser estudiado independientemente.

### ■ Coexistencia

La misma relevancia que tiene el hablar de 'artesanía', producción artesanal e intervención, lo tiene la necesidad de reconocer la existencia y la coexistencia paralela en la India de unidades familiares individuales y aisladas, grupos artesanales, industrias familiares/caseras y pequeñas y medianas industrias.

### ■ La migración a centros urbanos

En el contexto de la India, los temas relacionados con la migración de la mano de obra rural a centros urbanos, el desempleo y el desempleo disfrazado, son críticos a la hora de ver la necesidad de las intervenciones, puesto que la producción artesanal no puede separarse de los temas de la economía contemporánea si se tienen que hacer contribuciones sostenibles. Impulsados por la pérdida de mercados, pérdida de especialización o por la incapacidad de suministrar lo que el mercado requiere, los artesanos rurales han llevado a cabo migraciones a gran escala a los centros urbanos en busca de empleo de baja categoría y no especializado.

## 2.3 La crisis de la artesanía en la India

La crisis de la 'artesanía tradicional' de la India es, en gran medida, una crisis de valor - teniendo en cuenta los procesos de industrialización y modernización extendidos por todo el país, la artesanía está luchando por encontrar un lugar -y valor- para sí misma. Lo que agrava la crisis es que 'artesanía' significa cosas diferentes para unos y para otros y, por ello, connota crisis diferentes. Así pues, todas las 'soluciones' deben contar para todas estas dimensiones, simultáneamente, por lo que quizás no haya habido una única iniciativa de apoyo o revitalización de la artesanía que haya fructificado. (Lodya, 2003)<sup>4</sup>

### ■ La desaparición de mercados es uno de los temas más acuciantes con los que se enfrenta la artesanía de la India

Ha habido un cambio enorme en el gusto del consumidor que ha pasado de los artículos artesanales a los de fábrica. Los artículos hechos con piel tradicional teñida con colores vegetales han sido arrinconados a favor de los de piel de cromo; los tejidos de algodón tejidos a mano se han visto desplazados por los tejidos sintéticos hechos en fábrica; el plástico, la porcelana y el vidrio han barrido el mercado del barro. En cierto modo, esto se debe a una mayor variedad de artículos disponibles en el mercado, lo que conduce a la disminución del porcentaje de mercado de artículos de artesanía. *Sin embargo, el grado en que la elección del consumidor ha desplazado los artículos artesanales no se puede explicar sólo basándose en la pluralidad de elección.*

### ■ Algunas razones de la caída del mercado de artículos artesanales

1. *Comercialización agresiva y estrategias agresivas utilizadas por el sector industrial organizado que han influenciado, en gran medida, la elección del consumidor. Relacionado con esto están las grandes inversiones realizadas en el desarrollo de productos y diseño y en la investigación comercial llevada a cabo para comprender y moldear la psicología del consumidor. Tales estrategias se basan en presupuestos gigantescos que se cifran en millones de rupias y que son algo inconcebible para el sector artesanal.*
2. *Las economías a escala inherentes al sector de fábricas que desemboca en la producción en masa de productos de calidad uniforme a precios con los que los productos artesanales no pueden competir fácilmente.*



Fabricación de pulseras de laca, Rajasthan

<sup>4</sup> Arvind Lodya es profesor de la Srishti School of Art Design and Technology (Srishti), Bangalore (Karnataka, India)

3. *Diversos incentivos financieros, beneficios y paquetes de ayuda que se ofrecen para animar al sector organizado a crear industrias.* En comparación, el sector artesanal tiene poco a su disposición.
4. *También se ofrece al sector organizado acceso preferente al crédito, materias primas e infraestructura.* Esto contrasta totalmente con el tratamiento dado al sector artesanal en el que los estudios han revelado repetidamente que los mayores obstáculos a los que se enfrentan los artesanos son la falta de capital para comprar materiales de buena calidad en grandes cantidades, escasez de materia prima y ausencia de infraestructura como cobertizos de trabajo, electricidad y espacio de almacenaje. La ausencia de electricidad imposibilita al artesano invertir en herramientas y equipos eléctricos y mejorar su tecnología.
5. *La preocupación con los pequeños, aunque lucrativos, mercados urbanos y de exportación han desviado las energías y los recursos que podrían haberse invertido, en fomentar mercados locales y sostenibles para productos artesanales.*

#### ■ Tecnología anticuada

El avance tecnológico se ha orientado, en gran medida, a la modernización del sector organizado industrial. Esto ha dado al sector industrial ventajas sobre el sector artesanal en términos de eficiencia y calidad de producción. La tecnología moderna ha permitido a las máquinas imitar incluso los diseños más intrincados, que antes eran dominio exclusivo de artesanos, desarrollados y perfeccionados durante siglos y transmitidos de generación en generación. El fracaso para desarrollar tecnologías apropiadas en el sector artesanal es el resultado de nuestra dependencia de la tecnología occidental que es, esencialmente intensivo en capital. La falta de inversión en la investigación y desarrollo (I+D) tecnológico e indígena no ha hecho más que agravar el problema.

#### ■ La crisis del sustento

Históricamente, la artesanía fue lo que la 'industria' es hoy: la producción de una serie de objetos utilitarios cotidianos para el consumo regular. En la época pre-industrial, esto era, esencial y necesariamente, un fenómeno localizado; las comunidades de artesanos usaban el material disponible localmente y producían artículos útiles de diseños concretos que eran consumidos por las poblaciones de la zona. Los productos artesanales se han ido socavando gradualmente en forma notable a favor de artículos producidos en masa de mejor 'valor' (en términos de la relación calidad-precio) hechos en fábricas remotas. Los comerciantes comenzaron a dominar los mercados locales dejando al margen las comunidades tradicionales diseñadoras-manufactureras-comerciales, inutilizando virtualmente sus conocimientos y técnicas adquiridas a través de generaciones. Las artesanías, como otros productos



*Tejedora de Manipur*

y servicios han sido víctimas de imitaciones, porque una tecnología más barata se ha introducido en sus mercados.

#### ■ La crisis de viabilidad

En general, la artesanía tradicional ha sido totalmente marginada por sustitutos más atractivos fabricados en masa del modelo mercantil / industrial moderno. Los raros ejemplos de artesanía 'auténtica' que encuentran una audiencia que está dispuesta a pagar por ellos un precio viable (léase 'alto'), están relegados a galerías de arte, museos y boutiques. En algunos casos, el aspecto formal de la artesanía sigue siendo popular, pero esto ha conducido, bien a un descenso grave de arte / calidad para poder seguir siendo atractiva a los clientes que están observando para comprar o ha sido apropiada por métodos no-auténticos de creación y fabricación (tales como las réplicas chinas de bordados tradicionales de la India que han inundado los mercados a precios muchos más bajos). Estas son unos pocos ejemplos en los que la artesanía tradicional ha 'contemporizado' con éxito y de forma viable, bien para los mercados de la India o extranjeros. A veces, la artesanía no se encuentra en una buena posición en los mercados extranjeros pero esto es un tema de fluctuaciones y caprichos del estilo y de la moda, por lo que pocas veces es una opción válida para el sustento. Algunas formas de artesanía exquisita están, simplemente, desapareciendo.

#### ■ La crisis de evaluar la artesanía como un bien cultural

Cuando una artesanía desaparece, no sólo desaparecen los artesanos y sus empresas; con ella desaparece una historia completa, una identidad cultural, un legado, una tradición. Este es un tema central de preocupación para aquellos involucrados

*Un artesano es un productor de un artículo que está hecho a mano y que requiere una especialización que no forma parte de una cadena mecánica de producción.*

*Un artesano es un productor especializado que trabaja, principalmente, con las manos para hacer artículos de uso cotidiano.*

*Los artesanos son personas que hacen artículos/productos o que suministran servicios, tanto de valor utilitario como decorativo, utilizando las manos e implementos / herramientas tradicionales.*

– SRUTI, 1995

Un(a) artesano(a) tiene atributos de dos clases, esenciales y secundarios. Sólo la persona que cuenta con todos los atributos esenciales es considerado artesano.

Las características esenciales de un(a) artesano(a) son las siguientes:

- Hace productos y / o proporciona servicios a otros.
- Utiliza su propia técnica y trabajo para este fin.
- Hace productos y suministra servicios que usan técnicas tradicionales, es decir, técnicas que se han asociado históricamente con una actividad artesanal concreta aunque se hayan adaptado con el paso del tiempo a tecnologías, materiales y productos en evolución.

Las características secundarias de un(a) artesano(a) son las siguientes:

- Es trabajador/a autónomo/a en el sentido de que esta persona disfruta de todo lo que produce con su propio trabajo o de todo el valor que se añade al material en el que está basado.
- Funciona individualmente o a nivel doméstico.

– SRUTI, 1995

en este sector, es decir, la necesidad de explotar este bien de manera equitativa y responsable y devolverlo a la corriente general, así como a la comunidad (procedente de una entrevista con Lodya, 2003.)

## 2.4 Una valoración nueva

Hay una gran necesidad de hacer una valoración y apreciación nuevas. *El diseño ya no puede permanecer aislado de este contexto más amplio. Las intervenciones en el diseño tienen que aferrarse a las cuestiones de fondo, tanto e incluso quizás más que buscar formatos significativos para la interacción y la intervención.*



Impresor de la técnica de bloques, Ajrakh, Gujarat

Ashoke Chatterjee<sup>5</sup> plantea algunos puntos importantes en este sentido: ‘¿Dónde estamos ahora y dónde iremos en todo este tema dentro de cincuenta años? ¿Quién se ha beneficiado? ¿Qué hemos aprendido? ¿Cómo equilibramos las ganancias y las pérdidas de los cincuenta últimos años? Se necesita dar respuestas a estas preguntas’.

Dada la fuerza de las tendencias de la economía nacional y global, es hora de volver a pensar en el papel del sector artesanal en la economía de la India y llevarlo a la agenda nacional. Si, como indican las tendencias, este sector sólo puede sobrevivir en grupos, en ese caso, los recursos de la nación se gastarían mejor identificando estos grupos. Teniendo en cuenta que esto da lugar al desempleo de gran número de artesanos que están fuera de ellos, se necesita una iniciativa nacional para reorientar sus técnicas y rehabilitarlos. Las técnicas artesanales desarrolladas a lo largo de siglos son un recurso nacional importante que no pueden echarse por la borda como un peso muerto.

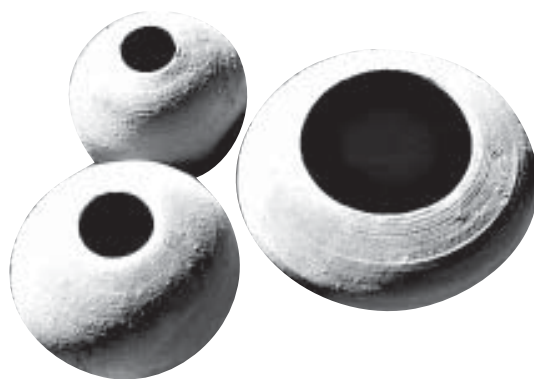
– SRUTI, 1995

5 Ashoke Chatterjee es presidente del Crafts Council of India y fue director ejecutivo del Indian National Institute of Design (NID), Ahmedabad, Gujarat, India.

Nota: Todas las ilustraciones de esta sección son cortesía de la Craft Revival Trust

## SECCIÓN III

# Estudios De Casos: Las Iniciativas Indias



# Estudio de caso: Las iniciativas de la Ind

**E**n la India, los estudiantes de las instituciones de diseño – como parte de su programa de estudios – se relacionan con artesanos y diseñadores profesionales para forjar lazos con el sector artesanal. Un análisis de la asociación entre diseñadores y artesanos es crítico como ayuda para hacer una valoración y balance.

Un análisis de las interacciones pasadas ayuda a menudo a crear aprendizaje y a fomentar las evaluaciones de soluciones pasadas y experiencias compartidas con relación a necesidades y temas actuales.

Hay que reconocer desde el principio que cada situación es única y que cada asociación entre diseñador y artesano / comunidad artesana, requiere ser tratada de forma especial. Es peligroso asumir que hay soluciones universales. Las réplicas, a menudo, no son válidas porque ni las comunidades, ni los ambientes, ni las situaciones se pueden replicar exactamente, por lo que no se puede esperar de ningún modo reproducir exactamente los resultados de los proyectos. Sin embargo, a través del estudio de las intervenciones y el aprendizaje de experiencias pasadas, a menudo, es posible extrapolar un resultado.



Interacción entre profesorado universitario y estudiantes

Aprender de los fracasos es tan importante o más que aprender de los éxitos. Las circunstancias existentes detrás de los fracasos y las razones de retrocesos hay que estudiarlas en detalle y analizarlas con cuidado para ver el porqué de que algo saliera mal y el porqué fue así.

Los estudios de caso se han organizado de acuerdo con una categorización muy general - en lugar de hacerlo por región, producto o artesanía genérica -, puesto que nuestro tema general es el estudio de los procesos de pensamiento que surgen o que se emplean en diferentes situaciones y circunstancias que son únicas. El alcance de estos estudios de caso es representativo e ilustrativo, no enciclopédico, y se compone de una yuxtaposición selecta de trabajos que aclara los papeles desempeñados por las agencias que intervienen: diseñadores, estudiantes de diseño, agencias de desarrollo o promotores.

## 3.1 RESTAURACIÓN DE LOS MEDIOS DE VIDA Y MODELO DE INTERVENCIÓN EN EL DISEÑO: ENFOQUE DE PUEBLO DE MÚLTIPLES GRUPOS PARA LA AYUDA EN DESASTRES Y REHABILITACIÓN

### 3.1.1 Federación de Cámaras de Comercio e Industria de la India (FICCI), Care India, y el Instituto Nacional de Tecnología de Moda (NIFT), Nueva Delhi

- **Líder del proyecto:** Catedrático Jatin Bhatt, Director del Departamento de Diseño de Accesorios, NIFT, Nueva Delhi
- **Profesor de universidad:** Profesor Adjunto M.M.S. Farooqi; Profesor Ayudante S. Sanjeeve Kumar; Profesor Ayudante Arvind Merchant; Profesor Adjunto Ameresh Babu
- **Estudiantes:** 29 estudiantes, 7º semestre (1999-2002), Departamento de Diseño de Accesorios
- **Artesanos:** 200

#### ■ Antecedentes

Como respuesta al fuerte terremoto que devastó el norte de Gujarat a finales de enero de 2001, CARE India, una organización internacional de desarrollo que trabaja con comunidades subdesarrolladas para elevar su nivel social y económico, junto con FICCI, se puso en contacto con el Departamento de Diseño de Accesorios del NIFT para trabajar con ellos en un esfuerzo de intervención en las comunidades afectadas. Esta era la primera vez que CARE India se involucra en la intervención en el diseño dentro del trabajo de rehabilitación. Las comunidades artesanales de la zona de Kutch del noroeste de Gujarat habían perdido sus medios de vida, a lo que se añadía la pérdida de lazos comerciales. Las comunidades afectadas necesitaban, sin lugar a dudas, trabajo con ingresos que abarcara a todos los niveles y variedades de las habilidades existentes.

*Ni los pueblos ni las comunidades pueden ser replicadas pero se puede extender el aprendizaje.*

- Ashoke Chatterjee

Como Jatin Bhatt, Director del Departamento de Diseños de Accesorios del NIFT, hizo constar en su Informe:

'No ocurre muy a menudo que instituciones como NIFT se pongan como objetivo tal cometido, allí donde todo está perturbado y donde la gente es menos probable que responda a los argumentos de la rutina del diseño y del desarrollo de productos, formación, creación de aptitudes, etc.'

### ■ El enfoque de grupos de pueblos

Como *CARE India* y *FICCI* habían adoptado en principio treinta pueblos de los bloques de Bhachau, Anjar, y Rapar en la zona de Kutch para realizar trabajo de rehabilitación y de ayuda, la iniciativa del proyecto del NIFT tenía que operar dentro de estos pueblos. Se estableció un diálogo con los residentes de muchas las comunidades artesanales que habían sido gravemente afectadas. *Se llevó a cabo la selección de pueblos según la prioridad; la misma se basó en diversos criterios, incluyendo el oficio practicado, las medidas de ayuda existentes en el lugar, el potencial de la artesanía, la escala de daños y el potencial de empleo, entre otros.* El estudio de las tradiciones artesanales practicadas en estos pueblos incluyó productos como lacas de madera torneada, fabricación de campanas de cobre, artesanía bordada en cuero, terracota y alfarería, fabricación de cuchillos y las artesanías textiles (incluía bordados, impresión con bloques, talla en madera y 'atar y teñir')

El componente de 'Desarrollo del Diseños y Productos' lo dirigió el profesor de facultad del Departamento de Diseño de Accesorios. Se trataron temas como dirección del diseño, planificación y estructura; pormenores operacionales; gerencia y coordinación de productos nuevos; y desarrollo de mercados.

Después de un estudio extensivo de veintiséis pueblos, NIFT comenzó a trabajar en cinco pueblos de los alrededores del bloque de Anjar. Las zonas identificadas como centros del proyecto fueron la alfarería de Khedoi y Chandrani, bordados de Jharu, Chandrani, y Ratnai y fabricación de cuchillos de Nana Reha y Mota Reha del bloque de Bhuj.

### ■ Objetivos del proyecto / informe

El desastre había dañado la sostenibilidad de las capacidades artesanales tradicionales y culturales y el comercio resultantes. Además de las necesidades básicas de supervivencia que se necesitaba restablecer con operaciones de ayuda y reconstrucción, el tema de la *restauración de los medios de vida con el aumento de las capacidades locales* también se consideró importante para la rehabilitación a largo plazo. La intervención del NIFT tenía el objetivo de crear oportunidades para los

artesanos de la zona de Kutch para asegurarles *ingresos y empleo sostenidos a través de las habilidades, mejora de procesos y técnicas, formación, diseño y desarrollo de productos y un estudio de las vías de mercados potenciales.*

1. Todos los enfoques de diseño, formación y desarrollo se concibieron con la intención de fortalecer las capacidades existentes de las técnicas tradicionales **para asegurar que la ruptura temporal de las redes y de infraestructura separara a los artesanos permanentemente de su artesanía tradicional u ocupaciones.** Como las comunidades artesanales necesitaban inmediatamente trabajo basado en ingresos, la necesidad de ganarse un sustento los hubiera arrastrado, probablemente, a trabajar como obreros y en ocupaciones sin especialización.
2. Simultáneamente, el esfuerzo se enfocó a **desarrollar nuevas capacidades** de materiales, procesos y técnicas y su aplicación a productos nuevos que tuvieran el potencial de llegar más allá de los mercados existentes.

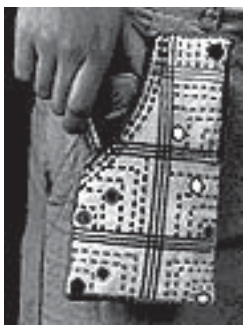
### ■ Metodología / Contribuciones

#### 1. Actividades Preliminares

- **Conocimiento:** el primer equipo del NIFT que visitó la región se concentró en llegar a *conocer la realidad más amplia dentro de la que existía la artesanía* en la zona, los conflictos inherentes y la dinámica de la política local, así como en intentar *encontrar y hermanarse con una ONG asociada con experiencia y capacidad* antes de iniciar la movilización de la comunidad, satisfaciendo así la necesidad de mantener un diálogo efectivo con todas las comunidades para comenzar la actividad.
- **Base de datos:** se llevó a cabo una valoración de las técnicas, aptitudes y capacidades y el potencial para introducir conocimientos, habilidades, materiales y técnicas y se reunió una base de datos de la región, artesanías y artesanos.
- **Posibilidades:** después de la visita inicial y valoración preliminar del potencial, el equipo del NIFT *hizo una puesta en común extensa sobre las posibilidades* de explorar las comunidades, habilidades, materiales, artesanías, aplicación de



Devastación del terremoto



Nuevas creaciones del bordado

productos y la estructura y enfoque del proyecto. La necesidad de compensar a los artesanos por la inversión de su tiempo y esfuerzo y la importancia de asegurar que el enfoque se mantenía, no sólo con respecto al desarrollo de productos, sino también a algo más crítico que era tener en consideración la mejora de las capacidades de los artesanos. El NIFT consideró la necesidad crítica de la **compensación salarial** a las comunidades de artesanos para asegurar su participación sostenida y participación comprometida y su entrega en las actividades del proyecto.

- **Socios:** Reconociendo que el NIFT, como instituto de diseño, no era la organización mejor equipada con la tarea de la movilización social, que era un factor crítico en el éxito de cualquier iniciativa en las condiciones existentes, se le pidió a CARE India que **identificara una ONG local que llevase a cabo esta responsabilidad**. Se necesitaba hacerlo así por la preocupación de que el sustento de la intervención requería un cuerpo o agencia local que suministrase continuidad y liderazgo operacional efectivo en el futuro. También se hizo para evitar la duplicación de esfuerzos y la confusión posible en las mentes de los artesanos locales. De aquí que fuera vital que la ONG estuviera implicada en el proyecto desde los primeros pasos. Como esto no se materializó, NIFT tuvo que iniciar el proyecto por sí mismo. Bhatt cree que una de las razones por las que la colaboración con la ONG no funcionó es porque “el diseño la mayoría de las veces se concibe... con el objetivo de contar con un producto como realización final y raramente se ve como una contribución importante en el crecimiento del proceso que conduce a una movilización de la comunidad y creación de aptitudes más amplias”. La primera indecisión de la comunidad de unirse al proyecto se resolvió finalmente con la interacción del comienzo del trabajo del equipo del proyecto. Después de seis meses, más de 200 artesanos se habían unido al mismo.

## 2. Estrategia General y Dirección del Diseño

- Como el proyecto se dirigía a diferentes artesanías y lugares, se vio que cada zona tenía características



Nuevas creaciones

diferentes de las otras, con relación a niveles de habilidades, desarrollo de productos, necesidades de materiales, necesidades de infraestructura y redes de mercados existentes.

Sin embargo, los objetivos generales eran explorar modos en que los artesanos fueran capaces de aumentar y diversificar sus capacidades y también conservar una porción más grande del valor de su respectiva cadena de suministro con valor agregado cualitativo. La estrategia del diseño y los objetivos que se delinearon fueron los siguientes:

1. Desarrollo del producto y diseño
2. Mejora de la técnica y capacidades

NIFT y *Care India* exploraron el potencial de lazos mercantiles y empresariales. Los productos se expusieron en dos ocasiones, en Nueva Delhi y Ahmedabad, con el fin de invitar a que grupos de consumidores proporcionaran sus reacciones. La percepción clave se basó en estimar realísticamente las verdaderas capacidades de las comunidades artesanales para suministrar productos que poseyeran la calidad y la consistencia indispensables dentro de los programas específicos.

Como el foco del proyecto era crear oportunidades nuevas para los artesanos con el fin de asegurar ingresos y empleo sostenido a través de la mejora de la técnica, formación y desarrollo de productos, era esencial valorar las técnicas y capacidades existentes. Había que llevar a cabo la agrupación estratégica de la naturaleza de técnicas existentes para arrastrar posibles técnicas, así como identificar nuevas posibilidades de productos. Durante las diferentes iniciativas, el NIFT abogó por un enfoque holístico, cohesivo e intensivo para conseguir cambios generales y visibles en las capacidades y mentes de los artesanos.

- Jatin Bhatt

## ■ Objetivos para Productos y Diseños

- Mejorar la calidad general de los productos existentes a través del refinamiento de procesos y materiales en uso.
- Desarrollar la ampliación de la línea de productos actuales para incluir más variedad y una gama más amplia, tanto de uso utilitario como no utilitario.
- Desarrollar un tipo de productos que ofrezca un valor más alto que se perciba con las técnicas y aptitudes existentes, aumentando así las ganancias que resulten de la inversión de tiempo y técnica.
- Explotar los nichos de mercado de alto nivel que ofrezcan mejores opciones para los productos.



- Crear demanda proporcionada con el potencial de producción inmediato y a plazo medio, teniendo en cuenta la fuerza artesanal y las capacidades de producción existentes.
- Crear diferenciación de productos a través de funciones, usos, estilos y combinaciones de material, así como la adaptación de los clientes basada en las necesidades del consumidor / comprador.
- Reconocer e incorporar formas de solucionar diferentes limitaciones inherentes de materias primas, la procedencia de materias, capacidades de interpretación de diseño y productos, procesos y técnicas, teniendo como objetivo, de esta forma, una respuesta más relacionada e informada con los productos nuevos por parte de los artesanos inmediatamente y en el futuro.
- Identificar la necesidad y la instalación de equipos, procesos y maquinaria especializada como una plataforma adicional para ampliar la variedad y la calidad.
- Crear un espíritu de pensamiento colectivo y contribuir al proceso de desarrollo de productos incorporando metáforas y terminología sacada del entorno personal, emocional, social y cultural de los artesanos.
- Crear un entendimiento y apreciación entre los artesanos sobre mercados especializados, fijación de precios, calidad, necesidades del consumidor, etc.

#### ■ **Objetivos para la Formación y para Dar a Conocer al Artesano**

- Aumentar el conocimiento de la comunicación técnica a través de un formato visual para realzar los temas relacionados con la precisión y la calidad.
- Adoptar métodos efectivos y correctos para utilizar los instrumentos de precisión para mejorar la calidad y la consistencia general.
- Incorporar insumos de información - y técnica - relacionadas con los materiales y los procesos para alentar la adopción de métodos apropiados para obtener mejores resultados.
- Buscar darse a conocer y orientación en nuevos mercados donde se puedan colocar nuevos productos.
- Buscar darse a conocer en tipos de industrias y en procesos de producción alternativos para explorar posibles caminos de expansión y nuevas colaboraciones.
- Crear un mejor entendimiento y apreciación entre los artesanos sobre mercados especializados, productos, fijación de precios, funcionalidad, aplicación potencial, calidad, comunicación de productos, necesidades del consumidor, industria, tarifas de producción, etc., a través de darse a conocer de primera mano, formación práctica y diálogo consistente durante el proceso de desarrollo de los productos.



*Interacción entre estudiante y profesorado universitario*

Teniendo en cuenta la estrategia del proyecto en general de diseño, formación y desarrollo, fue necesario desarrollar estrategias específicas para cada campo de la artesanía. Dentro del contexto general, se delineó el desarrollo de productos, técnicas, capacidades y aptitudes para todos los grados y variedades de técnicas existentes en campos específicos artesanales.

#### **Contribuciones del Diseño en el Bordado, Labor de Retazos o Patchwork y Acolchados**

- **Ubicación:** la iniciativa del proyecto involucró a artesanas calificadas del bordado en los pueblos de Jharu, Ratnal y Chandrani del bloque de Anjar, Kutch, estado de Gujarat.

#### ■ **PASO 1:**

##### **Valorar, Identificar los Problemas / Temas y Determinar los Resultados Anticipados**

**1. Análisis de la situación existente:** las siguientes observaciones se consideraron críticas para *evaluar la naturaleza del trabajo y las técnicas predominantes*

- La artesanía la practicaban las mujeres *rabari*, todas tenían grandes responsabilidades familiares. Realizaban la artesanía cuando no tenían que hacer ninguna tarea doméstica.
- La artesanía no se consideraba como vehículo de generación potencial de ingresos con una base sostenible. Los productos se hacían, en su mayor parte, para el propio consumo y pocos se vendían comercialmente. Las mujeres raramente salían de la región por razones mercantiles y comerciales. Algunas mujeres *rabari*, a menudo, dejan sus casas durante seis meses seguidos para ir a apacentar



Nuevas creaciones

- los camellos pero, durante este periodo en que están fuera, tienen pocas interacciones.
- La artesanía ofrecía un grado significativo de autoexpresión dentro del marco estético de la comunidad. Los estilos y los dibujos variaban dentro de las comunidades *rabaris*, *ahers*, musulmanas y *darbars*.
  - Dentro de un grupo existían diversos niveles de técnicas de bordados. El aprendizaje comenzaba a una edad muy temprana.
  - La receptividad de aplicar técnicas en telas nuevas fue, inicialmente, baja, pero indicaba la posibilidad de desarrollo. El entendimiento crítico de técnicas y detalles de acabado no fueron muy buenos.
  - Para mantener consistencia y replicabilidad, todo el proceso de bordado se dividía en varias etapas, como composición, copia del dibujo, selección del material apropiado, bordado final y acabado para los que las técnicas necesarias no estaban fácilmente disponibles.
  - Sólo algunas de las mujeres conocían el proceso de estructuración y corte necesarios para hacer productos textiles utilitarios.
  - Muy pocas familias poseían las máquinas de coser necesarias para fabricar los productos. Algunas de las máquinas funcionaban con la mano, lo que limitaba la aplicación del producto al simple cosido, a diferencia de las máquinas que funcionan con el pie que permiten un mejor control al dejar las dos manos libres.
  - Había falta de entendimiento de diferencias sutiles en colores, dibujos y proporciones según demanda de los mercados urbanos y de exportación.
2. **Determinar objetivos específicos:** En vista de la valoración, se fijaron **objetivos específicos** para esta área dentro del alcance del proyecto:
- Todas las mujeres artesanas involucradas en el proyecto tenían que ser capaces de *generar suficiente trabajo cualificado* sin tener que recurrir a medios de baja generación de ingresos como el trabajo físico.
  - Las artesanas deberían de ser capaces de *mejorar las técnicas existentes al tiempo que, simultáneamente, adquirían nuevas técnicas* para coser y fabricar de productos.
  - Las artesanas deberían ser formadas para valorar calidades estándares, aplicables junto con la adquisición de un juicio crítico, sobre cómo conseguir la calidad necesaria.
  - Las artesanas deberían estar expuestas a *las diferentes variedades y calidades* de bordados, labor de retazos y acolchados existentes en el mercado.
  - Las artesanas deberían contar con un *entendimiento del funcionamiento de la cadena de suministro* en sus respectivas áreas

artesanales.

- El desarrollo de la técnica de las artesanas de *interpretar un diseño visualmente* era necesario para la comprensión y ejecución de nuevas ideas de diseño para el desarrollo de los productos y la puesta en práctica de los pedidos.
  - Las *técnicas requeridas* para llevar a cabo la producción de nuevos diseños necesitaba *dividirse entre todos los grupos* para que fueran autosuficientes con pocas o ninguna contribución del exterior o procesos necesarios.
3. **Conseguir resultados anticipados:** Como el mercado existente de la artesanía del bordado estaba saturado y atestado con muchos productos convencionales y contemporáneos, se necesitaba visualizar nuevas aplicaciones de productos con el objetivo de adquirir una posición de ventaja en el mercado con las técnicas mejoradas y las destrezas adicionales de las artesanas.
- Desarrollar ideas de productos innovadores con nuevas telas y materiales inspirados en temas actuales basados en los pronósticos del diseño.
  - Concebir posibilidades de productos basados en nuevas técnicas.
  - Mejorar y diversificar las técnicas de las artesanas equipándolas de máquinas de coser y conocimientos de fabricación de productos sencillos.
  - Aumentar los estándares de calidad adoptando técnicas mejores y un conocimiento mejorado de telas y tinturado de hilo, bordados utilizando puntos sin nudos, copias y repetición consistente de dibujos.

#### ■ PASO 2:

#### Desarrollo de Técnicas, Aptitudes y Capacidades

Se llevaron a cabo programas de mejoramiento de técnicas y módulos de formación consultando con expertos y muchos los dirigieron ellas. Algunos los dirigieron antes de comenzar el proceso de Desarrollo de Diseño y de Productos, algunos durante y, el resto, después de desarrollar los prototipos.

#### Módulo 1: Técnicas de impresión y de transferencia de impresión para los bordados

- **Objetivo:** desarrollar infraestructura y habilidad técnica de las artesanas individuales y sensibilizar a las artesanas sobre la importancia de estándares de mejor calidad y de prestar atención a los detalles

#### ● Metodología:

Se realizaron una serie de ejercicios:

- a) Componer trazados de diseños precisos en papel utilizando técnicas sencillas con papel doblado para conseguir simetría y equilibrio.

- b) Copiar el diseño del papel en hojas de plástico transparentes trazándolo correctamente.
- c) Pasar la hoja de plástico a un estencil usando perforaciones en la composición.
- d) Pasar el diseño a la tela usando el estencil.

### Módulo 2: Técnicas de trenzado

- **Objetivo:** desarrollar infraestructura y destreza técnica de artesanas individuales para las técnicas de trenzado y sensibilizar a las artesanas sobre la importancia de contar con mejores estándares de calidad y prestar atención a los detalles.
- **Metodología:** se realizaron una serie de ejercicios:
  - a) Enseñar dos técnicas básicas: trenzado redondo y plano y uso de cordones de seda y algodón.
  - b) Enseñar técnicas de acabado para cordones trenzados.
  - c) Demostrar el uso de esos cordones en bolsos para colgar del hombro y con asas.

### Módulo 3: Coser

- **Objetivo:** familiarizar a las artesanas con las máquinas de coser a pedal y formarles para que consigan suficiente velocidad para la producción de calidad y artículos pequeños.
- **Metodología:** se realizaron una serie de ejercicios:
  - a) operar la máquina de coser para conseguir coordinación y control.
  - b) práctica de coser sobre papel con diferentes dibujos para conseguir mejor control.
  - c) práctica de coser en telas con diferentes tipos de pliegues.

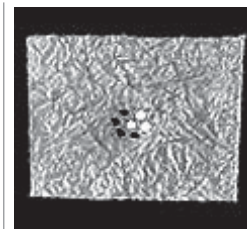
### Módulo 4: Hacer patrones y fabricación de productos sencillos

- **Objetivo:** desarrollar conocimiento y técnica para hacer patrones y cortarlos para fabricar artículos sencillos como cordones y bolsos de colgar.
- **Metodología:** se realizaron una serie de ejercicios:
  - a) hacer el patrón y cortar, según especificaciones de dimensiones y estilos, un bolso sencillo.
  - b) comprender los elementos diferenciales de un artículo dado.
  - c) comprender las diferentes materias primas y su uso en una categoría de productos básicos.
  - d) comprender el ensamblaje y la fabricación en general con detalles del acabado.

### ■ PASO 3:

#### Contribuciones con respecto al Diseño, Productos y Desarrollo de Técnicas

1. Se usaron *bordados* y *dibujos sencillos* para compensar el bajo nivel técnico y para conseguir productos rentables. Esto permitió a las artesanas comprender el producto final con relación al mercado. Los retos principales eran introducir a las artesanas a una actitud comercial y alentarlas a que adoptaran una forma consistente de trabajo. Los objetivos del proyecto eran motivar a las artesanas a trabajar profesionalmente e inculcarles la visión de la calidad. Las contribuciones de tendencias de moda y líneas de nuevos productos ayudaron a las *mujeres a comprender la importancia del producto en relación con el mercado*.
2. Los factores que condujeron a la creación de las colecciones fueron una comprensión de las *combinaciones de color, el sentido del diseño de las artesanas* y una introducción a ideas de productos nuevos. Las artesanas participaron en el proceso del diseño mientras comprendían y establecían la relación con el artículo. Su ingenuidad dio como resultado más *variaciones en el artículo*. Experimentaron con colores, dibujos y telas para que el producto final encarnara su expresión estética.
3. Las artesanas se concientizaron sobre la *importancia y el potencial de altos niveles técnicos para el mercado*. El esfuerzo aquí era hacer que las artesanas no dependieran de nadie asegurándose de que eran ellas las que completaban el artículo, por ejemplo, acabando los pañuelos con puntos de bordados en lugar de hacerlo a máquina. La idea de estándares de calidad y la incorporación de líneas rectas en su trabajo era una noción extraña para las artesanas. El adoptar este concepto trajo consigo que se contemplara el bordado con una perspectiva diferente que las mujeres comprendieron y apreciaron. Cuando se les alentó a usar sus habilidades con la máquina y a que hicieran sus propios patrones de bordados, consiguieron productos mejor fabricados. Se les introdujo la idea de que los estándares de calidad más altos daban como resultado mejor rendimiento, ofrecían nuevos caminos de crecimiento y conducían a incrementar la demanda del mercado.
4. Se puso énfasis en *el bordado minimalista y sencillo* para desarrollar productos rentables como papel de regalo. *El objetivo de trabajar en papel era romper la asociación del bordado con la tela*. Al principio, bordar en papel era un reto; más tarde, el dominar esta técnica se convirtió en un asunto de orgullo para las artesanas. Doblar y unir las piezas de bordado en formas tridimensionales se pudo aplicar a una serie de artículos.
5. Otro *concepto de artículos nuevos* fue el de patrones



Nuevas creaciones

que empleaban tiras de un metro de largo que encontraron aplicación en líneas de artículos como bolsos y cinturones; también se vendieron por metros. El proyecto se concentró en aumentar los estándares de calidad y la producción con relación al tiempo invertido.

6. La tela de malla se dio a conocer a las artesanas lo que les alentó a *mirar más allá* de la tela rígida a la que estaban habituadas tradicionalmente y también como un ejercicio de ampliación de técnicas.
7. Se introdujeron *materiales educativos* como libros de bordados tradicionales, agendas y equipos de enseñanza de bordados que tenían como objetivo enseñar divirtiendo. Estos materiales aumentaron la concientización del potencial y de la excelencia de la artesanía y reforzaron el espíritu de trabajo entre las artesanas.

#### ■ Creación de Productos Nuevos

Se diseñó y se fabricó una amplia gama de productos.

1. Se crearon trozos bordados con los que podían hacerse productos como bolsos, bolsas, tapetes y manteles. Se estudió donde tenían que ir los dibujos, los realces de colores y el embellecimiento en la aplicación de estos trozos bordados en el artículo final. Estos productos rentables se crearon utilizando un nivel de técnica relativamente bajo.
2. Teléfonos móviles, muñecos de peluche, campanas, posavasos de papel y zapatillas para alfombras ofrecían posibilidades para la ingenuidad y para variar los productos.
3. Para alentar a las artesanas a trabajar profesionalmente, se utilizaron contribuciones sobre las tendencias de la moda para crear una colección de bufandas y pañuelos dirigidos al segmento alto del mercado urbano. La terminación del producto la hicieron las mismas artesanas usando puntos de bordado en lugar de puntos a máquina.
4. El mercado se amplió con el desarrollo de tiras bordadas que se podían adaptar para su uso en joyas, bolsos, decoraciones de Navidad, tapicerías y pantallas de lámparas.
5. El bordado en papel para envolver regalos especiales ayudó a romper la asociación de los bordados aplicados solamente en tela. Aunque, en un principio, esto fue todo un reto, el dominar esta nueva técnica se convirtió en un asunto de orgullo para las artesanas.
6. Se creó una colección doblando y juntando las partes bordadas en formas tridimensionales, utilizando puntos y colores tradicionales. Se hicieron artículos como amuletos para bolsos, llaveros, para móviles, marcadores de libros, pisapapeles, accesorios para bolígrafos y adornos de Navidad.
7. Productos tales como cubiertas acolchadas para los *tiffins* o recipientes para el almuerzo,

cubrebottellas de agua caliente, y cubreteteras; se hacían tanto con puntos a máquina como con bordados a mano.

8. Los accesorios personales, como bolsos de colgar y marcos de espejos con dibujos tradicionales diseñados específicamente para los mercados urbanos, proporcionaron nuevas vías de mercado.

### Contribuciones del Diseño en la Artesanía de Cuchillos de Metal

**Ubicación:** la fabricación de cuchillos fue el enfoque principal de la artesanía de metal practicada en los pueblos de Nana Reha y Mota Reha, bloque de Bhuj, Kutch, estado de Gujarat.

#### ■ Antecedentes

Al haber sido una de las zonas gravemente afectadas por el terremoto, la mayoría de las casas y talleres de los artesanos de aquí habían sufrido daños considerables por lo que era difícil llevar a cabo actividades normales de negocios. Además, Anjar, el mercado central y lazo comercial de Nana Reha, se vio muy afectado y el negocio cayó temporalmente. Al comienzo del proyecto, la mayoría de los trabajos cualificados del pueblo se habían paralizado y los artesanos se vieron forzados a emprender medios alternativos para ganarse la vida.

#### ■ PASO 1:

##### Análisis de la situación existente

- El proceso de la artesanía se había dividido en tareas especializadas en las que individuos y grupos realizaban cada uno de las tareas. Los artesanos y los grupos se reconocían por su técnica individual especializada, mas que por hacer todo el producto desde el comienzo hasta el final. Estas técnicas incluían la fundición de los componentes básicos, forja y forma de los componentes, ensamblaje, afilado, pulido y acabado.
- La mayoría de los artesanos traían pedidos y después, distribuían el trabajo según las técnicas de especialidad requeridas, al tiempo que añadían, simultáneamente, sus propias contribuciones.
- La mayor parte de los procesos en uso se consideraron básicos, lo que indicaba que había posibilidades para la mejora técnica y para aumentar la calidad.
- La materia prima utilizada se obtenía localmente y el conocimiento de la calidad y variedad de materias primas disponibles en mercados externos o su idoneidad para productos específicos era inexistente.



Nuevas creaciones

- Los procesos y técnicas de acabado utilizados se consideraron de poca calidad debido a la ausencia de infraestructura y falta de conocimiento por parte del artesano.
- Los niveles de calidad de los productos los determinaban, en gran medida, los precios de los productos que ofrecían los comerciantes locales. La poca rentabilidad se relacionaba directamente con la calidad debido a las bajas expectativas, tanto por parte de los comerciantes como de los consumidores a quienes iban dirigidos los productos.
- Los artesanos no utilizaban ninguna herramienta de medida de precisión, ni tampoco estaban familiarizados con la nomenclatura de medidas y comunicaciones técnicas.
- Los artesanos estaban satisfechos con la consistencia y la calidad de dimensiones, acabado, tamaños y materiales. Los temas relacionados con la necesidad por la precisión y la importancia de mantener la consistencia de tamaños y contornos para perforar agujeros surgieron como áreas importantes que necesitaban atención.

#### ■ PASO 2:

##### Determinar objetivos específicos

En vista de la valoración hecha, se determinaron objetivos específicos a dos niveles:

- *Mejorar la calidad general* de los productos existentes refinando el proceso y las materiales utilizados.
- *Desarrollar ampliaciones de diseño* de la línea de productos existentes para aumentar la variedad y ofrecer una rama de productos de artículos utilitarios y decorativos.

#### ■ PASO 3:

##### Determinar los resultados anticipados

- Desarrollar las habilidades de comunicaciones técnicas en un formato visual.
- Desarrollar *métodos correctos y efectivos utilizando instrumentos de precisión*.
- Proporcionar amplio *conocimiento y alentar la adopción de técnicas, materiales y procesos* como fundición a la arena, afilado y pulido para mejorar los productos.
- Exponer a los artesanos a nuevos mercados.

Exponer a los artesanos a tipos de industrias y a procesos de fabricación alternativos para indicar la posibilidad del mercado y la ampliación de productos y una nueva dirección de empresa. La valoración de la capacidad inicial de la comunidad de artesanos del metal reveló que había una identidad basada en los productos dentro de la artesanía y que existían unos sistemas bien organizados de producción y comercialización. Pero, al mismo tiempo, era obvio que los recursos de infraestructura requerían mejoras

concretas en las técnicas y procesos técnicos fundamentales actualmente en uso.

#### ■ PASO 4:

##### Desarrollo de técnicas, aptitudes y capacidades

Se llevaron a cabo programas de mejora de técnicas y módulos de formación consultando con expertos y muchos los dirigieron ellos. Algunos los dirigieron antes de comenzar el proceso de Desarrollo de Diseño y de Productos, otros durante el mismo y, el resto, después de desarrollar los prototipos.



Nuevas creaciones

##### Módulo 1: Comunicación técnica

- **Objetivo:** introducir los conceptos de medida, proporción, precisión y consistencia e interpretar dibujos y fotografías de productos en productos tridimensionales
- **Metodología:** los ejercicios se realizaron aprendiendo cómo utilizar instrumentos de medición sencillos e interpretando dibujos a escala en visiones planas y en perspectiva, en modelos tridimensionales.
- **Conclusión:** los artesanos aprendieron el uso efectivo de la escala y de formas básicas, detalles tales como la simetría y la proporción y las especificaciones tales como material y ornamentación externa. Eran capaces de leer las medidas, interpretar formas tridimensionales y hacer patrones maestros.

##### Módulo 2: Procesos nuevos y técnicas de acabado

- **Objetivo:** proporcionar orientación en productos, materiales, procesos y técnicas de acabado en el contexto comercial de una unidad de producción a pequeña escala.
- **Metodología:** se llevó a los artesanos a unidades con éxito comercial de Nueva Delhi y Moradabad, una ciudad cerca de Delhi famosa por sus trabajos en metal; allí mantuvieron intensos contactos para comprender los temas de técnicas, infraestructura y gestión de mercados.
- **Conclusión:** el darse a conocer ayudó a generar una base de información de costes de infraestructuras, tipos de equipos y maquinaria disponible, sistemas de producción y precios.

##### Módulo 3: Proceso de fundición a la arena

- **Objetivo:** hacer hincapié en la importancia de la precisión, consistencia, calidad y seguridad en el proceso de fundición a la arena.
- **Metodología:** el seminario de formación lo llevó a cabo un equipo de expertos de Nana Reha. El equipo primero estudió los sistemas existentes y los procesos que predominaban en el pueblo, trataron los problemas y temas existentes y llegaron a soluciones a través de demostraciones



Nuevas creaciones

y puesta en práctica por parte de los artesanos. Los temas relacionados con condiciones generales de trabajo, alumbramiento, fabricación y acabado de copias maestras, mezclado de arena, técnicas de vaciado, mantenimiento de herramientas y equipos (incluidas las copias maestras y los marcos de los moldes) y medidas de seguridad. Los mismos se comentaron y respaldaron con demostraciones y puesta en práctica de los artesanos.

- **Conclusión:** la adopción y puesta en práctica de estos aportes benefició a los artesanos proporcionándoles nuevas plataformas de desarrollo.

#### Módulo 4: Ensamblaje, afilado y acabado de los cuchillos

- **Objetivo:** organizar una sesión de orientación sobre la necesidad de precisión, consistencia y calidad del ensamblaje, afilado y acabado de los cuchillos.
- **Metodología:** el seminario de formación lo llevó a cabo un equipo de expertos de Nana Reha. El equipo primero estudió los sistemas existentes y los procesos que predominaban en el pueblo, trataron los problemas y temas existentes y llegaron a soluciones a través de demostraciones y puesta en práctica por parte de los artesanos. Los temas relacionados con ensamblaje, remachado, afilado y acabado de las copias maestras, técnicas de afilado, mantenimiento de herramientas y equipos, incluidas las copias maestras y medidas correctoras empleando materiales y métodos indígenas. Estos temas se comentaron y se respaldaron con demostraciones y puesta en práctica de los artesanos.

#### ■ Contribuciones al diseño y desarrollo de productos

- Se diseñó y fabricó una serie de líneas de productos.
- Se desarrolló una gama de productos combinando las habilidades adquiridas, las contribuciones al diseño y las técnicas de los artesanos.
- Se llevó a cabo un estudio exhaustivo de las diferentes formas de asir los cuchillos al cortar fruta, verduras, etc.; los descubrimientos de la investigación se convirtieron en contribuciones del proceso de diseño. Se clasificaron los diferentes estilos para asir los cuchillos y se describieron las diferentes funciones; todo ello se aplicó a los diseños.
- El aspecto interesante fue el esfuerzo de mezclar diversos materiales como cobre, acrílico, acero inoxidable y madera con el fin de aumentar el valor que se entendía que tenía el producto final. Se mostraron a los artesanos, materiales

inexplorados anteriormente, como cuero, madera, bambú y asta.

- Se hizo hincapié en la importancia de las contribuciones de calidad, como los detalles de acabado del producto y la necesidad de mantener estándares según el diseño. Se insistió en hacer cuchillos de buen acabado que requirieran procesos mínimos y menos tiempo.
- La producción de cuchillos hizo un uso total de la única técnica de forja y templado a mano que aumenta la resistencia del acero de carbono.
- El proyecto se centró en la necesidad de deshacerse de las formas planas y convencionales y, en su lugar, fabricar productos que requirieran ser vueltos, doblados, retorcidos, etc. La diversificación de la gama de productos existentes condujo a la fabricación de productos relacionados y ampliados, de cuchillos a perforadores de latas, plegadores, abrelatas y sacacorchos. Se exploraron nuevos acabados que se introdujeron con el esfuerzo de mantener la constancia de la característica de forja del producto. Con cada artículo, los artesanos se enfrentaban al reto de diseñar el mecanismo de resorte para la cuchilla de tijera.

#### ■ Desarrollo de productos

1. Las formas convencionales planas se ampliaron a productos forjados a los que se tenía que dar la vuelta, doblar y retorcer para hacer perforadores de latas, plegadores, abrelatas y sacacorchos con acabados sin refinar.
2. Los artesanos que, tradicionalmente, se habían dedicado a fabricar cuchillos por unidades para la venta, ahora producían juegos de cuchillos con funciones específicas para las cocinas urbanas. Se fabricaron dos juegos de cuchillos para cortar carne, unos con técnica de forjado a mano y otros con técnica de templado y forjado a mano que aumenta la resistencia del acero de carbono.
3. Los cuchillos se diferenciaban según el uso y las características de diseño, tales como aquellos utilizados para cortar material de escritorio, cuchillos de caza con mango de cuero, bambú y asta; cuchillos de cocina con mango de madera; y cuchillos para mantequilla hechos totalmente en metal.
4. Se diseñaron y se adaptaron al consumidor cuchillos de viaje, teniendo en cuenta las necesidades de los viajeros. También se desarrollaron cuchillos plegables para el mercado interesado por la artesanía y cuchillos por unidades para fines decorativos.

*Se intentó tratar con cantidades más grandes, manteniendo un estándar de calidad constante. Se desarrollaron estándares de calidad más altos y se mantuvieron los mismos haciendo pequeñas mejoras y refinamiento de los artículos.*

Se diseñaron las colecciones para cubrir las necesidades de grupos específicos como estudiantes de arte, estudiantes de diseño y viajeros.

## Contribuciones del Diseño en la Terracota y la Alfarería

**Ubicación:** Los dos pueblos identificados para la intervención del diseño en terracota fueron Khedoi y Chandrani, en el bloque Anjar de Kutch, estado de Gujarat. Los dos pueblos tenían diferentes niveles de técnicas existentes y de materias primas y fabricaban artículos de diferentes calidades. Los niveles de habilidades identificados en Chandrani eran ligeramente más bajos que los encontrados en Khedoi. Los equipos y procesos usados en los dos pueblos eran básicos. En los dos pueblos, las comunidades alfarerías no eran, ni mucho menos ricas, por estar a merced de la demanda de un mercado bajo e irregular, excepto durante la estación de festivales

### PASO 1:

#### Valorar la infraestructura existente y las técnicas de la zona artesanal

*La artesanía tenía una estación específica; la mayor parte del trabajo se hacía en los meses calurosos y secos y se paralizaba casi por completo durante el monzón.*

*La gama existente de productos se comercializaba, principalmente, dentro y fuera de los pueblos locales.*

*El trabajo se incrementaba sustancialmente, durante la estación festiva cuando se dirigían a los mercados urbanos de las ciudades cercanas.*

*Cada pueblo tenía su propia especialidad con relación a productos y técnicas.*

*La artesanía se practicaba, en su mayor parte, dentro de un sistema familiar, con específicos papeles asignados a miembros individuales.*

*Las mujeres realizaban las técnicas menos profesionales y preparaban la arcilla y pintaban los productos acabados, mientras que los hombres hacían las tareas más especializadas de lanzar, golpear y dar forma a los productos principales.*

*En general, se observó que los artesanos estaban mal equipados; carecían de facilidades de infraestructura, herramientas y facilidades de almacenaje.*

*Los artesanos carecían de un buen conocimiento básico técnico en temas como calidades de arcillas y técnicas de cocción.*

*Los artesanos no estaban familiarizados con el uso de herramientas de medida o acabado. En general, se observó que casi ningún artesano dedicado a la terracota utilizaba herramientas de medida o de acabado*

### PASO 2:

#### Técnica específica, diseño y desarrollo de productos. Objetivos:

1. Mejorar los procesos y las técnicas de producción
2. **Desarrollar productos nuevos:** Mejorar los procesos y las técnicas de producción

**Materias primas:** los métodos existentes de preparación de la arcilla eran laboriosos, llevaban mucho tiempo y carecían de refinamiento técnico. Puesto que la calidad del producto dependía de la materia prima, se hizo el esfuerzo de educar a los artesanos en métodos más eficientes para preparar la arcilla y también a crear la infraestructura básica requerida.

- **Uso de herramientas y equipos apropiados:** se introdujeron herramientas sencillas. La mayoría se desarrollaron en el lugar y se demostró su uso. El uso de estas herramientas sacó a relucir los niveles de calidad y aseguró la consistencia y los pormenores de la producción.
- **La cocción de los productos acabados:** Los métodos existentes de cocción en los dos pueblos eran extremadamente básicos y no eran técnicos, lo que conducía a anomalías y a un gran número de roturas. Se requería bastante trabajo para demostrar la tecnología de mejores hornos y se informó a los artesanos sobre la complejidad de los procesos de cocción.
- **Introducción de nuevas técnicas de producción:** como la comunidad de artesanos poseía diferentes niveles individuales de técnica, no se consideró apropiada una formación uniforme para todos. Se necesitaba explorar oportunidades de trabajo dependiendo de los niveles de técnica individual. Se introdujeron técnicas tales como fundición deslizada, moldes a presión y fabricación de moldes que requerían contribuciones técnicas más bajas y facilitaban la producción en grandes cantidades.

### Desarrollar productos nuevos

Basándose en la valoración de antecedentes, se decidió que el enfoque de desarrollo de productos debería tener como objetivo llevar a las mujeres y a los artesanos con menos habilidades a la primera línea, en lugar de dejarles que desempeñaran un papel secundario.

### ■ PASO 3:

#### Programas de mejora de técnica y módulos de formación

##### Módulo 1: Comunicación técnica

- **Objetivo:** hacer hincapié en la importancia de la precisión y consistencia y enseñar la habilidad de interpretar dibujos sencillos bidimensionales en productos de tres dimensiones.
- **Metodología:** los ejercicios se hicieron para aprender a usar instrumentos de medidas sencillos y a interpretar los dibujos a escala en vista llana y en perspectiva en modelos de tres dimensiones.
- **Conclusión:** al final, los artesanos habían aprendido el uso efectivo de la escala, habían adquirido la comprensión de unidades de medidas (centímetros, milímetros y pulgadas) y eran capaces de aplicar estas tres formas tridimensionales.



Nuevas creaciones

#### Módulo 2: Lanzado

- **Objetivo:** conseguir conocimiento de las técnicas de lanzado y dominarlas técnicamente.
- **Metodología:** un maestro artesano<sup>6</sup> trabajó con los artesanos y les demostró técnicas de lanzado básicas como centrado en el torno, aumento del espesor de las paredes y levantado del torno con intrusión mínima.
- **Conclusión:** aunque los artesanos poseían las técnicas de lanzado, el método técnicamente correcto les ayudó a conseguir una mejor calidad y más consistencia de lanzado.

#### Módulo 3: Fundición por deslizamiento

- **Objetivo:** introducir un método basado en la producción en masa para artesanos que posean grados más bajos de habilidades manuales.
- **Metodología:** la contribución organizada en una unidad a gran escala de Delhi y gestionada profesionalmente, la coordinó un diseñador de cerámica. Se realizó una demostración de todo el proceso para los artesanos y, después, la hicieron ellos bajo supervisión.
- **Conclusión:** la contribución proporcionó una plataforma nueva e interesante para que la mayoría de los artesanos comenzaran una técnica útil y nueva en situaciones generales basadas en la producción en masa. Algunos artesanos decidieron llevarlo más lejos y la incorporaron a su trabajo.

#### Módulo 4: Dar a conocer la alfarería de taller

- **Objetivo:** proporcionar estudio de caso real de una unidad de alfarería a pequeña escala de producción comercial.
- **Metodología:** los artesanos visitaron una unidad bien establecida y de éxito comercial, dirigida por un maestro artesano de Nueva Delhi e interactuaron intensamente con temas de técnica, infraestructura y gestión de mercados.

- **Conclusión:** este conocimiento generó información sobre costos de infraestructura, tipos de equipos y maquinaria disponible, establecimiento de la producción y fijación de precios.

#### Módulo 5: Técnicas de preparación de la arcilla

- **Objetivo:** refinar la calidad de las materias primas y proporcionar métodos más idóneos para la preparación de la arcilla.
- **Metodología:** este seminario impartió formación de construcción de hojas de preparación de arcilla en emplazamientos del pueblo. A esto siguió una demostración de su funcionamiento con suficiente arcilla preparada en cada pueblo y se hizo una comparación entre la hoja de arcilla de calidad y la calidad de arcilla anterior.
- **Conclusión:** este método redujo la cantidad de trabajo de las mujeres al requerir menos trabajo manual. La arcilla conseguida era más apropiada para fabricar productos nuevos que requerían mejor acabado y consistencia.

#### Módulo 6: Comprobación de la arcilla

- **Objetivo:** comprobar la dureza de la arcilla y determinar su idoneidad para diversos métodos de procesado y productos.
- **Metodología:** este seminario, dirigido por un diseñador ceramista profesional, demostró métodos con los que se podía juzgar la calidad de la arcilla y su idoneidad con relación a procesos tales como lanzado, golpeado, etc.
- **Conclusión:** aunque la mayoría de los artesanos entienden, bien por intuición o por experiencia, la calidad de la arcilla y su idoneidad para diversos procesos, la contribución proporcionó una forma más racional de enfocar el tema.

#### Módulo 7: Construcción de hornos y técnicas de cocción

- **Objetivo:** construcción de un horno técnicamente correcto, diseñado para ahorrar energía y asegurar consistencia en la calidad.
- **Metodología:** se invitó a un maestro artesano de Nueva Delhi a que hiciera una demostración de cómo construir un horno en los pueblos de Khedoi y Chandrani. Al seminario asistieron todos los alfareros de los dos pueblos. Se construyó un horno de capacidad moderada usando recursos locales. Se comprobó y se compararon los resultados con la calidad de los productos existentes y cocidos con la antigua técnica. Convencidos de su rendimiento, muchos alfareros expresaron interés por construir sus propios hornos.

<sup>6</sup> Un artesano maestro es aquel a quien el Presidente de la India ha premiado como reconocimiento a su labor.



## ■ Contribuciones del diseño, desarrollo de productos y técnicas

Se diseñaron y realizaron una serie de líneas de productos. Una de las consideraciones principales aquí fue la necesidad de que las mujeres y los artesanos con menos habilidades se incluyeran en la corriente general. Se trabajó sobre cuatro líneas diferentes de infraestructura disponibles o que se estaban desarrollando. También se desarrollaron productos especialmente dirigidos al alfarero calificado.

1. **Juguetes decorativos y recuerdos:** se desarrollaron las líneas de estos productos con el objetivo de lograr que *las mujeres artesanas y otros que estuvieran aprendiendo la artesanía se involucraran en la corriente general*. Los temas del desarrollo se basaron en la cultura local y en los entornos inmediatos.
2. **Azulejos decorativos:** la producción de azulejos de terracota, al estar parcialmente orientada a la calificación y parcialmente a la mecanización, se consideró como una opción potencial para *proporcionar trabajo a los artesanos menos cualificados*. Como actividad basada en la producción de series en masa, se podría utilizar cuando se tuvieran pocos pedidos.
3. **Utensilios batidos:** esta línea de productos se basó totalmente en métodos y técnicas existentes. El ejercicio se dirigió a *expandir y explorar las tradiciones de los artesanos calificados* que ya tenían buen conocimiento de la técnica.
4. **Productos de fundición por deslizamiento:** esta dirección era relativamente radical y se concibió con el objetivo de *ampliar las técnicas artesanales* en una dirección parcialmente semi-industrial, involucrando tanto a trabajadores cualificados como a no cualificados. Se introdujo para que, en ocasiones de demanda alta de productos estándares, se pudiera utilizar la técnica de fundición deslizada para acelerar la producción rápidamente al tiempo que se garantizaba, simultáneamente, la calidad. Al ser una nueva técnica de los pueblos, era probable que llamara la atención de participantes totalmente nuevos, con la posibilidad de surgir como una línea independiente de trabajo también.

## ■ Desarrollo de productos nuevos

Las líneas de nuevos productos desarrollados incluían una serie de juguetes basados en personajes folclóricos diseñados para ser usados como piezas decorativas; figuras de terracota cerradas y pintadas, como si fueran guijarros en el lecho de un río, con campanas pequeñas de arcilla para crear sonido; lámparas de talla intrincada para usar en los festivales; productos de cerámica de fundición deslizada para las casas contemporáneas, tales como pequeños contenedores, botellas y barcos, azulejos, soportes votivos y utensilios decorativos.

## Un Análisis del Proyecto: Resultados, Logros y Actividades de Seguimiento

1. Más de 200 artesanos se asociaron al esfuerzo de la planta de profesores del Departamento de Diseño de Accesorios y a expertos de fuera. Bhatt da crédito a la 'capacidad de adaptación' de la gente enfrentándose a los caprichos de la vida y a que fueran unos socios tan efectivos.
2. Algunos de los logros incluyen la introducción de nuevos métodos, procesos y *know-how* y la implantación del conocimiento a través de aplicaciones prácticas.
3. El proyecto invirtió más de 3.500 días/hombre, convirtiéndose así en una de las participaciones más intensivas de capacidades de alto nivel profesional del diseño. La calidad, seriedad, compromiso y tiempo invertidos indican la preocupación y el deseo genuino, por parte de los miembros del equipo, de contribuir a la rehabilitación del proceso.
4. Uno de los resultados visibles de la intervención fue una gama de productos distintivos de abastecimiento de alto valor, con buenas posiciones en el mercado de pequeño volumen, que tenían el potencial de generar mejor rentabilidad para los artesanos dentro de las habilidades, técnicas y materiales disponibles.

### El proyecto ha desembocado en los siguientes logros:

- Comprensión y apreciación de nomenclaturas de comunicación objetivas a través de la interpretación de dibujos, tamaños y proporciones.
- Reconocimiento, en cierta medida, de la importancia de mantener la consistencia de dimensiones, acabados, detalles y escalas.
- Necesidad de calidad de los materiales, ensamblaje, procesado, texturas y apariencia.
- Comprensión de la necesidad de diferentes estilos y necesidades estéticas en el tratamiento de productos para artículos fabricados para los mercados locales en contraposición de mercados urbanos / contemporáneos.
- Comprensión de la necesidad de la calidad de materias primas, detalles, herramientas, equipos, ensamblaje, dimensionalidad, características de formas y aspectos relacionados como necesidades diferentes para mercados contemporáneos.
- Apreciación y sensación inicial por la estética y los paradigmas de la forma de adornos moderados, así como tratamiento visual minimalista, opuesto al trabajo excesivo y elaborado.
- Reconocimiento del potencial de realización de valor más alto, a través de la reestructuración de la aplicación de la calificación así como de mercados y de cambio de productos.



Nuevas creaciones

- Franqueza y confianza imprescindibles para involucrar las contribuciones desconocidas hasta ahora a varios niveles de mejora de productos y procesos.

*Preguntado sobre la consideración del artesano como un par de manos cualificadas en lugar de un individuo creativo, Bhatt explicó que los artesanos, al haber estado expuestos a productos y preferencias más nuevos, ahora tenían la libertad de crear con estéticas diferentes y habían empezado a hacerlo.*

*'Lo que se ha conseguido no es sólo un nuevo paradigma de productos, sino también, en gran manera, una visión y sentimiento genuinos entre los artesanos de lo que caracteriza esta nueva dimensión de posibilidades estéticas, desde sus propias habilidades y técnicas.'*

*'El diseño ha encontrado una posición significativa, así como apreciación, porque se percibe como un proceso de intervención efectiva. Más importante, los diseñadores se considera que tienen experiencia en pensar a través de las complejidades del desarrollo, capacidad de creación así como movilización de la comunidad, que va más allá que la preocupación por la estética visual.'*

– Jatin Bhatt

### Seguimiento

¿Qué ocurrió después de que NIFT abandonó el lugar? Al seguimiento en la ciudad de Madhapur en enero de 2002 que duró ocho días, asistieron más de 200 artesanos; intercambiaron ideas y exploraron otras posibilidades con treinta estudiantes de diseño del NIFT y siete miembros profesores de la facultad.

### Lecciones de la Interacción del NIFT

#### ■ Antes de la intervención

- Es esencial tener un estudio objetivo y profundo, análisis y evaluación del escenario existente relacionado con las habilidades, técnicas, materiales, procesos, prácticas, conocimiento, limitaciones, dinámica social y cultural, práctica y



Exhibition of pottery products

relaciones comerciales, bienestar y aspiraciones económicas, así como iniciativa y sensibilidad de las comunidades artesanas.

#### ■ Durante la intervención

- Es importante establecer lazos y relaciones con las comunidades artesanas; esto requiere tener acceso a los representantes del equipo, acompañado de agudeza y humor, junto con apoyo de fondos y logística. También es importante evaluar constantemente las respuestas de los artesanos y los sentimientos sobre nuevas ideas e innovaciones y juzgar el alcance de su comprensión y aceptación de los nuevos conceptos y técnicas.
- Diálogo continuado e interacción enfocada a crear una relación proactiva y comprometida alrededor de los diferentes aspectos de las artesanías, basadas en las oportunidades disponibles. Identificación de representantes entusiastas, abiertos e influyentes entre las comunidades artesanas para crear posibilidades que tengan implicaciones inmediatas y a largo plazo.
- Desarrollar una base mínima común de iniciativas a nivel de procesos, materiales, ideas sobre productos, usos y funciones y su potencial, tanto en términos de la posibilidad de venta como mejora de ingresos.
- Explorar caminos potenciales para el desarrollo de productos que crean una percepción de valor más alto basado en las oportunidades del mercado.
- Hacer hincapié en la necesidad del desarrollo de productos intensivos y determinados exige que muchos artesanos operen dentro de sus niveles de calificación, con los equipos disponibles, con un alto nivel de motivación que tiene impacto sobre el proceso y el resultado.
- Evaluación y redefinición constante de las ideas del diseño, concepto de los productos y resultados deseados a través del proceso de la idealización, exploración, muestras y prototipos, al tiempo que se tiene en mente factores como calidad, consistencia, materiales, procesos, acabado y terminados, consumidor y segmentos de mercado, costes, percepciones de valor, así como anticipación y planificación de toda la cadena de suministro dentro de la realidad imperante.
- Introducción de nuevas calificaciones, ideas, experiencias y capacidades que aumenten la flexibilidad de los artesanos, prácticas de trabajo, procesos y niveles de comodidad.
- Creación de un mínimo de presencia visible basada en la continuidad y la interacción cualitativa con grupos de artesanos.
- Mantenimiento de las especificaciones de los productos, componentes indicativos y listas de materiales, precios indicativos, inversiones de tiempo y detalles relacionados con cada proceso.

## ■ En el futuro

Los siguientes asuntos necesitan ser tratados para llevar a cabo un grado de reacción maduro, independiente y proactivo iniciado con las intervenciones:

- Proporcionar motivación empresarial para las generaciones más jóvenes de artesanos para que gestionen sus propias actividades, necesidades y operaciones, celebrando regularmente talleres, seminarios, interacciones y sesiones para darse a conocer.
- Crear percepciones y apreciaciones de la cadena de suministradores y de las diferentes etapas de la realización de valor con el objetivo de retener una proporción más amplia.
- Mejorar los procesos, equipos y herramientas, así como aumentar las calificaciones y conocimiento preciso que incrementará la productividad, la consistencia y la variedad.
- Movilizar a las comunidades artesanales para que adopten estructuras de base colectiva y de propiedad, capaces de autogobernarse y de poseer potencial de desarrollo propio.
- Inculcar capacidades para el suministro de materias primas, llevar a cabo procesos especializados e incorporar contribuciones con un sentido comercial crítico.
- Crear un entendimiento, apreciación y aplicación de las capacidades de seguridad de supervisión y de calidad en lo relacionado con un sistema, actitud y conocimiento que responda a las normas contemporáneas en los contextos de los mejores mercados y consumidores.
- Incrementar la concientización y compartir el conocimiento y la experiencia entre grupos más amplios para aumentar el número de beneficiarios.
- Desarrollar formas de protección a largo plazo; solicitar el apoyo sostenido del gobierno y de agencias no gubernamentales para financiar actividades de naturaleza colectiva y ofrecer servicios a intereses más amplios, tales como comercialización, eventos comerciales, etc.
- Aspirar a posicionarse en un mercado heterogéneo con estrategias de posicionamiento y precios que exploten diversos niveles de aplicaciones de capacitación y que sostengan la participación en aumento y la seguridad económica de los beneficiarios.
- Adoptar una imagen / marca distintiva que inflencie las características únicas y rasgos distintivos de las comunidades artesanales y de sus productos, tanto en contextos socioculturales como etnocontemporáneos.
- Asegurar el compromiso sostenido y los aportes de diferentes expertos e instituciones para conseguir los objetivos mencionados.



*Artesanos con sus productos de cuevo diseño*

- Adoptar una estrategia de salida pragmática que aliente la propiedad colectiva y con ello, la responsabilidad, así como que controle todas las actividades, basándose en obligaciones de las comunidades artesanas involucradas en el proceso de la toma de decisiones, tanto en los riesgos como en los beneficios.
- Crear el entendimiento necesario y suscitar nuevas percepciones en las oportunidades del mercado contemporáneo, en forma de productos, usos, funciones, ocasiones, valores de los consumidores y preferencias estéticas y de estilo, dentro de las cuales las comunidades artesanas tienen que encontrar una buena posición.

### 3.2. INICIATIVAS DE ESTUDIANTES SOBRE SOSTENIBILIDAD: CREAR UN PUENTE ENTRE EL DESARROLLO DEL DISEÑO Y LOS PRODUCTOS PARA OBTENER MEDIOS DE VIDA

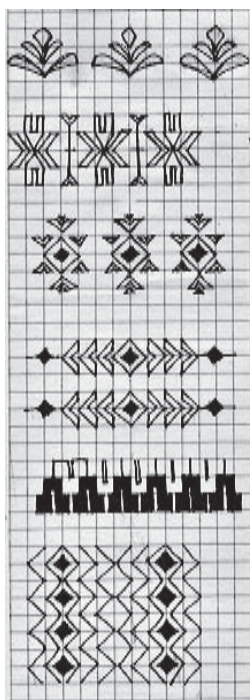
#### 3.2.1 Tejer la Paz en Bongaigaon, Assam. Un Proyecto del Action Northeast Trust (ANT)

- **Proyecto:** tejer la paz
- **Estudiante diseñadora:** Smitha Murthy, Srishti School of Art, Design and Technology, Bangalore, Karnataka
- **Ubicación:** Bongaigaon, Assam
- **Duración:** seis meses, de mayo de 2002 a noviembre de 2002
- **Patrocinador:** ANT (*The Action Northeast Trust*)<sup>7</sup>

#### ■ Antecedentes

El trabajo del ANT, concentrado en la pequeña localidad refinera de Bongaigaon, del bajo Assam, tiene por objeto la creación de dos niveles directos: entre las comunidades del pueblo y como organización financiera involucrada en la construcción de capacitaciones y en la formación de

<sup>7</sup> El ANT, un trust benéfico, se creó con el propósito de trabajar por el desarrollo de la región noreste de la India.



Motivos elegidos

otras organizaciones de desarrollo y con jóvenes comprometidos socialmente. El ANT tiene programas en unos treinta pueblos ubicados en treinta *gram panchayats*, las cuales están a una distancia en bicicleta desde Bongaigaon.

### ■ Sobre la comunidad

Los *bodos*, una comunidad tribal de Assam, han estado involucrados en una lucha política contra los *assameses*, durante las últimas dos décadas. El conflicto étnico se ha incrementado por la erosión de la tierra de cultivo de la comunidad tribal debido a los ríos principales, lo que ha conducido a una lucha por los recursos entre diferentes comunidades.

Muchas familias sin tierras sobreviven con los jornales diarios de los hombres y con la venta de verduras que hacen las mujeres en los *haats* regionales, pero ninguna de ellas es una fuente segura de ingresos. Llegar a los mercados exige mucho tiempo y energía, debido a las grandes distancias que deben recorrer las mujeres.

Casi todas las mujeres *bodo* saben tejer porque este arte se transfiere de generación en generación. Como el tejer es una actividad de la casa, en casi todos los hogares existe un telar de lanzadera. Tradicionalmente, las mujeres tejían telas para ellas y sus familias en su tiempo libre, empleando hilo acrílico que se conseguía fácil, las mujeres producían artículos tales como *dokhna* y *chaddar*, un vestido tradicional sin costuras de aproximadamente 1,25 metros de ancho por 3 metros de largo que se rodea desde el pecho a los tobillos y se sujeta por encima del pecho y en la cintura.

### ■ Misión

Las mujeres tejedoras, especialmente aquellas de familias sin tierras, necesitaban un mercado que transformara su actividad tejedora en una fuente significativa de ingresos seguros. Esto requería un mercado que apreciara los productos tejidos a mano. También exigía la diversificación de los productos y la adaptación de colores y diseños que cubrieran la demanda de los clientes, un riesgo que las tejedoras sin tierras no podían correr.

Se esperaba con este proyecto que las mujeres aumentaran sus ingresos familiares no sólo vendiendo verduras, sino que contaran con una fuente de ingresos segura.



Tejedora nueva trabajando

### ■ Objetivos

El proyecto se llamó *Weaving Peace* (Tejer la paz).

- Promocionar el arte tradicional de la tejeduría entre las mujeres rurales *bodo*, con el fin de crear una fuente de sustento significativa y sostenible a través del uso del diseño y del mercadeo.
- Aumentar y construir una imagen positiva de la tribu *bodo* a través de la promoción de la tejeduría para contrarrestar la imagen pública de militantes.

### ■ Metodología

La metodología y el proceso que se tenía que seguir para alcanzar los objetivos se dejaron en manos de la diseñadora.

#### Fase 1

En primer lugar se divulgó el propósito del proyecto Tejer la Paz a los residentes de los pueblos involucrados. Se exhibieron telas tejidas por artesanas de otros estados, lo que despertó su interés en el proyecto. La idea de que gente de la ciudad usara y vistiera las telas tejidas por ellas, era lo que más le fascinaba a las mujeres *bodo*.

Simultáneamente la diseñadora Smitha Murthy, llevó a cabo una profunda investigación sobre la variedad de los dibujos tradicionales, sus orígenes, las historias relacionadas con la creación de cada dibujo, colores y materias primas. Con esta información, se identificó y estudió la aceptación de dibujos y colores tradicionales en un posible mercado. La documentación de los dibujos y diseños tradicionales de los *bodos* para crear un punto de referencia del desarrollo futuro, se convirtió en un proceso que continuó a lo largo del proyecto.

Se consultaron aldeanos y personas relacionadas con diferentes temas de los *bodos* para conseguir información y comprenderlos no sólo a ellos sino a su sociedad.

#### Fase 2

La diseñadora estudió y aprendió la técnica de tejido practicada por las mujeres *bodo* para su demostración en el telar en vez de ser transmitidos verbalmente o con dibujos. La diseñadora permaneció en el lugar a petición de ANT, para ganarse la confianza de las tejedoras y establecer relación con ellas. Según sus propias palabras, debido a la barrera del lenguaje estaba totalmente paralizada.

El proceso inició con Smitha Murthy quien se puso en contacto inicialmente con los hombres de la comunidad, estableciendo sus credenciales y ganándose la confianza de las mujeres. Lo que le ayudó fue el hecho de que era de Bangalore, donde muchos niños *bodo* estaban estudiando. Comía y bebía lo que le ofrecían, para no ofenderles. Se ganó el respeto de los aldeanos cuando vieron su lucha cotidiana, desplazándose 30 kilómetros en bicicleta para llegar a sus comunidades, así como su deseo de aprender la técnica de tejido y elaborar los prototipos - todo esto sin hablar su propia lengua.

**Fase 3**

Después de estudiar las *dokhnas* y *chaddars* reliquias de familia, se escogieron cuatro dibujos principales con los que las tejedoras estaban familiarizadas, se mezclaron y se agruparon para crear diseños nuevos. La paleta de colores tradicionales se mantuvo porque se identificaban en gran medida con la comunidad. Cada uno de los cinco colores tradicionales que iban del amarillo limón, del naranja al rojo fuerte tenía su propio significado y su nombre local. Los bordes utilizados eran tradicionales y se aplicaron tanto a la tela lisa como a la de rayas.

Los experimentos se hicieron con bordes desiguales y se crearon diferentes patrones utilizando la misma urdimbre.

**Fase 4****Etapa de muestreo: cuatro meses**

Se comenzó con cinco tejedoras en un pueblo usando hilo de algodón. Esto era difícil porque el hilo de algodón se rompía frecuentemente y desteñía más fácilmente comparado con el hilo acrílico o sintético al que estaban acostumbradas las tejedoras. La tela se tejía despacio. Se pagó a las mujeres por su tiempo y esfuerzo, recibiendo así una cantidad que era mucho más alta que la pagada a otras tejedoras de Assam.

**Fase 5**

Los productos que se desarrollaron inicialmente, fueron textiles sin confeccionar como chales, estolas y pañuelos que ayudaron a las tejedoras a que se adaptaran a futuros desarrollos y que les permitieron iniciar en la tejeduría comercial para el mercado externo. Las urdimbres se planificaron de tal forma que se pudieran confeccionar con ellas faldas y ropa similares a las que llevaban las mujeres de Manipur, una cultura con la que los *bodos* estaban familiarizados.

El siguiente paso fue la producción de ropa; se hicieron prototipos de artículos confeccionados y terminados, incluidas chaquetas y faldas. Esto ilusionó a las mujeres que admiraban y se probaban toda la ropa. Sin embargo, la producción de ropa confeccionada era un tema totalmente desconocido y era IMPORTANTE encontrar a alguien cerca. Finalmente, se localizó una boutique de Guwahati, Assam, que podía coser la ropa.

**Fase 6**

Los tejidos y los productos se exhibieron y vendieron en la exposición de *Nature Bazaar*, organizada por *Dastkar*, en Nueva Delhi, en noviembre de 2003. Los productos tuvieron buena aceptación.

**Fase 7**

La diseñadora Smitha Murthy volvió a trabajar con las tejedoras después de terminar sus estudios. 'No tardé mucho en darme cuenta que mi relación con ANT y su programa de tejeduría no iba a terminar con el proyecto de estudiante y que no tenía sentido darles sólo una línea de diseños y prototipos. Se necesitaba

un apoyo más continuado y por ello continué mi ayuda como diseñadora incluso después de graduarme'.

**Retrospectiva**

Hoy, cuando vuelvo la vista al viaje que iniciamos, cuando comenzamos a hacer muestras con cinco tejedoras a las que ayudamos hasta llegar a 130 en la actualidad, creo que ha sido un gran logro que las mujeres ahora consideren la tejeduría como una fuente segura de ingresos y no sólo como una actividad de ocio. Los diseños y tejidos han gustado mucho a los consumidores y veo un gran potencial en el futuro. Las tejedoras están registradas ahora bajo un nombre diferente, '*aagor*', y han conformado un comité directivo propio. Sin embargo, diré que este proyecto tendrá realmente éxito cuando vea a las mujeres dirigir este programa de tejeduría a ellas solas. Espero que no esté lejos el día en que la gente identifique a los *bodos* como creadores de tejidos clásicos de colores vibrantes y de intrincados diseños y, no como un pueblo que lucha por sus derechos y su tierra.

– Smitha Murthy

**3.2.2. LOS TEJEDORES DE PHALODI, RAJASTHAN**

- **Estudiante de Diseño:** Kunjan Singh
  - **Instituto:** *National Institute of Fashion Technology* (NIFT), Nueva Delhi
  - **Ubicación:** Phalodi, Rajasthan
  - **Período:** 1996
  - **Duración:** Seis meses
  - **Patrocinador:** *Urmul Marusthali Bunkar Vikas Samiti* (UMBVS)<sup>8</sup>, Phalodi, Rajasthan
- **Antecedentes**

Phalodi, una pequeña ciudad a cuatro horas de Jodhpur, Rajasthan, es la oficina central del *Urmul Marusthali Bunkar Vikas Samiti* (UMBVS). Phalodi está ubicada en el punto central de los pueblos



*Nuevas creaciones*

<sup>8</sup> La UMBVS se registró en 1991 como sociedad de tejedores.



Tejidos definitivos

tejedores de los alrededores, que se extienden en una circunferencia de unos 40 kms. UMBVS dirige uno de los programas de generación de ingresos más fructíferos del estado; trabajando con los tejedores tradicionales de *pattu* de los pueblos. La artesanía tradicional del tejido de *pattu* está orientada a la producción de mantas y chales de lana adornados con bellos dibujos con trama abultada. Estos dibujos tradicionales se ampliaron con contribuciones de diseños y la utilización de algodón, lana merina e hilos de seda *tussore*. Se aumentó la variedad de artículos incluyendo prendas de vestir, lencería y telas para la decoración.

■ **En resumen:**

- Trabajar con tres colecciones de diseños que iban desde lencería y telas para la decoración, diseño de prendas de vestir y chaquetas para hombre y mujer.
- Documentar la artesanía.
- Documentar la estructura organizativa y las prácticas de trabajo.

■ **METODOLOGÍA**

**Fase 1: la experiencia de campo**

- La primera semana se pasó en el campo como un ejercicio de orientación para aprender sobre la organización, el campo y los programas de desarrollo. Después de esto comenzó el proceso de desarrollar conceptos de diseño. Las muestras diseñadas las hicieron cinco tejedores, supervisados por el maestro en el centro de formación. El diseñador pasó a la etapa de producción, interpretando los diseños para los tejedores.
- Kunjan Singh se dedicó a trabajar en una colección de chaquetas de lana y algodón, *kurtas*, colchas, una colección de lencería y *saris*. Los *saris*, las chaquetas y las colchas de ancho extra fueron parte de la nueva gama de productos.
- Se introdujo un telar de lanzadera para tejer las colchas de una pieza; se hizo así porque el estudio de mercado había indicado que a los compradores no les gustaban las uniones. La tarea más desafiante fue tejer dos muestras de *saris* en hilo de 2/60 porque los tejedores nunca habían utilizado antes una urdimbre tan fina.
- ‘Hubo muchos recelos, argumentos y discusiones mientras se estaban haciendo estas muestras. Los tejedores retaban a Kunjan por la técnica y sus

posibilidades, pero, gradualmente, todos se pusieron a trabajar con los demás y a tejer los nuevos diseños. También ayudó el hecho de recibir información de los visitantes a los que realmente les gustaban los nuevos productos y animaron al grupo.’

**Fase 2:**

- Kunjan decidió volver a Urmul después de la graduación y se puso a trabajar como diseñadora de tiempo completo.
- Hubo mucha frustración porque mes tras mes se siguieron produciendo los diseños antiguos puesto que había temor al cambio. Kunjan visitó dos exposiciones en Delhi con los diseños y surtidos anteriores. Después de recibir contestaciones negativas, Kunjan persistió e insistió en trabajar con diseños y colores nuevos. Como ella dijo: ‘Este fue un ejercicio difícil porque se tuvieron que fijar nuevos precios a los tejidos y los gerentes de tejeduría temían comenzar los diseños nuevos en sus pueblos porque serían considerados responsables de los productos rechazados.’
- Llegado a este punto, Kunjan y su equipo decidieron que ella tendría que ir a los pueblos y comprobar los nuevos diseños mientras que ellos tejían en el telar y ayudaban a clarificar dudas relacionadas con el diseño o con problemas del momento. La nueva imagen comenzó a mostrarse lentamente en el surtido y en las exposiciones. Los productos nuevos recibieron una respuesta muy buena. Sin embargo, había un problema: había algunos productos en los que el costo no estaba bien calculado y esto afectaba las ventas.

‘Continué haciendo algunos diseños nuevos, pero más tarde me concentré sobre todo en la producción y la comercialización. Fui a muchas exposiciones y viajes comerciales en los que llevamos los productos nuevos y nos hicieron pedidos con algunas combinaciones de colores nuevos elegidos por los compradores. Nos hicieron muchos pedidos y, lentamente, los tejedores comenzaron a aceptar los nuevos diseños.’

- Kunjan Singh

‘Por supuesto, había algunos productos que los tejedores se negaron a hacer. Los hombres no entendían que alguien quisiera llevar *kurtas* cortas; tampoco querían hacer ‘artículos pequeños’. En un principio se negaron a suministrar a la gente más joven y a hacer una línea de *kurtas* que los estudiantes de universidad estarían interesados en comprar, pero cuando vieron que se vendían tan bien, pensaron en ellos y, finalmente, comenzaron a hacerlas dos años más tarde. Con las *kurtas* tuve otro problema por tener mangas tres cuartos. Los tejedores no podían comprender el propósito de estas mangas. Pensaban que las *kurtas* tenían que ser con mangas largas, mangas cortas o sin mangas. Hicimos varias *kurtas* sin mangas y se vendieron todas. La diferencia era



Nuevas creaciones

que ahora confiaban en mí y me dieron la libertad de experimentar con los productos, incluso si los tejedores no tenían mucha seguridad en ellos’.

### La experiencia del aprendizaje

Hay que ser muy persistente cuando se trabaja con artesanos para hacerles comprender el diseño y llegar a relacionarse con ellos. Hay que ir más allá del trabajo, bien sea comiendo juntos o cantando con ellos. No es como trabajar en un ambiente de oficina formal. Yo diría que hacer muestras y diseños es la parte más fácil de todo el ejercicio. La tarea más difícil fue producirlos y comercializarlos.

- Kunjan Singh

## 3.3 LA INTERVENCIÓN EN LOS MEDIOS DE VIDA: ONGs Y DISEÑADORES

### 3.3.1. Los Alfareros De Aruvacode, Kerala

- **Ubicación:** Aruvacode, Kerala.
- **Período:** de marzo a septiembre de 1993.
- **Diseñadora:** Jaya Jaitly, directora del proyecto; K.B. Jinan, diseñadora jefa; Vishaka, diseñadora técnica; Ulasker Dey, experto técnico; *Regional Design Technical Centre*, Bangalore.

#### ■ Antecedentes

Aruvacode, un pequeño pueblo cerca de Nilambur, en el norte de Kerala, era bien conocido por sus alfareros altamente especializados. Unas cien familias de alfareros tradicionales continuaban con el comercio familiar de hacer ollas, utensilios domésticos y otros objetos. Sin embargo, la escasez de arcilla, leña y otras materias primas, el ingreso de sustitutos industriales baratos, junto con una falta de demanda del producto final terminó en un declive grande en la posición económica y social de los artesanos, lo que condujo a terrible pobreza. En 1993, muchos de los alfareros se estaban dedicando al destilado de licor, mientras que las mujeres habían recurrido a la prostitución. Para hacer renacer esta artesanía que estaba desapareciendo y para la supervivencia digna de las familias alfareras de Aruvacode, la ONG *Dastakari Haat Samiti*<sup>9</sup> llevó a cabo una intervención.

#### ■ Objetivos

- Establecer una relación con los artesanos en cuestión, aldeanos en general, organizaciones locales, administradores y cuerpos locales.
- Formar alfareros tradicionales para diversificar la gama de sus productos.
- Vincular las mejoras tecnológicas y de diseño a un

sistema de comercialización que, eventualmente, resulte en ingresos más altos y en una situación mejor para el pueblo.

#### Fase I

- **Dos estudios sistemáticos** se llevaron a cabo sobre las condiciones socioeconómicas de los alfareros. El estudio inicial sobre alfabetismo, higiene y otros servicios, ocupaciones etc., lo realizó YWCA<sup>10</sup>. A éste, le siguió el segundo estudio realizado por el *Dastakari Haat Samiti*. En este estudio, se entrevistó a todas las noventa y siete familias alfareras de Aruvacode. La información obtenida incluía la historia del bloque Nilambur y las razones del declive y degradación de la comunidad. El estudio también reveló el deseo de la comunidad de deshacerse del estigma que tenía.
- Se necesitó hacer muchas visitas a Aruvacode antes de iniciar formalmente el proyecto en marzo de 1993. Cada visita fue un paso adelante hacia la seguridad, identificación de intereses mutuos y establecimiento de confianza.

#### Proceso

Las familias alfareras (es decir, aquellas que habían seguido siendo alfareras, incluso después de luchar contra diversas dificultades durante años) fueron las primeras en las que se realizó la interacción. La misma incluía debates abiertos sobre la comunidad, visitas a las casas para identificar los niveles de técnica y reuniones para motivar a las mujeres para que se involucraran en la formación y en la producción. **Esto era también para explicar el proyecto a la gente y seleccionar a aquellos miembros de la comunidad que pudieran ser de ayuda en la puesta en marcha del proyecto.** Localización de un lugar para construir el cobertizo, horno y depósito, preparativos para el uso de los servicios locales y también se trató sobre ganancias a corto y largo plazo para asegurar un funcionamiento abierto y democrático. Se iniciaron las reuniones regulares los sábados como un foro para la interacción con el fin de alentar iniciativas y liderazgo, impartir un sentido de la propiedad y de la responsabilidad. Treinta minutos de meditación formaban parte de las reuniones; esto fue un paso importante para la comunidad cuyos miembros, debido a la pobreza e inseguridad, estaban siempre predispuestos a la discordia.

#### ■ Establecimiento de Servicios

- El cobertizo hecho de ladrillos de barro, bambú y techo de fibra de coco, se diseñó para acomodar a sesenta personas y sus elementos de trabajo. (El solar se arrendó a un alfarero.) Se concibió como **centro para otros proyectos y actividades de la comunidad.** También se construyeron cerca depósitos y un horno.
- Se encontró cerca una fuente nueva de arcilla, ubicada a 15 Km, a diferencia de la anterior que estaba a 50 kms.



Nuevas creaciones

<sup>9</sup> *Dastakari Haat Samiti*, una ONG con sede en Nueva Delhi, es una federación de artesanos.

<sup>10</sup> *Young Women's Christian Association*.



Nuevas creaciones

### ■ Formación

- **En primer lugar, se mostraron a los alfareros libros sobre diseño y terracota y algunos catálogos de productos** para que tuvieran una idea de otras posibilidades de diseño en arcilla, es decir, lo que le gustaba a la gente de otras culturas y los diferentes productos que utilizaban.
- Aprender los principios de geometría y diseño geométrico, con dibujos hechos sin instrumentos, ayudó a los artesanos a entender los pormenores geométricos de su trabajo.
- Se enseñó a los alfareros a reconocer el potencial y la importancia del color.
- Durante este periodo, S.K. Mirmira de *Bhadrawati Gramodaya Sangh*, organizó una reunión para examinar las dificultades con las que se enfrentaban los alfareros. Algunos alfareros de Aruvacode, junto con K.B. Jinan, participaron en la reunión para tratar sobre sus problemas y buscar soluciones junto a alfareros de otras partes del país.
- Se suministraron mesas de trabajo, cajas para el transporte y el almacenaje y herramientas para modelar la arcilla. Se encargaron tornos eléctricos de alfarero.

Los niños de la comunidad estaban siempre en el emplazamiento del proyecto, dibujando, creando en arcilla, jugando con los artículos hechos y dando sugerencias lo que daba un aire de frescura a los ceramistas. Durante los dos meses de vacaciones de verano, todos los niños del pueblo se unieron al proyecto. Se les consideró aprendices durante este periodo. Películas, excursiones de campo, espectáculos de marionetas y sesiones de cuenta cuentos fueron parte de su formación.

Las mujeres capacitadoras hacían bien los objetos circulares. Esta forma era fácil para ellas porque cuando cocinaban lo hacían en objetos circulares. Una vez que creaban una relación con la arcilla, eran capaces de ponerse a trabajar y desarrollar su propio estilo al tiempo que continuaban mejorando mucho la técnica. Después, se les introdujo en el trabajo figurativo, métodos de espiral y de picado y fabricación de cuentas y joyería.

- **Se concentraron en hacer dos tipos de alfarería: funcional y decorativa.** Se familiarizó primero a los aprendices con el uso de la arcilla para que adquirieran seguridad. Se hizo hincapié en darles seguridad y habilidad para crear y no sólo para imitar. Se les animó a que hicieran sus propias herramientas dependiendo de la situación concreta y a usar objetos de su entorno como herramientas. Se les animó a diseñar y a crear de acuerdo con sus instintos estéticos propios, a equivocarse y a hacer preguntas.
  - Los aprendices tenían un problema al principio porque no se les enseñaba con el método que habían esperado. Sin embargo, pronto comenzaron a disfrutar con la innovación *Gradualmente, el énfasis se puso en el acabado en lugar de en la forma. Aumentó su autonomía al concebir, ejecutar y cuidar de los objetos. El tener más seguridad en su propia habilidad de trabajar con la arcilla se reflejó en la ejecución de ideas más atrevidas.* Los diseñadores hicieron objetos al mismo tiempo y esto fue una fuente de enseñanza importante. Cocer y colocar las piezas en el horno formaba parte también de la formación. Algunas piezas se cocieron en negro.
  - **El énfasis de la formación en las etapas posteriores se orientó más hacia la comercialización:** se animó a los aprendices a definir el uso del embalaje, a comprender las desventajas y a analizar los problemas de embalaje antes de hacer los objetos. Esto era importante porque los alfareros nunca habían embalado sus productos para las ventas a grandes distancias. Se compraron cartones viejos de tiendas y se reciclaron; las piezas se envolvían primero con paja.
  - **Al final, la formación se orientó más hacia los productos:** los aprendices seleccionaron seis o siete artículos de producción y se decidió que se dedicarían cuatro días a ellos, un día a los azulejos y un día de trabajo creativo. Más tarde, los aprendices se involucraron en el trabajo de producción. Entonces, cada uno se había especializado en un área diferente. La participación en exposiciones fue una oportunidad para probar los nuevos diseños y aprender sobre las necesidades del mercado.
- ### ■ Interacción para la comercialización:
- **Las ventas en tiendas locales de Nilambur no se vieron afectadas por los productos nuevos** porque trataban con la demanda de vasijas tradicionales para almacenar agua, cocinar y tuestos para plantas. Se siguió cubriendo esta demanda.
  - **Se exploraron otras opciones de ventas:** Calico, Richer y Vernacular, las ciudades más cercanas, ofrecían buenos mercados. Se consideraron también otros mercados potenciales ubicados a grandes distancias: Coimbatore, Mangalore, Chennai y Bangalore.



- **Existían cuatro tipos de mercados:**

1. El mercado local para productos existentes tradicionales con cambios menores, en caso de ser necesarios. Sin embargo, los rendimientos económicos no eran satisfactorios.
2. Ciudades más grandes de Kerala, donde el sentido estético imperante estaba más orientado a un nivel de acabado en máquina, incluso aunque el producto estuviera realmente hecho a mano, menos decorativo y no demasiado caro.
3. Ciudades más grandes como Bangalore y Chennai, donde el mercado conocía el producto y el trabajo podía tener un precio más alto.
4. El mercado de exportación también era una posibilidad. **Se diseñaron productos para todos estos mercados:** se inició a los aprendices en el concepto de desarrollo del diseño, teniendo en cuenta las necesidades de los diferentes segmentos del mercado.

Se hicieron azulejos para la construcción, pantallas de lámparas, productos para el hogar y jardín, artículos de oficina y de almacenaje. También se introdujeron materiales que añadían valor como hilos y adornos de metal y objetos tales como cuencos de adorno. Se exploraron unos setenta productos nuevos con unas cien variaciones.

#### Participación en exposiciones de artesanía en Coimbatore, Bangalore, Nilambur y Ernakulam

- **Objetivo:** Cambiar la opinión pública en estas ciudades sobre el pueblo de los alfareros. Fue necesario comunicar a los clientes potenciales que en Aruvacode se estaba llevando a cabo un gran trabajo creativo y útil y que los aldeanos querían sinceramente cambiar su forma de vida.
- Se hicieron esfuerzos para pedir la ayuda del gobierno para la comercialización regular y a largo plazo. Se celebró una enorme exposición privada en Bangalore donde las ventas fueron muy buenas. Se hicieron contactos con arquitectos y tiendas privadas para que hicieran pedidos.

#### El simulacro de tienda

- A finales del programa, cuando ya se había creado una gama bastante grande e impresionante de productos, se realizó un simulacro de tienda improvisada. La idea era crear un conocimiento del intercambio entre cliente y artesano y generar conciencia sobre las necesidades del consumidor. El simulacro de ventas también permitió tener comentarios sobre el trabajo propio, así como de otros, una información que se compartió, objetiva y abiertamente, desde el punto de vista del cliente. Todos los participantes disfrutaron con este ejercicio.

- Las ONGs hicieron esfuerzos considerables para ponerse en contacto con varias organizaciones, tiendas, arquitectos y agencias de comercialización para desarrollar mercados potenciales a largo plazo.
- Las mujeres comenzaron un movimiento para modificar la venta ilegal de aguardiente de caña del pueblo, para demostrar que los aldeanos estaban tratando de cambiar sus condiciones de vida.

#### Identificación de temas a largo plazo

- Los alfareros no contaban con recursos para comprar objetos cruciales e importantes para la fase de la pre-venta y venta, incluidos la materia prima y el combustible para producir artículos, venta, embalaje, carga y costes de transporte y el coste de alquiler de casetas. Se pensó que antes de que los alfareros pudieran comenzar por sus propios medios, necesitaban un préstamo a corto plazo, un crédito rotativo y otras soluciones similares. Era esencial contar con un crédito inicial para aplicar la formación, mejorar la técnica, el conocimiento de mercados y los nuevos diseños, en la producción económicamente viable, y así, elevar las condiciones de vida y supervivencia. Era muy difícil para un equipo de proyecto a corto plazo, controlar tales desarrollos a corto plazo, a no ser que hubiera una motivación continuada y un apoyo organizativo que guiara, apoyara y organizara los lazos entre la empresa y el mercado.

#### ■ El Futuro del Proyecto:

El proyecto estaba dirigido, sobre todo, al renacimiento de la técnica de los alfareros y al restablecimiento de la dignidad de los aldeanos. La medida más importante para el futuro era desarrollar mercados regulares para los productos y para que los alfareros aprendieran las complejidades de los mecanismos del mercado. El apoyo exterior se seguía necesitando, especialmente en el campo de la comercialización.

#### Fase II

K.B. Jinan regresó a Aruvacode y fundó una ONG llamada *Kumbham*. Comenzó un proyecto para diseñar y comercializar productos de terracota adecuados para las condiciones modernas y para los



Nuevas creaciones

gustos contemporáneos y urbanos. La gama de productos creados en cooperación con los alfareros de Aruvacode, incluía objetos para uso en proyectos arquitectónicos, casas, oficinas y jardines. Jinan se trasladó a Aruvacode para comprobar y diseñar los productos. Se quedó en el pueblo, incluso después de terminar el proyecto para ayudar a los alfareros a que se valieran por sí mismos. ‘*Cuando todo un pueblo prueba que quiere pasar página, la responsabilidad radica en que sociedad civilizada responda con sensibilidad.*’

Durante los años pasados, se han creado y comercializado muchos productos que son notables, tanto por la forma como por su función. Los productos de Kumbham encuentran una gran aceptación para el hogar, oficinas de empresas, hoteles y centros de recreación.

### 3.3.2 Dastkar: Interacción de Diseño con el Bordado Chikan

- **Ubicación:** Lucknow, Uttar Pradesh
- **Promotora:** SEWA<sup>11</sup> Lucknow
- **Diseñadora:** Laila Tyabji<sup>12</sup>, Dastkar
- **Fecha:** 1986
- **Participantes:** 100 bordadoras
- **Antecedentes**

El *chikan* es una artesanía de siglos de antigüedad que se borda en blanco sobre blanco, un diseño previamente cisnado con dibujos tradicionales. Se practica en un gran número de comunidades urbanas en Lucknow, Uttar Pradesh. La comunidad de bordadoras era, en su mayor parte, analfabeta y pobre; se encontraba dominada por las deudas impuestas por los comerciantes mayoristas; las mujeres bordadoras vivían recluidas, hacinadas en condiciones antihigiénicas y ganaban salarios infrahumanos.

- **Objetivos:** La *Self-Employed Women's Association* (SEWA) de Lucknow, cuando estaba trabajando con la comunidad del bordado *chikan* para generar ingresos y programas de desarrollo de la comunidad, pidió a Laila Tyabji y a Dastkar, una ONG de diseño y de artesanía profesional comercial, que interviniera con los siguientes objetivos en mente:

1. Ayudar a que las bordadoras fueran de nuevo *independientes económicamente y creativamente.*
2. Distinguir el producto de lo que se encontraba en el mercado



Bordadoras de chikan

3. Crear una gama de productos que *tuviera en cuenta los niveles de aptitudes y de técnicas* de todas las beneficiarias, en lugar de sólo de aquellas que contarán con una técnica más elevada.
4. Asegurarse de que el precio final del producto garantizaba un salario justo a la bordadora.
5. Crear una serie de productos con *una gama de precios variada* para ganar credibilidad y hacerlos atractivos.

- **El estudio inicial**

El estudio inicial reveló que la SEWA Lucknow necesitaba:

1. Mejor planificación de almacenamiento y cantidades de artículos concretos en venta, es decir, eran necesarios estudios de mercado y desglose del cálculo de ventas.
2. Mejor calidad y más variedad de tela.
3. Las contribuciones de diseño tenían que hacer que sus productos fueran diferentes de los de *chikan* de las fábricas disponibles en todos los sitios. El diseño necesitaba utilizar la técnica especial y excelente trabajo de la bordadora, junto con el corte, estilos, colores y telas que se adecuaran a los gustos y preferencias del consumidor sofisticado urbano.
4. Una selección más amplia de productos.
5. Mejor acabado y estilo.

*‘Las contribuciones del diseño tienen que ser un paso adelante en lugar de ser un fin en sí mismas.’*

- Laila Tyabji

11 *Self-Employed Women's Association* (SEWA) Lucknow, es un sindicato que cuenta con más de 30.000 mujeres.

12 Laila Tyabji es una artesana activista, diseñadora y Presidenta de *Dastkar*.

Nota: todas las ilustraciones de esta sección son cortesía de *Dastkar*.

6. Recuperación de los puntos, cortes y técnicas de sastrería tradicionales.
7. Algún material de fondo promocional y descriptivo que hiciera destacar y marcara la diferencia entre los productos de SEWA y los productos del mercado, así como información sobre el trabajo que estaba haciendo la organización.

#### ■ La filosofía de fondo de la intervención en el diseño

- Proporcionar ideas y estímulo para que surjan productos de diseño creativo e innovador de las mismas bordadoras. *Explicar el proceso de diseñar y crear un producto.*
- Explicar la razón y la teoría que hay detrás del artículo desarrollado y la relación de éste con las pautas dictadas por la intervención en el diseño.
- Alentar a las bordadoras a que entiendan y sigan desarrollando el proceso del diseño.
- Tener como objetivo que, finalmente, *las intervenciones costosas en el diseño desde el exterior son innecesarias.*
- Desarrollar una rama de productos que incorpore los diferentes niveles de técnica de las bordadoras. Mantener el uso y precio de los productos entre la base más amplia posible de consumidores y de mercados.
- Incorporar los dibujos, colores y formas típicas y representativas de la tradición / región que estén en armonía con la nueva gama de productos.

#### ■ Metodología / contribución

- El formato y la estructura del seminario de desarrollo del diseño fue informar para adaptarse a las condiciones de trabajo y de vida locales de las participantes.
  1. Formación del grupo y selección de las líderes: Una o dos artesanas siempre son más innovadoras y reaccionan con más interés que las otras. Dastkar ha aprendido que, en la situación de un grupo, funciona bien usar a las líderes como medio para llegar a las demás
  2. Identificar habilidades, técnicas y dibujos tradicionales; fomentar y volver a enseñar el uso de todo el repertorio de los puntos tradicionales. Tyabji dice que ella ‘...estaba encantada con que tantos puntos tradicionales *chikan - murri, phanda, tepchi, keel, ghas ki pathi, kangan*, etc.- así como diferentes tipos de *jali* y dobladillos finos formaran todavía parte del repertorio de tantas mujeres y de que casi todas fueran capaces de hacer un trabajo de la más alta calidad’.
  3. Incorporar con armonía los dibujos, colores y formas de la tradición y de la región en la nueva gama de productos.
  4. Comprar los bloques de madera impresos usados para copiar los patrones del bordado

en la tela: los mismos se seleccionaron, modificaron e imprimieron para tenerlos como referencia a mano.

5. Seleccionar y comprar materias primas apropiadas y fácilmente disponibles.

#### ■ Desarrollo de la Técnica

1. Desarrollar una gama de muestras; corregir y modificar errores de tamaño, diseño y acabado; sugerir variaciones, tamaños, colores y alternativas para todas las muestras desarrolladas.
2. Corte de ropa: una técnica, tradicionalmente practicada por un maestro cortador, con modelos dirigidos a la producción en masa, se enseñó ahora a las bordadoras, para que pudieran cortar y coser los nuevos estilos ellas mismas, comenzando con diseños sencillos y siguiendo con otros más complejos.
3. Fijar el coste y el precio.
4. Preparar un plan de producción.
5. Aprender técnicas de acabado.
6. Aprender varios tipos de *fagotting* decorativo, meter costuras, nuevos diseños basados en técnicas de hilo levantado y hacer botones de tela.

#### ■ Desarrollo de Productos

1. Desarrollar una gama de productos que incorporen los diferentes niveles de especialización de todos los miembros del grupo, así como una gama de productos y precios que pueda aplicarse a la base más amplia posible del mercado y del consumidor.
2. Desarrollar gamas de productos diferentes, incluyendo *saris* y *dupattas*, ropa de mesa, ropa de caballero, ropa infantil, y una línea de señora. Los diseños se inspiraron en los estilos clásicos mogoles, utilizando el bordado para acentuar el corte y la caída de la prenda. El uso de telas no



Mantel de chikan

*‘Contrario a nuestros temores, no era el arte del chikankari el que estaba muerto, sino las percepciones y sensibilidades estéticas de aquellos que hacían los pedidos y diseñaban los productos del mercado.’*

- Laila Tyabji

*‘Una vez que la artesana entienda la forma y la función del producto final, su participación es, simultáneamente, más creativa y a más largo plazo. El diseñador y el trabajador del desarrollo tienen que tener constantemente en mente que el objetivo, y su más gran logro es quedarse sin trabajo.’*

-Laila Tyabji

*‘Si se comienza con los Primeros Principios y se desarrollan bien, no hay nada que, finalmente, no se pueda conseguir.’*

- Laila Tyabji

*‘Les expliqué que la única esperanza de romper el dominio total que tenían los comerciantes mayoristas era desarrollar un estilo especialmente característico.’*

- Laila Tyabji

tradicionales, como base del bordado, dio como resultado un estilo especialmente característico.

**Cinco años más tarde, Laila Tyabji hacía estas reflexiones:**

En 1985, cuando comenzamos a trabajar con SEWA, el salario medio pagado por bordado en el *chowk* era 2,50 rupias, 5 rupias por *kurta* y 25 rupias por un sari. Ahora las mujeres de SEWA ganan de diez a veinte veces más, aproximadamente, dependiendo de la calidad del bordado. Muchas mujeres (hay 800 y el número está creciendo) ganan entre 800 y 1.500 rupias al mes, trabajando sólo unas cuantas horas al día, en lugar de los programas cegadores y de esclavitud del pasado. La situación ha cambiado totalmente. Mientras que antes, todas querían formar parte del personal de oficina de SEWA ganando un sueldo fijo, ahora la mayoría de las mujeres prefieren tener una forma de ganarse la vida más flexible, creativa y lucrativa. El éxito de SEWA ha probado que la artesanía es todavía viable y que es una herramienta efectiva como empleo y como generación de ingresos. También ha confirmado el amplio y creciente mercado para los productos de artesanía de calidad... Los beneficios van para un jardín de infancia, una escuela, programas de concienciación social y de salud y para campos de ojos. Las trabajadoras de SEWA de las comunidades más atrasadas de Lucknow, extremadamente pobres y que vivían en régimen de *pardah* o reclusión, hoy viajan por toda la India y trabajan, se relacionan y viven con compradores de exportación de Habitat, trabajadores del cuero de Rajasthan y tribus de Orissa, con facilidad, alegría e independencia. Participan en todos los aspectos de la planificación y producción de SEWA, desde decidir los escalafones de salarios, al corte y cosido de la tela y temas de control de calidad, fijar precios y ventas. Ideas rígidamente estratificadas sobre religión, supremacía masculina, leyes personales, matrimonio y control de natalidad, se han desechado junto con sus *burkas*.



Bordadora de *chikan*

Pero ¿qué ocurre con las otras trabajadoras de *chikan*? El impacto de lo que SEWA está haciendo ha tenido un efecto que se ha sentido en una serie de formas:

- Un producto *chikan* de mejor calidad y diseño, que tiene como consecuencia jornales más altos y redundante en más ventas y más empleos y que, a su vez, se traduce en un nivel de vida más alto.
- SEWA, al tiempo que paga jornales perceptiblemente más altos puede hacer las ventas bastante bien para proporcionar empleos fijos, concienciar a otras trabajadoras de *chikan* del valor de sus habilidades y estimular la confianza en sí mismas para pedir jornales más altos.
- El ambiente fomentado por el centro de SEWA, una mezcla de centro seminario y comunidad, alienta el diálogo y el debate y conduce a una concienciación social en aumento entre las mujeres que, de otro modo, se encontraban aisladas por la reclusión o *pardah*, temas sociales y asuntos de salud e higiene, etc.; a su vez, extienden esta información y concienciación entre sus familias y amigos.
- Una recuperación y mejora de técnicas que habían casi desaparecido y que, a su vez, aumentarán la gama, demanda y mercado del *chikan*.

Tanto la calidad del trabajo como las tarifas pagadas por el bordado en el *chowk*, están mejorando poco a poco. Sin embargo, queda todavía mucho por hacer. SEWA es un módulo que muestra que el cambio es posible si hay voluntad.

■ **Epílogo**

Hace exactamente veinte años desde que SEWA Lucknow, comenzase con su bien conocido 'doce mujeres, un baúl de latón y diez mil rupias'. *Dastkar* comenzó su intervención en el diseño y comercialización con ellas un año más tarde. Por entonces, el grupo se componía de unas cien mujeres. En esa época, una *kurta* bordada de *chikan* era algo que la gente utilizaba en la cama. La mayoría de estas *kurtas* llamadas *chikan* se bordaban de forma tosca y sombreada, en lugar de la mezcla de puntos atados, sacados por arriba y abajo que forman parte del bordado genuino *chikan*.

Durante estos años, SEWA Lucknow ha crecido hasta llegar a tener un número de 7.500 mujeres y unos beneficios anuales que se cuentan por decenas de millones. Todavía sigue siendo tanto un centro importante de producción y comercialización de *chikan*, como catalizador para el desarrollo de la calificación de las mujeres.

Mientras tanto, cientos de comerciantes, diseñadores, exportadores y tiendas de moda, nacionales e internacionales, se han subido al carro comenzado por SEWA. El *chikan* se ve regularmente en las pasarelas (gurus de la moda como Abu Jani, Sandeep Khosla y Muzaffar Ali, son sus más importantes defensores), en la presentación de los Oscars (lucido por Dame Judi Dench) y utilizado por iconos del estilo que van de Jaya Bachchan y Cherie Blair a Jemima

Khan y Bianca Jagger. Pero gracias a su enorme base de producción (Lucknow y sus alrededores cuentan ahora con más de 75.000 artesanas dedicadas a la producción del *chikan*) y a los materiales baratos como hilo y tela de algodón todavía sigue siendo popular y un estilo que el consumidor urbano de clase media se puede permitir.

Hay peligros: saturación exagerada del mercado porque todo el mundo utiliza el *chikan* más o menos de la misma manera y, en general, en los mismos productos. Las tendencias de moda persuaden a todo el mundo a comprar la misma ropa pero cambian a la temporada siguiente. A pesar de que los *saris* o las *kurtas* sean adecuados como ropa femenina y fresca de verano, habrá, inevitablemente, un exceso de oferta. La gente se cansará del *chikan* y habrá una caída en el mercado de nuevo, por lo que los comerciantes y productores bajarán, tanto los precios como la calidad del trabajo, para mantener a sus clientes.

Incluso SEWA Lucknow, al haber conseguido hacer del *chikan* una manifestación de moda altamente deseada, en una época en que era casi desconocida en la mayor parte de la India, se ha puesto a trabajar ahora en una producción de grandes cantidades de *kurtas*, *saris*, y *dupattas* que se venden en exposiciones en toda la India y dirigidas a jóvenes profesionales, estudiantes y amas de casa. El éxito, tanto antes como ahora, ha sido combinar la buena calidad del bordado, usando dibujos y diseños tradicionales, que son característicos *Lucknavi*, con estilos sencillos, que se llevan bien y a precios razonables. Pero con la competencia y con la omnipresente amenaza de la saturación del mercado, SEWA Lucknow considera que necesita dar un paso más adelante para llegar a mercados de consumidores diferentes y del segmento superior y para diversificar sus productos y estilos.

Es sorprendente (y desalentador) que nadie haya explorado el enorme potencial que el *chikan* tiene en otros campos, además de ropa de señora, por ejemplo en ropa de bebés e infantil, ropa de mesa y cama, ropa íntima y de noche, visillos y cortinas. Por otra parte, es una pena que nadie haya explorado debidamente la enorme variedad de telas tradicionales de la India en las que se puede aplicar el *chikan*. SEWA Lucknow y Dastkar fueron pioneras en el uso de *kota*, seda *tussore* y *organza* y, en la actualidad, muchos diseñadores las utilizan, así como *georgette* y *crêpe*, además de las muselinas y gasas tradicionales. La India es una casa tesoro de tejidos fabulosos hechos en telares manuales que podría realzar y añadir nuevas dimensiones a esta artesanía antigua a pesar de ser extraordinariamente versátil.

En el campo de la innovación, en los diseños y motivos utilizados en los bordados *chikan* hay también muchas posibilidades. Los bellos *jals*, *paisleys* y *butis* florales, a pesar de su belleza, se han convertido en algo bastante estereotipado y no le vendría mal a la artesanía una inyección de diseños nuevos. El estilo, el acabado

y la presentación, también se han convertido en algo cada vez más importante para el consumidor de tendencias modernas y consciente de la calidad y que cuenta con muchísimas más opciones de compra que las de hace veinte años. Las ONG tienen que profesionalizarse si quieren mantener su lugar en el mercado. La gente ya no compra por compasión. Tanto el *chikan*, como SEWA Lucknow, necesitan reinventarse a sí mismos si quieren sobrevivir con éxito otros veinte años.

- Laila Tyabji

### 3.4 INTERVENCIÓN DE ONG'S EN EL DISEÑO PARA EL RENACIMIENTO DE UNA ARTESANÍA EN DESAPARICIÓN

#### 3.4.1 El Arte del Bordado del *Rumal* (pañuelo) de Chamba

- **Ubicación:** Chamba, Himachal Pradesh
- **Duración:** comenzó en 1995, y continua actualmente
- **Patrocinadores:** *Delhi Crafts Council* (DCC)<sup>13</sup>
- **Coordinadoras del Proyecto:** Usha Bhagat, Purnima Rai y Manjari Nirula del *Delhi Crafts Council*.

#### ■ Antecedentes

El arte del bordado del *rumal* de Chamba surgió en los estados principescos montañosos de Chamba, Basoli, Kangra y áreas adyacentes - actualmente, en el estado de Himachal Pradesh. Aunque se hacen en toda la región, se llegó a asociar con Chamba debido al patrocinio continuado de sus soberanos y porque el estilo y los colores del *rumal* recibieron la influencia de la pintura en miniatura, una tradición de Chamba. El *rumal* es la imagen de la pintura en bordado.



Arte del bordado



Mantel de chikan

<sup>13</sup> El *Delhi Crafts Council* (DCC) está afiliado al *Crats Concil of India*. Entre sus preocupaciones se encuentra el asegurar medios de vida mejores a los artesanos y preservar y promover sus técnicas artesanas.

Como se observa en los *rumals* existentes desde los siglos dieciocho y diecinueve, los dibujos los hicieron artistas de pintura en miniatura y bordados por mujeres de la nobleza que habían desarrollado un alto nivel de sofisticación y estilización. Los temas del *rumal* eran, sobre todo, religiosos, y se le daba importancia especial a las *raasmandaly* a las escenas de la vida de Krishna. La tela era, normalmente, *mulmul* sin teñir o *khaddar* fino hilado a mano o tejido a mano. El bordado se hacía en puntada satinada doble con hilo de pura seda sin retorcer. Los *rumals* se utilizaban para cubrir ofrendas de bodas, festivales y ocasiones religiosas.

Los *rumals* de Chamba se estuvieron haciendo hasta comienzos del siglo veinte, pero sufrieron las consecuencias del declive del sistema de patrocinio feudal. Los dibujos originales y colores se perdieron; los *rumals* se bordaban en telas de baja calidad con hilos teñidos químicamente. El bordado era de poca calidad. Sin lugar a dudas, la artesanía había degenerado hasta llegar a tener el nivel de arte de calendario.

#### ■ Objetivos del Proyecto

1. Hacer renacer la forma de arte, intentando recrear la calidad y finura de los originales, copiando los *rumals* que se guardaban en algunas colecciones de museo.
2. Emprender un programa de rescate sostenido que incluiría la formación de artesanas y un esfuerzo de comercialización sostenido.

#### Fase 1

El DCC realizó varias visitas a Chamba para estudiar el trabajo que se estaba haciendo en ese momento y para que los miembros conocieran la zona y desarrollaran una relación laboral con las bordadoras. Al estudiar la situación existente, el DCC identificó tanto los inconvenientes como los aspectos positivos de los *rumals* que se estaban bordando:

- La tela base utilizada era de poliéster hecha en fábrica, no la original *mulmul* o fina tela tejida a



Arte del bordado

mano usada tradicionalmente. Esta tela, con su brillo de fábrica no añadía valor a la pieza bordada, a diferencia de la tela hilada a mano que le proporcionaba una vista agradable.

- El hilo que se necesitaba era de seda floja sin retorcer. Como no se podía conseguir, los bordadores empleaban hilo de seda retorcido que después destorcían. Esta técnica producía un efecto poco atractivo. Los colores de los hilos que utilizaban eran demasiado llamativos y carecían de equilibrio y armonía.
- Los *rumals*, que ya no estaban inspirados en los diseños originales, tenían poco contenido en diseño y terminados por haber perdido la única relación que tenían con la tradición de la pintura en miniatura de Chamba.
- El lado positivo era que las mujeres no habían perdido la técnica de bordado especializado de Chamba y las artistas continuaban dibujando los diseños.

Bordar continuó siendo un pasatiempo que gustaba a las mujeres que ahora estaban vendiendo piezas hechas en artículos normales como fundas de almohadas, etc.

#### Fase 2

Se identificaron y fotografiaron dieciséis diseños de diferentes museos, incluidos el *National Museum*, Nueva Delhi, el *Buri Singh Museum*, Chamba, el *Indian Museum*, Kolkata, el *Crafts Museum*, y el *Victoria & Albert Museum*, Londres.

El siguiente paso fue suministrar el material utilizado para hacer los *rumals*. Esto era difícil porque con el paso del tiempo, los materiales hechos a máquina habían reemplazado a los hechos a mano.

Se seleccionó una tela sustituta tejida a mano para la base. Se recorrieron los mercados locales en busca del hilo de bordar. Los intentos de hacerse con hilo de seda floja teñida de forma natural fueron inútiles. Finalmente, se encontró una alternativa al hilo sin retorcer pero sintético en una gama amplia de colores en un mercado local de Nueva Delhi.

Después de tener los dibujos, la tela y el hilo, eligieron a unas cuantas mujeres bordadoras y un artista especializado en pintura en miniatura de Chamba para hacer los *rumals*.

Debido a la distancia y a la ausencia de servicios de comunicación entre Chamba y Delhi y los problemas iniciales, el ritmo de trabajo era lento. Sin embargo, una vez que se consiguió contar con el concepto, el nivel de calidad requerido y el nivel de excelencia que se esperaba de las bordadoras y del artista, en un periodo de tres a cuatro años, se produjeron dieciséis *rumals*.

#### Fase 3

En 1999, el DCC organizó una exposición de los *rumals* en el *Crafts Museum* de Nueva Delhi. Los *rumals* exhibidos recibieron una acogida entusiasta por parte de visitantes y críticos. La exposición se acompañó de

un catálogo y de un debate en profundidad sobre el futuro de los *rumals* y los planes para la fase siguiente. Se acordó unánimemente mantener el alto nivel de calidad de museo del *rumal*; en lugar de popularizarlo y abaratarlo, promocionar el *rumal* como obra de arte, aceptar pedidos y controlar tanto la producción como la calidad.

#### Fase 4

El DCC decidió aceptar pedidos de las piezas creadas. Son caras y lleva mucho tiempo hacerlas: de dos a cuatro meses para hacer una pieza.

Los *rumals* se han expuesto en ciudades importantes como Mumbai, Kolkata, Hyderabad, Bangalore, Ahmedabad y otras. en 2003 y 2004. Un importante camino se abrió en Mumbai cuando se recibió un pedido de veinte *rumals* para un museo de Surat. Después de este pedido, el DCC fundó un centro en Chamba. Alquilan una habitación y pusieron a una persona encargada de vigilar el trabajo de las bordadoras quienes, inicialmente, también enseñaron a otras chicas jóvenes. El DCC concedió un estipendio a las aprendizas y pagó a las bordadoras por el trabajo.

El centro está todavía en proceso de evolucionar y se están haciendo esfuerzos para involucrar a la gente de la zona para que tomen interés y participen en ayudar a que se desarrolle.

#### ■ Planes Futuros

El DCC está reexaminando su estrategia de comercialización para identificar nuevos mercados y nuevos métodos de distribución para los *rumals*. Tienen planes de organizar exposiciones fuera del país y también promocionar la importancia artística, social y cultural del arte exclusivo del bordado de los *rumals* de Chamba.

### 3.5 INTERACCIÓN DE ESTUDIANTES DE DISEÑO / ARTESANOS PARA DESARROLLAR PRODUCTOS Y PARA REFLEJAR EL DISEÑO A LARGO PLAZO

#### 3.5.1 Seminario de Artesanos de la Piedra

*Este seminario se diseñó para ayudar a desarrollar un plan de lo que Srishti podía ofrecer a los artesanos a largo plazo.*

- **Duración:** diez días
- **Expertos:** *Regional Design and Technical Development Centre* (RDTDC), Bangalore; *Development Commissioner* (Handicrafts), iniciativa de Nueva Delhi
- **Ubicación:** Srishti<sup>14</sup>, Bangalore, Karnataka
- **Participantes:** doce artesanos de la piedra de todo el sur de la India



*Artesano aprendiendo a torneer una piedra en un torno*

- **Líder del proyecto:** Poonam Bir Kasturi, Directora, Srishti

#### ■ Objetivos

##### A largo plazo

- Alentar a los artesanos a realizar diseños para dotarles de la técnica y entendimiento que deberían usar y desarrollar progresivamente.
- Llegar a un entendimiento mutuo entre los artesanos y los diseñadores; alentar el proceso de aprendizaje bidimensional, junto con la actividad intensa de la interacción.
- Fomentar la capacidad de realización haciendo que se conozcan los problemas que bloquean el desarrollo de los artesanos.

##### A corto plazo

- Realizar y ejecutar un mínimo de veinte diseños nuevos (el diseñador tenía que tenerlos preparados antes del comienzo del seminario).
- Desarrollar diseños utilitarios dirigidos a los mercados nuevos.

#### ■ Resumen de actividades

Antes de empezar realmente el seminario, el diseñador involucró a algunos estudiantes de diseño y formuló la estructura del seminario: el seminario tenía los siguientes componentes que el grupo pensaba que le ayudarían a conseguir los objetivos resumidos arriba:

- Debates entre los facilitadores y los artesanos sobre ideas de diseño y terminología.
- Ejercicios para desarrollar la técnica de 'mirar' de forma diferente.
- Visitar tiendas y salas de exposiciones para ver lo que está disponible actualmente.
- Observar un hogar urbano y hablar con los miembros de la familia sobre sus hábitos de vida para exponer a los artesanos a diferentes formas de vida.

<sup>14</sup> La *Srishti School of Arts, Design and Technology*, es una importante escuela de diseño con sede en Bangalore, Karnataka.

... se necesita introducir las mejores prácticas en el sector artesanal. Los responsables de la formación ya no pueden olvidar ni la industria, ni las herramientas corporativas ni las metodologías. Ya no podemos ignorar la pedagogía adulta.

- Poonam Bir Kasturi

- Ejercicios para permitir que los artesanos relacionen los productos que han diseñado con la forma de vida de los clientes que han analizado, visitando sus casas y observando los mercados.
- Estudiar métodos de comercializar los productos existentes; estudiar el aspecto del embalaje y puntos de compra.
- Informarles sobre formas de exportación - los artesanos tienen miedo de este proceso porque no lo entienden -, para ayudarles a desmitificarlas y permitirles decidir si quieren dedicarse a la exportación individualmente.

#### ■ Actividades:

##### Día 1

- *Para romper el hielo:* los artesanos dibujaron las cosas que les gustaban y no les gustaban en trocitos de papel. Esto sirvió para presentar a cada artesano que, después se levantaba y hablaba sobre sí mismo a través de pictogramas. También dio la oportunidad al facilitador para sacar las ideas de los artesanos y las expectativas que tenían del seminario y lo que entendían por las palabras artesanía, dinero y trabajo. Estas ideas se escribieron en un encerado a modo de mapa mental.
- *Análisis:* el centro de diseño RTDC había preparado una exposición de productos dirigidos al mercado urbano. Los artesanos analizaron estos productos junto con el facilitador. Como para la mayoría de los artesanos la idea de 'productos funcionales' era nueva (habían sido formados para hacer imágenes religiosas o escultura figurativa), comenzaron cuestionando la necesidad de hacer un nuevo tipo de producto. "¿Por qué voy a esculpir un salero cuando la gente puede utilizar un producto de plástico más barato? ¿Por qué voy a pensar en hacer diez productos así si puedo ganar la misma cantidad esculpiendo una imagen religiosa por la misma cantidad?" Necesito invertir en más piedra, inicialmente, para hacer este tipo de piezas. ¿Debo hacerlo? Este tipo de análisis es una técnica cognoscitiva muy importante; los artesanos podían después empezar con la idea de 'función' y debatir cómo se relacionaba con las consideraciones de mercado y coste y con las expectativas del cliente.



Producto diseñado por un artesano para uso contemporáneo

- *Valor agregado:* al final del día, se invitó a los artesanos a que hicieran constar lo que deseaban aprender, específicamente relacionado con una técnica, durante el seminario. Decidieron que necesitaban más explicaciones sobre el tema de 'piedra torneada'. El artesano especialista en 'piedra torneada' del centro RTDC era el profesor. Esto creó un sentido de propiedad y colaboración entre todos los participantes.

##### Día 2 - 10

- *Debates.* Se fomentaron los debates durante los diez días. La participación entusiasta demostró que el aprendizaje llega cuando los estereotipos se cuestionan. Los debates trataron temas de forma, función, mercado, tradición, el papel del artesano en la sociedad, éxito, valores, etc.
- *Análisis del material:* hubo debates detallados sobre las propiedades de la piedra, tamaño y proporciones, capacidad para la producción, características geológicas, etc.
- *Colaboración:* el grupo cooperó, debatió, dibujó, analizó e hizo productos. Aprendieron unos de otros y se inspiraron en el material que se les suministró. (El mismo incluía revistas, catálogos de diseño, libros sobre teoría y fotos de templos y tejidos y productos de diferentes culturas.)
- *Mejora técnica:* Todos los artesanos aprendieron a usar el torno para piedra. La mayoría de ellos nunca habían torneado antes.
- *Aportes concretos:* se celebró una charla informativa titulada: 'Cómo exportar artesanía en piedra'. *Conceptos aprendidos:* los artesanos vieron poco a poco cómo diferentes productos podían crearse si se entendía el contexto de las necesidades del usuario. Esta idea se reforzó viendo una película sobre la metodología del proceso del diseño.
- *Consolidación y reflexión:* al final, se analizaron todos los artículos hechos; los comentarios y lo aprendido se reflejó en un documento que, después, se convirtió en un registro para todos los participantes, así como una referencia laboral del trabajo e ideas de cada uno. También sirvió como registro y recuerdo del tiempo que los artesanos pasaron juntos.

#### ■ Exposición

El seminario terminó con una exposición de todos los artículos hechos y una sesión de análisis detallada durante la cual se debatieron temas de diseño sin dejar ningún cabo suelto.

Los pensamientos y debates de los artesanos fueron de una gama muy amplia.

- '¿Está mi forma y proporción bien hecha? ¿Debería intentar alternativas en arcilla para conseguir la pieza perfecta?'
- '¿He gastado materia prima en algunos de estos productos? ¿Qué necesito tener en cuenta a la hora de considerarlos para la producción en masa?'
- '¿Puedo trabajar para desarrollar una gama y hacer muestras para poder entender lo que significa una familia de productos?'



- ‘Ahora sé como ensamblar diferentes partes torneadas. ¿Puedo utilizar esta técnica para hacer formas nuevas?’
- ‘¿Necesito hacer también etiquetas explicando el efecto de la piedra en la comida para que el cliente tenga una idea mejor del uso de este material?’
- ‘¿Voy a continuar disfrutando el hacer estos productos más adelante, después de que termine el seminario?’

#### ■ Las reflexiones del facilitador:

‘Es frustrante ver que el gobierno no continúa estos esfuerzos con el mismo grupo de artesanos con el paso del tiempo. Celebrar sólo un seminario de este tipo que tiene el fin de crear la capacidad de pensar, crear y resolver problemas, no tiene sentido. Para analizar verdaderamente si tales esfuerzos son útiles, es importante controlar el progreso de los artesanos con los aportes apropiados durante algún periodo de tiempo.’

### 3.5.2 Seminario de Educación para Adultos

- **Ubicación:** Srishti, Bangalore, Karnataka
- **Duración:** seis días
- **Directora del proyecto:** Poonam Bir Kasturi, rectora de la facultad y consejera académica.
- **Participantes:** dieciséis ceramistas de diferentes comunidades de Bangalore y de sus alrededores, dos estudiantes de diseño y dos facilitadores.

#### ■ Objetivos

##### A corto plazo

- Intentar hacer ejercicios de diseño generales y no meramente orientados a los artículos.
- Intentar introducir los principios básicos para resolver problemas.

##### A largo plazo

- El aprendizaje del seminario ayudará a desarrollar un formato de interacción sostenida con esta comunidad que desembocará en la creación de una escuela de diseño. Realmente pensamos que la mejor manera de potenciar sus habilidades y ayudarles a tomar decisiones pensadas sobre su propia vida y trabajo es continuar con la educación de los artesanos.

#### ■ Metodología y aportes

- **Tareas antes de los seminarios:** como medida preliminar, se enviaron libros de bocetos a los artesanos participantes antes de iniciar el seminario. Se les pidió que experimentasen dibujando objetos que hubieran observado en su entorno inmediato. Este ejercicio de dibujo formó la base de los debates y se convirtió en el punto de partida del seminario.

##### Día 1:

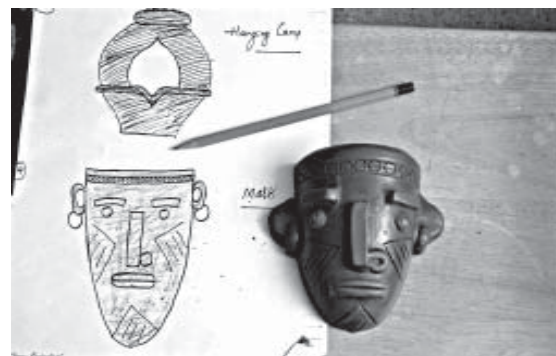
- **Dibujo y medidas:** el debate de los dibujos hizo que el artesano considerara el ‘dibujo como una

*herramienta de comunicación para conseguir un propósito*. Las ideas surgieron, incluidas la producción, la fabricación y la publicidad y el uso de estos elementos como herramientas. También se debatieron y exploraron técnicas concomitantes e intrínsecas de medidas, visualización y rotulación.

- **Calidad del trabajo:** el ejercicio de la ‘calidad del trabajo’ se usó para que los participantes identificaran lo que pensaban que eran los beneficios y los problemas de diferentes profesiones. Desde este punto, llegaron a subrayar los principios universales de calidad, valor, peligros ocupacionales, independencia, escalafón, motivación y habilidad para enfrentarse al cambio.
- **Espíritu práctico:** un pequeños ejercicio matemático reveló que los artesanos eran pragmáticos y, por naturaleza, conscientes del coste. Esto fue una revelación para los estudiantes de diseño. El problema propuesto a los artesanos fue: si tuviera un pedido para suministrar 1.128 vasijas y sólo pudiera llevar 36 vasijas en un *auto* (vehículo de la India de tres ruedas de bajo coste), ¿cuántos *autos* necesitarían? Las soluciones fueron brillantes y reflejaron el gran entendimiento que tenían los artesanos del mundo real del comercio.
- **Hacer frente a la resistencia a cambiar:** los ejercicios tenían el objetivo de demostrar que sólo la naturaleza humana se resiste al cambio o a pensar fuera de un patrón. Se necesita inculcar a los individuos, gradualmente, hábitos que permitan a uno enfrentarse al cambio y a pensar de manera diferente y trabajar sobre ellos. Como la respuesta literal nos sale más fácilmente a la mayoría de nosotros, es importante *ser conscientes de nuestra tendencia a cerrarnos cuando nos encontramos con ideas nuevas o aparentemente amenazadoras*. Darse cuenta de eso es un paso adelante.

##### Día 2:

- **Introducción a los ordenadores:** después de una breve demostración de un ordenador y su funcionamiento, los artesanos comenzaron con el primer clic del ratón. Había sólo dos artesanos que habían trabajado con ordenadores antes; los otros nunca se habían acercado a uno. Era un reto



Producto realizado según especificaciones de un dibujo realizado por el mismo artesano

*El seminario me enseñó de nuevo que a los adultos les gusta aprender dentro de un contexto. Los artesanos necesitaban aportaciones en la disponibilidad del mercado, procedimientos de exportación y tecnología, pero también necesitaban reflexionar sobre sus papeles, sus aspiraciones y sus objetivos. Los artesanos responden activamente a las lecciones de creatividad y concepción del diseño. No se puede negar al sector artesanal estas técnicas y disposición de ánimo.*

*Las preguntas que están dispersas en esta página se probaron realmente durante el seminario y yo pienso, personalmente, que necesitamos cambiar la forma en que impartimos formación a los artesanos.*

- Poonam Bir Kasturi

*Este seminario no fue un seminario tradicional de terracota donde los participantes comenzarían a trabajar con materiales directamente. Se planificó como un módulo de aprendizaje-formación, con debates sobre el contexto y el trabajo y cómo encontrar soluciones creativas a los problemas.*

*Uno de los alfareros trajo a su esposa. Como, a menudo, las esposas son compañeras de trabajo, se pensó que se les tenía que incluir en interacciones futuras.*

Se distribuyeron unas cuantas cámaras para animarles a grabar y a fotografiar sus lugares de trabajo para el debate del día siguiente.

Cada día comenzaba con un intercambio de reflexiones sobre pensamientos, ideas, debates y conceptos del día anterior. También se debatían los 'deberes', dibujados o fotografiados.

Los 'deberes' consistían en pegar en papel fotos de paquetes, folletos y texturas que le gustaran al artesano.

'Ayudas visuales que perfilen métodos para el contexto de la India no están disponibles. Como diseñadores, necesitamos pensar en este área como un espacio en el que podemos contribuir.'

- Poonam Bir Kasturi

Dos participantes hicieron una campana de terracota. El proceso de pensamiento que había detrás de este atractivo esfuerzo fue analizado y relacionado con el proceso de pensamiento del diseño.

Era obvio, desde su enfoque, que hay una necesidad real de crear algún tipo de texto que puedan usar los artesanos.

- Poonam Bir Kasturi

emocionante y una experiencia que les daba miedo. Sin embargo, todos entendieron rápidamente los fundamentos básicos del uso del ordenador y pronto comenzaron a navegar por Internet, visitando sitios sobre terracota y entendiendo el uso de las herramientas de búsqueda.

- **Modelos comerciales:** Divididos en tres grupos con un facilitador, los artesanos tenían que analizar cinco estudios de casos de modelos comerciales de terracota. Ayudados por el facilitador, usaron Internet e identificaron los componentes de cada modelo comercial. Lo mismo incluía logo, modelo comercial, facturación, gama de productos (existentes y planificados) estrategia de mercado, website, empresas virtuales, nuevas oportunidades, impuestos, calidad estándar, etc. Basándose en la información obtenida, cada grupo confeccionó un molde para compararlo con los diferentes casos estudiados. Esto tenía un doble propósito: *aprender a analizar y a usar un molde como herramienta de la toma de decisiones y observación.*
- **Parodia:** los miembros de un grupo comunicaban sus ideas a través del novedoso método de representar una parodia para reiterar el mensaje de que 'el cambio está ocurriendo, pero hay que ser conscientes de la resistencia al cambio.'
- **Situación para el futuro:** un ejercicio para crear una situación visual ayudó a los participantes a expresar lo que esperaban ser en el futuro. Después, se mostró a un compañero para que lo interpretase. De esta manera, se mejoró la técnica de la comunicación porque a menudo el compañero necesitaba una aclaración o darle un significado diferente a la situación.

#### Día 3:

- **De lo general a lo específico:** todos los participantes tenían un espacio en la pared para exponer su obra. Esta rica representación visual de ideas condujo a debates de unos con otros y a reflexiones. Artesanos concretos resumieron los temas y problemas que le preocupaban en este espacio. **Ramkrishnappa, un artesano de terracota dijo: 'No sé cómo seguir para hacer productos nuevos.'** Esto condujo a relacionarse con otros que tenían problemas similares u otros problemas. Algunos de los temas críticos que



Artesano navegando por Internet para ver otros sitios de productos de terracota

surgieron fueron: uno de los grupos pensaba que no contaban con la suficiente experiencia para pensar en nuevas formas de hacer cosas o crear productos. A pesar de gente nueva que siempre venía a la unidad y a pesar de tener acceso a libros, pensaron que no contaban con la lengua o con los métodos para utilizar toda esta contribución.

A no ser que la experiencia, contribuciones e información estén disponibles para los estudiantes de forma activa y accesible, no sirve de nada. Se necesita proveerlos de herramientas, métodos y técnicas que medien en este conocimiento antes de hacerlo suyo. Asumir que, simplemente con que los clientes den información en los bazares de artesanía a los artesanos les hará mejorar sus productos, es ingenuo. A menudo, los clientes no pueden explicar los matices que son necesarios para que un producto tenga un crecimiento fuerte; sólo pueden identificar las características que son insuficientes.

- Poonam Bir Kasturi

#### Día 4:

- **Experiencia:** se enseñó una película americana sobre cómo se diseñan productos nuevos. Se debatió la relación entre las ideas y el proceso seguido para crear un producto.
- **Herramientas aprendidas:** se realizó un ejercicio sobre **cómo hacer y vender un producto creando un mapa mental.** El grupo identificó y enlazó los diferentes elementos que involucraba este proceso. Se debatió sobre las características con ejemplos visuales y reales de temas como forma, textura, figura, dibujo, decoración y diseño. Se llevó una silla como ejemplo para ayudar en el debate.
- **Proceso del diseño:** se reforzó la noción de que el **proceso del diseño implicaba la toma de decisiones combinada con una forma de pensar creativa.** Se hizo un ejercicio de dibujo y medidas. Se enseñó a los artesanos términos de dibujo ortográfico estándar, como mostrar la medida del diámetro, altura, etc. Se debatieron detalles como tamaño, escala y proporción y se enseñaron los estándares de medidas. ¿Cuál es el largo verdadero? ¿Qué es altura? ¿Cómo y por qué se representan estas medidas en papel? A esto siguió un ejercicio de hacer un producto sobre el dibujo de otro participante. Una vez que se les entregaba el dibujo no se les permitía hacer preguntas; si el dibujo tenía información insuficiente, tenían que asumir una dimensión u otro detalle relevante y hacer el producto de acuerdo con la mejor interpretación que pudieran del diseño. Los artesanos hicieron de los dibujos productos. En la mayoría de los casos, la interpretación del diseño coincidía con la forma que originalmente había sido visualizado por el artesano.
- **Deberes:** se puso a los artesanos dibujos y ejercicios de medida. También tuvieron que hacer un artículo de terracota musical.

## Día 5:

- **El usuario:** el siguiente ejercicio trataba de hacer entender al artesano el **concepto del usuario**. ¿Quién es el usuario? ¿Cómo entiende usted al usuario y las necesidades del usuario? ¿Cuáles con los pasos que implica esta tarea?
- **Análisis de la tarea:** el artesano proviene de una cultura de multiuso; como respuesta a los tiempos que cambian y modifican las necesidades de los consumidos, tiene que reordenar su forma de pensar y modificar su técnica para hacer productos específicos para usos concretos. El debate condujo a las ideas de análisis de la tarea, prototipos, observación e investigación, buscar nuevos materiales, fijarse en aspectos concretos y definir un informe. Se trató la necesidad de hacer un **análisis de la tarea** y la forma de contemplar al usuario y se explicó de forma visual con un organigrama. Los debates ayudaron a todos los participantes a adquirir una nueva percepción sobre la importancia de esta herramienta a la hora de pensar en el diseño. Era la primera vez que tenían que pensar en detalle en todos los aspectos que; normalmente dan por hecho. Relacionaron las tareas con el pensar en artículos nuevos o con mejorar los artículos antiguos y los servicios donde con anterioridad, no habían previsto los efectos matizados de una acción.

## Día 6:

- **Problema de diseño:** como ejercicio de pensamiento creativo, se debatió la formación de las ideas y el proceso de crear productos para el baño. El primer paso fue una simulación del proceso de baño usando el producto tradicional de terracota: el restregador. Se hicieron dibujos; se pensó y habló sobre las relaciones de las ideas y conceptos con los que se había trabajado durante el curso del seminario.
- **Información individual:** en una sesión individual, se habló sobre el trabajo de cada participante durante el seminario, el trabajo que habían hecho en casa y se dio y recibió información.
- **Continuidad:** para asegurar la continuación del proceso de pensamiento y de aprendizaje de los temas con los que se había trabajado tan intensamente durante el seminario de seis días, se asignó a los artesanos trabajo para hacer en casa. Tendrían que enviarlo por correo a la directora del proyecto a la semana siguiente.

**Aprender para el futuro**

‘Necesitamos encontrar formas de crear una red orgánica y flexible de personas con inventiva que comiencen tratando los temas sistemáticamente. Los resultados del seminario mostraron que necesitamos seguir manteniendo por lo menos, tres sesiones al año con el mismo grupo. De ahí que surgiera un plan general para continuar el programa de educación.’

- Poonam Bir Kasturi

**3.5.3 Los Tallistas de Madera de Sri Kalahasti**

- **Ubicación:** Sri Kalahasti, Andhra Pradesh.
- **Duración:** quince días.
- **Participantes:** quince artesanos, diecisiete estudiantes y tres profesores universitarios.
- **Líder del proyecto:** Poonam Bir Kasturi.
- **Patrocinador:** *Regional Design and Technical Development Centre*, Bangalore, Karnataka.
- **Antecedentes**

Sri Kalahasti es una ciudad templo de Andhra Pradesh cuya rica y vibrante cultura ha apoyado la famosa artesanía de los tejidos *kalamkari* y el trabajo en madera durante muchos años. La artesanía en madera de esta zona, fué antiguamente famosa por su trabajo intrincado y por su acabado. Incluso hoy, muchos artesanos se dedican a esta artesanía. Según una estimación del DCH, al menos 10.000 personas se dedican a esta actividad y en los alrededores de Sri Kalahasti.

■ **Objetivos**

- Desarrollar una gama de productos y nuevos diseños conjuntamente con artesanos tradicionales de la madera.
- Preparar el proceso de desarrollo de diseños, nuevas formas de aprendizaje de pensamiento creativo, solución de problemas, reflexiones y planificación.

■ **Metodología / Aportaciones****Cometidos antes de iniciar el seminario:**

- Antes de comenzar el seminario, los estudiantes de diseño intentaron entender el trabajo



Artesano trabajando en un producto durante el seminario

*El quinto día del seminario un artesano, que se había enterado por 'el boca a boca', se unió al grupo.*

*Esta fue la mejor manera de medir si el seminario cubría las expectativas y las necesidades de los participantes.*

- Poonam Bir Kasturi

Los participantes pasaron las tardes del periodo del seminario representando parodias entre comprador y artesano sobre productos y precios y entre bailes, comida y risas.



Estudiantes de diseño interaccionado con artesanos de forma intensiva y abierta en el seminario

tradicional de los artesanos haciendo un estudio profundo del material de investigación secundaria de la biblioteca. Para los estudiantes, que no hablaban la misma lengua que los artesanos, era esencial encontrar primero una base común que les ayudara a comunicarse. Este terreno común fue la razón por la que, tanto estudiantes como artesanos, estaban aprendiendo diseño. El objetivo de los estudiantes era dividir la tarea de entender el diseño en etapas más cortas. Crearon un libro de trabajo con muchos ejercicios que los artesanos podrían hacer para ampliar su comprensión del diseño y los principios del mismo.

#### Fase 1 (Días 1-7):

- El seminario comenzó con una sesión introductoria durante la cual los participantes se conocieron unos a otros y desarrollaron un entendimiento de la artesanía del artesano y su forma de trabajo. El proceso de establecer y comprender la terminología relacionada con el diseño se clarificó y subrayó. Lo que los artesanos llamaban diseño era lo que los estudiantes llamaban dibujos o hacer dibujos. Los estudiantes consideraban que el diseño era una forma de pensar y de ver, mientras que los artesanos normalmente lo percibían como análogo a 'motivo' diseño.
- Los estudiantes aprendieron cómo los artesanos interpretaban su trabajo y también estudiaron sus conceptos y sistema de peso y medidas. Se hizo notar que a diferencia del proceso seguido en un instituto de diseño, donde los estudiantes primero comenzaban dibujando líneas y objetos, los artesanos de Sri Kalahasti comenzaban con una forma. Los estudiantes pensaron que, debido a la gran experiencia y conocimiento de los artesanos, era necesario encontrar un camino intermedio para comunicar conceptos complejos y abstractos, tales como línea en contraposición a forma, etc.

#### Fase 2 (Día 8-10):

- Se estableció un sistema de aprendizaje bidimensional entre estudiantes y artesanos, con conceptos que tenían que desarrollarse mostrados

en materiales diferentes. También se exploraron aspectos de dibujos tridimensionales y dimensionales

#### Fase 3 (Día 10-12):

- La líder del proyecto demostró el proceso de diseñar una silla contemporánea con el nuevo hardware.
- En una clase práctica de ergonomía se explicaron las necesidades de peso y tamaño, con un análisis completo de lo positivo y negativo del objeto en cuestión. Las dimensiones del tamaño también fueron tópicos tratados.

#### Fase 4 (Días 12 -15):

- Los artesanos crearon productos basándose en el proceso de aprendizaje bidimensional entre ellos y los estudiantes diseñadores.
- Se obtuvo información de los consumidores sobre el producto final.
- Se celebró una exposición en Bangalore de los productos acabados
- Se hizo una película titulada *15 Días* para hacer constar la experiencia y el aprendizaje conseguido en este seminario.

### 3.6 INTERACCIÓN ENTRE ESTUDIANTES DE DISEÑO Y ARTESANOS PARA EL DESARROLLO DE DISEÑOS Y PRODUCTOS

#### 3.6.1 Namda / Alfombrillas de Fieltro

- **Instituto:** *Indian Institute of Crafts and Design (IICD)*<sup>15</sup>, Jaipur, Rajasthan.
- **Ubicación:** Tonk, Rajasthan.
- **Promotor:** *Office of Development Commissioner (Artesanía)*, Nueva Delhi.
- **Año:** 1999-2001.
- **Supervisora:** Meenakshi Singh, profesora del IICD.
- **Participantes:** once artesanos de *namda*, estudiantes, y expertos/profesores universitarios.

#### ■ Antecedentes

Las *namdas*, alfombras de fieltro, se han hecho tradicionalmente en Tonk, un pueblo de Rajasthan. Elaboran una amplia gama de productos pero los que tienen más aceptación son las alfombrillas de diferentes tamaños, felpudos, salvamanteles, bolsas, zapatillas, tapices y revisteros. Hay una variedad limitada de dibujos florales que se repiten en las *namdas* y todo el grupo de artesanos trabaja dibujos similares. Los colores tradicionales también están limitados a tonalidades específicas de negro, granate, verde y marrón.

15 IICD El *Indian Institute of Crafts and Design* se encuentra en Jaipur, Rajasthan

### Problemas que tenía esta artesanía antes de la intervención:

Un estudio de campo realizado por los estudiantes reveló:

- Deterioro en la calidad del producto debido al empleo de materia prima inferior, por lo que la fibra del fieltro se desprende con el uso y hay infestación de insectos en la *namda* por la presencia de los residuos de jabón que no se lavan adecuadamente.
- Falta de innovación por la repetición constante de los dibujos de los motivos.
- Sin cambios de tamaños durante años.
- Competencia de las alfombras sintéticas y de viscosa de bajo costo. La paleta de colores era repetitiva y limitada. Los artesanos tenían dificultad para mantener una consistencia en las tonalidades del color debido a los métodos de teñido utilizados. La razón era que no se empleaba ningún equipo para el proceso de teñido y eran incapaces de reproducir los colores exactos para repetir los pedidos o para los pedidos de muchas piezas. Esto ocasionaba que los pedidos fueran rechazados o cancelados.
- Las ventas de *namdas* se reducían al segmento de mercado bajo y económico y los artesanos eran incapaces de atraer a compradores del segmento alto.
- Las relaciones mercantiles eran flojas, con ventas dirigidas generalmente a exposiciones y ferias.
- Estos problemas se complicaban más por la falta de unión entre los artesanos que tenían la tendencia de poner resistencia al ofrecimiento de ayuda de una agencia exterior y por ello, eran incapaces de generar la calidad, cantidad y estandarización que el mercado de exportación demandaba y con el que ellos deseaban tener contacto.

### ■ Objetivos

- Mejorar la calidad de la materia prima utilizada para hacer las *namdas*.
- Dar una nueva apariencia a una artesanía antigua.
- Desarrollar una gama comercializable de productos útiles y fáciles de producir.
- Vincular a los artesanos con las nuevas vías del mercado.
- Mejorar la calidad de vida.

### ■ Características del Diseño

- Desarrollar diferentes paletas de colores y conceptos de diseño, de acuerdo con las demandas del mercado.
- Introducir la diversificación de los productos.
- Mejorar la calidad de las materias primas básicas y de la artesanía.

- Asegurar mejores resultados con mejoras técnicas en los procesos de teñido y de producción.
- Hacer el proceso de trabajo menos intensivo.
- Desarrollar enlaces de mercado para asegurar trabajo continuado para los artesanos y un crecimiento saludable para este arte.

### ■ Metodología

#### Fase 1

En la primera etapa, los estudiantes de diseño condujeron un *estudio de campo e hicieron investigación de mercado*. Los diseñadores visitaron al grupo de artesanos para hacer que se interesaran en el proyecto y en sus objetivos. Los artesanos mostraron interés porque pensaron que esta intervención les proporcionaría más diseños e introduciría un cambio deseado a sus productos, rompiendo así la monotonía de diseños repetidos y limitados.

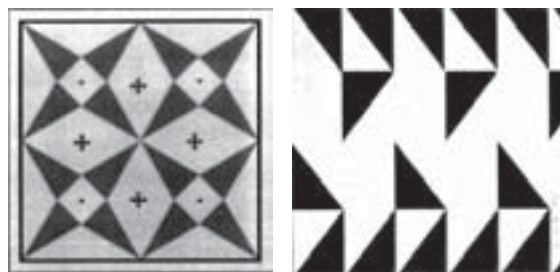
En la siguiente etapa, los estudiantes contactaron con compradores y exportadores muy conocidos de Jaipur, Rajasthan, y Nueva Delhi para comprender las necesidades del mercado. La información recibida hizo énfasis en la necesidad de innovación en el diseño y colores, según la previsión internacional y en la necesidad de estudiar con cuidado los aspectos más refinados de producción y calidad en todas las etapas.

#### Fase 2

Una reunión para hacer una puesta en común generó el *concepto multipolar de tener en cuenta tanto las necesidades locales como las de los mercados de exportación*. Se realizaron diseños de todas variaciones posibles de color. Se hicieron dibujos y gráficos de diseños de dimensiones, proporciones y medidas exactas. Teniendo en cuenta la información recibida, los diseños para el mercado de exportación fueron más abstractos, mientras que los diseños para el mercado local fueron de tipo más floral.

Al planificar el diseño, se tuvo cuidado de que el trabajo no fuera demasiado intensivo, puesto que los diseños existentes se consideraban demasiado recargados y requerían un ritmo de producción largo para terminarlos.

*Se desarrolló una gama de productos consistente en una mezcla de artículos tradicionales y no tradicionales, que incluían alfombrillas de diferentes tamaños, cojines para el suelo, tapices, cubreteteras, salvaplatos, guantes de horno y zapatillas de casa.*



Nuevas creaciones

*Sushil Jain, un empresario de namdas de Tonk, dijo: 'Estos nuevos diseños geométricos con combinaciones de colores nuevos me ayudarán a proveer namdas al mercado del segmento alto del país y del exterior.'*

Los modelos tomados del repertorio tan repetido y recargado se fueron reduciendo para adaptarse a los gustos y estilos de vida contemporáneos, aunque manteniendo los lazos de la tradición del diseño existente. Se introdujeron modelos geométricos. En general, los diseños introducidos se adaptaban a la estética contemporánea y tardaban menos tiempo en fabricarse que los modelos anteriores.

### Fase 3

Esta etapa implicaba *mejorar la calidad* haciendo énfasis en las técnicas de teñido. Un seminario de dos días sobre técnicas de teñido interactivas, utilizando tintes de mezcla de metales permanentes y tintes de cromo, que se consideraron más adecuados para las materias primas y para el producto final, se celebró en Tonk con profesionales y técnicos expertos. El señor B.B. Paul, del Centro de Servicio de Tejedores, junto a su equipo técnico, se dedicaron a trabajar para producir mejores técnicas de teñido en Tonk. Se llevaron a cabo demostraciones para apreciar las medidas precisas y tiempos necesarios para cada tonalidad de color. Se mostró una técnica nueva de teñido resistente y de *namdas* del estilo llamado *tie and dye* (atar y teñir).

Se introdujo a los artesanos en la utilización de las etiquetas de tonalidades para identificar las referencias de colores.

### Fase 4

Con el fin de crear lazos comerciales directos, se celebró una reunión interactiva con los artesanos, compradores y comerciantes para debatir los problemas relacionados con el diseño, la calidad y la comercialización. Se debatió sobre la compra de materias primas de buena calidad y la organización de un servicio común de teñido. Se mostraron los diseños desarrollados para comentarlos y para pedidos.

## 3.6.2 Mojari / Proyecto de Calzado Étnico

- **Ubicación:** Udaipuria, Rajasthan
- **Año:** 1999-2000
- **Patrocinador:** UNDP<sup>16</sup>-NLDP<sup>17</sup> y *Rural Non-Farm Development Agency (RUDA)*<sup>18</sup>, Jaipur.
- **Guía:** Rajeev Mathur, professor de IICD.

### ■ Antecedentes

*Mojari* es un calzado tradicional de cuero embellecido, popular en Rajasthan, fabricado con una técnica única. Este arte lo practican muchos artesanos en diferentes zonas artesanas de Rajasthan. Los promotores pensaron que había llegado la hora de que este calzado contara con el aporte del diseño contemporáneo para poder transformarlo en un accesorio de moda como



Nuevas creaciones

lo había sido antes. Se eligió el pueblo de Udaipuria para este proyecto porque acogía a unas 500 familias *raigar*<sup>19</sup> que practican este arte tradicional.

### ■ ‘Operación Mojari’

#### La situación existente

- La fabricación de *mojaris* es un arte tradicional y hereditario.
- Toda la familia contribuye con su técnica y las mujeres hacen los adornos de la superficie.
- El cuero teñido con tintes vegetales y otras materias primas se compra en la ciudad de Jaipur, Agra en Uttar Pradesh y Nueva Delhi.
- El mercado principal se encuentra en las zonas rurales donde los *mojaris* se venden en los *haats* locales y en los mercados semanales.
- Los *mojaris* no cuentan con un mercado urbano debido a que la suela dura hace daño al pie y es difícil andar con ellos.

### ■ Objetivos

- Ampliar el mercado de *mojaris* para incluir a clientes urbanos.
- Crear diseños y acabados adecuados para el mercado urbano.

### ■ Metodología

#### Fase 1

Los diseños se elaboraron en cuero teñido con tintes vegetales disponible en la zona, un material con el que los artesanos estaban totalmente familiarizados y que tiene la ventaja adicional de ser con un excelente aislante térmico. Los diseños se hicieron de tal forma que también se pudieran trasladar a cuero teñido al cromo que es más suave.

<sup>16</sup> UNDP - Programa para el Desarrollo de las Naciones Unidas

<sup>17</sup> NLDP - Programa Nacional para el Desarrollo del Cuero

<sup>18</sup> RUDA - Una Sociedad del gobierno de Rajasthan que suministra un enfoque dirigido a varios sectores no agrícolas.

<sup>19</sup> *Raigar* - Una comunidad que se dedica a trabajar el cuero.

La unión de la parte de arriba del calzado con la suela se hizo con hilo de algodón para que el producto fuera más resistente.

Los artesanos recibieron las siguientes indicaciones:

1. Necesidad de seguir los modelos para asegurar más precisión y comodidad.
2. Necesidad de adoptar estilos contemporáneos y diseños que se ajusten a las técnicas existentes.
3. Necesidad de adoptar una mecanización adecuada para los procesos de cosido y acabados.
4. Necesidad de utilizar materiales alternativos.
5. Necesidad de comprender el concepto de empaque para el mercado urbano.
6. Necesidad de adoptar tamaños estándar suministrando hormas de polímero de números y especificaciones convencionales.
7. Necesidad de iniciar y establecer relaciones y vínculos con los mercados

Los diseños se dividieron en diferentes grupos:

1. Los diseños de aplicación con tiras de cuero cortadas de diferentes colores y cosidos manualmente o a máquina que se enriquecieron más, con otros distintivos como bordados, perforaciones, telas, etc.
2. La parte superior la bordaban las mujeres artesanas, bien directamente sobre el cuero o sobre la tela, con hilo natural ó sintético. Se añadieron motivos tradicionales a los modelos contemporáneos, en tonalidades tierra y pastel.
3. La intervención en el diseño intentaba mezclar las dos artesanías más importantes de Rajasthan - joyería y trabajo en cuero- bordando piedras en la parte superior del calzado.
4. Los diseños del calzado tenían como objetivo la fusión de técnicas tradicionales con la moda contemporánea de sandalias abierta atrás, babuchas y zapatos con cordones.
5. Había dos categorías de diseños: uno con diferentes materiales puestos bajo las



Nuevas creaciones

perforaciones para realzar el modelo del diseño y otro que simplemente utilizaba las perforaciones como trabajo de corte.

6. Diseños cortados manualmente con diferentes materiales como base para reforzar el contraste de colores.
7. Plantillas de motivos, con tintes vegetales en su mayoría.
8. Uso de diferentes trozos / tiras de cuero coloreado, para crear modelos tejidos en la parte superior.

#### Fase 2

La Fase 1 terminó en agosto de 1999. Le siguió la Fase 2, durante la cual el producto se realizó y comercializó con éxito en el mercado urbano.

Los artesanos recibieron los pedidos por lo que tuvieron que contratar trabajadores externos para cubrir las necesidades adicionales. El producto mejorado y el precio adecuado mejoraron, a su vez, las condiciones financieras de los artesanos. En la actualidad participan en ferias en todo el país y tienen contactos con mayoristas.

#### ■ Reflexión

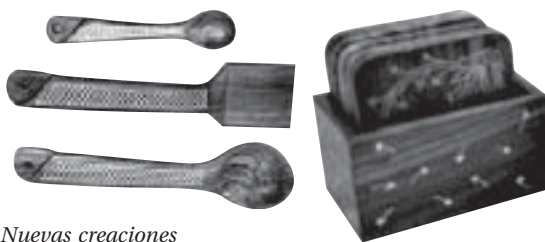
- El éxito de la 'Operación Mojari' hay que atribuirla tanto a la contribución del diseño como a los cambios técnicos.
- Los diseñadores tomaron las materias primas que ya estaban en uso y añadieron elementos que pudieran ser fácilmente accesibles y suministrados a los artesanos.
- El uso de máquinas de coser, distribuidas por RUDA, fue aceptado fácilmente. Los artesanos adoptaron los cambios técnicos sugeridos y adaptaron sus prácticas de trabajo de acuerdo con ellos. El resultado fue la mejora, tanto en calidad como en terminado, por lo que los tiempos de producción eran más cortos.
- La incomodidad de llevar los *mojaris* duros y duraderos se superó mejorando el acabado.
- Los nuevos *mojaris* se llevaban cómodamente, según las convenciones aceptadas internacionalmente de número, con el aporte técnico más importante, que comprendía el uso de moldes de plástico para zapatos.
- Los números estándar mejoraron la capacidad del artesano para suministrarlos a mercados lejanos.
- La comprensión de la metodología del diseño y la habilidad para transformar dibujos en productos les ayudó a ampliar la habilidad de los artesanos para introducir cambios en el ejercicio de su trabajo.

#### 3.6.3 Tarkashi / Incrustación de Hilo de Metal en Madera

- Ubicación: Jaipur, Rajasthan
- Año: 2002-03
- Periodo: Un mes

*Bhagirath Prasad Saunkaria, un artesano de mojaris, dijo: ' Ahora cuento con un mercado más amplio y debido a la intervención en el diseño, mis mojaris se venden mejor en las tiendas de alta categoría de Delhi y de otras ciudades.'*

*Vishnu Kumar Jangid, un artesano del tarkashi bien conocido, dijo: 'Estos nuevos productos contemporáneos basados en la funcionalidad, me ayudarán a mejorar mis medios de vida y resultarán ser un adelanto para este oficio.'*



Nuevas creaciones

- **Promotor:** *Office of Development Commissioner* (Artesanía), gobierno de la India, Nueva Delhi.
- **Supervisora:** Shipra Roy, profesora de IICD
- **Antecedentes**

Las artesanías tradicionales de *tarkashi* y *pachhikari*, antiguamente patrocinadas por la realeza, continúan practicándose en comunidades artesanales de zonas de Mainpuri y Chinniot de Uttar Pradesh, y de los distritos de Aurangabad y Ratnagiri de Maharashtra, entre otros lugares.

En el *tarkashi*, los artesanos hacen incisiones de finas líneas en un diseño dibujado con anterioridad en una superficie de madera. Se cortan hilos finos de cobre y latón de placas y se incrustan en las ranuras de motivos florales y modelos geométricos. La versión más atrevida de la misma técnica, usando incrustaciones de hojas de metal se llama *pachhikari*. Las placas y los hilos de metal se incrustan de una forma tan extremadamente intrincada que parece que la superficie de la madera estuviera bordada. Entre los productos creados de esta manera, se encuentran carros en miniatura, calzado de madera, puertas y ventanas, joyeros, etc.

El *tarkashi*, aunque es un oficio antiguo, no nació en Rajasthan; los artesanos que lo practicaban habían emigrado a Jaipur desde Mainpuri, Uttar Pradesh. En 1962, el *All India Handicrafts Board*, en un intento de desarrollar más el arte, inició un programa de formación dirigido por un maestro artesano. Desde 1962, el número de familias artesanas aumentó de cinco a quince. No obstante, ahora hay cuatro familias en Jaipur que practican actualmente este arte.

■ **Problemas**

Un estudio inicial del arte reveló que los artesanos se encontraban con los siguientes problemas:

- Un mercado en desaparición y bajas ventas porque las tiendas donde se comercializaba eran limitadas; las ventas se realizaban, sobre todo, en exposiciones y ferias o a través de comerciantes locales. A todos los productos se les daba salida a través de intermediarios. El relativamente alto precio por la naturaleza complicada del trabajo de incrustación también conducía a pocas ventas.
- Falta de innovación, y desarrollo de productos porque todos los artesanos producían diseños similares. La forma y función de los productos eran similares a los realizados hacia veinte años.
- Los productos tenían una resistencia estructural baja. Había un deterioro en la calidad de la madera

porque el proceso de secado, que se hacía en casa del artesano, se había acortado

- Era difícil poder aceptar pedidos grandes porque la mayoría de los artesanos trabajaban solos y por ello, no contaban con la ayuda necesaria para terminar los pedidos grandes.
- No se prestaba atención al embalaje.

■ **Metodología**

1. El diseñador comunicó a los artesanos la necesidad de mejorar el nivel de calidad, especialmente curando la madera correctamente y con los conocimientos técnicos con que contaba pero que no practicaba.
2. Se desarrolló una gama de productos nuevos y se comunicaron las dimensiones exactas a los artesanos para que tuvieran una mejor comprensión de los temas de calidad. Los nuevos productos *tarkashi* introducidos, incluían cucharas de madera, pisapapeles de tres tipos, portalápices, tapices, cortapapeles, candeleros, servilleteros, marcos para fotos y tarjeteros.
3. Se introdujeron diferentes motivos y modelos inspirados en el aspecto tradicional.

**3.6.4 Objetos Útiles de Cerámica Azul**

- **Ubicación:** Jaipur, Rajasthan
- **Año:** 2003-04
- **Duración:** Seis meses
- **Promotor:** *Rural Non-Farm Development Agency* (RUDA), Jaipur, Rajasthan
- **Guía:** Rajesh Jain, Profesor de IICD
- **Estudiantes:** Amit Gehlot (Intervención en la tecnología) y Mitra Singh (Desarrollo del diseño)

■ **Antecedentes**

Entre las muchas tradiciones artesanales que los mogoles trajeron a la India, la técnica de la cerámica azul vidriada ha evolucionado con el tiempo y continúa haciéndolo en la actualidad con muchas variaciones de productos. Con los años, las innovaciones han conducido al diseño y producción de artículos decorativos y utilitarios usando técnicas similares aunque adaptadas. El desarrollo y la evolución de la cerámica azul - su forma, color y decoración - recibieron influencias directas del arte tradicional persa; esta influencia se ve en la forma de las tazas y jarras para agua, jarros, cuencos, platos y fuentes de todos los tamaños y formas. La paleta tradicional de color se restringía al azul, azul claro y verde; el tradicional de la decoración era el modelo universal de lazo-y-flor.

■ **El Problema con el que se enfrenta este oficio**

El estudio inicial reveló lo siguiente:

La ausencia de nuevos diseños y productos ha conducido a la disminución de la demanda. La nueva



cerámica azul sin plomo desarrollada bajo la intervención técnica del *Central Glass and Ceramic Research Institute* (CGCRI) y RUDA ha proporcionado una dimensión nueva a la diversificación del producto.

- El polvo de cuarzo, una materia prima clave, contiene hierro; la presencia de partículas de hierro producía un efecto moteado en la superficie del producto después de cocido, por lo que muchas piezas se estropeaban.
- Las técnicas del moldeado de los artesanos eran de baja calidad y producían moldes inexactos y deformados.

#### ■ Objetivos

- Explorar formas de productos nuevos que no están actualmente incluidos en la gama existente de la cerámica azul.
- Desarrollar nuevas técnicas de producción sin hierro.
- Diseñar productos para los mercados domésticos y de exportación.

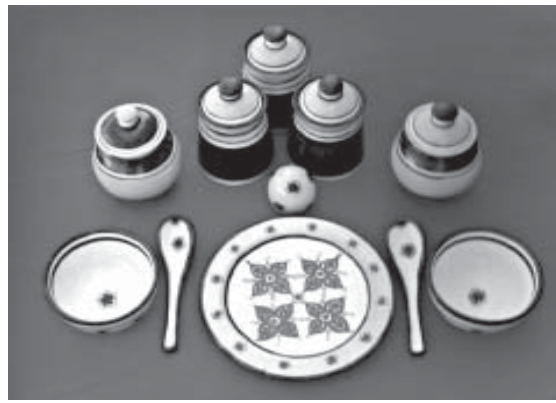
#### ■ Metodología

##### Fase 1

- Se llevó a cabo un estudio de mercado exhaustivo para estudiar las moda, tendencias de color y comportamiento del comprador.
- Se visitaron tiendas en que ya se comercializaba la cerámica azul en Jaipur, Rajasthan, y Delhi, para estudiar los modelos con demanda.
- Visita a Khurja, Uttar Pradesh, una zona donde se produce mucha cerámica, para estudiar la gama de productos que se manufactura allí; comparten cierto parecido con la cerámica azul son baratos y se venden muy bien en el mercado interior.
- Visitas a los exportadores para entender las instrucciones del comprador y las especificaciones de los productos proporcionadas por sus clientes.
- Visita a una unidad de cerámica para conocer los tamaños y las especificaciones estándar de las piezas de juegos de vajillas y de té.
- Investigación en Internet para comprender la colocación y la etiqueta en la mesa.
- Se hizo referencia a libros sobre la historia de este oficio y para identificar nuevas tendencias.
- Se llevó a cabo un análisis de color, estilo y tendencias de moda de diseño basado en la observación.

##### Fase 2

- Se diseñó una gama nueva de productos.
- Se buscó inspiración para los diseños en la historia



Nuevas creaciones

de la cerámica azul y en la arquitectura mogol y los estilos decorativos.

- Los moldes existentes, con algunos cambios, se usaron para desarrollar las nuevas formas.
- Se adaptaron los colores y se extendió su uso.
- Se calculó el costo, y precio de los productos elaborados y se sacaron al mercado.
- Se introdujeron medidas técnicas para estandarizar las materias primas.

Para eliminar el problema del polvo de cuarzo por contener hierro, se diseñó un aparato barato que pudieron hacer los herreros locales.

### 3.7 MODELO DE INTERACCIÓN DE DESARROLLO / SUSTENTOS: ENFOQUE PARTICIPATIVO DE LA COMUNIDAD

#### 3.7.1 Jawaja - The Rural University National Institute of Design (NID)<sup>20</sup>, Ahmedabad, y el Indian Institute of Management (IIM)<sup>21</sup>, Ahmedabad

##### ■ Antecedentes

Jawaja, un bloque de pueblos de Rajasthan, contaba con una población aproximada de 80.000 habitantes en 1975. Fue el primer proyecto institucional importante que el NID llevó a cabo en asociación con el IIM(A), en agosto de 1975; entonces Jawaja estaba saturada de estructuras tradicionales y costumbres antiguas de casta, ocupación, sustento y género. Denominada 'Rural University' por el catedrático Ravi J. Matthai<sup>22</sup>, Jawaja fue un esfuerzo hecho para unir los grupos de acción dedicados directamente al desarrollo rural y universitario. El trabajo lo empezó un grupo de la facultad y estudiantes del NID y del IIM. Aunque no comenzó como un experimento para el desarrollo de la artesanía o el diseño, la artesanía se

*'Vivir en el pueblo con los artesanos y sus familias, con cortes de electricidad de muchas horas y sin suministro de agua, me reveló la dura vida de la gente rural. No fue fácil trabajar con los artesanos. Sin embargo, volvería a disfrutar trabajando con ellos por su forma de ser humanitaria, afectuosa y amistosa. El proyecto añadió una nueva dimensión a mi base de conocimientos y me puso en contacto con el estilo de vida de los pueblos.'*

- Amit Gehlot

20 El *National Institute of Design* (NID), Ahmedabad, es uno de los institutos de diseño principales de la India.

21 El *Indian Institute of Management*, Ahmedabad, IIM (A), es uno de los institutos empresariales principales de la India.

22 El catedrático Ravi John Matthai fue Director del IIM, Ahmedabad. Dimitió en 1972 para dedicarse a un experimento pionero e innovador de educación rural.

convirtió en la ventana de oportunidades para el desarrollo y los diseñadores surgieron como los comunicadores más efectivos y confiables porque podían trabajar con sus propias manos.

Jawaja era, básicamente, un espacio en el que estábamos estudiando el diseño en favor del desarrollo y no a favor de las artesanías. Ocurrió que las artesanías se convirtieron en el medio para esta exploración porque los diseñadores del NID y los estudiantes que fueron allí descubrieron que, en lugar de tener que ser anulado como un lugar sin potencial, tenía grandes habilidades... [El objetivo era] encontrar una forma de hacer que estas habilidades tuvieran una finalidad que no sólo alimentara a la gente, sino que le diera oportunidades porque eran personas que se encontraban en la parte más baja de la escala social. Eran gentes que, en aquel tiempo, y quizás todavía ahora, no podían beber del pozo del pueblo.

- Ashoke Chatterjee

#### ■ ¿Por Qué Jawaja?

El catedrático Matthai tenía verdaderos deseos de analizar el conocimiento y la experiencia empresarial fuera del sector corporativo (al que se había dedicado con el IIM(A) desde los años de su creación), desde el nivel del meollo de la solución del problema, dentro de un contexto de la India definido por la pobreza y por la necesidad de que mucha gente marginada de la sociedad participara en las decisiones que les afectaban. En efecto, esto era conocimiento empresarial para el manejo de la auto gestión. El gobierno de Rajasthan escuchó su propuesta y sugirió que el profesor Matthai probara el experimento en ese estado. Las autoridades del estado sugirieron varias localidades. Cuando el catedrático Matthai preguntó por la zona de Jawaja, le dijeron que no existían posibilidades porque el lugar carecía de recursos. La pregunta que él hizo fue: ¿Tiene gente?

Se eligió Jawaja. Representó un verdadero reto: comunidades que sobrevivían en una tierra árida, viviendo en una gran pobreza y enfrentándose a problemas de opresión de casta; técnicas hereditarias



Jawaja Rural University

que parecían no tener futuro debido a la competencia y a las estructuras de casta; un ambiente de corrupción; impacto de la producción en masa y nuevos materiales que habían convertido los productos de manufactura tradicional en inviables, comercialmente hablando.

#### ■ Diseño para el Desarrollo

*Para el NID, el primer reto fue que este no era un proyecto de 'diseño'. Era sobre desarrollo y sobre personas al nivel de la supervivencia. Cuando nos unimos, no sabíamos que habría una dimensión de diseño. Entramos por curiosidad, por la necesidad sentida de probarnos a nosotros mismos en la India rural y entre los pobres. El NID decidió unirse a este experimento al que invitó el profesor Matthai. El NID acababa de salir de una crisis importante que había conducido a cuestionar, tanto dentro como fuera del NID, si el 'diseño como disciplina era realmente relevante para las necesidades de la India. La primera promoción de estudiantes iba a terminar la carrera. El plan de estudios del NID (que rechazaba los exámenes y las notas) había desbaratado los planes. Ravi se había unido a estos debates del campus. Nos habló sobre sus planes para Jawaja, sobre los informes de que había comunidades allí que tenían algún conocimiento artesano. Preguntó si el NID y el IIM(A) desearían probar su disciplina a este nivel escueto de la solución de problemas. Entre los artesanos que trabajaban el cuero había una prohibición de casta, de despellejar animales, impuesta a los raigars, iba acompañada de los castigos más severos, incluida la expulsión de la comunidad para los que desafiaban la prohibición. Esto les privaba de contar con pieles gratuitas, obligándoles a comprarlas en los mercados donde se les engañaba por rutina. Los tejedores estaban limitados a una gama de productos muy pequeña que no les garantizaba ingresos regulares. Y así fue como empezó el esfuerzo hacia la técnica y la diversificación de productos.*

- Ashoke Chatterjee

El proyecto de Jawaja se planteó el tema de si llevar a cabo un experimento de 'acción' era una legítima actividad para una institución académica y, por ello, si era un uso legítimo del tiempo de la facultad y de otros recursos institucionales. Los argumentos que presentaron, tanto el IIM(A) como el NID, fueron los siguientes:

- Este proyecto competiría por los recursos institucionales con otras formas, tradicionalmente más aceptables, de actividades académicas.
- Hay muchas otras agencias, tanto gubernamentales como privadas, que se han creado para la acción, siendo éste su objetivo primordial.
- Los académicos de facultades no han sido seleccionados por sus capacidades para la acción y no deberían duplicar estos esfuerzos y, así desperdiciar los recursos limitados en operaciones inapropiadas e inútiles.
- También se defendió que las experiencias desarrolladas durante estos experimentos

*Este era un enfoque nuevo hacia proyectos de diseño, intentando usar los modelos de desarrollo basados en la comunidad, en lugar del supuesto tradicional de 'nosotros' lo sabemos mejor y en consecuencia, pocas veces buscamos alternativas. Varias agencias de desarrollo han venido utilizado este enfoque durante muchos años al tratar estos temas de capacitación. Se probó en Jawaja en un contexto artesanal y después, otras personas y ONGs lo tomaron como enfoque durante años. El experimento de la 'Rural University' de Jawaja inspiró a ONGs como Utthan de Gujarat y la Tata-Dhan Academy de Madurai. Se ha convertido en un hito del pensamiento y de la acción del desarrollo.*

deberían restringirse a las experiencias personales, sin el rigor metodológico que requería la investigación y la experimentación en el sentido académico aceptado.

El argumento en contra era que en las dos instituciones, los recursos se gastaban, sin lugar a dudas, en asesoría e investigación. La diferencia aquí se encontraba en que el 'cliente' - una comunidad rural- no se podía permitir el lujo de tener servicio de diseño. La facultad involucrada debería considerar que el costo de la ocasión merecía la pena en términos académicos: el aprendizaje que los estudiantes y los profesores podrían (no había garantías) sacar del experimento y las posibilidades de llevar este aprendizaje a las aulas.

**Premisa:** La *Rural University* asumía que el desarrollo de la India rural no ocurriría simplemente a través de planes con un objetivo, sino también con el desarrollo de sus gentes. Se pensó que las actividades de desarrollo deberían ser el vehículo del aprendizaje. 'El desarrollo de actividades sin el compromiso profundo de la gente no tiene fundamento. El compromiso no es susceptible a la imposición de objetivos ligados al tiempo como los son las contribuciones financieras y físicas. La gente tiene que aprender a ayudarse a sí misma, a ayudar a otros, a ayudar a su comunidad y a ayudar a otras comunidades. Confianza en sí mismos y mutualidad son fundamentos básicos de la idea de la *Rural University*'. Ravi Matthai (*The Rural University: The Jawaja Experiment in Educational Innovation, 1985, Popular Prakashan*. Página número 10). El objetivo era hacer que los aldeanos fueran independientes y que se pudiera prescindir de los participantes de fuera, gradualmente, pero lo antes posible.

1. Todas las actividades tenían que estar basadas en recursos físicos locales.
2. Las ideas tenían que surgir de los mismos aldeanos y los investigadores debían actuar como catalizadores.
3. Las actividades había que descentralizarlas en la medida de lo posible, conservando solamente algunos procesos artesanales en una localidad centralizada.
4. El sistema educativo tenía que convertirse en el proveedor de la especialización.
5. Las actividades tenían que estar orientadas hacia el objetivo de agregar valor a los recursos locales básicos y el valor agregado sería conservado por los aldeanos a través de sus habilidades y capacitación.
6. Los aldeanos tenían que aprender a ser independientes y a llevar a cabo estas actividades por sí mismos.
7. El modelo de una zona no tendría que reproducirse necesariamente en otra, pero el aprendizaje (en lugar de la réplica) podría ampliarse.
8. El objetivo era que los aldeanos actuaran como catalizadores para extender la actividad a una zona más amplia.

9. Al desarrollar nuevas actividades, los aldeanos tenían que aprender los aspectos técnicos, empresariales y sociales de la nueva actividad.
10. Una parte del esfuerzo general era también hacer que aldeanos, profesores, funcionarios gubernamentales locales y el sistema político trabajaran juntos y para alcanzar este objetivo, se adelantaron gestiones al interior de estos grupos y entre ellos.

Matthai habla de dos procesos que se habían iniciado en el experimento -'replicabilidad' y 'ampliación'. Replicabilidad implica la reproducción de circunstancias por esfuerzos planificados de los 'agentes de cambio'. Ampliación implica el desarrollo de aptitudes de los recursos humanos locales para desarrollar otros recursos humanos; esto no supone planificación en el sentido de la replicabilidad, sino más bien el desarrollo de actitudes y la acción y comportamiento consiguientes.

#### Los problemas que había que solucionar eran:

1. ¿Cómo podían los artesanos ganarse el sustento mientras estaban aprendiendo las nuevas técnicas?
2. ¿Quién iba a pagar por la formación y por la nueva materia prima requerida para la nueva gama de productos?
3. ¿Cómo iba a financiarse la nueva producción antes de venderse?
4. ¿Cómo iba a relacionarse el artesano con sus productos y entender las necesidades del cliente para poder mantener la calidad? Si no se podía hacer a través del contacto directo, ¿cómo se iba a suministrar el acceso a la información del mercado para ayudar al artesano a competir eficazmente?
5. ¿Cómo se iba a traducir la información del mercado en un producto, a través del diseño y del desarrollo de los productos?

#### ■ Los Tejedores de Jawaja

**Objetivo:** Se eligió un pueblo en donde fuera posible introducir nuevos tipos de telares manuales y nuevos productos tejidos manualmente para superar el vacío dejado por el cierre de la sociedad cooperativa de telares.



Contabilidad

**Replicabilidad:** El punto importante aquí es que todos aprendimos rápidamente que lo único que se puede 'reproducir exactamente' es quizás, el esfuerzo de aprender. La situación misma no se podía reproducir. No se pueden copiar con papel carbón comunidades, ubicaciones o actitudes. Sin embargo, se puede extender el aprendizaje, tomando la sabiduría de la experiencia y aplicándola a situaciones nuevas. Este fue un gran aprendizaje que sigue siendo relevante en un momento en que los donantes están buscando todavía 'historias de éxitos' que puedan 'reproducirse'

- Ashoke Chatterjee

## Actividades

### 1. La economía: coste, fijación de precios, diseño y comercialización

- El aprendizaje en la *Rural University* comenzó con una actividad económica que tenía por objeto aumentar la capacidad de ingresos de los grupos de bajos ingresos. Se dio información a los participantes sobre cómo comprar hilo y cuánto almacenar; el teñido de algodón y de lana; tejer las nuevas alfombrillas de lana y algodón; la economía en la mezcla de materias primas; calcular el costo y hacer la contabilidad; separar el dinero para pagar el crédito al banco; prever los gastos de mantenimiento y depreciación; aprender el valor de mantener la calidad de sus productos; reparar y ensamblar los telares. Todos estos temas se fueron tratando gradualmente.
- En el campo de la tejeduría, una vez que el volumen aumentó substancialmente y el control de calidad se estableció con más firmeza, los diseñadores textiles iniciaron la comercialización de los nuevos productos. Se debatió largamente sobre metodología de costo y fijación de precios, lo que motivó preguntas relacionadas con productividad, calidad, oferta y demanda, economías de escala en la comercialización, mezcla de productos y mezcla de materiales.
- La experiencia técnica la proporcionó a los artesanos de Jawaja el *Weavers' Service Centre* (WSC), Mumbai, a través de las relaciones del NID. El WSC ayudó a elegir los tipos de telares que se introducirían, supervisó su construcción localmente, ayudó a su montaje y enseñó a los pocos tejedores iniciales, cómo ensamblar los telares. El NID se involucró en toda la actividad de tejeduría de principio a fin incluyendo la comercialización. El papel del WSC quedó reducido al equipamiento y a la formación en producción por períodos específicos de tiempo; sólo coincidieron con el del NID en la capacidad técnica.
- El NID continuó con su compromiso de diseñar nuevos productos, ayudando con los problemas técnicos, tales como teñido y siendo uno de los mayores compradores de productos, además brindó su apoyo para establecer otros contactos comerciales.



Hilando la hilaza



En el telar

- En unos cuantos años, los ingresos de los tejedores habían mejorado considerablemente. Toda la comercialización la hacía el NID; desde el punto de vista de los tejedores, el sentir tranquilidad porque las ventas no eran un problema, significó un gran alivio. Esto les dio un sentido de seguridad con relación a su flujo de ingresos.
- Estaban seguros de la relativa indulgencia del NID al ejercer el veto del control de calidad y asumieron que cualquier producto salvo raras excepciones, sería aceptado. Sin embargo, reunión tras reunión, se encontraron los mismos defectos. El NID decidió ser estricto con los rechazos. Los tejedores intentaron entregar tapetes que habían sido rechazado previamente, esperando que fueran aceptados. Surgieron problemas cuando los tejedores tuvieron que tomar decisiones negativas unos contra otros. En las primeras reuniones, la primera opción utilizada fue la 'suave' que consistió en que el NID hizo una rebaja nominal en el precio de compra del producto. La opción 'dura' de rechazo fue adoptada más tarde cuando se vio que la opción 'suave' no funcionaba; esto significó que el tejedor tendría que pasar tiempo deshaciendo el tapete y tejiéndolo de nuevo.
- El NID insistió en el nivel de calidad porque Panipat ofrecía mayor competencia en el mercado urbano y los tejedores de Jawaja, al pedir precios más altos por sus productos, sólo podrían mantener el mercado si la calidad de sus propios productos era excelente y uniforme. Cuando el NID ejerció la opción de rechazo, las existencias de los tejedores comenzaron a acumularse; lo mismo ocurrió con el resentimiento de unos contra otros. La norma que se adoptó fue que los tejedores que juzgaran la calidad de un tapete en particular, no sería del mismo pueblo en que se hubiera tejido. La actitud del tejedor del tapete rechazado era igualmente importante. Durante algún tiempo, los rechazos se tomaron filosóficamente, se admitieron los errores y aunque existía el descontento, el resentimiento no se dirigió a nadie directamente. Sin embargo, era fácil para las fuerzas externas romper la unidad del grupo. Los sentimientos de malestar dentro del grupo, avivados por el prestamista local, desembocaron en el aumento de la competencia, así como en el bloqueo del



Profesora universitaria interactuando con un tejedor

capital de trabajo para los tejedores con productos rechazados repetidamente. El grupo de tejedores decidió ayudar a los miembros que pasaban por estrecheces económicas, contribuyendo con suficiente material para poder iniciar el trabajo de nuevo.

- La propiedad e identidad del producto se relacionaban con el control de calidad. Cuando el tapete se vendía, bien al NID o a otra agencia, dejaba de ser un producto de un tejedor individual. Se convertía, según el mercado, en un tapete de Jawaja. El aprendizaje sobre calidad era lento porque el tejedor no veía el tapete después de haberlo distribuido y porque no podía relacionar la reacción del mercado con su producto individual.

## 2. Cooperación y comercialización

- Se celebró un seminario para los tejedores en el que a través de juegos y ejercicios, se les explicaba que la cohesión del grupo dependía de su capacidad de resolver problemas, asumir riesgos y su habilidad de tomar decisiones negativas. Después de esto, el NID dejó de desempeñar el papel de supervisor de control de calidad y único comercializador. Las ventas eran entonces bajas y el flujo de fondos se hizo irregular a medida que las existencias se acumulaban
- Los artículos, es decir los tapetes y las colchas, se dirigían al mercado urbano. La gama de productos se eligió con el objeto de romper el dominio de los *comerciantes* locales sobre la producción de los tejedores, puesto que estos últimos no estaban familiarizados con los mercados urbanos. *Los tejedores habían aprendido a comercializar sus productos en las ciudades metropolitanas, tema del que sabían poco, anteriormente.*
- El NID había aceptado ser el único comprador de todos los productos tejidos si la cantidad estaba dentro de su capacidad financiera que como institución educativa, no era alta. Vendían los productos al detal en su tienda de Ahmedabad.

- El experimento de grupo, por tanto, en un intento de encontrar tiendas en Delhi, Jaipur, Mumbai o dondequiera que se vendieran tapetes, necesitaba llevar a los artesanos allí para que pudieran comenzar a aprender cómo hacer las ventas. En 1976, se formó la *Jawaja Weavers' Association (JWA)* para operar una cuenta de banco conjunta para la comercialización y gasto conjunto. Cuando el libro de pedidos fue satisfactorio, los tejedores comenzaron a descuidar la necesidad del control de calidad. No sólo bajó la calidad sensiblemente, sino que los tejedores en grupo se confabularon para condonar fallas de calidad graves y a gran escala. Se presentía que hasta que JWA tomara más responsabilidad y que como organización, se enfrentara a las reacciones de los clientes, estas fallas continuarían.

### • Características de la intervención del NID:

1. Mejora de los productos y las habilidades tecnológicas sin dañar la sociedad de artesanos.
2. Introducción de nuevos productos químicos, nuevos colores, nuevos modelos y en ocasiones, nuevos materiales.
3. Introducción de una forma totalmente nueva de considerar el tiempo de utilidad de las cosas que producían' (Helena Perheentupa)<sup>23</sup>.

### ■ Los Trabajadores del Cuero de Jawaja

- **Objetivo / Estrategia:** la estrategia en Jawaja era elaborar nuevos productos para nuevos mercados. Había dos razones para hacer esto:

1. La gama de productos debía ser ampliada porque los productos tradicionales se veían afectados por la competencia. Los productos tradicionales que los *raigars*<sup>24</sup> producían eran zapatos, cubos para agua de cuero (*charas*), y arreos para animales. El aumento del costo del cuero afectó el precio de los zapatos que se sustituían fácilmente por zapatos de plástico producidos en masa. Las *charas* se estaban sustituyendo también, poco a poco, por las bombas de agua, dejando así a los *raigars* con unos medios de vida muy limitados.
2. Se asumió que si los productos se creaban para un mercado con el que el prestamista no estaba



Reunión de raigars

23 Helena Perheentupa, diseñadora textil de Finlandia, fue directora de Diseño Textil del NID durante muchos años. La señora Perheentupa, dirigió el grupo del NID en Jawaja. Trabajó con los artesanos de Jawaja muchos años, entre otros proyectos. Actualmente, trabaja en Finlandia.

24 *Raigars*, trabajadores tradicionales del cuero.



Curtido del cuero

familiarizado, no podría explotar a los artesanos tan fácilmente como en el pasado. Además, este hecho crearía una relación más directa entre los artesanos y los puntos de venta, permitiendo a los artesanos retener más del precio del producto y del valor agregado.

*Uno de los primeros requisitos, como íbamos a conocer todos, era que cualquier esfuerzo de capacitación intentaría ser frustrado por las comunidades en que, tanto los tejedores como los raigars, estaban subordinados. Por ello, se necesitaba el diseño para innovar productos para el mercado fuera de la experiencia de los bania,<sup>25</sup> unos mercados sobre los que las estructuras de poder establecidas no tenían control. Esto no era suficiente por sí mismo. Al prestamista no le gustaba lo que estaba pasando y amenazaba a todo aquel que se uniera al esfuerzo con consecuencias fatales, incluyendo cortar los préstamos para bodas y funerales. Aquellos que se unieran a la Rural University necesitarían valentía y fortaleza para enfrentarse a estas amenazas.*

- Ashoke Chatterjee

- **La participación del NID:** El NID participó en las actividades del cuero aunque no contaba con una división del cuero. Nilam Iyer, una estudiante de la división de Diseño de Productos, se interesó por el diseño de productos en cuero y deseaba hacer su proyecto práctico sobre artesanías del cuero del pueblo. Se pidió al *Central Leather Research Institute* (CLRI) de Chennai que ayudase a resolver el primer problema técnico de los raigars que era mejorar la calidad del curtido a nivel del pueblo.

- **Un análisis de la situación existente**

Según Nilam Iyer, el artesano tenía las siguientes opciones:

1. Podía hacer sus productos tradicionales para su clientela de siempre, a precios más altos. Sin embargo, en el mejor de los casos, esto sólo resultaría en un incremento nominal de precios debido a la resistencia, tanto de clientes como del sistema económico tradicional.
2. Podía hacer productos tradicionales en cantidades más grandes y aumentar el círculo de su mercado. Sin embargo, también aumentaría su gasto.

3. Podía hacer nuevos productos que tuvieran un valor más alto y venderlos a la clientela de siempre. Para ello, tendría que identificar un producto nuevo, que probablemente tendría que competir con un producto similar producido en masa.
4. Podía hacer nuevos productos para una clientela más rica de las zonas urbanas, donde estaba aumentando la apreciación por los productos realizados a mano. En este caso, tendría que identificar no sólo los productos, sino también el consumidor y el mercado. Esta era la opción que parecía más práctica.

- **Procesos relacionados con la interacción y contribuciones**

1. En primer lugar, *la calidad de la piel había que mejorarla* para el mercado urbano. La preparación del cuero siguió siendo una operación totalmente manual, aunque el proceso lo había mejorado el CLRI. Los raigars recibieron formación durante un mes en las nuevas tecnologías del curtido; aprendieron contabilidad y también aprendieron sobre los mercados de sus nuevos productos.
2. Se introdujeron productos nuevos fabricados en cuero que la comunidad raigar aprendió a hacer. Los nuevos productos, que combinaban el cuero con telas tejidas en telar, iban a ser el nuevo vehículo para lanzar un proceso de aprendizaje social, económico y técnico entre estos grupos artesanos de Jawaja.
3. Se organizaron campos de formación con la ayuda de un laboratorio nacional para mejorar la tecnología del curtido del cuero entre los raigars.
4. El caso de los raigars era diferente del de los tejedores. Se persuadió a los compradores más importantes de cuero y productos de cuero del país para que visitaran la zona y establecieran relaciones directamente con los raigars. También se ayudó a los aldeanos a buscar compradores en sus sedes urbanas.

Los primeros productos fueron carteras para la escuela y bolsas que no requerían la sofisticación de un cuero bien acabado y cinturones trenzados que cubrirían los defectos del material. Los productos recibieron una atención limitada en el mercado a través de exposiciones. Sin embargo, se vendían, sobre todo como resultado de una respuesta de aceptación de la filosofía del experimento de la *Rural University*. Nilam Iyer llama a este tipo de comercialización 'vender el desarrollo rural'.

La calidad del cuero curtido mejoró con los años y la gama de productos se amplió. Sin embargo, la apariencia tosca, poco sofisticada y en cierto modo, sin acabado, cambió poco durante varios años.

Durante este periodo, los artesanos aprendieron otros aspectos de su arte; aprendieron a relacionarse con los préstamos bancarios y con los sistemas de contabilidad; se expusieron a los nuevos mercados;

25 Comerciantes y mayoristas locales.

recibieron información directa de los clientes porque ahora iban ellos a llevar los productos a los puntos de venta. El mayor crecimiento durante esta época no estuvo en el volumen de ventas o ganancias, sino en el crecimiento de los propios artesanos. La confianza en sí mismos aumentó; eran capaces de comunicarse directamente con el CLRI; eran capaces de visitar los centros urbanos y de tener contactos con las personas encargadas de la comercialización.

En 1977, los productos de cuero diseñados por Nilam Iyer incluían carteras para la escuela, bolsos plegables, puffs, cinturones, chaquetas, bolsas y bolsos corrientes. El proceso de aprendizaje era bastante lento; los curtidores tenían que usar nuevos implementos y técnicas para curar las pieles, etc. El primer lote de bolsos bandolera se vendió, en gran parte, por las tácticas persuasivas usadas por la los profesores y por los estudiantes del IIMA(A) y del NID. Sin embargo, la calidad del cuero en los primeros tiempos y el nivel de trabajo eran tan bajos que se tuvo que pedir disculpas a los clientes. Más tarde, la artesanía registró una mejora continua en respuesta al conocimiento creciente del mercado y de la dinámica de la competencia.



Nuevas creaciones

### ■ Jawaja: Unos Puntos de Análisis

#### ● LOGROS

Lo más grande de Jawaja fue que no tomaron el diseño del NID. El NID y ellos desarrollaron un lenguaje que tanto ellos como el NID dirigían. Esto es lo que perdura. Han compartido y han aprendido juntos y han creado y usado espacios de aprendizaje conjuntamente. Aprendieron tecnologías, cómo dirigir sus asuntos, cómo crear puentes de ayuda mutua entre individuos y grupos. Aprendieron sobre instituciones y procesos que les facilitará establecer lazos con el mundo, más allá de su ambiente inmediato. Aprendieron sobre los mercados urbanos y metropolitanos, sobre la oferta y la demanda, sobre productos, diseño y fijación de precios. Aprendieron a costear sus actividades y contabilidad sobre instituciones financieras y el hábito bancario. También aprendieron sobre sus propias circunstancias inmediatas, su vulnerabilidad económica, las presiones de casta y costumbres sociales, las estructuras y procesos de los sistemas sociales, económicos, políticos y religiosos y cómo estos sistemas influyen en sus vidas. Aprendieron el valor de trabajar juntos.

- Ashoke Chatterjee

*Hay que hacer hincapié en la importancia de este grupo de artesanos experimentando y luego aprendiendo a hacer gestiones en el mundo fuera de Jawaja. Primero Ajmer, Jaipur y Ahmedabad. Después, el resto de la India e, incluso, mercados extranjeros. Eso ha sido un logro increíble para ellos, para un grupo que, en una época, vio el viaje al NID como una expedición importante y bastante amedrentadora. Un grupo al que echaron de la entrada del Hotel Taj Mahal<sup>26</sup> de Bombay durante su primera visita a esa ciudad, para entrevistarse con un posible comprador, aunque se había fijado la cita con anterioridad.*

- Ashoke Chatterjee

*La comunidad de Jawaja es quizás, la única comunidad actualmente en esa parte de Rajasthan que nunca ha tenido que empeñar sus productos, nunca ha tenido que trabajar en labores de oportunidad como romper piedras y nunca ha tenido que emigrar. Actualmente son sus propios diseñadores que se relacionan con el país y con otras partes del mundo, mientras que, cuando comenzó el experimento, muchos de ellos no habían ido ni a la vecina ciudad de Ajmer por no decir Jaipur y Ahmedabad.*

- Ashoke Chatterjee

En 1984, ocho años después de que el primer artesano del cuero comenzara a trabajar, los pedidos estaban bajos y se pensó que el nivel de la técnica tenía que mejorarse más y diversificar la gama de productos. El NID sugirió una nueva colección de productos en los que trabajó, una vez más, Nilam Iyer. *Este esfuerzo tenía el objetivo de proporcionar una oportunidad a los artesanos para mejorar sus técnicas y elevar el nivel de los productos para exponerlos a más variables. En los productos anteriores se decidió con respecto al diseño, evitar cualquier tipo de objetos metálicos para que los artesanos no tuvieran que tratar con el aprovisionamiento e inventario de este material. Como ahora ya tenían confianza, se introdujeron cremalleras, anillos de latón y el uso de tintes. Esta gama de productos se presentó como una nueva colección en una exposición con el objetivo de explorar nuevos canales comerciales. De este modo, el énfasis cambió de 'vender desarrollo rural' a vender productos competitivos con un valor intrínscico. La idea era diseñar una gama que cubriera las necesidades de grupos diferentes de consumidores. Se hicieron bolsos bandolera para estudiantes y oficinistas, carpetas, cinturones y pequeños contenedores de escritorio. Se decidían los productos teniendo en cuenta la experiencia colectiva del mercado, en lugar de la investigación científica del mercado. También se variaron las características de los productos. Los objetos metálicos de latón y cuero teñido mejoraron el acabado del producto. El cosido en el cuero permaneció pero se hizo más decorativo.*

26 El Hotel Taj Mahal de Mumbai (anteriormente Bombay) forma parte de una cadena de hoteles de lujo de la India

Tanto el NID como el IIM(A) se retiraron de Jawaja una vez que el compromiso de las personas de estos compuses desapareció. Esta ha sido una prueba de independencia involuntaria de los artesanos de Jawaja y también una prueba para las instituciones. En mi opinión, las instituciones han fracasado, mientras que los artesanos han triunfado.

- Ashoke Chatterjee

**Efecto dominó:** Al comienzo del proyecto se impuso la obligación al artesano de formar a otros. Necesitaban enseñar a artesanos de otro pueblo lo que se les había enseñado a ellos. Esto no fue fácil porque los artesanos tenían que superar barreras de casta y otras barreras sociales. Ahora formaban parte de un programa de formación para la creación de capacidad de generación de ingresos a nivel rural de Rajasthan. Muchos de ellos son reconocidos ahora como preparadores. El NID ha recomendado también que sean preparadores en el nuevo *Indian Institute of Craft and Design* de Jaipur.

#### ● Temas A Considerar

Un tema que permaneció sin resolver en Jawaja fue la participación de las mujeres artesanas. Las mujeres hacen la mitad del trabajo de los procesos artesanales, pero los artesanos no lo tienen en cuenta a la hora de calcular el costo y el precio. ¿Les pagan por el trabajo que hacen? Anteriormente, no había mujeres miembros de la Asociación de Tejedores de Jawaja. Esta actitud refuerza el estereotipo de las mujeres como 'tecnológicamente incapaces', asegurando así que la tecnología, socialmente hablando, sigue siendo de género.

*¿La "santidad" de la tradición? Antes de comenzar a dar sermones a la gente sobre sus tradiciones antiguas, preguntémosnos qué van a sacar con seguir con la tradición. En el caso de Jawaja, muchos de los problemas de patrimonio de los trabajadores del cuero eran cosas de las que querían desprenderse. Sus mayores de casta les dijeron que no tenían que identificarse como trabajadores del cuero, que tenían que tener alguna otra identidad. Cuando dejaron de despellejar animales, se les dejó desamparados y sin materia prima, pero con una identidad antigua y persistente. A menudo consideramos la tradición y el patrimonio como un artefacto exquisito, pero para ellos esto era una discriminación de siglos de antigüedad. Lo que podemos hacer es animar a los jóvenes que deseen seguir dentro de su tradición a que lo hagan, no convirtiéndolo en una carga o imponiéndoselo a coste de su propio progreso como seres humanos, sino más bien complementando este progreso a través de su tradición. ¿Por qué no pueden los artesanos tener una opción de llegar a ser contadores operadores informáticos? Las intervenciones no deberían hacerles pensar que hay algo inherentemente incorrecto en desear cambiar de*



Profesores universitarios con raigars

*oficio. Independencia también resultó ser un concepto mucho más difícil de que lo que nos habíamos imaginado. Nosotros, que dependíamos tanto del apoyo de una serie de sistemas, esperábamos que los raigars fueran 'independientes'. ¿Podemos algunos de nosotros conseguir en algún momento la independencia? Quizás lo que podamos conseguir es la capacidad de hacer mañana nosotros mismos lo que otros están haciendo por nosotros (o que deberían hacer por nosotros) hoy. Pero a medida que nos 'desarrollamos', hay nuevos retos y nuevas situaciones, cada una de las cuales puede necesitar la experiencia y el apoyo de otros. Así ha ocurrido en Jawaja. Están haciendo cosas que hubieran sido impensables de acuerdo con su experiencia, que hicieran ellos mismos hace treinta años. Sin embargo, la complejidad de la comercialización de la artesanía se ha intensificado, como lo han hecho los factores sociales y políticos. La búsqueda por la independencia continúa y; probablemente, siempre continuará.*

*Tan pronto como la primera gama de productos de Jawaja salió al mercado la copiaron. ¡Y la copiaron otras ONGs! ¡Una primera lección en el IPR y quizás de cómo actúa el mundo!*

- Ashoke Chatterjee

#### ● Lecciones de Jawaja para el enfoque participativo /de desarrollo de la comunidad

Jawaja significó una referencia en lo relativo a su premisa: comprender a la comunidad antes de intervenir. ¿Quiénes son las personas? ¿Cuáles son sus ingresos? ¿Cuáles son sus aspiraciones? ¿Qué sacan de esto? Una de las lecciones aprendidas fue que la realidad de la participación, autoexpresión y autodesarrollo a los que la *Rural University* aspiraba no podían alcanzarse dependiendo (excepto en un sentido de apoyo) de los canales oficiales de poder y autoridad, sino que deberían crecer orgánicamente desde y entre las gentes para las que la idea era más relevante.

**Conseguir relaciones laborales:** La legitimación oficial de un acuerdo de colaboración entre instituciones no trae consigo, necesariamente, relaciones laborales entre las personas de esas instituciones. Para que ocurra esto, tiene que existir la comunidad de objetivos personales y los mecanismos que los faciliten a las personas que tengan el interés de trabajar juntos. Por otra parte, si las cosas salen mal a nivel de relaciones laborales, el hecho de la legitimación institucional puede dominar la situación, dado el deseo institucional de dar suficiente tiempo y espacio para que sane el daño causado a la relación laboral, al menos parcialmente.

*Raigars y tejedores, aprendiendo a trabajar juntos y unos con otros: este esfuerzo de crear instituciones comunitarias quizás haya sido el aprendizaje más grande porque esto es lo que ha soportado todos los obstáculos encontrados en el camino.*

- Ashoke Chatterjee



En Jawaja, los conflictos ilustraron las diferencias ‘individuales’ e ‘institucionales’ en la parte esencial de la responsabilidad, en las actitudes frente a los recursos y su utilización. Además, mostró cómo, cuando estos roles se desarrollan, las diferencias en las percepciones individuales de cada rol pueden, si permanecen sin expresarse, ocasionar crisis irreversibles, particularmente cuando las personas involucradas están altamente motivadas. Jawaja subrayó la importante necesidad de un alto nivel de comunicación, dentro del experimento y la estabilidad, de temperamento, emocional y de comportamiento, y la seguridad y madurez requeridas para continuarlo. El papel del NID se duplicó considerablemente con el de otros miembros del grupo experimental del IIMA(A) que desempeñaron papeles más generales, directamente relacionados con los aldeanos. A ellos también les preocupaba el aspecto de la ‘gente’ del experimento, como le ocurría a los miembros del otro grupo. El IIMA(A) fue responsable desde el principio de la comercialización y, por ello, debería de haber sido responsable de la elección y mezcla de los productos. Debido a esta duplicidad, ocurrieron problemas importantes administrativos y de grupo; en gran medida debido a la falta de claridad en la relación de sus respectivos papeles y responsabilidades. Según el catedrático Matthai: ‘Era importante determinar, a medida que el experimento progresaba, la consonancia, dentro y entre los grupos. Este debió haber sido un requisito previo antes de intentar crear relaciones con y entre los aldeanos.’

#### ■ Retrospectiva

A menudo se nos pregunta si la *Rural University* fue un éxito. El éxito es una cualidad esquiva, particularmente en términos sociales y de desarrollo. Por ello, este no es un estudio de un caso sobre éxito, sino más bien sobre aprendizaje. Hay dos aspectos que pueden haber fracasado: primero, la retirada de dos instituciones nacionales del reto de mantener sus contactos con una comunidad pobre y aprender de ella. Segundo, que muchos de estos llamados intocables, todavía no pueden beber del pozo del pueblo. Ese era uno de los indicadores que hace treinta años esperábamos que nos proporcionara el ‘éxito’ que se necesitaba realmente. Sin embargo, algo ha ocurrido en estos años. Cuando fuimos a Jawaja, la mayoría de los artesanos pensaban que pertenecer a su comunidad (casi todos *raigars*) era una maldición de la que sus hijos deberían salvarse de alguna manera. Todos estos años posteriores, la segunda y tercera generación ha visto el patrimonio de la marca de Jawaja como algo que les ha dado cierta dignidad, orgullo y algún respeto en la sociedad. Los hijos y los nietos han comenzado a tejer y a hacer trabajos en cuero. Este es, seguramente, un indicador sobre el que merece la pena reflexionar. Aunque, para que no nos dejemos llevar por el entusiasmo, la presencia de las mujeres sigue siendo simbólica.

- Ashoke Chatterjee

### 3.8 DOCUMENTACIÓN DE ARTESANÍAS: ONGs Y ESTUDIANTES DE DISEÑO

#### 3.8.1 El Khes de Panipat: Documentación de una artesanía en desaparición

- **Ubicación:** Panipat, Haryana.
  - **Estudiante:** Meghna Jain, *Indian Institute of Craft and Design* (IICD), Jaipur, Rajasthan.
  - **Año:** 2002.
  - **Organización:** *Craft Revival Trust*<sup>27</sup>, Nueva Delhi.
- **Antecedentes**

Panipat, Haryana, se conoce actualmente como la ciudad de los textiles para vestir el hogar. Antiguamente, fue famosa por sus *khes* tejidos a mano de tela reversible. Los *khes* tienen múltiples usos porque son lo suficientemente gruesos como para ser usados como chal, para arroparse y, más popularmente, como colcha. Estos *khes* llegaron a tener tal popularidad que los clientes, a menudo, pedían los diferentes diseños por sus nombres concretos.

El sector del telar manual de Panipat sufrió un retroceso con la llegada del telar mecánico. Mientras que la tejeduría de alfombras y *dhurrie*<sup>28</sup> sobrevivió y floreció, la tela doble de *khes* indígena, comenzó a desaparecer debido al tiempo que se tardaba en hacer y al complejo proceso de tejido. En la actualidad, sólo hay unos cuantos tejedores mayores que tienen el conocimiento y la pericia para preparar la urdimbre de este intrincado tejido. Se anticipa que no sólo se perderá la técnica en un futuro próximo, sino que el conocimiento de la técnica y del proceso serán totalmente olvidados si no se hacen esfuerzos para recuperar y documentar esta tradición.



Seminario de tejeduría, Panipat

27 El *Craft Revival Trust* (CRT) forma parte de un movimiento dedicado a la revitalización de la artesanía de la India. Entre sus intereses se encuentra la creación de una infraestructura de información de artesanía, artesanos y diseño.

28 *Dhurrie*: alfombrilla plana tejida en algodón.



Hilando la hilaza

### ■ Área de Estudio

El estudio se centró en el distrito de Panipat de Haryana. El *khes* continúa tejiéndose en algunas regiones del cercano estado de Uttar Pradesh, aunque en un estilo completamente diferente de la tradición única y distintiva de Panipat.

### ■ Objetivos

- Documentar este arte en desaparición y preservar el conocimiento para las generaciones futuras.
- Desarrollar estrategias para la recuperación del *khes*.
  - Estudiar los antecedentes históricos del arte.
  - Comprender el apoyo social, cultural y económico del arte.
  - Estudiar el proceso de la producción en detalle, incluida la materia prima, herramientas, equipo y técnicas.
  - Desarrollar un directorio de diseño.
  - Recoger información de los clientes.
  - Identificar las causas de la caída en la zona donde se hace la artesanía..
  - Analizar críticamente la información y datos tomados y recomendar alternativas en las áreas identificadas del problema.

### ■ Metodología

**Recogida de datos:** información Primaria:

- **Visitas de campo:** se realizaron estudios de campo visitando fábricas de tejidos de Panipat. También se visitaron fábricas de telares mecánicos que trabajaban para el mercado de la exportación.
- **Entrevistas:** se entrevistó a los propietarios de las fábricas de telares mecánicos porque la mayoría de ellos habían sido antes tejedores de telares manuales que habían prosperado y se habían hecho empresarios. Habían visto de primera mano todo el ciclo del crecimiento-y-caída del tejido de *khes* de Panipat. También se entrevistó a

industriales para entender la situación actual del sector de los telares manuales.

- **Comentarios:** las visitas a las fábricas de Panipat revelaron que la condición económica de los tejedores había mejorado drásticamente. La demanda de pedidos grandes para el mercado de exportación, los diseños en cambio constante y la rapidez de producción, revelaron las posibles razones de la disminución del tejido de *khes*, de proceso complicado y lento, mientras que el sector de los telares mecánicos prosperaba.
- **Fuentes oficiales:** se entrevistó a los funcionarios gubernamentales correspondientes para obtener pormenores de la política que se estaba siguiendo en el sector de los telares manuales y su repercusión en los tejedores y en la industria
- **Fotografía:** sólo hay muestras de *khes* tradicionales en colecciones privadas y en el *Weavers' Service Centre* de Panipat. Se fotografiaron los mismos.
- **Bocetos y dibujos de los telares utilizados.**
- **Recogida de muestras:** como los *khes* tradicionales reversibles no se encontraban en los mercados locales, se hicieron pedidos para contar con muestras. Se recogieron muestras de la materia prima.
- **Estudio de fuentes secundarias**
  - **Visitas a bibliotecas:** se estudiaron libros y publicaciones para aprender sobre la historia y la evolución del *khes* tradicional en la India. Se consultaron los boletines oficiales de antes de la partición del país para identificar los eslabones perdidos en la historia de la tejeduría del *khes*.
  - **Visitas a museos.**
- **Identificación del problema**
  - Los *khes* tejidos de Panipat han desaparecido del mercado, principalmente porque su producción ya no es rentable en un mercado competitivo donde hay alternativas más baratas.
  - Era difícil rebajar el coste de la producción porque este arte requiere un trabajo intensivo.
  - Los *khes* se estaban comercializando como un producto para el segmento bajo del mercado lo que no justificaba su precio.

**Algunas sugerencias para recuperar esta artesanía**

- Formar a jóvenes tejedores en las técnicas de tejido reversible.
- *Reexaminar las necesidades y el uso de los productos:* los *khes* se venden actualmente en los mercados locales como un artículo cotidiano. Con la introducción del diseño apropiado y la intervención comercial dirigida al mercado del segmento alto, puede que haya perspectivas de una recuperación.
- *Reexaminar el color de la paleta:* en el pasado, los colores de los *khes* tenían un significado especial

para los usuarios. Los musulmanes preferían *khes* de bordes de rayas azules, mientras que los hindúes preferían las rayas rojas. Se necesitaba cambiar los colores en el contexto actual, basándose en las preferencias del cliente 'nuevo'.

- *Mejorar el acabado:* como los tejedores tejían y vendían los *khes* de dos en dos, la urdimbre del medio se dejaba sin cortar y los cabos se dejaban sin terminar. Para añadir valor a los *khes*, había que cuidar mucho el acabado.
- *Diversificación de la gama de productos y su uso:* los *khes* se utilizaban, sobre todo, para el uso cotidiano de los hogares. Se fabricaban en algodón, el hilo más barato y el de disponibilidad más fácil, aunque las descripciones históricas antiguas revelan que los *khes* también se tejían en seda con borde de oro para los *zamindars*. Se necesita recuperar el rico aspecto de los *khes* y también reexaminar el asunto de los tamaños dependiendo de los usos y de los segmentos del mercado.

### 3.8.2 Cerámica Azul de Delhi: Documentación de un Arte en Desaparición

- **Estudiante:** Aarti Yadav
- **Instituto:** *Indian Institute of Craft and Design* (IICD), Jaipur, Rajasthan
- **Organización:** *Craft Revival Trust*, Nueva Delhi
- **Período:** 2002
- **Antecedentes**

La cerámica azul de Delhi es un producto distintivo y refinado, con una superficie vidriada de color azul brillante y bellamente pintada con dibujos mogoles, en tonalidades azules y otros colores. Este arte, de origen persa, fue introducido en la India por los mogoles, soberanos que trajeron artesanos de Persia para hacer los azulejos vidriados y las ventanas de *jali* (celosías) para adornar sus magníficos edificios. La cerámica azul de Delhi, en otro tiempo un arte floreciente, está en la actualidad al borde de la desaparición. Como sólo hay un artesano que lo practica, el futuro del oficio parece incierto.

#### ■ Objetivos

Este estudio se realizó con el fin de documentar el proceso, la técnica y la pericia necesarias para hacer cerámica azul y para crear un archivo de conocimientos y aprendizaje sobre este oficio en desaparición.

#### ■ Aspectos del estudio:

- Ubicación geográfica del oficio en el pasado y el presente.
- Antecedentes históricos del oficio.
- Proceso de producción: materiales, herramientas, equipo, técnica, diseño y calidad.
- Comercialización, embalajes, economía y fijación de precios.

- Temas sobre los riesgos de salud ocupacional, desarrollo, educación y género.
- Identificación de problemas y retos y sugerencia de posibles alternativas y soluciones.

#### ■ Metodología

1. Recolección sistemática y procesamiento de datos de fuentes secundarias y primarias
  - Recolección de información de revistas, periódicos, libros, boletines oficiales de gobiernos y registros de archivos.
  - Repetidas visitas a los talleres de los artesanos y a los lugares de venta -entrevistas de venta con el artesano y su familia.
  - Entrevistas con los consumidores y los propietarios de concesionarios / tiendas donde almacenan los productos.
  - Recolección de muestras y de materia prima.
  - Fotografías de los productos en existencias.
2. La información recogida se clasificó y se recopiló en un documento.

#### ■ Observaciones

- **Descenso del mercado:** los pedidos disminuyeron durante los últimos años porque la calidad disminuyó. Los productos creados hoy son porosos y frágiles. El artesano le da poca importancia a la calidad. Sin embargo, es difícil conjeturar si inicialmente empeoró la calidad lo que ocasionó una disminución de pedidos o viceversa.
- **Contribución del diseño:** ha habido un incipiente desarrollo del diseño y diversificación de los productos, puesto que el artesano tiene dificultades para desarrollar nuevos diseños debido a la falta de formación.
- **Implicaciones en la salud:** el vidriado utilizado es peligroso para la salud por lo que la cerámica no es adecuada como vajilla. Esto ha tenido un efecto negativo en las ventas. El artesano, aunque conoce la existencia de vidriados sin plomo, no ha adoptado la nueva tecnología.
- **Fuerte competencia:** había una fuerte competencia de la cerámica vidriada sin plomo de otros centros cuyos fabricantes y vendedores habían adoptado estrategias de comercialización agresivas.
- **Estructura de precios:** no se seguía un método claro para fijar el precio de los productos. El proceso de producción de trabajo era intensivo y exigía mucho tiempo, lo que obligaba al artesano a manejar múltiples productos y procesos durante su jornada laboral. Por ello, le resultaba difícil estimar el tiempo, dinero y el trabajo hecho para la preparación de cada artículo.
- **Falta de interés del artesano:** el artesano estaba totalmente desmotivado y no le interesaba su oficio. Sin embargo, como no tenía otra forma de ganarse



Cerámica azul de Delhi



Madan Lal, artesano de cerámica azul

la vida, continuó trabajando en el oficio que había heredado pero no tenía interés en enseñárselo a sus hijos. Tampoco hay nuevas personas que se dediquen a este arte.

- **Ayuda para la comercialización:** el oficio necesita contar con una imagen y con una identidad regional fuerte. En la actualidad, la cerámica azul se vende sólo en Delhi.
- **Recomendaciones**
- Hacer hincapié en la importancia de introducir el vidriado sin plomo e impartir enseñanza sobre este relevante proceso.
- Proporcionar ayuda al artesano para permitirle crear una infraestructura adecuada de control de calidad.
- Motivar al artesano para mejorar la calidad de sus productos para que pueda enfrentarse a la competencia.
- Contratar aprendices nuevos y motivarlos para que continúen el arte.
- Impartir formación para el desarrollo de técnicas de diseño que le permitan enfrentarse a las cambiantes tendencias del mercado.
- Proporcionarle formación para comercializar la artesanía estratégicamente.
- Proporcionarle ayuda de desarrollo para crear una amplia gama de productos dirigida a mercados específicos.
- Proporcionar insumos al artesano sobre costeo estratégico para que los precios de los productos sean viables.

### Mis reflexiones

La cerámica azul de Delhi es, actualmente, un arte en desaparición. La investigación ha planteado muchas preguntas cuyas respuestas son cruciales para la recuperación y el crecimiento de este oficio. ¿Por qué el artesano, a pesar de tener técnica y experiencia, encuentra difícil enfrentarse a la competencia?. El proceso se ha simplificado con la disponibilidad de materia prima procesada, pero la calidad del producto ha empeorado. Las ventas se han reducido drásticamente y el artesano encuentra difícil mantenerse a sí mismo y a su familia. Este es el mismo artesano que fue honrado con premios y galardones hace unos años y que estaba inundado de pedidos. ¿Por qué no se ha beneficiado de las intervenciones tecnológicas hechas en este campo, a pesar de que él las conoce?. ¿Qué ha conducido el oficio a esta situación?. ¿Es la competencia de productos industriales más baratos y más duraderos, o la competencia de otras artes similares, o el resultado de la incompetencia del artesano?. Un arte similar está floreciendo en otro grupo. Entonces, ¿por qué está desapareciendo en el lugar donde se originó?. ¿Qué sentimiento de inseguridad hizo que la familia del artesano mantuviera la técnica en secreto?. ¿Es esta la razón del declive de este arte?. Si hubiera habido más artesanos practicando este arte en Delhi, ¿habría sido mejor la situación?. ¿Qué se necesita hacer ahora? Hay demanda de cerámica azul que se evidencia por los grupos que están floreciendo en Rajasthan. Con la adopción de vidriados sin plomo, ¿es el desarrollo del diseño la respuesta al problema?, ¿será el artesano capaz de mantener una conexión con los diseños contemporáneos de la misma forma que hace con los tradicionales?. ¿Cómo se mantiene o mejora la identidad de este arte si no se adapta a la demanda del mercado?. ¿Qué es más importante, el oficio o el modo de vida del artesano? La supervivencia de la cerámica azul de Delhi exige políticas estratégicas y medidas inmediatas. De otra forma, este arte se perderá para siempre.

- Aarti Yadav

## INTERACCIONES E INTERVENCIONES ENTRE ESTUDIANTES Y ARTESANOS

### ■ Intervenciones de estudiantes: El debate

El debate sobre la validez y significado de las intervenciones de estudiantes, tanto para el desarrollo de artículos como para la documentación de la artesanía, considera no sólo la contribución que tales intervenciones han realizado al sector, sino también la importancia de las experiencias del trabajo de campo en el currículo del programa académico del estudiante.

Este curso de la institución del diseño – descrito de forma diferente como ‘documentación de la

artesanía', 'percepción del medioambiente' o 'proyecto de diseño en la artesanía', se realiza para que sea una gran experiencia y aprendizaje para el estudiante de diferentes niveles:

- Una forma extremadamente importante de acercarse a la tradición y al patrimonio del diseño de la India, al fundamento del diseño indio contemporáneo.
- Una nueva experiencia de vivir solo en otra parte del país, fuera de la seguridad del *campus* o del hogar paterno o del tutor.
- Una forma de acercamiento a la metodología de recolección de datos y de trabajo de campo que hasta ahora, había sido totalmente académico.
- Una experiencia de aprendizaje de relaciones humanas mientras los artesanos trabajan; un barómetro de madurez personal al hacer hincapié y al reflejar la situación a la que se enfrentan los artesanos y sus comunidades.
- Comprender los temas importantes para los artesanos por el hecho de sacar tiempo de su jornada laboral normal para explicar los procesos y hacer prototipos de muestras para el área de diseño del proyecto, y las expectativas de lo que toda esta inversión de tiempo y de compartir conocimientos les va a aportar.

Esto les proporciona un formato más intensivo de conocimiento que cualquier otro, porque involucra a la gentes con los problemas de la vida real. Esta experiencia de 'comprobar la realidad' puede ciertamente, traducirse en un entendimiento de la forma en que 'otras' personas viven en el mismo país y apreciar sus necesidades, aspiraciones y sueños. **Por ello, este curso de acercamiento a la artesanía puede ser un catalizador que puede producir relaciones y conexiones en todas direcciones. Si se lleva a cabo adecuadamente, puede convertirse en el punto central sobre el que gire toda la percepción del estudiante acerca del diseño como profesión.**

Sin embargo, hay gente que sostiene que una experiencia 'de campo' no debería de ser obligatoria, por lo menos hasta no establecer si el estudiante quiere realmente dedicarse a este campo. Este argumento está basado en la premisa de que quizás, no todo el mundo posee el interés, el temperamento o la habilidad para trabajar eficientemente en ese campo, en un ambiente que es muy diferente del suyo habitual. La interacción con los artesanos se considera como una actividad extremadamente especializada que requiere varios atributos: sensibilidad, curiosidad, habilidad para sentir empatía, mantener la mente abierta y evitar nociones preconcebidas. Para que sea eficiente, el estudiante-diseñador necesita poder comunicarse seriamente con los artesanos, respetar sus técnicas, comprender sus limitaciones e involucrarlos en un formato interactivo. No todo estudiante-diseñador, aseveran algunos, puede ser diseñador de artesanía: para los que esperan serlo, esta es la primera aproximación en la dirección de la profesión. Para otros, es educación de la India, en el mejor sentido.

Hay ciertos métodos para desarrollar la habilidad de los estudiantes para hacer el trabajo de campo. Los institutos necesitan formarlos y prepararlos para llevar a cabo trabajos de campo. También merecería la pena que los estudiantes se tomaran un descanso antes de comprometerse con un proyecto; quizás podrían visitar el lugar durante dos o tres días para ver la zona y familiarizarse con el material, la técnica y el contexto y después, decidir si realmente quieren hacer el proyecto o no. Sería necesario un diálogo con el artesano que debería preguntar cómo él /ella quiere establecer la interacción con el fin de sacar provecho de la misma. El factor crítico es la preparación necesaria para tener una exposición importante.

## INTERFAZ DE DISEÑO A CORTO PLAZO ENTRE ESTUDIANTES Y ARTESANOS

### ■ Análisis

La experiencia de una interfaz de diseño entre un antiguo estudiante y un artesano indica que, aunque tenga mucho éxito, por su propia naturaleza, tal encuentro no conduce a un plan de sostenibilidad a largo plazo. Sin embargo, conduce a lo siguiente:

- Mejoramiento en cierto modo de la técnica
- Ampliación de la gama de los productos.
- El artesano se abre a un mundo nuevo / mercados nuevos y a la profesión del diseño.
- El diseñador se abre al mundo del artesano

### ■ PREGUNTAS / LIMITACIONES / SUGERENCIAS

- Al terminar la interfaz, se tienen nuevos productos, pero ¿se logra un cambio en el conocimiento o disposición de los artesanos? ¿Cómo se cuantifica un conocimiento del diseño y una mayor confianza en la habilidad del artesano para diseñar?
- La habilidad de procesar el diseño, la técnica y la pericia no son suficientes. La capacidad de diseñar tiene que ser necesariamente, un atributo inherente.
- Un programa de formación tiene que comenzar con un esquema básico. Un buen esquema debería apoyarse en un enfoque sólido y progresivo. El



Estudiantes y artesanos en el seminario de Srishti

enfoque debería ser una amalgama de aprender de la pedagogía adulta, del artesano y de las necesidades cambiantes del mercado. Debería también reflejar preocupaciones por temas sociales, políticos y ecológicos y debería abarcar las nociones de administración, asistencia a la comunidad, dignidad y bienestar.

- La interacción debería basarse en la convicción de que será un proceso de aprendizaje bipolar. Se deberían organizar debates y actividades en grupo para llegar a un entendimiento compartido de los temas importantes, clarificándolos, describiéndolos y poniéndolos en contexto.
- La suposición de que sólo con hacer un artículo nuevo los artesanos podrán ser capaces de asumir los cambios en las tendencias del mercado y adaptarse a la introducción de nuevos materiales, procesos de producción y nuevos diseños, es limitada. Para que la interfaz sea realmente efectiva y útil para todos los participantes, se necesita reflexión, debate centrado y exploración. Es



Interfaz entre estudiantes y artesanos, en NIFT, Nueva Delhi

importante que el diseñador cite ejemplos de la vida real y estudios de casos que inspiren, fomenten la reflexión, las presentaciones y la visualización.

- Si hay que establecer un lazo de unión entre el desarrollo de los artículos y la mejora de la calidad de vida, entonces se tiene que alentar a los artesanos a que comprendan que la responsabilidad de crear esta relación no está fuera de ellos; no recae ni en el diseñador, ni en el gobierno, ni en la agencia. Los artesanos deberían involucrarse en trazar el mapa de todos los problemas que bloquean el crecimiento del mercado y este ejercicio incluye mucho más que 'diseño'.
- El lenguaje es un tema importante en la interfaz, el diseñador que a menudo no conoce la lengua local, lucha por encontrar las palabras exactas para comunicar al artista ideas sobre forma, modelo y diseño. El primer reto al que se enfrenta el diseñador es desarrollar un 'lenguaje' de trabajo.

**Algunos temas que surgen de la interacción a corto plazo y que deben ser tratados son:**

- El (La) artesano (a) se ve a sí mismo (a) como beneficiario (a) pasivo (a) de las contribuciones del diseño; ve el diseño como algo análogo a los modelos que se le suministran.
- El (La) artesano (a) ve el diseño como un nuevo orden establecido o un subsidio que se le ofrece.
- No hay espacio, ni proceso, ni institución que le pida a él /ella que examine, critique y controle su realidad.
- La suposición generalizada es que aunque el artesano (a) es humano (a) y posee muchas habilidades mercantiles, no tiene punto de vista.
- La suposición generalizada es que en un programa corto de un día, el experto que viene de fuera es el que proporciona beneficios el oficio y al artesano.

## SECCIÓN IV

# La Experiencia Colombiana: El Laboratorio de Diseño



# La Experiencia Colombiana: El Laboratorio de Diseño

## 4.1 EL FONDO Y LA ESTRUCTURA INSTITUCIONAL: ARTESANÍAS DE COLOMBIA

Fundada en mayo de 1964, Artesanías de Colombia es una sociedad de economía mixta vinculada al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, responsable del desarrollo del sector artesanal en Colombia. Encamina esfuerzos hacia la promoción y desarrollo de todas las actividades sociales, culturales, económicas y educativas, ligadas al progreso de los artesanos del país y de la industria artesanal.

Su misión es incrementar la competitividad del sector artesanal con el fin de mejorar la calidad de vida de las comunidades artesanas, preservar y recuperar el patrimonio cultural vivo y la sostenibilidad del medio ambiente. Trabaja en alianzas con entidades gubernamentales, regionales y locales, empresas privadas, fundaciones y organismos internacionales.

Como entidad del Estado, Artesanías de Colombia define políticas de desarrollo, lidera y coordina planes y programas estratégicos, concierta con entidades públicas y privadas, la inversión de recursos físicos, humanos y financieros, para impulsar el sector.

La población artesanal en Colombia es de 350.000 artesanos aproximadamente y un 60% de ella proviene de regiones rurales e indígenas. Un 65% la conforman mujeres y en total, cerca de un millón de personas vive de la artesanía.

Artesanías de Colombia adelantó en 1998 el Censo Económico Nacional, para caracterizar el sector, medir su tamaño y definir acciones a corto y mediano plazo. Este censo ha permitido insertar la gestión del desarrollo artesanal en los planes de desarrollo departamental y municipal convirtiéndose en un instrumento base de consulta para los programas sociales y económicos del sector.

Gracias a las acciones pioneras que Artesanías de Colombia realiza en todo el territorio nacional y con mayor énfasis en el último decenio, el sector se ha fortalecido de forma creciente. Contribuyen a ello los convenios firmados con entes territoriales, organizaciones no gubernamentales, fondos mixtos, universidades, empresas privadas y asociaciones de artesanos. En este desarrollo cumplen un papel de primer orden los proyectos estratégicos de la gestión comercial nacional y de exportaciones, las ferias como Expoartesanías, destinadas a mejorar la competitividad productiva, el Sistema de Información para la Artesanía, los Laboratorios o Centros de Diseño para la innovación y desarrollo de productos, los procesos de cadenas productivas para normalizar la oferta y la demanda, los concursos nacionales e internacionales de diseño, la asistencia técnica internacional y la Plaza de los Artesanos. La Empresa es hoy reconocida internacionalmente y se constituye en un modelo de desarrollo del sector en América Latina.

Artesanías de Colombia desarrolla varios de sus programas en alianza estratégica con empresas líderes en la industria que buscan vincular sus marcas con el sector artesanal, lo que les permite presentar un importante valor agregado y asociarse con conceptos como hecho a mano, producto colombiano, fomento a la identidad nacional, sostenibilidad, medio ambiente y generación de empleo. La alianza Artesanías de Colombia y las marcas comerciales ha sido pionera en la construcción de nuevos esquemas de integración entre el sector público y privado y, entre las causas sociales y las marcas comerciales.

Construir imagen de país, hacer visible el sector, dignificar los oficios, fomentar el aprecio por nuestros valores tradicionales, así como las nuevas expresiones contemporáneas, son algunos de los retos que nos hemos propuesto y que vamos consiguendo día a día. Fomentar la artesanía es una forma de sostener el empleo productivo y de generar nuevas fuentes de trabajo para numerosas personas que encuentran en los oficios artesanales modos de expresión creativa, nuevas formas de convivencia y generadores de paz.

### ■ Objetivos

Dignificar los oficios artesanales y consolidar la imagen del sector y la identidad nacional.

Elevar el nivel socio – cultural, profesional y económico de los artesanos y las personas vinculadas al sector.

Fomentar la comercialización nacional e internacional de los productos artesanales.

Incrementar la participación de la artesanía en la economía y contribuir a la generación de empleo.

Concertar el desarrollo del sector artesanal con entidades públicas y privadas, nacionales e internacionales y gestionar recursos financieros y técnicos para invertir en el sector.



Lograr la eficacia y la eficiencia de la Empresa en sus procesos de gestión administrativos, comerciales y financieros.

Promover el intercambio de experiencias, conocimientos y técnicas que faciliten el desarrollo artesanal de manera conjunta con entidades nacionales y extranjeras.

Fomentar la investigación y el desarrollo de tecnologías aplicadas a la artesanía en un marco de rescate, preservación y desarrollo del sector.

Fomentar la formación de conciencia ecológica y el compromiso de asegurar la sostenibilidad de las materias primas naturales para la artesanía.

Los objetivos propuestos se logran a través de las siguientes estrategias: Rescate e Innovación del Diseño, Gestión de Recursos y Cooperación Internacional, Sostenibilidad de los Recursos Naturales para la Artesanía, Fortalecimiento de la Imagen de la Artesanía Colombiana en el ámbito nacional e internacional, Sistema de Información para la Artesanía y Comercialización.

## 4.2 LABORATORIO COLOMBIANO DE DISEÑO – ARTESANÍAS DE COLOMBIA

### ■ Introducción

Dada la necesidad sentida en el sector artesanal y la pequeña empresa, de elevar el nivel de competitividad en la producción y el fortalecimiento en el componente de diseño, Artesanías de Colombia diseñó y formuló un proyecto tendiente a la creación de un laboratorio de diseño que respondiera efectivamente al desarrollo de dicho sector.

Dicho proyecto planteó la constitución de unidades experimentales con carácter regional, dotadas de autonomía técnico administrativa, con el apoyo de instituciones regionales y locales de carácter público y privado, con la participación de representantes del sector productivo y de la comunidad académica.

Las principales ventajas además de ofrecer una acción simultánea en el fortalecimiento del recurso humano e incorporación de tecnologías apropiadas, son la investigación pertinente a materias primas y uso adecuado de recursos naturales; el desarrollo de productos; la asistencia técnica y extensión tecnológica, y la promoción y difusión del diseño, cada una de ellas pensadas y apropiadas con el firme propósito de beneficiar directamente a todos los grupos participantes del proceso.

### ■ Objetivos

#### Objetivo general

Contribuir a la integración de los procesos de desarrollo económico y social, del sector productivo artesanal de Colombia, mediante el perfeccionamiento de la calidad, el fortalecimiento en el componente de diseño y la inclusión de una alta

competitividad en los productos al tiempo que se consolidan prácticas de desarrollo que permitan mejorar la calidad de vida de la población involucrada en el proceso.

#### Objetivos específicos

- Formular y ejecutar proyectos de diseño y desarrollo de productos artesanales, acordes con la demanda del mercado.
- Brindar asesoría, asistencia técnica y capacitación al sector artesanal, específicamente en las áreas de diseño y tecnología.
- Ofrecer programas de capacitación y calificación a diseñadores, técnicos y profesionales, especializados en las áreas de producción y desarrollo de artesanías.
- Fortalecer la identidad de los productos artesanales Colombianos y su reconocimiento en los mercados internos y externos.
- Asesorar a organismos regionales, con respecto a la interpretación y aplicación de la política de diseño, y concertar con los mismos la formulación de estrategias, programas y proyectos para el sector artesano.
- Compilar, procesar y difundir información técnica referente a insumos, materias primas, conservación del medio ambiente, procesos, productos y servicios para la artesanía.
- Promover el desarrollo sostenido de la producción artesanal, procurando con ello mejorar la calidad de vida de los artesanos.



Seminario sobre diseño y estilo dirigido por un consejero internacional

- Realizar estudios e investigaciones en las áreas de acción e interés del laboratorio, de tal modo que amplíen la frontera del conocimiento técnico y científico inmerso en el proceso.
- Establecer relaciones de cooperación e intercambio tecnológico en todos los niveles y en todas las áreas de actuación del laboratorio.
- Realizar acciones de promoción y divulgación de todas las actividades del laboratorio.

### 4.3 ESTRATEGIAS DE TRABAJO

Con el fin de lograr los objetivos propuestos, el Laboratorio de Diseño lleva a cabo las siguientes estrategias:

#### 4.3.1 Innovación y mejoramiento tecnológico

Estímulo al desarrollo de tecnologías propias y acceso a nuevas tecnologías en el proceso productivo, de gestión empresarial y comercialización.

La innovación como instrumento permite adecuar la producción artesanal a las exigencias de una economía globalizada, donde la obtención de la eficiencia y la productividad son fundamentales para la participación competitiva en el mercado.

#### 4.3.2 Investigación y desarrollo de productos

Investigación, diseño y desarrollo de productos para aumentar la competitividad con propuestas diferenciadas.

Vinculación del conocimiento endógeno, la tecnología y la técnica de los artesanos con el uso de nuevas tecnologías, para introducir al mercado productos representativos de la tradición artesanal y con carácter cultural.

#### 4.3.3 Desarrollo integral del talento humano

Fortalecimiento de la cultura organizativa, orientada al logro de la calidad del grupo humano que la conforma.

Formación del capital humano con programas de cualificación, tanto para artesanos como para profesionales con el fin de garantizar la sostenibilidad de los logros obtenidos en todos los componentes del trabajo.

### 4.4 DINÁMICA DE TRABAJO EN LOS LABORATORIOS DE DISEÑO

El trabajo del Laboratorio de Diseño se realiza a través de procesos dinámicos, mediante los que se construyen metodologías que propenden al logro de eficiencia en el trabajo y resultados de mayor impacto.

El trabajo es de carácter interdisciplinario con participación de variantes afines, tales como la



Seminario de creatividad para joyería, Bogotá

conformación de equipos de diseño por profesión y oficio, e integrales, las que complementan el proceso de desarrollo de productos, con las actividades de producción y comercialización.

El trabajo en equipos de diseñadores por oficio genera una actividad más eficiente ya que el diseñador no se encuentra solo en la ejecución del proyecto asignado, y las inquietudes surgidas en el ámbito técnico, formal, estético y funcional del proceso, son evaluadas conjuntamente en reuniones de coordinación, asegurando con ellos resultados más positivos en relación con las condiciones de la comunidad artesanal y con los criterios de la empresa.

Una de las características de las actividades desarrolladas por el Laboratorio es el trabajo de campo realizado directamente en las comunidades intervenidas, otra es la generación de procesos interactivos de tipo horizontal y no vertical en el desarrollo de las actividades relacionadas con el artesano, en el que los participantes están en el mismo nivel y comparten sus conocimientos y experiencias.

### 4.5 HERRAMIENTAS METODOLÓGICAS

#### 4.5.1 Talleres de creatividad

Actividad que contribuye al intercambio de conocimientos, orientada por el diseñador, para incentivar la creatividad del artesano a partir de su entorno. Es una herramienta eficaz por su alto nivel de apropiación del resultado-producto y aceptación e implementación por parte del artesano.

Es un evento que se realiza con un grupo de artesanos; de un mismo oficio con el ánimo de crear y recrear colectivamente, objetos artesanales; en este taller se afirman valores de identidad, se construyen conceptos sobre el imaginario del grupo, se trata dialécticamente sobre la realidad del mercado y se produce personalmente.

Con el concurso del diseñador, los artesanos plantean todas sus inquietudes, sus limitaciones de orden tecnológico, la apreciación del mercado y del entorno circundante para obtener un trabajo de creación y de producción formal en equipo.

En todos los casos es preciso definir como actividad una temática, alrededor de la cual giran todas las actividades; los temas seleccionados deben formar parte de la realidad del artesano, propiciando en corto tiempo la construcción de una visión completa del universo en el que vive; algunas veces son las leyendas, otras el entorno de la naturaleza; algunas otras, la visión del futuro, los medios para explorar, y plasmar las ideas a través de los objetos elaborados con sus manos.

Para que un taller de creatividad sea exitoso es imperioso contar con un grupo de artesanos organizado, no mayor de 25 personas con igual nivel de conocimientos en el manejo de la técnica.

El liderazgo es ejercido por el diseñador, quien desarrolla la temática por medio de una charla, sobre identidad, mercado, artesanía en el contexto global. Esto alentará a los artesanos a inspirarse en su entorno y conocimientos para el proceso creativo.

Los artesanos en este proceso participan en dinámicas a través de las que cuentan sus historias, sus vivencias, describen como viven el entorno, identifican cuáles son los elementos de mayor tradición y sus raíces, describen su identidad y conjuntamente con el diseñador se aproximan al quehacer, para expresarlo en objetos artesanales utilizando la técnica y las herramientas que ellos conocen. La motivación es un componente fundamental, para encaminar al artesano a nuevas posibilidades de expresión.

El papel del diseñador es el de contribuir con el artesano a ordenar su trabajo, a adoptar una metodología de bocetos y dibujos sencillos de aquello que imaginan y que van a crear a corto plazo.

Un taller de esta naturaleza concluye con una auto evaluación, en la que el grupo describe los aciertos y desaciertos colectivos y las debilidades que como artesano tiene en el manejo de la técnica, su visión hacia el entorno y sus oportunidades. En síntesis, define de forma positiva qué será de su actividad en el futuro cercano.

Sobre los resultados obtenidos el diseñador elabora todo las observaciones necesarias para pasar luego a la fase de definición de detalles y elaboración de prototipos.

El taller de creatividad independiente de su duración da inicio a un proceso en donde el resultado final depende del interés y de la apropiación que el artesano genere sobre su propuesta.

#### 4.5.2 Taller de diseño asistido por computador

Metodología asistida por computador, fundamentada en la interacción horizontal entre artesano y diseñador, que permite incentivar los procesos de creatividad del artesano, visualizar y ubicar en el contexto, las alternativas que ofrece el producto al momento de la práctica facilitando así los mecanismos de creación y recreación de su imaginario cultural.



*Sesión de asesoramiento, Laboratorio de Diseño Colombiano, Bogotá*

El proceso se inicia con un taller de acercamiento del artesano al conocimiento general de la tecnología de la informática y su aplicación al quehacer artesanal. Se trabaja directamente con el artesano en el desarrollo de productos que se apoyan en “diseños virtuales”, elaborados conjuntamente con la animación y asesoría del equipo de profesionales encargados de la asesoría. Este método ahorra materiales y mano obra en la elaboración de prototipos, permitiendo visualizar varias alternativas de forma, función y presentación final del producto.

#### 4.5.3 Asesoría en diseño

La asesoría en diseño permite la aplicación del diseño a la artesanía, con base en el trabajo conjunto entre diseñadores y artesanos sobre aspectos previamente detectados en áreas de la artesanía o grupos artesanales en donde sea aplicable y/o necesaria, de acuerdo con los resultados de las investigaciones de diseño, memorias de oficio y diagnósticos.

#### 4.5.4 Asesorías puntuales

Es un modelo de asesoría efectuada con artesanos independientes o asociados que directamente o por su vinculación a otros proyectos recurren al Laboratorio de manera espontánea para solicitar un concepto sobre su producto. Esta actividad es realizada por un profesional con conocimientos específicos en el oficio. Para la asesoría se parte de una evaluación inicial que permite determinar el estado del producto. A partir de estos resultados se dan las recomendaciones necesarias para que sean desarrolladas en varias sesiones de trabajo.

La asesoría también se brinda en temas pedagógicos y de metodología del diseño, organización de la producción y proyectos especiales para otras instancias públicas o privadas.

Como memoria de esta actividad se elabora una ficha de registro que a su vez es utilizada como carta de compromiso del artesano para el desarrollo de la actividad. (Ver formato asesoría puntual).



Seminario de teñido, Tumaco

#### 4.5.5 Cursos talleres

Modelo que contribuye a la formación integral del artesano, cualificando los aspectos de expresión artesanal, manejo de los recursos naturales, perfeccionamiento de la técnica, desarrollo tecnológico, diseño y desarrollo de producto, y manejo empresarial.

Se desarrolla mediante la presencia de un maestro artesano, técnico o profesional, en un proceso de intercambio creativo de conocimientos con los artesanos, con el fin de ampliar y mejorar la calidad del proceso productivo en todas sus fases.

La intensidad de los cursos varía según las características del grupo urbano, rural o indígena.

#### 4.5.6 Asistencia técnica

Está orientada a optimizar los procesos técnicos involucrados en la producción artesanal. Hace parte de la formación integral y se desarrolla a solicitud de los artesanos, la comunidad, las entidades que trabajen con el sector, mediante la asistencia al núcleo artesanal en cualquiera de las fases del proceso, tanto en aspectos técnicos como de apropiación, adecuación y desarrollo de tecnologías.

Los resultados de la asistencia técnica se consignan de manera didáctica en un documento denominado manual técnico, que servirá posteriormente de guía para la reafirmación de los conocimientos construidos.

#### 4.5.7 Gira educativa o taller móvil

Está basada en el intercambio de experiencias entre

grupos artesanales de diferentes oficios, valorando los componentes culturales de cada uno. Una gira educativa es un espacio de integración, de esparcimiento y además, de mutuo conocimiento.

Teniendo en cuenta que los núcleos artesanales desarrollan su actividad en un contexto de tradición local y en el ámbito de lo cotidiano, esta estrategia apunta a la superación de factores de resistencia al cambio, tanto en procesos organizativos, productivos, de diseño, de progreso tecnológico, de desarrollo del producto y estrategias de mercadeo, entre otros. De la misma manera contribuye a la valoración del componente cultural de la artesanía, ante el conocimiento de las diferencias y el reconocimiento de los otros.

Una gira educativa obedece a un plan, con objetivos y metas específicos. Se programa con una duración de uno o varios días y contempla la preparación de dos grupos, receptor y visitante, la evaluación de logros y dificultades en el sitio visitado y un seguimiento posterior al grupo visitante, con base en el informe presentado sobre lo aprendido durante la gira.

#### 4.5.8 Seminarios

Constituyen una herramienta fundamental, que permite activar los procesos de capacitación y retroalimentación de la acción institucional en tres diferentes niveles de ejecución:

Al interior del Laboratorio como evaluación de las actividades programadas en los planes, programas y proyectos.

Del Laboratorio hacia el sector artesanal como directo beneficiario de los servicios, y mecanismos de comunicación.

Del Laboratorio hacia otras entidades nacionales o internacionales relacionadas con el sector, para confrontar sistemas, procesos y metodologías de trabajo.

Los seminarios son un mecanismo de capacitación que permiten la confrontación de procesos y metodologías de investigación, planeación, organización, capacitación, producción, y mercadeo artesanal con las organizaciones intermediarias en la ejecución o financiación y las organizaciones de base del sector artesanal.

## SECCIÓN V

# Estudios de Caso - Artesanías de Colombia: El Laboratorio de Diseño



# Estudios de Caso - Artesanías de Colombia: El Laboratorio de Diseño

## 5.1 Colección Casa Colombiana

El Proyecto Casa Colombiana se desarrolló con el propósito de identificar y poner en valor una imagen con identidad nacional, a través del diseño y desarrollo de líneas de objetos funcionales y decorativos para un estilo de vida contemporáneo.

Se escogió el concepto de la casa, como el elemento con el que se identifica cada ser humano, por ser el espacio más íntimo y cuyo entorno refleja el medio en el que vive.

Se buscó a la vez un tema que reflejara la imagen de Colombia, tanto a nivel nacional, como internacional y por eso el café fue el hilo conductor del Proyecto. En un mundo globalizado, el hombre se ha cansado de la homogeneidad y por esta razón se propuso volver a lo natural, a las raíces y a lo esencial, que es a la vez el elemento diferenciador.

Se trata de posicionar la artesanía colombiana en el mercado internacional, con líneas de productos con alto contenido de diseño, para la decoración contemporánea.

La primera colección “Casa Colombiana 2002”, se realizó en el 2001 constituyéndose en el primer intento de materializar el concepto, a través de la utilización de materiales naturales, fibras, maderas, transformadas por medio de la creatividad y las manos, en objetos tradicionales o contemporáneos, adecuándolos a las necesidades del espacio para el que fueron creados.

Para la segunda colección denominada “Casa Colombiana: Café Sabor Esencial 2003” se partió del café, como símbolo de la identidad nacional. El proceso creativo se inició con un cuidadoso estudio sobre la morfología del café, haciendo énfasis en los colores y diversidad de tonos en las diferentes etapas del proceso de producción del grano, desde la planta, la salida de las flores, el grano verde, hasta su maduración que va desde los naranjas hasta los rojos, el grano seco y

tostado y los distintos tonos de marrones. Esta paleta de colores constituyó la inspiración para cada uno de los ambientes de la casa.

La Colección 2004 se denominó “Casa Colombiana: Esencia Pura”. El concepto se desarrolló conservando el tema del café, pero incluyendo como fuente de inspiración nuevos elementos de la flora que forma parte del ecosistema del café, así distintos tipos de plantas y hojas constituyeron referentes complementarios.

El Proyecto Casa Colombiana se ha ejecutado durante tres años consecutivos, y está concebido como un proyecto de mediano y largo plazo.

### ■ Antecedentes

Artesanías de Colombia, considera la cooperación internacional como un instrumento al servicio del desarrollo del sector artesanal. Su propósito es el de optimizar los recursos con que cuenta el país, mejorando la calidad y los procesos productivos, a través del diseño y desarrollo de productos y la transferencia de tecnología, para alcanzar los niveles de competitividad requeridos y alcanzar los mercados internacionales.

Es por esto, que como parte de las estrategias para fortalecer el sector, y con el convencimiento de que el Diseño es el componente fundamental para que la producción artesanal alcance un verdadero posicionamiento tanto en el ámbito nacional como en el internacional, decidió invitar al Diseñador Filipino, Percy Jutare Arañador, a adelantar un Programa de Asistencia Técnica y Asesoría en Diseño para el sector artesanal colombiano.

Se escogió al Diseñador P.J. Arañador por su exitosa experiencia en Filipinas, desarrollando productos artesanales y de pequeñas y medianas empresas, para el mercado de Europa, Norte América y Asia.

P.J. Arañador visitó por primera vez el país en 1997, durante Expoartesanías, junto con Art Dimaano, Subdirector de CITEM, Centro Internacional de Comercio, Exposiciones y Misiones de Filipinas, y ambos quedaron altamente impresionados con el potencial de la producción artesanal colombiana.



Salón, exposición de una línea de algodón y de cubiertas de cojines de lana

En el 2001 se retomó la idea de llevar a cabo un Proyecto de Asistencia Técnica Internacional.

#### ■ Objetivo de la consultoría

El objetivo propuesto fue el de elevar el nivel de competitividad de la producción artesanal a través del diseño para lograr un mayor posicionamiento de la artesanía colombiana en los mercados internacionales.

#### ■ Actividades desarrolladas

El trabajo se inició en Agosto del 2001, con un primer viaje del Consultor. Las actividades se orientaron de una parte, a la asesoría directa y evaluación de productos con los artesanos y de otra, a la capacitación a través de Seminarios y Talleres con los diseñadores vinculados a los Laboratorios de Diseño de Artesanías de Colombia, así:

- Visitas de observación y diagnóstico a los Laboratorios de Diseño de Armenia y Pasto.
- Visitas a comunidades y talleres artesanos en distintas ciudades y municipios del país.
- Evaluación de productos para artesanos interesados en participar en Ferias Artesanales organizadas por Artesanías de Colombia.

#### ■ Capacitación y Asistencia Técnica

De otra parte, con el propósito de iniciar un proceso de capacitación dirigido a diseñadores y artesanos, el Consultor dictó el Seminario sobre “Tendencias; Marketing y Diseño para el Mercado Internacional”.

Asistieron 350 personas, incluyendo los diseñadores vinculados a los Laboratorios de Artesanías de Colombia, artesanos, diseñadores y estudiantes de Diseño, microempresarios, Directores de Carrera y profesores de Diseño, y funcionarios de entidades vinculadas al sector.

Entre las conclusiones de esta primera etapa y la programación para continuar con la asesoría, se planteó el Proyecto Casa Colombiana que se trabajaría conjuntamente entre el experto y los diseñadores de Artesanías de Colombia.

La segunda etapa realizada entre los meses de agosto y diciembre de 2001, efectuó por Internet en comunicación permanente entre P.J. Arañador y los Laboratorios de Diseño. Por esta vía se intercambiaron las propuestas y los planos técnicos. Se definieron los objetos que formarían parte de la Primera Colección y se inició la producción en las comunidades artesanas.

Durante los años 2002 y 2003, la Asistencia Técnica continuó utilizando el mismo esquema de trabajo, con seguimiento permanente por medio de Internet y con presencia del experto en el país durante 30 días al año. En cada una de sus visitas se dictaron Seminarios sobre temas relacionados con Diseño y Desarrollo de Productos, Tendencias del Mercado, Comercialización Internacional, y Participación en Ferias Internacionales.



*Jardín con uso de colores terrosos y fibras naturales*

#### ■ Metodología

El trabajo liderado por P.J. Arañador, se realizó con cincuenta diseñadores en las áreas de diseño industrial, textil, gráfico, y arquitectos, vinculados a los Laboratorios de Diseño de Bogotá, Armenia y Pasto, quienes a su vez transmitieron el concepto y trabajaron en forma interactiva con 140 comunidades artesanales localizadas en todo el territorio colombiano. Se aseguró la representación de todas las regiones del país, y estuvieron vinculadas al Proyecto comunidades indígenas, campesinas y urbanas.

#### ■ Estructura de Trabajo del Proyecto

Para el desarrollo de las Colecciones se establecieron seis Comités de Trabajo con funciones y metodología definidas, liderados cada uno por un Diseñador o coordinador que reporta al Coordinador del Proyecto.

- El **Comité Creativo** realiza las propuestas de diseño de la colección. Para esto se basa en la innovación o en el rediseño de productos. Analiza y desarrolla los conceptos y hace evaluación y selección de las Propuestas que presenta el equipo de diseñadores.
- El **Comité Técnico** elabora los planos técnicos de los productos y analiza la viabilidad de producción, de acuerdo con los materiales y técnicas y procesos. Propone las comunidades artesanas que pueden llevar a cabo las propuestas. Hace la evaluación de prototipos y recomienda los ajustes necesarios para la producción.
- El **Comité de Producción** evalúa la viabilidad productiva, coordina la elaboración de prototipos, haciendo la selección de talleres y comunidades y dando las especificaciones técnicas de los productos. Establece estrategias e implementa y realiza el seguimiento a la producción. Formula las Ordenes de Pedido a los artesanos (Talleres individuales o comunidades).
- El **Comité Comercial** maneja los Inventario y la Bodega. Elabora la codificación de los productos con las etiquetas correspondientes. Coordina las

Ventas y Pedidos durante el evento. Coordina con el Comité de Producción, para hacer las entregas de productos post-evento.

- El **Comité de Exhibición** elabora la propuesta para la presentación de la Colección, del diseño del montaje, la distribución del espacio y la consecución y adecuación general de los elementos requeridos para el montaje (estructura, exhibidores, iluminación etc.). Maneja la logística durante el montaje y la duración del evento.
- El **Comité de Medios** diseña y elabora el material visual de apoyo y divulgación del Proyecto, en medios electrónicos y material impreso. Elabora el Catálogo de la Colección. Se encarga del diseño y producción de presentaciones multimedia.

#### ■ Construcción del Concepto

El trabajo se inició con una etapa de conceptualización en la que participaron todos los diseñadores. Se propuso la búsqueda de un “look colombiano” a través de uno o varios elementos que tuvieran identidad nacional y que contribuyeran al concepto de construcción de imagen.

Por medio de un proceso de lluvia de ideas se desarrolló el tema de crear una casa con identidad colombiana hasta llegar a la síntesis de “Casa Colombiana”. Sin embargo, se consideró que cada región del país tiene características únicas y diferentes, por lo que se buscó un elemento propio y a la vez diferenciador como el café.

Una vez definido el tema central, se elaboró el concepto de colección y de creación de líneas de productos.

Este concepto se desarrolla bajo los siguientes parámetros: contemporáneo, artesanal, concepto de línea, sofisticado, natural, excelente calidad.

#### ■ Estudio de Tendencias

Como parte del análisis previo al diseño de la Colección se hace un estudio de las Tendencias del Mercado para el tema de Decoración, que ayuda a determinar los materiales, texturas y acentos de color que se utilizarán. Se parte de los requerimientos del mercado y se busca que los productos estén acordes con este.



*Dormitorio, cabecero de caña de azúcar y cubiertas de cojines de fibra y fibra de banano*

#### ■ Paleta de Color

Los colores se toman del tema o elemento que sirve de inspiración y de acuerdo con este se establece la Paleta de Color de cada Colección. Se plantean los colores básicos para cada espacio, así como los acentos de color.

#### ■ Formas

Las formas se basan también en los elementos relacionados con el tema y el concepto de la Colección.

#### ■ Estrategias de diseño

- Fortalecimiento del factor diferenciador del producto (estilo, identidad) generando valor agregado:
  - Establecer criterios de identidad.
  - Seleccionar referentes y establecer prioridades.
  - Realizar Análisis del Mercado y de la competencia.
  - Establecer criterios para la aplicación de tendencias según nicho de mercado.
  - Rescatar los productos tradicionales.
  - Re-diseñar los productos existentes exitosos.
- Aplicación e intensificación del uso de tendencias de diseño y la moda para fortalecer la imagen del producto:
  - Investigar y dar retroalimentación sobre tendencias contemporáneas.
  - Crear espacios para la socialización de la información de tendencias (jornadas de diseño, páginas en internet).
  - Trabajar mediante una Lluvia de ideas.
- Aplicación y obtención de registros y patentes para favorecer la propiedad intelectual de productos, líneas y colecciones:
  - Seleccionar productos por categorías.
  - Generar la documentación necesaria para elaborar los registros
  - Investigar a fondo las condiciones de registro y los beneficios.
- Aplicación de un hilo conductor dentro del desarrollo conceptual de la colección:
  - Establecer un punto de partida (Flor y fruto del café caturro).
  - Definir una morfología para la representación del hilo conductor Gradación, Plano seriado, Abstracción geométrica, Radiación Positivo y Negativo.
  - Establecer sus posibles aplicaciones en los productos, ya sea formal evidente o mimético.
- Aprovechamiento de las materias primas y exploración de sus propiedades para un mejor conocimiento de las mismas:
  - Recolectar y clasificar la información existente.



- Elaborar un documento por parte de cada diseñador según su especialidad, en donde se registren las propiedades y características de las fibras y/o materiales que maneja.
- Desarrollo de productos con mayor identidad cultural mediante la aplicación de talleres de creatividad que exploren la forma y las posibilidades de los materiales:
  - Partir de referentes del entorno teniendo en cuenta la técnica, la tradición, y la cultura.
- Definición de los grupos de trabajo y asignación de roles para cada diseñador:
  - Elaborar una propuesta por parte de cada diseñador sobre las habilidades y fortalezas que posee, para un mejor desempeño dentro del grupo de diseño, contemplando aspectos tales como especialidad en diseño, manejo de materiales y conocimiento de los mismos.
- Producción en Talleres:
  - Trabajar solamente con los talleres inscritos a los Programas de Cadenas Productivas.
  - Determinar la especialidad de cada taller teniendo en cuenta la infraestructura de los mismos.
  - Formalizar la exclusividad de la producción de estos talleres mediante el marco legal.
  - Consultar con el área comercial la lista de proveedores existentes para involucrarlos en el Programa de Cadenas Productivas.
- Planeación de la producción de acuerdo a los tiempos reales de producción:
  - Realizar un seguimiento del desarrollo del producto.
  - Elaborar un estudio de tiempos y movimientos.
  - Realizar un análisis del costo real según cada localidad.
- Rescate de productos exitosos para involucrarlos en las cadenas productivas:
  - Identificar productos exitosos.
  - Ajustar procesos y verificar información para hacer pedidos.
  - Actualizar el producto según colores y concepto de la tendencia.
  - Realizar una producción piloto.
  - Emprender una comercialización pionera.

#### ■ Productos

De acuerdo con los espacios establecidos, se formulan las Propuestas de los elementos que conforman cada espacio: Patio o Jardín, Sala, Comedor, Cocina, Estudio, Alcoba y Baño.

Los Laboratorios de Diseño de Armenia y Pasto siguen todo el proceso con el Laboratorio de Diseño de Bogotá y presentan sus Propuestas, basándose en los



*Cocina: vajilla de cerámica roja y accesorios de tucuma*

materiales y en las técnicas artesanales propias de su región.

Las Propuestas se presentan, tanto al asesor filipino como a un Comité de Artesanías de Colombia y se toma la decisión final.

El diseño de la Colección incluye el desarrollo de nuevos productos, la selección de productos tradicionales que por sus características pueden integrarla y productos de colecciones anteriores que pueden ser reutilizados.

#### ■ Materiales, Técnicas y Oficios

Los materiales se seleccionan de acuerdo con la variedad de materias primas naturales que existen en el país, como maderas, guadua, fibras vegetales (mimbre, fique, fibra de plátano, iraca, esparto, caña flecha, calceta de plátano) fibras textiles como algodón, lana y seda; cerámica, cuero, tagua, cacho, coco, cobre y otros metales, piedra y otros, los que a su vez determinan diferentes oficios y técnicas de la gran variedad identificada y existente en el país.

#### ■ Trabajo con las comunidades

Una vez establecidas las piezas que se van a producir y de acuerdo con la selección de materiales y técnicas, se determinan las comunidades con las que se va a producir la Colección

Los diseñadores, de acuerdo con su perfil y área de especialización viajan a las distintas regiones del país para adelantar el trabajo directamente con los artesanos productores.

La primera premisa para el trabajo con comunidades es que este se desarrolle en forma interactiva, respetando el saber tradicional de los artesanos. Se busca que las propuestas de Diseño sean viables técnicamente y que el artesano se apropie de ellas para asegurar que el proceso de producción se lleve hasta su finalización y sea posible obtener un resultado comercial.

En esta etapa del trabajo se elaboran los prototipos y se dejan las especificaciones técnicas para que los productos sean enviados a la sede de Artesanías de Colombia.

Los prototipos son analizados por el Comité Técnico, quien hace las observaciones correspondientes. Una



Comedor, muebles de madera con fibras naturales

vez que son aprobados, el Área Comercial hace la Orden de Pedido para contar con el stock establecido en el evento.

#### ■ Lanzamiento de la colección y prueba de mercado

El lanzamiento de cada Colección se realiza en Expoartesanías, Feria Artesanal organizada todos los años por Artesanías de Colombia en asocio con la Corporación de Ferias de Bogotá - Corferias, Esta feria por su género es la más importante de América Latina; tiene lugar durante doce días en el mes de diciembre, y cuenta con más de cien mil visitantes.

El público visitante además de admirar la muestra, puede hacer pedidos. Diariamente se hacen Encuestas a los asistentes para conocer las opiniones de los consumidores sobre los productos, precios, motivación de compra y estrato económico al que pertenece con el fin de establecer el Perfil del consumidor y dar respuesta a sus necesidades.

Al finalizar la Feria y de acuerdo con el volumen de Ventas, se hace una rigurosa evaluación de la Colección para establecer los factores que se deben mejorar y corregir.

## 5.2 Estudio de caso: Guadua (una variedad de bambú nativo en Colombia, Ecuador y Venezuela)

- Ubicación Geográfica: Departamentos de Quindío, Risaralda y Caldas que constituyen la zona cafetera del país.
  - Oficio: Trabajo en Guadua
  - Materia Prima: Guadua
- Reseña histórica y socioeconómica

Artesanías de Colombia ofrece Asistencia Técnica y Capacitación como parte de las actividades ejecutadas por el Laboratorio Colombiano, desde 1985 enfocada al desarrollo de productos en los diferentes oficios artesanales.

En la zona cafetera de Colombia, se creó desde hace muchos años la Cultura del trabajo en guadua y se convirtió en el sustento permanente de numerosas familias que producen objetos artesanales con esta materia prima.

En la zona existe un gran número de talleres artesanales donde se aplican diferentes técnicas en el manejo de la Guadua desarrollando una gran diversidad de productos en los que prima la originalidad y lo utilitario.

El Laboratorio de Diseño de Armenia trabaja desde 1998 con los artesanos de la región cafetera en la innovación y diseño de productos en guadua con el fin de posicionarlos en mercados nacionales e internacionales, considerando que anteriormente solo eran comercializados en mercados locales teniendo como única sala de ventas las ferias de la región.

#### ■ Productos Referentes: Problema y solución

Luego del sismo ocurrido el 25 de enero de 1999 en la región cafetera, Artesanías de Colombia con el apoyo de la Corporación para el Desarrollo de las Microempresas creó una feria dedicada exclusivamente a los talleres artesanales del eje cafetero en la Plaza de los Artesanos en la ciudad de Bogotá. El objetivo principal fue el de ayudar a los artesanos que de alguna manera se vieron afectados por el desastre natural. Gracias a esta iniciativa, el Centro Colombiano de Diseño (CCDA) realizó un censo y diagnóstico de los talleres afectados en la zona, con el ánimo de vincular a estos artesanos al evento y darles la oportunidad de comercializar sus productos a unos costos muy competitivos y favorables para su deteriorada economía.

Para asegurar una exitosa comercialización, el CCDA inició un proceso intensivo de preparación a los artesanos realizando capacitaciones y asesorías en temas como diversificación de producto, creación de líneas, mejoramiento de la calidad, costeo y acabados naturales entre otros; también se realizaron talleres de creatividad para generar nuevas propuestas y alternativas al uso de la guadua.

En general la “estrategia” de precios de los productos fabricados en Guadua, se enfocaba al mercado turístico regional, por lo cual las artesanías elaboradas en estos talleres se comercializaban a precios relativamente bajos dada la naturaleza del mercado (entre 5 y 15 USD) dependiendo del tiempo de fabricación y tamaño de la pieza. Para esa época la mayoría de los talleres no contaban con una metodología adecuada para establecer los costos correctos de sus productos y por tanto la fijación del precio de venta al público resultaba ser también inexacta, provocando que los talleres no ganaran lo justo por su trabajo.

Para los talleres sus costos y precios dependían más de factores emocionales y afectivos hacia sus productos que a la realidad del tiempo dedicado, costo de materias primas e insumos y todos aquellos componentes del costo de producción de una pieza, variables indispensables para que la venta de los productos fuera rentable y roductiva.

Los talleres tampoco realizaban ningún tipo de promoción para la comercialización y debido a que desconocían la estructura real de costos, las rebajas o aumentos en el precio dependían totalmente de lo



Materia prima de guadua

que el turista estuviera dispuesto a pagar por las artesanías. En la mayoría de los casos estas promociones o rebajas se daban generalmente a favor del comprador quien obtenía un el producto artesanal por un precio que muchas veces ni siquiera cubría los costos básicos de la fabricación de la pieza.

Los productos artesanales de estos talleres obedecían en alguna medida, al resultado de su plaza, de su entorno y de la baja cualificación del oficio. Solo respondían a un mercado turístico de bajo poder adquisitivo y de carácter regional, con poco valor agregado por su diseño y su utilidad. En general la calidad y los acabados de los productos eran deficientes y dejaban mucho que desear.

#### ■ Desarrollo de la Asesoría

El CCDA trabajó durante tres años con los talleres de guadua para participar en la feria del eje cafetero. Durante este tiempo se brindó asistencia técnica y capacitación, orientada a mejorar 4 aspectos básicos de su producción artesanal.

##### 1. Costos de producción.

Se realizaron talleres sobre Costos ABC por parte de los diseñadores del CCDA, cuyos resultados fueron: establecer una estructura clara de costos y una contabilidad organizada, determinar el punto de equilibrio para cualquier proyecto nuevo y la tasa interna de retorno de su inversión, y fijar precios de venta justos, tanto para el taller como para el comprador.

##### 2. Reorganización del taller

Se determinó la necesidad de reorganizar los talleres y replantear la forma en la que ejecutaban las diferentes tareas necesarias para la producción. Se dio asistencia técnica orientada a la nueva distribución de procesos productivos y de la planta física de su espacio laboral, puesto que la metodología de costos implicaba una clara identificación de todas y cada una de las actividades o pasos necesarios para obtener un producto terminado. Paralelo a este proceso se capacitó en las normas de seguridad industrial específicas para



*Bandeja de guadua con corteza de guadua*

cada actividad, garantizando el bienestar de los artesanos. El resultado fue el de lograr una el desarrollo de procesos productivos de forma más eficiente.

##### 3. Producción artesanal de acuerdo a las tendencias actuales del mercado

Gracias a los eventos comerciales de Artesanías de Colombia en la ciudad de Bogotá, los artesanos pudieron conocer los gustos y tendencias de mercados más cosmopolitas y contemporáneos, determinando la necesidad de incorporar el diseño como herramienta fundamental para ser competitivos en el mercado artesanal. Particularmente, la plaza de Bogotá es una de las que tiene mayor poder adquisitivo en el país y una mayor demanda de productos artesanales que están a la altura de cualquier plaza a nivel internacional.

##### 4. Diseño y desarrollo de nuevos productos

El trabajo interactivo entre los diseñadores y los artesanos dio como resultado el mejoramiento de la calidad de los productos y de los acabados de cada pieza preservando la identidad del oficio que originalmente se encontraba en el municipio de Salento que hace alusión a la destreza con la que se realizan los trabajos de calado sobre la guadua. De igual forma se estudió cuidadosamente el diseño de cada uno de los objetos artesanales y se desarrollaron nuevas líneas de productos para llegar de manera eficiente a segmentos más altos del mercado, de acuerdo a su demanda y a las tendencias actuales.

#### ■ Impacto

Los resultados obtenidos de la asistencia técnica y capacitación ofrecida a los artesanos que trabajan la guadua, se reflejan año tras año en un mayor posicionamiento de la producción de objetos elaborados en guadua con calidad, con identidad propia y con un crecimiento sostenido de las ventas de los talleres, que en promedio son del 22% anual. De igual manera, este crecimiento se traduce en el mejoramiento de los talleres de producción, en la optimización de los recursos, en la apropiación de tecnología y en general, en una mayor calidad de vida de cada uno de los artesanos que desarrolla este importante oficio.



*Juego de guadua: jarrón, jarra y cubiertos para servir*

### 5.3 Colección Mueble Étnico: Innovación y mejoramiento de la Competitividad

- **Nombre del Grupo/Comunidad:** Sector Artesanal de la Madera
- **Ubicación Geográfica:** Pasto - Nariño
- **No. de personas que conforman el grupo:** 34 microempresarios
- **Oficios:** Talla en madera, cestería, sombrerería, teneduría en telar horizontal
- **Materia(s) Prima(s):** Se trabajó combinación de materiales:
  - Iraca y madera
  - Fique y madera
  - Tamo y madera
  - Calado en madera
  - Fibras y madera

#### ■ Reseña histórica, socioeconómica

Al sur del país se ubica uno de los departamentos cuyas tradiciones materiales e inmateriales gozan del más profundo celo y respeto de sus pobladores; allí se conservan las costumbres y los conocimientos octogenarios intactos, a la vez que se transmiten los oficios artesanales con devoción y maestría. Esta zona del país se ha caracterizado por sus trabajos en ebanistería, instrumentos musicales, enchapado en tamo y Mopa Mopa.

#### ■ Productos Referentes – Problema y solución

Este caso buscó: lograr productos diferenciados con las propiedades de los materiales de Nariño, divulgar las técnicas de la región, obtener combinaciones o mezclas de materiales novedosas y funcionales, fomentar la capacidad creativa de los artesanos de la región, intercambiar conocimientos entre artesanos, diseñadores y estudiantes de diseño en la zona y, con base en el trabajo conjunto, generar el concepto de la colección “El Mueble Étnico”.

Se realizó un diagnóstico de la comunidad que evidenció los siguientes puntos:



Creación y línea de intervención en el diseño

- Falta de innovación e identidad en los productos
- Desconocimiento de normas técnicas sobre muebles, ergonomía y medio ambiente
- Falta de inmunización y secado de la madera
- Desconocimiento de técnicas de acabados naturales
- Carencia de un catálogo de productos
- Deficiencia en dibujo técnico
- Manejo informal de la contabilidad
- Bajos niveles de producción

#### ■ Desarrollo de la Asesoría

Para empezar a desarrollar esta colección se empezó por hacer un compendio de la normatividad y manuales relacionados con la madera, se identificaron 130 Normas técnicas relacionadas y se priorizaron en un manual de acuerdo al tipo de productos que se trabajó, a las que fueren consideradas como requisito indispensables en el producto final, las que permitieran realizar ensayos experimentales sin necesidad de laboratorio y a las que tuvieran datos antropométricos y ergonómicos relacionados.

Se procedió a realizar 5 grupos de trabajo, cada una con 3 Artesanos, 2 Diseñadores y 2 estudiantes de Diseño. Cada grupo trabajó una combinación de materiales de la siguiente forma:

Mesa 1: iraca y madera

Mesa 2: fique y madera

Mesa 3: tamo y madera

Mesa 4: calado en madera

Mesa 5: fibras y madera

Se propuso cada mesa debía realizar las siguientes actividades:

- Plasmar las propuestas en bocetos claros y con una muestra del material experimentado.
- Crear un “concepto” de diseño con cada prueba obtenida.
- Socializar todas las propuestas con el grupo de diseño.
- Exponer los resultados en cartelera para que todos los participantes siguieran el proceso y se retroalimentaran.
- Establecer una base de datos teórica y fotográfica de las posibilidades del material y / o de experimentaciones realizadas.

En total estas mesas generaron 255 experimentos con madera, fibras naturales y cuero y 300 bocetos de producto incluyendo líneas y conceptos de diseño, de los cuales se seleccionaron 40 bocetos que cumplieran con las características formales, funcionales, de combinación de materiales, que tuvieran demanda del mercado y que su precio fuera acorde con mercado enfocado.

A nivel de mejoramiento de producto se trabajó en el rediseño de 15 líneas de productos ajustándolas de

acuerdo a la combinación de materiales, la definición de colores y acabados, las dimensiones y proporciones y realizando un estudio técnico sobre sus ensambles para la construcción de los prototipos.

Adicional al desarrollo de la colección se realizó una socialización de la investigación en acabados naturales con el grupo beneficiario, y capacitaciones reforzando como rutas críticas: el secado e inmunización de la madera, el dibujo técnico, la aplicación de acabados naturales sobre la madera, contabilidad básica y planeación financiera.

#### ■ Impacto

Se desarrolló producción piloto de las líneas seleccionadas y se seleccionaron representantes de los microempresarios para participar en Expoartesanías 2003 y comercializar las líneas desarrolladas. Se lograron ventas por 33'000.000.00 y se comprobó que el 80 % de las líneas presentadas fueron exitosas. Se conformó la Asociación de Microempresarios del proyecto denominada "Etnika".

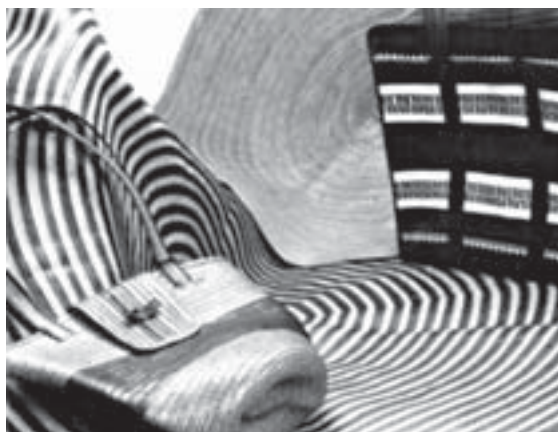
### 5.4 Estudio de caso: Resguardo Zenú San Andrés de Sotavento: Diversificación, extensión de líneas e Innovación

Centro Colombiano de Diseño, Unidad de Bogotá

- **Nombre del Grupo / Comunidad:** Resguardo Zenú – San Andrés de Sotavento
- **Ubicación Geográfica:** Departamentos de Córdoba y Sucre; Resguardo Zenú
- **No. de personas que conforman el grupo:** Más de 500 artesanos del resguardo
- **Oficios:** Sombrerería, trenzado y cosido
- **Materia(s) Prima(s):** Fibra de caña flecha
- **Reseña histórica, socioeconómica**

El Sombrero "Vuelto" es sin duda una de las artesanías por excelencia y uno de los símbolos populares más conocidos de Colombia. En él se aprecian claramente sus orígenes precolombinos. Su principal zona de producción es el Resguardo Zenú en San Andrés de Sotavento que abarca territorios de Córdoba y Sucre. Este resguardo esta conformado varios corregimientos entre los que se destaca Tuchín como uno de los sitios donde más se ha trabajado en innovación de producto en los últimos años. En esta zona se teje la trenza milenaria, un ininterrumpido lenguaje sin palabras, alfabeto geométrico y binario de la etnia. Blanco y negro de los pictogramas, herencia de una comunidad que se destacó como orfebre e ingeniera de risomáticos canales de los ríos bajo Sinú y San Jorge.

Luego de un complejo proceso de clasificación, raspado, pulimento, deshidratación, cocción y coloración de las fibras, los artesanos proceden a trenzar y combinar de manera armónica las fibras negras y blancas para formar figuras ("pintas") las cuales simbolizan elementos totémicos de la cultura Sinú y llevan nombres pintorescos como "flor de



*Diversificación de productos de caña de azúcar*

cocodrilo", "mariposa" y "Corazón de abanico", entre otros.

#### ■ Productos Referentes – Problemas y solución

Para esta se comunidad el Centro de Diseño Para la Artesanía y las PYMES planteó la necesidad de crear cooperativas en los centros de producción, que permitieran el fomento del Sombrero Vuelto, fortaleciendo la comercialización, diversificando la tejeduría en Caña flecha y elevando el nivel de vida de los indígenas.

Este proyecto trabajó paralelamente con la ejecución de estudios agronómicos sobre el cultivo de Caña Flecha, la determinación de beneficiaderos y el establecimiento de cultivos experimentales para permitir una producción continua en vivero todo el año y así poder incursionar con éxito en los mercados nacionales e internacionales. El proyecto se planteó a largo plazo, 10 a 15 años, y buscó que la comunidad respondiera favorablemente a las nuevas técnicas de producción y comercialización presentadas por los Asesores en Diseño.

#### ■ Desarrollo de la Asesoría

El proyecto fue de carácter regional y se tuvo como zona de influencia las comunidades indígenas del resguardo de San Andrés de Sotavento. Se inició con la realización de visitas de reconocimiento por parte de los Asesores y Diseñadores donde se registró la situación actual de la región realizando registros fotográficos y fichas de productos referentes.

De estos informes se planteó una metodología de trabajo y se procedió a plantear las posibilidades de innovación y diversificación y los tipos de asesorías que se debía dar a los artesanos para lograr las metas.

Se realizaron asesorías en: organización de la producción que fueron impartidas directamente a los artesanos, curso-taller para el desarrollo de la mentalidad empresarial, cursos taller de administración, curso taller de costo y manejo contable dirigidos a los 3 equipos de asociación que se conformaron.

La innovación a nivel de diseño los asesores partieron desde la diversificación del sombrero original de caña flecha, evolucionó a la ejecución de productos a



*Caña flecha: sombrero con diseño en espiral*

partir del tejido en espiral como contenedores y tapetes y se diversificó con el uso de la misma trenza pero en superficies planas y tejido sobre base rígida, lo que permitió ampliar las posibilidades de uso del material.

#### ■ Impacto

La diversificación de productos generada por los asesores de Artesanías de Colombia y el mejoramiento de sus acabados ha generado expansión del mercado tanto a nivel nacional donde, aparte de exhibir y vender sus productos en Ferias y Mercados artesanales, son proveedores de materia prima (trenza y tejido sobre base) para la elaboración de productos neo-artesanales con incrustaciones en dicho material que le dan un alto valor agregado al producto. Estos productos tienen gran aceptación tanto en compradores nacionales como extranjeros.

### 5.5 Caso del Municipio de Bolívar

- **Nombre del Grupo / Comunidad:** Comunidad indígena Yanacona – Bolívar (Cauca)
- **Ubicación Geográfica:** Municipio de Bolívar, departamento del Cauca, Regional Occidente. Comprende las localidades de Angoní, El Cidral Placetillas
- **Número de personas que conforman el grupo:** 50 mujeres artesanas que realizan el oficio
- **Oficio:** Tejeduría en telar vertical ó “guanga”, de tradición y herencia indígena
- **Materia Prima:** Lana de oveja

#### ■ Reseña histórica Socioeconómica

La tradición textil del Sur del Cauca data de cuando los pueblos de lengua quechua se establecieron en la región antes de la llegada de los españoles. Los hombres se dedicaban a la agricultura y las mujeres hilaban algodón y cabuya, para tejer mantas, fajas, chumbes o cinturones y mochilas.

Con los hispanos llegan las ovejas y así se empieza a utilizar la lana. El tejido en el sur del país era una actividad complementaria de las labores agrícolas, y específicamente femenina. Las mantas fueron el principal aporte de la mujer para cumplir el pago del tributo impuesto por los españoles.

Durante la época de la Colonia, se mantiene el oficio como actividad doméstica y es en el siglo XIX, cuando se empieza a tecnificar el arte textil, que se consolida como industria en el siglo XX en el país.



Línea de productos de cuero y fibra de fique

En la región hay cerca de 8.000 indígenas y actualmente el tejido artesanal se conserva como una tradición ancestral en manos de las mujeres y su conocimiento es transmitido de generación en generación.

La zona se vio afectada por cultivos de coca y Artesanías de Colombia en un esfuerzo conjunto con el Programa de Naciones Unidas para la Fiscalización Internacional de Drogas, emprendió un programa con el fin de rescatar los oficios y valores tradicionales de las comunidades y de generar alternativas sostenibles de empleo e ingresos, mejorando las condiciones de vida de los habitantes de la región.

#### ■ Productos referentes – problema y solución

Antes de entablar los productos referentes, este caso buscaba ampliar las posibilidades económicas para las tejedoras en un contexto diferente al comercio de cultivos ilícitos. Así, en 1988 se inició la reactivación del oficio artesanal, en donde la técnica, la materia prima y los productos propios de la comunidad volvieron a ser parte de ella: de la “guanga” salieron de nuevo las piezas tradicionales como las ruanas, las cobijas y los chumbes, estos últimos, empleados a manera de cinta para sostener los hijos sobre la espalda o envolverlos durante sus primeros meses de vida.

Teniendo así iniciada la reactivación del quehacer artesanal, estos productos, de alto valor ancestral y familiar, no podrían entrar al mercado actual de la artesanía debido especialmente a dos condiciones: la primera, su condición de piezas locales, básicamente limitadas para el autoconsumo y a un pequeño mercado local, y la segunda, el peso considerable de las mismas debido al proceso artesanal en la hilatura de la lana.

Con el fin de ampliar el mercado se hizo un primer análisis del potencial de los tejidos y de su posible aplicación en objetos de decoración, de manera que se conservaran las técnicas y los materiales, pero que se variaran las posibilidades de uso.

La asesoría se inició buscando la diversificación, desarrollando productos aptos para la decoración, transformándose las pesadas cobijas en tapetes, y diseñando cojines, caminos de mesa, throws para sillas y sofás, telas para tapicería de muebles y tejidos que combinados con cuero se utilizaron en bolsos y carteras muy contemporáneas para el mercado actual y utilizadas por una diseñadora de moda en la pasarela Identidad Colombia, presentada en Milano Moda Donna 2004.

El lanzamiento de la primera colección tuvo lugar en la sede de Artesanías de Colombia en 1991. Los productos han continuado en el mercado y la Empresa ha seguido prestando su apoyo a estas comunidades, Algunas artesanas han recibido Premios como la Medalla de la Maestría Artesanal otorgado por la Empresa y recientemente una de las tejedoras tuvo la oportunidad de viajar a la Semana de la Moda de Milán en Febrero de 2004.



Artesanas tejiendo fibra de fique

### ■ Desarrollo de la asesoría

Las asesorías prestadas en la comunidad han tenido las siguientes etapas:

- Reactivación del quehacer artesanal, 1988.
  - Diversificación de la producción, 1989 y 1991.
  - Asistencia técnica sobre los productos diversificados anteriormente, 1993/1994.
  - Talleres de teoría del color e implementación del color sobre las piezas con anilinas industriales, 1995.
  - Incorporación del concepto de línea y elaboración de líneas de productos, 1996.
  - Etapa de producción para las líneas de productos, 1997.
  - Taller de tintes industriales especiales para lana y generación de nuevas líneas de productos y producción, 2001-2002.
  - Producción de tejidos para la pasarela Identidad Colombia, 2003-2004.
- ### ■ Productos resultados de la asesoría
- Tapetes, carpetas, cojines, bufandas y caminos de mesa en 1989.
  - Alforjas, cojines de rollo, cojines pestaña, cojines “doble-yo” almohadones, sobres de pared y telas para marroquinería en 1991. Exposición “Guangas y Zingas”.
  - Cojines, telas, tapetes y morrales con introducción del color en 1995.
  - Línea de sala (tapete, camino de mesa y cojines) y línea de comedor (tapete, centro de mesa y telas para sillas) con diferentes propuestas en color, en 1996-1997.
  - Línea de cojines y línea de butacas con tintes industriales y colores naturales en 2001-2002.
  - Tejidos para bolsos en 2003-2004.

### ■ Impacto

El mayor impacto generado entre las artesanas es ver su oficio de nuevo reactivado y mantenerlo como una fuente digna de ingresos. Para ellas, se abrieron nuevas posibilidades de mercados externos y la participación en eventos feriales nacionales e internacionales en

donde exponen su quehacer y ofrecen sus productos. Las piezas que actualmente realizan se distinguen por mantener viva la tradición del oficio y ofrecer un alto contenido en diseño.

## 5.6 Caso del Municipio de San Agustín

- Nombre del Grupo / Comunidad: **Comunidad de San Agustín – Huila. Comprende las localidades de El Estrecho del Magdalena, Obando y la Cabecera Municipal**
- Ubicación Geográfica: **Municipio San Agustín, departamento del Huila, Regional Centro-Oriente**
- Número de personas que conforman el grupo: **50 mujeres artesanas que realizan el oficio**
- Oficio: **Tejeduría en telar vertical ó “guanga”, de herencia indígena**
- Materia Prima: **Fibra e hilos de plátano y fique**

### ■ Reseña histórica Socioeconómica

El oficio de tejeduría en telar vertical ó “guanga” al parecer viene del Cauca, y al ingresar al departamento, tomó como materia prima la fibra del fique en lugar de la lana, para ser tejida de igual forma y adoptar dos estilos diferentes gracias a la materia prima: uno, es el *tejido en fino*, en el cual las fibras no se hilan sino se unen unas a otras mediante anudado, y el segundo, el *tejido en grueso*, que se realiza con las fibras hiladas.

Posteriormente al empleo de la fibra de fique, una artesana por los años ochenta, comenzó a obtener la fibra del tallo del plátano y trabajarla de igual manera a la del fique, práctica que adoptaron rápidamente las artesanas haciendo que el Municipio fuera pionero a nivel nacional en el manejo y la extracción del material, y hasta hace solo un par de años, único productor. Sin embargo, San Agustín sigue ocupando el primer renglón de la producción y elaboración de piezas artesanales en dicha fibra.

La actividad artesanal en el municipio representa una gran fuerza artesanal y el tejido es practicado con gran habilidad por mujeres, que toman el oficio como una fuente de ingresos extra ó de la cual logran su sustento.

### ■ Productos referentes – problema y solución

Los productos tradicionales de la región son individuales, pequeños bolsos y souvenir en tejido fino, así como tulas en tejido grueso. Estos productos están dirigidos a un mercado estrictamente local, cuyo flujo interno es medianamente aceptable, mas que se ha visto decaer debido a la disminución del turismo en la localidad.

La elaboración de las piezas aún mantiene un proceso netamente manual, que va desde la extracción de la fibra con tabla, el hilado, que en su mayoría es con huso y culmina con el tejido que es completamente a mano. Lo anterior hace que los productos tengan una producción lenta que no representa el tiempo invertido ya sea por el precio de venta ó la funcionalidad del producto.

La materia prima, esencialmente fique, compite con la noción a nivel nacional de ser barata, lo que recae directamente sobre los artículos en donde no se reconoce el proceso manual que tienen las piezas. En cuanto la fibra de plátano, muchas veces pasa inadvertida por el comprador debido a su similitud con la fibra de fique y por ende obtiene el mismo reconocimiento.

Teniendo en cuenta estos aspectos, las asesorías en diseño se dirigieron a buscar nuevas alternativas en diseño que abrieran las puertas a un mercado externo, y en los últimos años, se enfocó específicamente sobre el principal aspecto que diferenciaba este quehacer de la producción artesanal nacional, a saber, el empleo de la fibra de plátano.

#### ■ Desarrollo de la asesoría

Las asesorías iniciaron en la década de los 90, y han continuado a la fecha.

Las siguientes han sido las intervenciones realizadas:

- Taller de tintes naturales, empleando las especies nativas de la región.
- Investigación para la memoria del oficio y el diagnóstico de la situación en el oficio de tejeduría en técnica de telar vertical con fibras de fique y plátano.
- Mejoramiento en calidad sobre los productos artesanales tradicionales: individuales en fino, tulas y morrales en tejido grueso.
- Asistencia técnica en la enseñanza de los tejidos tradicionales y modernos sobre el telar tradicional.
- Afianzamiento en el proceso de tintura con anilinas industriales y refuerzo de tintes naturales.
- Rediseño de piezas artesanales y desarrollo de nuevas propuestas, incluyendo las técnicas de tejido en telar y el crochet.
- Implementación técnica de tintes industriales especiales para fibras celulósicas y desarrollo de carta de color, sustituyendo con ello el empleo de anilinas.
- Diversificación de la producción y propuesta de líneas de productos.

#### ■ Productos resultados de la asesoría

- Tulas tradicionales en tejido grueso con mejoramiento en acabados.
- Telas divisorias de espacios en tejido grueso en colores naturales.
- Cojines en tejido grueso con hilos de plátano o de fique.
- Cojines en hilo de plátano en técnica de crochet.
- Individuales y caminos de mesa en tejido fino con fibras de fique o plátano.
- Línea de cojinería en tejido fino con fibra de plátano.

#### ■ Impacto

El proceso en diseño dirigido ha elevado la condición de las piezas artesanales, haciendo que éstas entren a un mercado de gran aceptación a nivel nacional y proyección internacional. Gracias esto, el ingreso de las artesanas se ha visto mejorado y la producción se ha enriquecido garantizando con ello la permanencia y la expansión del quehacer artesanal en el Municipio.

### 5.7 Caso: Programa Nacional de Joyería

- **Nombre del Grupo/ Comunidad:** Comunidades joyeras y orfebres de los distritos auríferos y de tradición joyera de 34 municipios, de 13 departamentos del país
- **Ubicación Geográfica:** Antioquia, Bolívar, Caldas, Cauca, Córdoba, Cundinamarca, Chocó, Guainía, Nariño, Quindío, Risaralda, Santander, y Vaupés
- **No de Personas que Conforman el Grupo:** El grupo atendido corresponde a 1.535 personas de las cuales se encuentra conformado en un 65% por hombres y el 35% por mujeres
- **Oficios:** Mediante el programa se atendieron los oficios de la joyería y orfebrería
- **Materia(s) Prima(s):** Oro, Plata, Piedras Semipreciosas, Madera, y Semillas, entre otras

#### ■ Reseña Histórica, Socioeconómica

Las comunidades orfebres y joyeras del país recopilan el más amplio referente sociocultural del sector artesanal, su arte es fértil en variantes y técnicas, que han sido clasificadas como joyería tradicional, contemporánea y de diseño, rica en formas geométricas, materiales y elementos estéticos que simbolizan y materializan la energía creadora de los más nobles hacedores colombianos.

Las culturas del suroccidente colombiano, como la Tumaco, Calima, Malagana, Cauca, San Agustín, Tierradentro, Nariño, Quimbaya y Tolima fueron las primeras en trabajar los metales preciosos que encontraban en las vegas y meandros de los ríos. Las redes de trueque permitieron el intercambio de ideas y técnicas como el dorado, aleación, fundición, granulación y la cera pérdida, entre las diferentes regiones amerindias. El encuentro de dos mundos permitió a los conquistados tejer la fantástica “Leyenda del Dorado” y los conquistadores en su búsqueda,



Ventana: (anillos de oro y plata, filigrana moderna) anillos de oro y plata



fueron entretejiendo en hilos de oro y plata ciudades doradas y moriscas, de la más fina filigrana.

La orfebrería precolombina expresa con nitidez los conceptos del pensamiento indígena, los contenidos del universo, tierra, astros, personas, animales, plantas, en perfecto equilibrio y los diseños de la orfebrería poscolombina perduran en las comunidades orfebres del litoral Pacífico (Barbacoas, Tumaco, Quibdó, Tadó, Istmina, Condotó, Andagoya), en la región Caribe (Mompóx, San José de Cienaga de Oro), y la región Andina (Santa Fe de Antioquia) y que hoy en día derivan el sustento de su arte.

La joyería colombiana está relacionada con las interacciones simbólicas, tradiciones, costumbres, valores y normas, plásticas que han venido tejiendo las comunidades orfebres y joyeras precolombinas, poscolombinas, modernas, posmodernas y contemporáneas en la construcción de su identidad nacional. Como el país, la joyería es policromática, multiétnica, es alegre, festiva, fragmentada y especializada, es producto de las fantasías colectivas que han desplegado toda su energía creativa de generación en generación. Las comunidades joyeras tradicionales, con dominio de las técnicas como la filigrana y el armado, se encuentran localizadas en Mompóx, Barbacoas, Santa Fe de Antioquia, Quibdó, Istmina, Condotó, Andagoya y Tadó; en pequeñas localidades y ciudades intermedias como: Marmato, Vetas, California, Popayán, Suárez, Guapí, Santa Rosa del Sur, Barranco de Loba, Montecristo, La Llanada, Los Andes, Cumbitara, Santa Bárbara de Iscuandé, Puerto Libertador, Inírida, Taraira, Frontino, Segovia, El Bagre, Caucasia, Quinchía, Quimbaya, la joyería es comercial, con dominio de las técnicas del armado, engaste, la cera perdida, el grabado y en algunos casos, la filigrana; y en las grandes ciudades como Bogotá, D.C. y Medellín con una joyería contemporánea, de diseño.

A partir de los noventa, con el boom de la joyería en Colombia, se da inició a la joyería contemporánea. Sus pioneros la definieron como: “una expresión artística abierta a nuevos materiales y a un lenguaje más personal que comercial”. Escuelas pioneras como la Nuria Carulla, han forjado diversas generaciones que se vienen abriendo camino en la construcción de la joyería con identidad nacional.

En la actualidad en sector joyero y orfebre del país esta conformado en un 65% por hombres y en un 35% por mujeres; con un rango de edad entre los 20–50 años; el 40% no han completado su educación básica, el 30% la han finalizado y el porcentual restante han alcanzado niveles de educación técnica y universitaria, los dos últimos resultados se acentúan en las medianas ciudades y grandes capitales.

En el orden de prioridad trabaja las técnicas del armado, la cera perdida, el engaste, el grabado, la filigrana, el esmaltado y la talla de piedras preciosas y semipreciosas.

En su gran mayoría han aprendido el oficio por tradición familiar y en cursos que vienen ofreciendo

las diferentes instituciones; los diseños son copiados de revistas o se los entrega el comprador por encargo; el 76% de ellos derivan su sustento del oficio y los restantes los combinan con otros oficios; los talleres en donde trabajan se caracterizan por su baja división del trabajo y por su bajo nivel tecnológico; el 50% de ellos poseen casa propia y los restantes poseen otra tenencia de la misma; el ingreso medio en las grandes ciudades es de \$1.099.133 y en las pequeñas ciudades de \$800.000; el 63% no pertenecen a ninguna organización; y el 80% de ellos producen productos terminados para el consumo.

#### ■ Productos Referentes – Problema y Solución

El Programa ha contribuido al mejoramiento del sector joyero y orfebre del país, promoviendo la generación de fuentes de trabajo, con criterios de rentabilidad, mejorando los procesos tecnológicos del sistema productivo, del diseño y estimulando su aplicación para garantizar la calidad del producto, la eficiencia en el uso racional de los recursos, su sostenibilidad y la buena práctica del ejercicio comercial.

Como temas planteados para dar solución de cara al diseño fueron:

- Altas necesidades de renovación de portafolios para atender diferentes nichos de mercado, para ello se trabajo en nuevas líneas y colecciones con innovación en sus formas, materiales y usos, razón por la cual se hizo necesario la confrontación de experiencias nacionales e internacionales, conjugando la tradicional con la modernidad, referencias locales con una perspectiva global.
- Necesidades de confrontación de la información sobre demandas potenciales de mercado (nacional



Tejido doble: anillo de plata



Artículos del catálogo



Arco iris: anillo de oro y plata

e internacional), para ello se contó con especialistas en moda, joyería, en decodificación y análisis de referentes culturales.

- Los productores joyeros proyectan sus productos, sin considerar la reducción de costos, la minimización de los procesos de producción, la producción en grandes volúmenes y la agregación de valor.
  - Los canales de comercialización se encuentran estrechamente ligados a su vivienda o a su pequeño taller, los cuales los circunscribe a un contexto local, de carácter cerrado, que les impide acceder a referentes de innovación en diseño y en técnicas para la realización de la joyería competitiva y con potencialidad de mercado.
- Desarrollo de las Asesorías
- **Cooperación Internacional Brasil (Grupo Barroso)**

El interdiseño “hacia una nueva joyería colombiana” permitió a diseñadores internacionales, diseñadores nacionales y joyeros, analizar y dar solución, mediante un proceso interactivo, en la generación de una gama de propuestas innovadoras para el posicionamiento de la joyería en los mercados externos, a través de procesos tecnológicos tradicionales y contemporáneos.

Se partió que proponer es construir algo que no existe, es innovar formas y contenidos, la apropiación y uso de las herramientas conceptuales son el punto de partida para la generación de los diferentes elementos estéticos. El diseñador tiene un compromiso con el cliente y su producto no está determinado por sus gustos y conceptos personales, por lo anterior, el diseñador no tiene estilo propio, su estilo es marcado por sus nichos de mercado.

El diseño sin concepto no es diseño. Cuando se procede a diseñar se debe proceder necesariamente a la construcción de estructuras conceptuales que den soporte a las expresiones estéticas y para ello se requiere el intercambio de saberes, del debate y de la investigación.

- En el seminario taller se creó en los participantes, conciencia de la necesidad de cambiar su modo

de pensar y de hacer joyería, de ser efectivos y eficientes con propuestas innovadoras frente a los retos que imponen los actuales mercados cada vez más competitivos.

- Los cambios se orientaron a direccionar continuas construcciones mentales, que permitieran reconocer y valorar los elementos más singulares de la cultura colombiana.
- Los participantes asumieron el reto la necesidad de producir y ofrecer productos para públicos no habituales. Productos innovadores que motivaran la compra por primera vez.
- Se trabajó en la percepción de elementos del cotidiano propios de los diferentes nichos de mercado. Colocándose en la “piel del comprador” con el fin de comprender con exactitud sus deseos, sus necesidades y producir de esta manera productos que satisfagan verdaderamente las necesidades del cliente.
- Los diseñadores y joyeros en procesos de reflexión, de motivación del trabajo colectivo, armónico y positivo en procesos de creación de productos dirigidos a los distintos nichos de mercado.
- Con todo lo anterior, se desarrollaron nuevas líneas de joyería de calidad, dirigidas a un público consumidor cada vez más exigente y conectado con las tendencias globales.

Como técnicas aplicadas se utilizaron:

- Exposiciones de especialistas en iconografía e identidad colombiana.
- Lluvia de ideas sin referentes.
- Trabajo de campo a hitos arquitectónicos y culturales.
- Presentación de videos.
- Lluvia de ideas con referentes.
- Construcción del marco conceptual.
- Trabajo por grupos para la construcción de conceptos motivacionales para diferentes nichos de mercado.
- Desarrollo de propuestas en planos y dibujos.
- Proyección y desarrollo de líneas o colecciones producto.

■ **Productos Resultados**

El producto final dió apertura a nuevas posibilidades de joyería orientados a nichos de mercado como las ama de casa, oficinistas y a otros grupos de consumidores jóvenes.

■ **Impacto**

- Se prepararon 12 diseñadores y 12 joyeros de diferentes localidades del país.
- Los participantes realizaron replicas del seminario taller en las 34 localidades del programa.
- Se abordó el tema de identidad nacional expresados en 48 piezas de joyería.

### Cooperación Internacional Italia (Diplomado Scuola D'Arte e Mestieri Di Vicenza)

La propuesta planteada por la Scuola D'Arte e Mestieri Di Vicenza se basó en el reconocimiento y análisis de los diferentes elementos históricos y culturales en el cual se encontraron inmersos los participantes del diplomado. Estos últimos contaron con la total autonomía en el diseño y en la elaboración de joyas las cuales tienen la virtud de ser originales y concernientes al contexto cultural colombiano.

El proceso formativo se desarrolló en la asimilación conceptual y metodológica de los diferentes referentes históricos, culturales, tecnológicos y a la potenciación, y aprensión de las distintas habilidades creativas y técnicas. Buscando con todo ello, la realización de piezas terminadas impecables y con una identidad propia.

El seminario se estructuró en un módulo de diseño y en un módulo técnico. El primero abordó la teoría de la comunicación y los valores comunicativos de la joyería en el pasado y en el presente, el método de proyección, la selección e interpretación de imágenes con antecedentes culturales y el empleo de las nociones para inventar nuevas formas. Este módulo concurre en su totalidad las etapas de planeación creativa y en el diseño de piezas de joyería bajo el principio de pertenencia. Y el segundo módulo profundizó en las técnicas de la microfundición, metalurgia, burilado y engaste con gran énfasis en el acabado y en la calidad del producto.

- Contribuir en el mejoramiento de la productividad y competitividad del sector orfebre y joyero y al sistema de aseguramiento de la calidad del producto colombiano.
- Difundir conceptos y metodologías con referentes históricos, culturales, tecnológicos buscando con ello potencializar y motivar habilidades creativas y técnicas, que conlleven a la proyección y a la realización de piezas impecables y con identidad propia.
- Insertar en el diseño joyero colombiano referente de innovación sugeridos para el diseño y



Princesa Zora: cenefa de oro y plata



Princesa Zora: cenefas de oro y plata

realización de piezas de joyería, con el fin de establecer indicadores de competitividad en los mercados nacionales e internacionales.

- Exponer un proceso formativo que desarrolle la asimilación y potenciación de las distintas habilidades tecnológicas, que encausen paralelamente la realización de objetos terminados con potencialidad de mercado.
- Motivar la creación de un producto local típico pero moderno, que conserve su identidad cultural, que satisfaga las exigencias y el gusto de un público contemporáneo.
- Los participantes precisaron en el significado de la joya como elemento de comunicación personal, social e histórica.
- Se difundió el método de planeación y realización creativa, bajo los componentes de comprensión de la tarea, la concepción del plan de trabajo y la ejecución del plan.
- Se profundizó en el conocimiento y en el dominio en las técnicas de microfundición, metalurgia y engaste, con el fin de aumentar los volúmenes de producción; de dar valor agregado al eslabón de las piedras preciosas y semipreciosas, al de los productores joyeros; y al mejoramiento continuo de la calidad del producto final, fundamentales para garantizar la calidad y la competitividad del producto colombiano en el mercado internacional.

Como técnicas aplicadas se utilizaron:

- Exposiciones conceptuales respecto a la comunicación y a la proyección creativa con referentes universales de la joya como elemento comunicativo.
- Exposición de referentes para la realización de proyectos.
- Etapa exploratoria o búsqueda inicial de los diferentes referentes locales o nacionales, con el fin de asumir el problema planteado o en definir el punto de partida. Fase inicial de la comprensión de la tarea.
- Recopilación de datos y de lecturas semióticas de

la cultura colombiana, de ellos, sugirieron imágenes paisajísticas y culturales. Se recogieron características como: El sujeto, la prevalencia de la forma geométrica, la bidimensionalidad, los elementos físicos, que fueron reagrupados posteriormente bajo las categorías de naturalistas, culturales, figurativos o geométricos.

- Trabajo de campo a hitos arquitectónicos, culturales y paisajísticos.
- Reelaboración en modo original de los elementos seleccionados, con el fin de crear imágenes nuevas que correspondieran a las propias intenciones comunicativas.
- Reconocimiento y utilización de los códigos del lenguaje visual a manera funcional relacionada con la intención comunicativa.
- Reconocimiento y aplicación correcta de las técnicas apropiadas.
- Creación y desarrollo del dibujo de la idea y el estudio gráfico de su factibilidad.
- Selección del motivo.
- Descontextualización de la imagen de partida.
- Recontextualización y especificación de la imagen bajo una tipología.
- Traducción del dibujo y aplicación de pruebas técnicas. Buscando con ello, evidenciar los posibles errores del proyecto, desde el punto de vista de la proporción y articulación de las partes, de la dimensión del objeto, de su dimensión tridimensional, de los detalles para su construcción y la visualización global del objeto.
- Definió la técnica a aplicar para la realización del objeto y la puesta en marcha del plan de trabajo, utilizando las técnicas apropiadas que garantizaría el buen funcionamiento del sistema comunicativo y garantizando sus acabados y calidad del producto.

A cada participante se le encomendó la tarea de elaborar el diario de trabajo en el que se debía consignar:

- Los motivos de inspiración y la selección de uno de ellos.
- Los conceptos guías de la propuesta.
- Las transformaciones estructurales del motivo de inspiración, es decir, la descomposición y composición geométrica de los elementos guía del proyecto.

- La tipología de la joya a desarrollar: Como objeto artístico, comercial, como pieza única o reproducible en serie y sus características técnicas para su realización.

- En dos o en tres renglones consignar aspectos de la vida profesional del participante, en un formato diferente al curriculum vite.

De esta herramienta se derivaron otras tales como:

- El prototipo.
- La ficha técnica de la joya.
- Los planos de la misma.
- La ficha de producción.

#### ■ Productos Resultados

Como producto final se desarrollaron productos de gran impecabilidad haciendo uso de las herramientas conceptuales del diseño y las técnicas de la cera perdida, el armado, el burilado y el engaste.

#### ■ Impacto

- Se prepararon 37 diseñadores y joyeros de diferentes localidades del país.
- Los participantes realizaron replicas del seminario taller en las 34 localidades del programa.
- Se desarrollaron más de 100 piezas de joyería.



Artículos del catálogo

## SECCIÓN VI

# Directrices



# Directrices

## 6.1 CREAR EL MARCO PARA LA INTERACCIÓN: UNAS DIRECTRICES

El diseño no es sólo la manifestación de un producto, es un ejercicio impulsado por un proceso relacionado con resolver problemas y con mejorar la calidad de vida. El diseño implica tomar decisiones e innovar. Es un ejercicio completo que contempla las cosas desde una perspectiva nueva. La intervención del diseño no sólo involucra al diseñador y al artesano, sino también a muchas otras personas y procesos, incluidos materiales, tecnologías, vendedores, compradores de artesanía y mercados. La artesanía consta de una serie de procesos, por ello cuando contemplamos una artesanía, debemos tener en cuenta todos sus procesos. La intervención del diseño puede producirse en uno o más momentos, en un proceso o varios procesos. La intervención podría implicar diseñar nuevos productos, rediseñar productos existentes con cambios de forma, tamaño, color, adorno exterior, función y utilidad; explorar nuevos mercados y recuperar mercados desaparecidos aplicar técnicas tradicionales para encontrar nuevas oportunidades y retos; e introducir nuevos materiales, nuevos procesos, nuevas herramientas y tecnologías. La intervención en el diseño en una interfase entre la tradición y la modernidad que demanda armonizar la producción de la artesanía con las necesidades de la vida moderna. Puede desempeñar un rol en el desarrollo de actividades de capacitación de derechos civiles.

**‘¿Es la intervención en el diseño de artesanías diferente de la de un proyecto de diseño típico del sector organizado?’**

A menudo hay algunas diferencias claves que requieren que se trate a los artesanos de forma

diferente. Estas diferencias vienen definidas por temas relacionados con la escala de operaciones el acceso al capital, las oportunidades y la inteligencia del mercado, los canales de comercialización y distribución, y contabilidad y prácticas comerciales. Estos factores - que son críticos para dirigir y desarrollar las oportunidades empresariales y para relacionar las actividades empresariales con la línea central del comercio, a menudo son inexistentes en el caso de los artesanos.

### 6.1.1 Determinar las Razones de la Intervención

Es crítico determinar las razones para la intervención en el diseño porque las mismas influenciarán directamente en los métodos y estrategias utilizadas, los procesos adoptados, el campo de aplicación, el margen de tiempo y los resultados esperados del ejercicio. El diseñador identifica el problema haciendo preguntas sobre las necesidades de la artesanía, el artesano y el mercado. Entre las diversas razones para la intervención se encuentran:

- **Intervención para conservar un patrimonio, una artesanía en desaparición y una forma de vida**
- **¿Se pretende preservar los valores culturales y las artesanías como símbolo cultural?** De ser así, se necesita una actitud sabia centrada en la investigación y el estudio, acompañada de auténtica preocupación y pasión. Cada vez son más los artesanos especializados que abandonan las profesiones de sus familias y las cambian por otros trabajos. También muchas tradiciones artesanales son tradiciones orales. Si hay ausencia de documentación, las tradiciones orales, una vez perdidas, pocas veces se pueden recuperar. Estas artesanías tradicionales necesitan ser protegidas y recuperadas porque son un potencial del mañana que puede que no lo tengan hoy. Entre las muchas artesanías que necesitan recuperarse se encuentra el *rumal* de Chamba (ver estudio de caso en la Sección III). La importancia de todas las prácticas artesanales a punto de desaparecer, necesita articularse por su significado cultural e histórico.
- **Intervención para crear una base de datos para apoyar la intervención pro activa**
- El papel del diseñador aquí es ayudar a la investigación, analizar, clasificar y documentar la tradición artesana con el fin de que este conocimiento sea protegido y accesible. También puede implicar preservar una forma de vida y actitudes además de una serie de técnicas transmitidas de generación en generación. Documentar / proteger el patrimonio cultural relacionado con una artesanía está relacionado directamente con la conservación de la ‘tradición’ y de la sabiduría tradicional. Tales esfuerzos han sido llevados a cabo por varias organizaciones y personas individuales. (Ver la documentación de *The Craft Revival Trust* de la artesanía en

desaparición del tejido del *khes* de Panipat (India) y de la cerámica azul de Delhi (India) en la Sección III).

- La documentación también puede servir como una base más de interacción proactiva y el salto a la esfera de la regeneración / revitalización. Así pues, la documentación como forma de intervención no es meramente un ejercicio académico donde se estudia y registra la historia oral de las tradiciones de artesanía. Más bien, es crítica a la hora de prevenir la pérdida irreparable que tiene lugar cuando una tradición oral o los practicantes de esa tradición desaparecen.
- **La documentación como forma de intervención es crítica a la hora de proteger, tanto la propiedad intelectual de las comunidades y regiones, como los derechos de la propiedad intelectual (*copyright*).** Las autoridades necesitan una base para construir esquemas que apoyen al sector de las artesanías. Las características que definen el proceso, por ejemplo de cada artesanía, pueden ser bastante diferentes. Teniendo en cuenta el hecho de que el producto se hace a mano y de que sigue un cierto proceso, la documentación puede crear la base necesaria de una 'marca de artesanía' en esta época de mercado libre. Por ejemplo, en la actualidad, se pueden encontrar tejidos tradicionales y de bloque impresos a máquina. El término de telares manuales se utiliza para describir los tejidos manuales. Para asegurarse de que sólo un proceso en concreto pueda denominarse con el término 'marca de artesanía' y de que los productos que no se hayan hecho siguiendo este proceso no puedan reivindicarlo, es necesaria la documentación.

El *Kala Raksha Folk Art Museum*<sup>29</sup> (Bhuj, Gujarat, India) es un ejemplo de cómo un museo local ha revitalizado las tradiciones de una comunidad artesana y ha protegido su patrimonio. El museo *Kala Raksha* pretende servir a los artesanos, proporcionarles acceso a su patrimonio, concretamente a través de los bordados tradicionales y recuperar los lazos de la tradición al tiempo que les permite innovar y llevar su artesanía en la dirección que deseen. La comunidad museística sigue un concepto sencillo pero revolucionario: **involucrar a la gente para que representen sus propias culturas.**

- **Intervención para crear medios de vida y desarrollo sostenibles**
- **Crear medios de vida sostenibles a través de unas artesanías concretas para las comunidades artesanas:** ¿Interviene el diseñador por razones económicas para mejorar la calidad de vida de una comunidad en concreto? Si es así, entonces el

diseñador tiene que ver los tipos de técnicas existentes en el grupo / comunidad que han sido identificados o elegidos para la intervención, un proyecto cuyos resultados / consecuencias, alguien, en algún lugar, necesitará / encontrará útil y por los que pagará. Al mismo tiempo, hay muchos artesanos que continúan produciendo pequeñas cantidades de productos de artesanía y artefactos en todo el cinturón rural de la India. La mayoría dependen de pequeñas ventas y de ingresos marginales. Mercados locales en disminución, conductos limitados para sus productos en los mercados urbanos / globales, acceso limitado a fondos y al capital del trabajo y falta de la capacidad indispensable, han convertido a estas artesanías en poco viables para poder sobrevivir. Para obtener sus objetivos, las intervenciones dirigidas a medios de vida sostenibles necesitan un cuidadoso análisis socio económico y apoyo, así como fortaleza y tiempo (Ver estudio de caso : Sección III, 8.1, NID y IIM (A) Un proyecto de Jawaja.)

- **Para la rehabilitación de la comunidad:** trabajar como un catalizador en favor de la comunidad o trabajar en una comunidad para ayudar a la gente a tratar los temas con los que se enfrentan. (Ver estudio de caso en la Sección III: el trabajo de *Dastkari Haath Samitis* en Aruvacode.)
- **Para la calificación de las mujeres y la igualdad de género:** ver la intervención entre las trabajadoras bordadoras de *chikan* de Lucknow, Uttar Pradesh (India), llevada a cabo por SEWA (*Self-Employed Women's Association*), una ONG. Varios de estos esfuerzos se hicieron en el campo de las artesanías de 'las mujeres', como bordados. (Ver estudio de caso en la Sección III: 4.1 Dastkar: interacción del diseño en el bordado *chikan*.)

**Intervención para que se conozca una artesanía en concreto o un grupo de artesanos y para la preservación de tradiciones culturales y patrimonio**

- Un ejemplo pertinente de esto es la *thewa*, de joyería artesanal en la que hojas de oro en filigrana se fusionan con placas de cristal. Un puñado de artesanos hereditarios de la pequeña ciudad amurallada de Pratapgarh en el distrito de Chittorgarh, en el sur de Rajasthan (India) y Rampura en Madhya Pradesh (India), están especializados en *thewa*. Un diseñador urbano llevó el arte de *thewa* a un primer plano, anunciando las joyas en revistas y periódicos y mostrándolas en exposiciones y en tiendas de lujo, creando de esta manera, no sólo una concientización de la artesanía, sino también una demanda del producto. Este es un ejemplo de la 'inteligencia' comercial esencial para la recuperación del sector de la artesanía.
- **Intervención para la solución de problemas**
- **Reduciendo la dependencia externa o convirtiendo la artesanía en autosostenible:** un

<sup>29</sup> La *Kala Raksha* es una organización social de base popular que trabaja con artesanos de la región de Kutch, Gujarat.

... primero centrarse y comprender a la comunidad antes... intervenimos en la artesanía. ¿Quiénes son las personas? ¿Cuáles son sus ingresos? ¿Cuáles son sus aspiraciones? ¿Por qué les puede interesar? Antes de comenzar a hablarles sobre sus tradiciones antiguas, preguntar sobre el interés que puedan tener en seguir su tradición hemos intentado preguntar lo que podemos hacer para motivar a alguien a seguir la tradición. Ni forzarle a ello, ni convertirlo en una especie de carga, sino considerar lo que se puede hacer para alentar a la gente más joven que quiera continuar siguiendo su tradición y asegurarles que, si siguen practicando sus artesanías, no va a ser a costa de su propio progreso como seres humanos, sino más bien para ayudarles a progresar como seres humanos.

– Ashoke Chatterjee

ejemplo pertinente de esto se ve en el trabajo del catedrático M. P. Ranjan, *National Institute of Design* (NID) (Ahmedabad, India), quien trabajó con artículos lacados de madera en Chennapatna. Se necesitaban productos sencillos con valor añadido que utilizaran una infraestructura de capital bajo y sistemas que evitaran la explotación por parte de los comerciantes. Ranjan visitó Chennapatna, Karnataka, y estudió la situación existente y la gama de productos disponibles. Decidió concentrarse en ‘juguetes como elementos con las que se juega’ en lugar de simples artículos de decoración. Diseñó una gama de juguetes de madera sencillos que no llevaran ni adhesivos (menos dependencia) ni puntas (seguridad).

- **Cambio en el proceso de producción:** un ejemplo es la intervención de Amit Gehlot del *Indian Institute of Crafts and Design* (IICD) (Jaipur, India) en azulejos de Jaipur (IICD, 2000; ver estudio de caso). Identificó problemas en el proceso de producción, tales como moldes mal elaborados, proporciones incorrectas de hierro en el polvo de cuarzo, condiciones de trabajo no ergonómicas y empaquetado ineficiente. Gehlot trabajó para eliminar el problema del contenido de hierro en el polvo de cuarzo, el ingrediente básico de la receta de la arcilla para la cerámica azul. La presencia de partículas de hierro en el polvo de cuarzo produce un efecto moteado en la superficie de la pieza después de la cocción, por lo que muchas piezas se estropean. Con el fin de solucionar este problema, Gehlot desarrolló un aparato sencillo y económico que podían producirlo herreros locales y que los artesanos pueden comprar. Este invento elimina el máximo contenido de hierro del polvo de cuarzo. Después de un pequeño refinamiento puede producir incluso mejores resultados. (Ver estudio de caso en la Sección III, 7.4, Productos Utilitarios de cerámica azul).
- **Introducir alternativas y tecnologías apropiadas o mejorar la tecnología para reducir las tareas desgastantes:** por ejemplo, el proyecto de ayuda en desastres de NIFT-CARE-FICCI en Kutch (ver la Sección III) condujo a la introducción de hornos para los ceramistas que usaban hornos abiertos para la cocción; no es sólo un ahorro de combustible, sino que también reduce el tiempo de cocción considerablemente por lo que ofrece a los artesanos la posibilidad de cocer todos los días.
- **Fuentes de materias primas / materiales alternativos:** se necesita emplear materiales locales y eliminar o reducir el uso de materiales y procesos peligrosos. El diseñador debería informar a los artesanos sobre los peligros de materiales concretos e introducir tecnología ecológica o tomar medidas preventivas para evitar riesgos. Las artesanías que utilizan materiales como el plomo han provocado problemas de salud a artesanos y compradores. En Afganistán hay alfareros de México que están ayudando a artesanos para

producir cerámica sin plomo destinada a mercados internacionales.

#### **Intervención para crear nuevas líneas de productos, proporcionar conocimiento del mercado y establecer nuevos vínculos comerciales**

- Las contribuciones de mercados y vínculos comerciales a menudo son necesarios donde el producto tiene potencial, allí donde los artesanos necesitan exponerse al mercado y tener contactos. Hay que tener en cuenta el acabado del producto, su empaque, suministro, precio y calidad para las oportunidades de valor agregado. (Ver estudio de caso en las Secciones III y V.)
- Diseñar nuevas líneas de productos o mejorar los productos existentes también crea acceso a nuevos mercados. La mayoría de los aportes de estudiantes a corto plazo forma parte de esta categoría. (Ver estudios de caso en la Sección III: 7.1 y 7.3)

#### **Intervención para mejorar la técnica de los artesanos para cubrir estas necesidades**

- Esto implica intervención para mejorar las técnicas artesanales, para asegurar un mejor acceso y responder a la demanda del mercado. Puede tomar diferentes formas: introducir nuevas técnicas como la fundición deslizada en terracota (ver la intervención en la cerámica de Kutch por parte de NIFT-CARE-FICCI); mejorar la tecnología existente; introducir conceptos de / énfasis en calidad, precisión y terminado; y asegurar la exposición en diferentes mercados y gamas de productos a los que el artesano puede acceder con sus técnicas actuales o mejorándolas (ver estudio de caso en la Sección III., NID y IIM(A) proyecto de Jawaja).

#### **Intervención para una rápida evolución**

Al hablar sobre el Proyecto de Bambú -NID, una extensa documentación del noreste de la India y sus tradiciones artesanales llevadas a cabo por la NID (Ahmedabad, India), con la intención de intervenir, Nilam Iyer<sup>30</sup> cita un ejemplo de la utilidad de la intervención en el diseño en el campo del desarrollo. Hay una falta de concientización, información y exposición. La intervención puede ayudar a crear conciencia entre los artesanos y para darse a conocer, lo que les ayudará a desarrollar su propia artesanía.

Iyer dice: ‘Nos sorprendió enormemente el proceso de aplanar el bambú por lo que fuimos primero a un lugar de Manipur. Su proceso es bastante complejo... Después fuimos a Nagaland y vimos un proceso similar pero mucho menos elaborado lo que significa que con un proceso menos trabajos y de menor duración, puede funcionar... Después, fuimos a Arunachal y vimos incluso un proceso más sencillo. Una cosa que realmente me sorprendió era que estos artesanos no eran conscientes de lo que estaba sucediendo al lado de su casa’

30 Nilam Iyer es un diseñador especializado de NID, Ahmedabad, India



Las razones de una intervención pueden ser una combinación de varias de las razones mencionadas y otras. Sin embargo, es importante definir y dar prioridad a las mismas. Es necesario tener una serie tangible de objetivos para determinar el alcance de la intervención y de las estrategias que hay que usar para encontrar soluciones que pueden ser que necesiten llegar de diferentes frentes - materiales, tecnología, comercialización y nuevos productos. Para que una intervención tenga éxito, el trabajo del equipo interdisciplinario es un requisito previo porque las soluciones no se encuentran sólo en manos de los artesanos y diseñadores.

Es también esencial reconocer que un artesano gana con la intervención. Lo que estimula la sostenibilidad es este conocimiento.

- Medios de vida sostenibles
- Nuevos mercados
- Valor agregado para los productos
- Darse a conocer / publicidad
- Rehabilitación de la comunidad
- Igualdad de género
- Potenciación técnica
- Confianza y creencia en sí mismo

### 6.1.2 Seleccionar la Artesanía, los Artesanos y la Zona Geográfica

Como parte de su responsabilidad en el desarrollo, el gobierno y las agencias de desarrollo han reconocido la importante contribución del diseño en los esfuerzos encaminados a revitalizar y mantener la artesanía. Como resultado, una gran parte de la financiación e iniciativas del diseño provienen de estas agencias. La mayoría de las iniciativas de diseño involucran a diseñadores profesionales, instituciones y estudiantes de diseño. Entre los muchos temas tratados, a los diseñadores profesionales se les confía la financiación, el desarrollo de los productos y la formación de los artesanos.

Normalmente, un cliente (podría ser el gobierno, una agencia de desarrollo, una ONG, o incluso un grupo de artesanos) hace un encargo a los diseñadores profesionales señalándoles unas directrices concretas. Aunque este funcionario patrocinador puede que tenga un acceso fácil a la comunidad artesana, el diseñador tiene que establecer su propia relación con los artesanos para ganarse su confianza como colega y compañeros de aprendizaje.

El enfoque utilizado o el producto propuesto tiene que estar respaldado con datos, observaciones, percepciones y conclusiones para ayudar a los artesanos, diseñadores y clientes a que tomen las decisiones apropiadas. Por ejemplo, como parte de las operaciones de ayuda en casos de desastres, CARE se puso en contacto con NIFT (Nueva Delhi, India) para desarrollar un paquete completo de medios de vida para los artesanos en las zonas afectadas por el terremoto, utilizando las técnicas y la experiencia

artesanal existentes en la comunidad. Así, se identificó una zona geográfica y se convirtió en el centro de la intervención; este es el 'ENFOQUE DE GRUPO' según el cual varias artesanías dentro de la zona seleccionada, o una sola artesanía, que cubre una zona geográfica más amplia, se convierte en el centro de la intervención. (Pormenores en la Sección III: NIFT-CARE-FICCI Proyecto de ayuda para casos de desastres en Kutch.)

En las situaciones en las que la comunidad artesanal es el centro de atención, el contexto - político, social, económico, cultural, de desarrollo - en que la comunidad y su artesanía están ubicadas, tiene que incorporarse a la estrategia de intervención. El entendimiento de la base antropológica y sociológica de la comunidad y de la región se hace extremadamente crítica. (En Chirala, Andhra Pradesh (India), los estudiantes del NID intervinieron para aliviar la difícil situación de los tejedores pobres y desarrollar una línea de productos que se pudiera comercializar fácilmente.)

Si una artesanía es el centro de atención, se debe hacer un análisis sobre premisa fundamental de la artesanía. ¿Es una artesanía ritual relacionada únicamente con una serie concreta de rituales / ceremonias religiosas y tradiciones? ¿Es una artesanía utilitaria que se puede adaptar a circunstancias y tradiciones cambiantes, incluso si su contenido ritual es eliminado? ¿Es una mezcla de elementos utilitarios y rituales que pueden ser adaptados? ¿El objetivo es documentar y poner a disposición de la comunidad este conocimiento? ¿Qué valores sostienen la tradición y cómo pueden protegerse? Estas son sólo algunas de las preguntas importantes que hay que plantearse.

*Sanjhi*, o estenciles de papel cortado a mano utilizados para hacer *rangolis* rituales y ceremoniales o decoraciones para el piso, es una artesanía tradicional que se usa en templos y a veces, en las casas, para el culto de Krishna. En la actualidad, ha evolucionado hacia una artesanía de uso más contemporáneo. La demanda de este trabajo, en su forma tradicional, ha disminuido con el paso de los años. Los artesanos *sanjhi*, al buscar un empleo alternativo para su técnica, con la intervención del *Delhi Crafts Council* han comenzado a hacer *sanjhis* para uso actual. Las plantillas *sanjhi* se utilizan ahora no sólo como estenciles para los *rangolis* tradicionales, sino también como material gráfico para tarjetas de felicitación, papeles recortables, posavasos, pantallas de lámparas, bandejas y otros artículos decorativos.

### 6.1.3 Definir un Alcance Realista de la Intervención

Las razones para la intervención y los resultados esperados definirán el alcance del ejercicio, las estrategias y papeles adoptados y los compromisos realizados. Estas decisiones se harán basándose en:

- tiempo
- dinero
- recursos
- experiencia y conocimientos técnicos

**La documentación de fuentes existentes de la artesanía y sus practicantes y la zona geográfica de procedencia son una gran referencia. Como alternativas, si no se encuentran referencias, se puede llevar a cabo un estudio de campo previo a la intervención.** (Ver capítulo sobre documentación y preparación de trabajo de campo en la Sección VI, 6.2 y 6.3)

**Una primera visita / reconocimiento es extremadamente útil**

- Entender el contexto local, el contexto socioeconómico y los cambios de la forma de vida. Por ejemplo, como la costumbre de llevar turbante en Gujarat y Rajasthan en la India iba en descenso, cambiaron los modelos de tejido porque había poca demanda por este arte. Existía una técnica pero sin una necesidad que se correspondiera con la necesidad por el producto, por lo que era importante encontrarle usos alternativos.
- Valorar las técnicas, materiales, tecnología, productos, mercados, recursos, tradiciones y, más importante todavía, los cuellos de botella, especialmente si la intervención tiene como objetivo un proyecto de creación de medios de vida. Esto significa relacionar estos factores con la identificación de nuevas oportunidades y comprender el espacio de tiempo del ciclo de desarrollo del producto.
- Decidir la estrategia del diseño para relacionar las técnicas seleccionadas con los mercados identificados, con el fin de señalar los mercados para establecer el potencial y planificar la actividad técnica que se puede adelantar. Se necesita determinar la base técnica del artesano y sus potencialidades porque la técnica es la fuerza que posee el artesano. Basándose en ello, se pueden determinar otros insumos - tecnología disponible, información sobre mercados y contexto cultural.
- Identificar los cuellos de botella en el funcionamiento de la artesanía como una actividad económica viable; en la competencia con la que se enfrentan los canales comerciales; en la calidad y gama de los productos; en los procesos de la producción.

A la diseñadora Renuka Savasere, se le pidió que desarrollara un proyecto de creación de medios de vida para la región de Konkan de la India. Encontró bambú que crecía en esta zona como producto no forestal y decidió usarlo. Como la región no tenía tradición de cestería, la intervención tenía el objetivo de formar a las mujeres de la zona. Se recogió información preliminar sobre los diferentes tipos de tejidos, cortes de bambú y otras fibras naturales antes de comenzar la formación.

**Factores que puedan determinar el alcance de la intervención deben ser tomados en cuenta, incluyendo la documentación preliminar o reconocimiento. Estos son:**

- Factores socioculturales: normas sociales, valores, organizaciones sociales, tradiciones, religión, estatus de la de la mujer y acuerdos institucionales.
- Factores económicos: nivel de ingresos obtenidos requeridos, inflación, infraestructura, distribución de ingresos, organización económica.
- Factores ambientales: calidad y disponibilidad de materias primas, incluidos tierra, agua y combustible.
- Factores políticos: poder, temas de igualdad, relaciones, influencia del gobierno, sistema legal, organización de la comunidad.
- Factores demográficos: migración, esperanza de vida, mortalidad.
- Servicios: gobierno, educación, atención sanitaria, financiación.
- Factores legales: derechos de propiedad, franquicia, herencia.
- Factores geográficos: tierra, suelo, terreno, clima.
- Factores de infraestructura: agua, transporte, electricidad, comunicaciones.

#### 6.1.4 Selección del Formato para la Intervención

A nivel institucional, a los estudiantes de diseño se les inicia en el estudio de las artesanías tradicionales a través de los estudios de campo para llevar a cabo la documentación de la realidad sociocultural y económica más amplia posible, a menudo seguido de un curso de desarrollo del diseño interactivo o un proyecto de diseño basado en la artesanía con artesanos practicantes. A menudo, el mismo instituto de diseño se involucra en un proyecto de diseño y entonces docentes y estudiantes trabajan juntos en un proyecto

Dependiendo de la persona que inicie la intervención y las contribuciones definidas para el proceso de diseño, el formato para la intervención podría tomar varias formas:

- Cuando el proyecto se realiza por una escuela de diseño, donde toman parte estudiantes y profesorado, durante un período de tiempo concreto, que es necesariamente paralelo al año académico. En este caso, no es necesario que el mismo grupo de estudiantes se relacione con los artesanos. Más bien, la continuidad del apoyo institucional al proyecto y al ejercicio de diseño se mantiene como resultado de que la facultad actúe en tándem con los estudiantes. Las escuelas de diseño, cada vez más, son de la opinión de que

*Una historia de la que se habla en la plática popular del sector de la artesanía describe un incidente en el que un arquitecto y un albañil estaban trabajando en la construcción de un arco. El arquitecto indicó unas especificaciones que el albañil dijo que eran incorrectas; había construido varios arcos durante su vida profesional y sabía que las proporciones mencionadas por el arquitecto no eran viables. Sin embargo, como el albañil no pudo explicar las cuestiones técnicas con precisión, el arquitecto no hizo caso de sus objeciones. El arco se construyó siguiendo las especificaciones del arquitecto; el mismo se desplomó.*

para que la intervención tenga sentido hay que desarrollarlo durante un largo periodo de tiempo y requiere una interacción regular y por ello, están optando por este tipo de intervención. Por ejemplo, un seminario de cinco días de la *Srishti School of Design* para los ceramistas de Bangalore (India) se está concibiendo como un programa que se repetirá cada tres o cuatro meses (ver estudios de caso en la Sección III: 6.1, 6.2 y 6.3.)

- La escuela de diseño podría también llevar a cabo el proyecto junto con otros Socios Institucionales, tales como departamentos del gobierno y ONG que trabajen en el sector y/o en las áreas seleccionadas. Si hay más de una agencia involucrada, entonces los papeles y las expectativas de cada socio individual necesita ser delineada y definida con mucho cuidado. La selección cuidadosa de socios - ONG locales, organizaciones del pueblo, líderes locales, departamentos del gobierno, etc., minimiza la duplicación de esfuerzos y permite la creación de una sinergia que desemboca en un impacto de mayor efectividad y productividad. Normalmente, este tipo de proyectos de diseño deberían ser parte de una agenda más amplia de desarrollo o medios de vida; en este caso, la intervención en la artesanía es sólo un aspecto del desarrollo socioeconómico general.

Ver estudios de caso en la Sección III, especialmente el Proyecto Jawaja NID-IIM y el Proyecto de Kutch de ayuda en desastres de NIFT-CARE-FICCI.

Las contribuciones del diseño pueden suministrar la(s) Persona(s) que trabajen en proyectos emprendidos por departamentos gubernamentales u ONG en una zona concreta. (Ver estudios de casos en la Sección III y V.)

Las ONG y otras organizaciones a menudo, tienen a Estudiantes de Diseño que trabajan para ellos. El enfoque de la intervención es normalmente, una mezcla de consideraciones comerciales y una preocupación por mantener los medios de vida de la gente; el enfoque también podría ser la igualdad de género. (Por ejemplo, Kunjan Singh que trabaja como consejero de diseño, proporcionó contribuciones especializadas. Ver estudio de caso UMBVS: Kunjan Singh en la Sección III.) La ONG UMBVS, contrató a estudiantes internos del NID (Ahmedabad, India), que adaptaron la gama de productos tejidos en algodón. Los diseños *pattu* se hacían en su origen, en lana, pero esto ocasionaba un problema porque la lana sólo es de venta estacional. Esta intervención dio como resultado ventas durante todo el año, así como ventas en aquellas zonas del país donde no hay invierno.

En el Modelo de Empresa Privada de Diseñador-Empresario, el artesano/a tiene poco que aportar en términos de diseño y sólo utiliza su técnica. Las intervenciones en el diseño de diseñadores profesionales, con el objetivo de crear una línea de

productos se centran esencialmente, en cubrir una necesidad / oportunidad de mercado. En este formato, las intervenciones de diseño tienen lugar en el sector privado donde los propietarios de las tiendas o boutiques podrían ser diseñadores o podrían contratar a diseñadores que saldrían y diseñarían una gama de productos que sería vendida al detal en sus tiendas. Esto crea diferentes productos de precios altos que no tienen necesariamente, un gran mercado. Estas intervenciones son, en su mayoría orientadas por consideraciones de mercado, tanto de los mercados de exportación como de segmento alto. Trabajar con artesanos concretos a nivel individual: estas son intervenciones en el 'diseño' y ejercicios de documentación que llevan a cabo estudiantes de escuelas de diseño para cubrir los requisitos académicos que, normalmente, tienen unos programas de alcance restringido.

- A veces, el ARTESANO es el iniciador del ejercicio de diseño.

Por ejemplo, Pankaj Kumar Sahu, un artesano de Orissa (India) especializado en joyería de filigrana, habla sobre una sociedad que los artesanos habían formado llamada *Paramparik* que contrata a diseñadores para desarrollar nuevos productos. Según Sahu, la sociedad se ha beneficiado de este experimento porque los productos propuestos por el diseñador se basan en las tendencias del mercado urbano, mientras que los artesanos añaden sus propias variaciones una vez que han aprendido sobre las nuevas tendencias de diseño y demanda del mercado. Su experiencia con la interfaz del diseñador ha sido muy buena. El diseñador presenta todos los antecedentes - dibujos secuenciales de imágenes y gráficos - y los dibujos los transforman las mujeres artesanas: hacen los moldes, la composición y el trabajo refinado de coordinación.

El diseñador también introduce realidades del mercado, relacionando diseño y mercado. En este contexto, las credenciales de los diseñadores se establecen por el hecho de que sus diseños se vendan. En el trabajo de filigrana de Orissa, el diseñador entrega diseños individuales a cada artesano. La responsabilidad del artesano es sacar todo lo que pueda de la interacción. Los socios de *Paramparik* han aprendido con la experiencia a no competir unos con otros - no hacen los mismos diseños - porque esta rivalidad no es beneficiosa para nadie en concreto. Una vez que el diseño sale al mercado, se convierte en propiedad pública y, después, es adaptado por otros. Esta franqueza de tomar prestado y de aprender unos de otros ayuda a fortalecer la artesanía y el diseño.

*El diseñador es, forzosamente, una persona de talentos multidisciplinarios que combina la especialización o aprendizaje de materiales, herramientas y procesos con una preocupación por la utilidad, la economía y la estética del producto final. Para que se llegue a la mejor combinación de forma, función y utilidad, el diseñador debería estar interesado en una serie de disciplinas - estética, historia, etnografía, cultura, economía, etc.*

## 6.2 PREPARACIÓN ANTES DEL ESTUDIO DE CAMPO

### ¿Cómo cubre el proceso de diseño las necesidades del sector artesano?

Un proceso de diseño en el que toman parte estudiantes de diseño requiere una planificación substancial y una estructura operacional anterior a la interacción con los artesanos. La facultad de diseño involucrada con una iniciativa de este tipo, normalmente, lo hace con bastante antelación. La selección de artesanos se basa, bien en información específica de la agencia promotora o en una mezcla de materiales, pericias y técnicas encaminadas a fomentar el conocimiento y el desarrollo. La decisión de invitar a artesanos concretos está influida por la experiencia, las recomendaciones de las ONG / agencias locales y las interacciones concretas de campo hechas en una visita preparatoria.

### 6.2.1 Preparación y orientación

Los grupos de estudiantes son informados antes de la interacción concreta. A los estudiantes se les asignan diferentes grupos y comienzan a investigar las artesanías. Se espera que los estudiantes comuniquen a los grupos de artesanos asignados, las necesidades específicas y las expectativas que cada parte tiene de la intervención.

#### El estudiante diseñador debería:

- Ser humilde, abierto, respetuoso y deseoso de aprender de los artesanos, y reconocer su conocimiento y sabiduría tradicional.
- Ser consciente de la razón para realizar la intervención y estar familiarizado con la comunidad y la artesanía con la que trabajará y conocer los retos socioeconómicos y otros a los que se enfrentará.
- Estar familiarizado con los temas relevantes relacionados no sólo con la artesanía, sino también temas de otro tipo relacionados con la intervención.
- Darse cuenta de la importancia de la observación/escrutinio del ritmo de la artesanía.
- Estar familiarizado con sus propios puntos débiles y fuertes, esperanzas y expectativas y consciente de sus propias inclinaciones, prejuicios y opiniones.
- Estar preparado a enfrentarse a las incomodidades del ambiente físico del artesano, incluyendo diferentes niveles de higiene, hábitos alimentarios, alojamiento, modos de transporte, etc.
- Estar abierto y tener sensibilidad para explorar áreas y expresiones de creatividad nuevas y desconocidas.

### 6.2.2 Comprender la Artesanía, su Contexto y su Ambiente

**El diseñador también debería entender las tradiciones ambientales, sociales y culturales y las costumbres de la comunidad artesanal:**

- Infraestructura existente: agua, transporte y facilidades de comunicación.
- Conocimiento del terreno geográfico, clima y estaciones (cosechas).
- Conocimiento de los festivales, rituales, costumbres y prácticas de la comunidad del artesano.
- Concientización de la estructura social local: castas, jerarquías, estructuras de poder.

### 6.2.3 Comprender el Proceso Existente de la Artesanía: Materiales, Procesos, Tecnologías y Prácticas

- **Materias primas utilizadas:** la extracción de piedra, por ejemplo se está dificultando y, por ello, es importante tener en cuenta el tamaño de los productos propuestos. De la misma manera, la lantana se consigue en grandes volúmenes, a bajo costo y se puede utilizar convenientemente, mientras que hay escasez de agua en todos los sitios. Esta orientación se apoya con presentaciones visuales y verbales y con debates intensos.
- **Prácticas:** hablando de su trabajo en Etticopaka, un pueblo Andhra Pradesh (India), donde reside un grupo de artesanos que ha estado produciendo durante años productos lacados en madera, un diseñador dijo que fue al lugar sin ninguna idea preconcebida y que fue mejor así. Los artesanos sólo utilizan ramas, por lo que el diámetro de sus productos está limitado a 10-12 centímetros; en caso de haber desarrollado los conceptos antes de su llegada, pronto habría descubierto que eran poco viables.
- **Margen de tiempo:** la información sobre los antecedentes y la investigación deberían incluir ciclos de productos y productividad: la duración de un ciclo, tiempo de elaboración de un producto, y estudios de tiempo y funcionamiento. Un diseñador que no está familiarizado con las condiciones locales puede llegar en una época en que los artesanos están demasiado ocupados para la interacción o están ocupados con alguna otra actividad estacional que complementa sus ingresos.
- **Técnicas, especialidades y contribuciones tecnológicas:** las limitaciones de la producción a mano hay que definirla y protegerla. Es importante entender que cada arte tiene unos procesos bien establecidos que se han desarrollado durante generaciones; se fomenta la reutilización de materiales y se minimizan los residuos. Por ejemplo, en Shantiniketan (West Bengal, India), los saris descoloridos se llevan al impresor de bloques

para que los vuelva a imprimir, lo que da como resultado un nuevo diseño creado con impresiones nuevas. (A menudo, cuando la impresión no tiene nivel, el artesano simplemente vuelve a imprimir encima). En otros sitios, con los saris hacen colchas *kantha*, bordadas con hilos que sacan de los bordes de los saris. Jolly Rohtagi<sup>31</sup> citó el ejemplo de los *parandis* (borlas de pelo) de un seminario de Jammu (India) donde existe la tradición de tejer *parandhi*. Los diseñadores que trabajaban con las mujeres sugirieron alargar las borlas al final. Se desperdiciaba mucho hilo; esto molestó a las artesanas que dijeron que no podían permitirse trabajar así. Otro ejemplo de prácticas establecidas que no aceptan desperdiciar es el caso de la artesanía de tornillos de pino en que utilizan los desechos finos que se cortan como cuerdas para coser los lados de las esteras.

- **Identificar los cuellos de botella:** comprender las limitaciones de la producción a mano, en comparación con la producción a máquina. Estas limitaciones se tienen que definir y mejorar. También es necesario identificar otros cuellos de botella - en áreas de materiales, procesos, infraestructura, herramientas y técnicas.

#### 6.2.4 Comprender al Artesano

- Es importante comprender la cultura del trabajo del artesano. Por ejemplo, un artesano de madera quemada de Nueva Delhi (India), hizo constar que se sentía como un prisionero porque los representantes del comprador estuvieron con él todo el día. Debido a que el artesano expresa su vida cultural a través de su arte, es imperativo comprender el sistema de valores de una persona concreta o comunidad. Un alfarero tuvo que salir de repente, cuando estaba realizando una misión, porque el marido de su hermana se puso enfermo; los lazos familiares son muy importantes para los artesanos pero los diseñadores tienden a considerar este comportamiento o conducta 'poco profesional'.
- **El ritmo de las necesidades cotidianas del artesano tienen que respetarse:** los artesanos pueden ser que no cumplan necesariamente la jornada laboral como la define la cultura corporativa; en lugar de un uso lineal del tiempo, se dedican a una serie de labores, trabajando en diferentes etapas y niveles del desarrollo del producto, llevando a cabo tareas que pueden parecer desconectadas para el observador del exterior. Los diseñadores necesitan observar, asociar y estudiar estos cabos dispares de actividad con el fin de establecer una asociación eficaz con los artesanos.
- ¿Cómo afectará el tiempo utilizado en la interacción con un diseñador en los medios de vida del artesano? ¿Se puede recompensar a los artesanos por la pérdida de su tiempo?

#### 6.2.5 Comprender los Mercados

- Allí donde los diseñadores esperen vender, deberían llevarse a cabo estudios de mercado. El proceso es lento, la mayoría de los clientes no comprarán necesariamente lo que el diseñador piensa deberían comprar, por lo que la 'concesión' entre dar al mercado lo que aceptará y lo que el diseñador cree que le mercado aceptará, tiene que evolucionar con el tiempo, asegurando así, ingresos estables para los artesanos. Averiguar lo que los clientes quieren es el primer paso en esta dirección.
- El diseñador tiene que entender la relación simbiótica entre artesano y cliente. Esta relación está cambiando con la emergencia de mercados nuevos y distantes, la competencia en aumento de sustitutos más nuevos y más baratos, como por ejemplo, la sustitución de cacharros tradicionales de arcilla por los omnipresentes de plástico.
- Conocimiento de los *haats* (mercados locales) y de la red de comercialización local, tanto de dinero como de intercambio o mercados de trueque.

#### Simular el ambiente del artesano / seminario

Exponer a los estudiantes al ambiente del artesano o hacer que hagan documentación de artesanía, puede servirles como formación, sensibilizándoles y familiarizándoles con los temas correspondientes. Este proceso de familiarización, si está bien estructurado y supervisado cuidadosamente y acompañado por buena interacción e información, equipará a los estudiantes con las técnicas necesarias y les ayudará a planificar la intervención de diseño más conveniente. El producto final del estudiante debería mostrar que el estudiante ha pasado por un proceso total de producción y está totalmente familiarizado con todas las etapas; él / ella debería demostrar también la técnica de cómo hacer todo el producto.

### 6.3 DOCUMENTACIÓN DE LA ARTESANÍA: UNAS DIRECTRICES

Las etapas principales de una investigación / documentación son:

- **Antes:** estudio y documentación preliminar
- **Durante:** trabajo cotidiano de campo.
- **Después:** ordenar y clasificar los datos.

La documentación fidedigna y minuciosa ayudará al diseñador potencial a prepararse convenientemente para la intervención. Podría estar ya disponible o podría hacerse al mismo tiempo que el reconocimiento, indicando la necesidad y el alcance del proyecto. Sin embargo, la preparación de una buena documentación puede que lleve más tiempo. Como consejo útil, ver *Methodological guide to the collection of data on crafts*, UNESCO (1990).

31 Jolly Rohtagi es una activista artesana que vive en Nueva Delhi, India.

Durante el desarrollo de documentación, los estudiantes tienen la sensación de que se está incomodando a la comunidad. Sin embargo, esto no tiene que ser necesariamente así. Hema, una diseñadora del NID, narra su experiencia con estudiantes visitantes a Pattamdai (Tamil Nadu, India), donde ella estaba trabajando con los tejedores de alfombrillas. Ella solía tener un tremendo sentido de obligación hacia los artesanos durante su época de estudiante y les estaba muy agradecida por pasar tiempo ayudándola en su proyecto. Sin embargo, esto sólo fue hasta que vio a los artesanos entusiasmarse; no podían creer que hubiera jóvenes que vinieran realmente a estudiarlos a ellos. Se conmovieron cuando se les explicó que los estudiantes tenían interés por ellos, por su artesanía y sus vidas y que se habían gastado su dinero para estar con ellos. A los artesanos no les importaba responder a las preguntas; los procesos están bien ensayados y establecidos y podían hablar libremente a los estudiantes y pasar tiempo con ellos mientras trabajaban.

Los métodos analíticos de recogida de información sobre artesanías, artesanos, técnicas y objetos varían según el propósito de los datos requeridos. Este procedimiento de documentación es interdisciplinario e implica aspectos de historia, sociología, diseño y tecnología, entre otros. La información puede grabarse y conservarse en documentos escritos, fotografías (especialmente de técnicas, procesos y herramientas), audiovisuales, grabación de entrevistas y muestras (de productos y materiales). Los datos recogidos son tanto cualitativos como cuantitativos.

### 6.3.1 Investigación Preliminar y Documentación

#### ■ Información de fuentes existentes

Antes de comenzar hay que tener en cuenta que una cierta cantidad de datos existe ya. Los mismos deberían ser reunidos, examinados y clasificados.

- Las categorías bajo las que se puede buscar información existente incluyen: educación y cultura (escuelas de arte, formación, museos); economía y planificación estadísticas, presupuestos, proyectos importantes); turismo (centros de artesanía, museos de artesanía donde existan y pueblos, emplazamientos); comercio e industria (las artesanías se encuentra a menudo bajo este epígrafe de estadísticas y comercio exterior); investigación (cualitativa, etnocultural e información sociocultural, localización de técnicas). Debería recordarse que los datos cotejados deberían comprobarse, en la medida de lo posible, sobre el terreno.
- Las ONG's de algunos estados, al enfrentarse con la erosión de los elementos más frágiles de su patrimonio, han creado ya procesos de recolección de datos. Los mismos deberían de continuarse, fomentarse y utilizarse.
- Los museos y sus colecciones en depósito son bancos de datos fidedignos - especialmente los museos etnográficos y aquellos relacionados con tradiciones folklóricas.

- Libros, catálogos, revistas, ensayos, y estudios pueden encontrarse en bibliotecas, universidades, centros culturales y centros nacionales e internacionales de investigación; los informes, información, proyectos e inventarios realizados a petición, también están disponibles en los archivos de Ministerios de Cultura, Planificación, Turismo, Desarrollo Rural y organizaciones internacionales.

- Las fotos encontradas en ilustraciones de libros y revistas, así como en películas son útiles para visualizar artículos. Ayudan a saber lo que se puede esperar sobre el terreno y se pueden utilizar como punto de referencia.

#### ■ Conocer el terreno

Es vital comenzar con toda la información posible sobre el ambiente geográfico y étnico con el que se va a tratar. Conocer la vegetación, suelo, clima, relieve y cursos de agua, proporciona de antemano una riqueza de información sobre los materiales vegetales, animales y minerales que se encuentran allí y que pueden utilizar los trabajadores artesanos, así como conocer tipos de vida y hábitos. Los agrupamientos étnicos determinan a menudo afinidades, inclinaciones y tabúes que es aconsejable conocer para observar las formas aceptables de conocimiento y, así, facilitar una buena recepción y diálogo.

#### ■ Formalidades

**Autorizaciones:** autorización para viajar, para fotografiar yacimientos, monumentos, museos, cartas de introducción y recomendaciones dirigidas a funcionarios o copias de cartas que ya se les hayan enviado, pueden ayudar a asegurar una buena recepción y alojamiento, contactos y facilidades de trabajo.

#### Requisitos:

- **Documentación y dibujo:** libretas, libros de dibujos, hojas de registro, copias de cuestionarios, lapiceros, bolígrafos, sacapuntas, gomas de borrar, instrumentos de escala.
- **Documentación oral, entrevistas:** grabadora pequeña, cintas o cassettes, pilas.
- Preparar un presupuesto de antemano es esencial para evitar dificultades sobre el terreno. Hay que contar siempre con imprevistos.
- **Fotografía:** cámara con objetivos, pilas y negativos, tanto blanco y negro como color, una cámara de vídeo compacta y cassettes. (Un *note book* debería utilizarse para anotar los pormenores de cada toma, número de película, fecha, lugar y tema. Esto facilita separar y clasificar las fotografías después, con relación a las hojas de registro.)
- **Varios:** bolsas de plástico para proteger el equipo del calor y de la lluvia, pequeños artículos tales como cuchillos y navajas, regalos para distribuir en el pueblo para agradecer la ayuda. Dinero de bolsillo para gastos.

## 6.4 INTERVENCIONES EN EL DISEÑO

Todas las intervenciones en el diseño del sector de la artesanía tienen un producto predominante en el que fijarse. El producto que sale a la luz es tangible y por ello, se puede medir, a diferencia de las iniciativas que pueden ser igualmente, críticas pero intangibles. El impacto de tales intervenciones está, a menudo, limitado y excluye al artesano del proceso intelectual del diseño y desarrollo del producto. Tales iniciativas también carecen del enfoque hacia los mercados, y el posicionamiento y continuidad de los esfuerzos, indispensables para convertirlas en negocio para los artesanos beneficiarios. Mientras tales iniciativas tienen validez en términos de la necesidad de reinterpretar las artesanías para la realidad del mercado contemporáneo, la retención del valor actual para el artesano es limitada. La inversión de tiempo de los diseñadores es muy a menudo, proporcional a los fondos disponibles y al resultado definido en las instrucciones que invariablemente, es sólo en el número de diseños. El alcance de la familiaridad por parte de los diseñadores con relación a las técnicas de la artesanía, procesos y habilidad de los artesanos de explorar y suministrar productos distintivos, determina la calidad del resultado.

- Jatin Bhatt

La habilidad de anticipar y visualizar toda la complejidad de los temas que pueden afectar al diseño es la preocupación más crítica de la ordenación, análisis y sintetización del proceso de desarrollo de la idea y del concepto.

El beneficio de la interacción debe estar claro para el artesano desde el principio, bien como beneficio monetario, bien como intercambio mutuo conocimiento o de comercialización de un producto y desarrollo de un diseño que conduzca a futuros pedidos. A cambio del tiempo y conocimiento de los artesanos, los estudiantes de diseño necesitan clarificar que ofrecerán una dimensión urbana; valor agregado (no sólo en diseño, sino también en técnicas que ayuden al artesano en los campos de costos, acabados, nuevo desarrollo técnico, fuentes de materia prima, etc.); ayuda para fortalecer el proceso del diseño.

### 6.4.1 Comprender el Contexto e Integrarlo en el Formato de la Intervención Planeada

El 'entorno' es el contexto del diseño. La actividad del diseño de los países no puede entenderse sin el contexto del entorno en el que se opera. Un entorno humano complejo incluye varios entornos pequeños. Los entornos humanos son producto de funciones y

necesidades. Comprender el contexto en el que el tema de la intervención - artesanía, comunidad o zona - está integrado es necesario para todas las intervenciones. Con relación a la artesanía y diseño, el 'entorno' incluye realidades económicas, sociales, culturales y políticas, en forma macro y micro (región específica, artesanía específica, comunidad específica, etc.) Los contextos tienen que integrarse y comprenderse; la cultura es la que une una artesanía al artesano. Si se separa, como en el caso del diseño externo, los lazos entre el artesano y su artesanía se rompen.

**Para que sea aplicable, el diseñador tiene que respetar la cultura de trabajo y las tradiciones del artesano y de la comunidad artesanal. Todas las intervenciones, incluso aquellas de alcance limitado, deberían involucrar al artesano de una manera u otra. Para que sea aplicable, los objetivos del diseñador deberían ser:**

- encaminarse hacia el ahorro de capital;
- generar empleo;
- usar el conocimiento y equipos científicos y tecnológicos apropiados;
- usar materiales locales para sacar la máxima ventaja;
- usar la pericia local, tal como la destreza manual y la habilidad de adaptarse y ser flexibles para tener las máximas ventajas;
- adaptarse a las condiciones relevantes, tales como calor y polvo excesivo, lluvia fuerte, malas carreteras, mala manipulación / manejo;
- beneficiarse de la riqueza de las tradiciones. Las tradiciones son tanto un beneficio como una carga para el diseñador. En las condiciones en que la modernidad y la tradición coexisten, es un reto para el diseñador explorar el pasado creativamente y adaptarlo al presente y al futuro.
- Es importante entender los contextos locales; la falta de comprensión conduce a menudo a soluciones que no tienen aplicación. Mirjam Southwell<sup>32</sup> cita el ejemplo de una intervención en África en la que ella era la diseñadora. Era un proyecto de medios de vida para mujeres basado en el modelo occidental en el que las mujeres hacen los bordados. Sin embargo, en este caso, eran realmente los hombres los que hacían los bordados y querían saber por qué se les dejaba fuera de todo el proyecto y por qué las intervenciones se centraban en mujeres.

### 6.4.2 Comprender el Material y el Proceso

- Es necesario que los diseñadores obtengan al menos una familiaridad básica con los materiales y procesos y algunas destrezas técnicas. Como

*Al final de la interacción se obtienen nuevos productos, pero ¿se consigue un cambio de comprensión en las mentes de los artesanos? ¿Cómo se cuantifica que estas personas han cambiado su concepción sobre el diseño y han adquirido más confianza en su habilidad para diseñar? Esto implica que no es suficiente con el proceso del diseño, la técnica y las destrezas. También tenemos que construir capacidades para diseñar. Tenemos que proporcionarles acceso a sus raíces y conocimiento de la red de trabajo, documentación y difusión.*

<sup>32</sup> La Dra. Mirjam Southwell es consejera de artesanía y desarrollo. Ha trabajado en muchos lugares de Asia y África y ha escrito muchos artículos sobre artesanía.

Kristine Michael<sup>33</sup> dice: “Hay una diferencia entre un objeto de dos dimensiones y uno de 3 dimensiones. Es importante ver un gráfico de dibujo convertido en objeto. A veces, no ocurre de la manera en que se visualizó en su origen. Por ello, es importante, ser capaz de hacer el objeto a mano y demostrarlo inmediatamente”.

- El diseñador también puede hacer un estudio de tiempo-y- movimiento. Haku Shah<sup>34</sup>, en el proceso de estudiar las técnicas de cerámica, contó el número de veces por minuto que el alfarero golpea el cacharro para completar un proceso. Suresh Mittal, un artesano especialista de Agra (India), habla sobre diseñadores, la mayoría de los cuales ‘trabajaban con lápiz y papel y mostraban fotos’ ‘Sólo uno o dos hacían los productos ellos mismos, como una señora que bordaba. Los artesanos estaban encantados con esto’, dijo.
- Uno de los mayores obstáculos que se observan entre diseñador y artesano es el de la lengua y comunicación. La yuxtaposición de diseñadores y estudiantes de diseño educados en la urbe y de lengua inglesa y de artesanos ‘aldeanos’ que hablan su propia lengua ha supuesto proporciones mayores de lo que son en realidad. Sin embargo, para las relaciones interactivas que se proponen, la comunicación es esencial. El diseñador necesita asegurarse de que él / ella establece métodos de comunicación y diálogo; no importa si utilizan métodos no ortodoxos. Parte del sumario del diseñador consiste en crear un entendimiento con el artesano en el que el diseñador pueda ‘intuir’ aquello que el artesano, probablemente, no puede articular con demasiada claridad.

#### 6.4.3 Establecimiento de la Comunicación

- No debería haber proyección de un paradigma superior-inferior basado en la división de la lengua. El artesano puede que no sea ‘alfabeto’ en el sentido formal del término pero está lejos de ser ignorante.

Se debería utilizar el vocabulario visual en la medida de lo posible. Tanto diseñador como artesano hablan la misma lengua - la lengua de la artesanía, de la urdimbre, la trama, el color, los telares y las manos. Este lenguaje no es ‘verbal’, sino una forma de comunicación; tiene muchas cosas en común.

- Jolly Rohtagi

Las artesanías tienen su propio lenguaje no verbal. Los tejidos, por ejemplo tienen su propio lenguaje: de donde provienen, quién los hace, sus técnicas, quién los lleva. La asociación de vestido e identidad es muy importante

- Jasleen Dhamija<sup>35</sup>

#### ■ Crear relaciones de igualdad, ganarse la entrada

- Explicar y establecer la razón de estar allí. Intentar que la presencia sea lo más discreta posible.
- Comprender el contexto cultural, social, religioso y ritualista; estudio de la zona (la documentación de campo anterior es extremadamente importante)
- Crear relaciones de igualdad con los líderes de la comunidad, incluidos los jefes del pueblo, profesores, etc.
- Crear relaciones de igualdad con los artesanos para asegurarse el proceso participativo; establecer un formato de ‘dar y tomar’ de aprendizaje mutuo.
- Crear relaciones de igualdad con ONG: elaborar papeles y estrategias para la sostenibilidad.

Establecer una relación con la comunidad con la que ha elegido estudiar / trabajar. Esta relación tiene que ir más allá de la mera mecánica de la recolección de datos - el trabajador de campo tiene que ser un ‘observador y participante genuino’... No trabaje sin tener en cuenta el sentimiento o conveniencia - no invada la vida personal o el espacio privado de aquellos con los que está trabajando / de los que recoja la información.

- T.N. Madan, s.f.

#### 6.4.4 Humanizar la Interacción y Respetar al Artesano

El objeto es importante, pero nada hay más importante que las personas - las que los hacen, usan, se relacionan con ellos, los compran, los coleccionan y los destruyen. Los objetos se humanizan por los usos que las personas hacen de ellos. Su valor y significado radica en su uso y su contexto.

- **Sensibilidad:** como estudiante / diseñador que trabaja dentro del entorno del artesano - bien con el propósito de documentación o diseño - la concientización tiene que ir acompañada con la sensibilidad sobre el lado humano del proceso de asociación. Esto es necesario; también es una experiencia de aprendizaje muy enriquecedora para las dos partes.
- **No alienar al artesano:** la actitud del estudiante de diseño debe ser tal que el artesano no se sienta alienado. La actitud un cierto alcance que va desde la forma de vestir al lenguaje; se refiere a todas las acciones durante el desarrollo de la interacción.

33 Kristine Michael, diseñadora, formada en el NID, trabaja como ceramista, alfarera y profesora.

34 Haku Shah es un artista erudito; es una autoridad en tradiciones folklóricas y tribales de arte de la India.

35 Jasleen Dhamija es historiadora de arte textil y autora de muchos libros sobre tejidos de la India y de Oriente Medio. Vive y trabaja en Nueva Delhi.



- **Intuición:** hacer entrevistas y comprender como hacer las preguntas correctas no es una cuestión de metodología y de llenar cuestionarios. Se necesita intuición para juzgar el momento adecuado, el permiso apropiado para fotografiar y preguntar a otros miembros de la casa, permitiendo al artesano que elija la hora, el lugar y el día conveniente para la entrevista, etc. Como hace constar Ravi Matthai: “La debilidad de la base de datos es también un obstáculo para la investigación; la confiabilidad de los datos primarios obtenidos, no de estudios basados en un cuestionario cruzado o en metodología de muestrario, sino en la veracidad de las respuestas de los aldeanos que no le conocen, no tienen razón para confiar en usted y tienen su propia suposición de la razón por la cual usted quiere esta información.”

Una buena forma de comprender cómo responder a preguntas es que le hagan a usted mismo un cuestionario.

Puede intentar y hablar su lengua y hacer las cosas como ellos... la aceptación social tiene que estar en las dos partes... A uno le tiene que entusiasmar la experiencia que estos espacios de artesanía ofrecen, estas experiencias que uno no puede tener en la vida urbana y que permanecen por siempre en la memoria. Tiene que mezclarse con los artesanos... Una vez que haya roto el hielo, le darán la bienvenida, incluso si vuelve a visitarlos después de diez años. En el sector de la artesanía, el aspecto de la humildad es muy importante.

- Haku Shah

#### 6.4.5 Tratar al Artesano como un Socio Creativo, no como un Trabajador Cualificado

Cada vez se cree más que todas estas contribuciones externas pueden convertir al artesano en estéril e incluso destruir más sus capacidades. Hay dos formas de intervenir: a largo plazo, para prepararle a diseñar; y a corto plazo, para proporcionarle diseños y productos. El enfoque del diseño debería ser de colaboración, en lugar de vertical es decir, donde el artesano sea considerado como un socio igual en todo el proceso. Lo ideal sería que fuera el artesano el que decidiera el informe del diseño.

- El estudiante y el artesano son ‘fuentes de recursos’ iguales, con la responsabilidad mutua de trabajar juntos hacia un resultado específico. Es muy importante establecer la igualdad de competencia. Así pues, los diseñadores deberían buscar establecer un diálogo / intercambio y un flujo de información en dos direcciones.
- Reconocer y utilizar la creatividad de los artesanos: los diseñadores no deberían tratar a los artesanos

como equivalentes de trabajadores cualificados; el artesano es un socio creativo en el ‘proceso de diseño’ - y como tal debería ser tratado - para crear nuevos productos y líneas de productos. El diseñador debería proporcionar ideas y estímulos, creando el ambiente adecuado para que surjan diseños de productos creativos e innovadores de los artesanos. Después de todo, los artesanos han sido diseñadores durante generaciones y son los que mejor conocen sus propias tradiciones.

Al trabajar con los fabricantes de *pattu* de Phalody (India) para la UMVS, los diseñadores se dieron cuenta de que cuando se les daba una tela base, los artesanos sacaban mejores combinaciones de tejidos de colores que los diseñadores. Es importante que los diseñadores utilicen esta habilidad y que la fomenten.

- La ventaja que el artesano y la artesana poseen es su técnica, experiencia y conocimiento de la artesanía. Puede ser peligroso para la artesanía que un ‘diseñador’ simplemente entregue una serie de ‘diseños’ nuevos o modificados a los artesanos y que les diga cómo ejecutar los diseños, tratándoles, en realidad, como a trabajadores cualificados. Cada vez más, las contribuciones del diseño convierten a los artesanos en estériles. Los diseñadores deberían proporcionarles información sobre los nuevos mercados que proponen y, después, permitir que los artesanos innoven y creen. Ellos ya cuentan con aptitudes de diseño. Lo único que no tienen es el comprador. No conocen el rostro del comprador ni tampoco cuentan con la actitud de cuestionar que poseen los diseñadores’. Las instrucciones que se dan al diseñador son comunicar las necesidades que se observen de los mercados desconocidos y no familiares para los artesanos.

Como Jolly Rohtagi dice, el diseñador urbano, a menudo, representa el ‘comprador’. Los artesanos tienen su propia creatividad; así pues, es necesario darles sólo conocimiento del mercado, después de lo cual, como Ashoke Chatterjee argumenta, pueden responder a las necesidades del mercado de manera creativa. Los mercados distantes no son nuevos para los artesanos que han cubierto las necesidades de los clientes extranjeros durante siglos.

- Explicar la base de una contribución del diseño para permitir a los artesanos integrarlo en su sensibilidad diseñadora. Parte de la obligación del diseñador es hacer que los artesanos entiendan la función y la forma del producto que se desea. **Una vez que los artesanos entienden la función y la forma del producto final, su participación es más creativa y a más largo plazo. El diseñador y**

el trabajador del desarrollo deben tener constantemente en mente que sus objetivos y su mayor logro es dejar de ser indispensables.

#### 6.4.6 Crear Técnicas y Capacidades

- El enfoque de una intervención ha sido a menudo desarrollar diversas capacidades que iniciarán una respuesta proactiva de los grupos de artesanos para comprender y apreciar los matices de los parámetros del mercado contemporáneo y aplicar este conocimiento para asegurarse la competitividad de su producto con una mejor comprensión del valor. **Sin embargo, el propósito más importante de la interacción es conseguir mejores capacidades y comprensión, más intuición y posibilidades, en lugar de hacer simplemente más productos.** Casi todos los artesanos que han participado en seminarios de interacción del diseño han continuado refinando, añadiendo y construyendo con las nuevas percepciones adquiridas incluso más allá de los seminarios.
- El factor clave de un impacto más profundo es habilitar a los artesanos y, así, aumentar el valor de sus productos ofreciendo y reduciendo su sentimiento de alienación. Este formato de desarrollo se consigue adoptando un enfoque centrado más en el artesano y no meramente a través de un enfoque de desarrollo de los productos.
- Lo que los artesanos necesitan es entender los requisitos de los mercados urbanos y distantes y la habilidad de cubrir estos retos. Para diseñar productos independientemente, los artesanos necesitan:
  - Comprender el significado de motivos, símbolos, colores y tradiciones actuales y antiguas y utilizarlas como punto de partida.
  - Comprender el significado de función, forma, color y símbolos.
  - Aprender a apreciar los diferentes estilos estéticos.
  - Darse a conocer en muchos mundos a través de fotografías, diapositivas, televisión y otros medios.
  - Comprender la razón fundamental y la teoría de los artículos desarrollados y las directrices trazadas.
  - Darse cuenta de la importancia de la coherencia, incluida la precisión en dimensiones y medias. Esto implica tener una habilidad básica para usar las herramientas de medición en forma eficiente.
  - Darse cuenta de la importancia de los cronogramas previstos y del embalaje.
  - Apreciar la importancia de la estandarización y del control de calidad en terminados y embalajes.

La habilidad para diseñar está restringida a la aplicación de destrezas, técnicas y materiales vigentes. Lo que se necesita, entonces, es interpretar sus destrezas y técnicas de forma diferente, con la habilidad de generar una variedad de aplicaciones que se adapten mejor a las necesidades del mercado.

- Adoptar tecnologías más modernas y eficientes, de bajo costo, como los hornos.
- Aumentar y crear capacidades y aptitudes para alejarse, si es necesario, de los modelos familiares de producción hacia modelos de producción más amplios.

Es necesario presentar nuevas tecnologías a los artesanos, incluido algo tan básico como el uso de papel y lápiz y se les debería formar para traducir diseños de dibujos de 2 y 3 dimensiones. Un dibujo de 2 dimensiones no siempre se reconoce como un objeto de 3 dimensiones. Algunos artesanos pueden trabajar desde un esbozo. Otros prefieren contar con juegos completos de dibujos para todos los componentes. No obstante, a otros hay que hablarles de cada uno de los componentes de un producto. Hay que alentar a los artesanos para que trabajen con fotografías y dibujos y también con instrumentos de precisión para conseguir ciertos estándares de calidad que se requieren para lograr acabados de alta calidad. El diseño debería también explorar y comprender las propias ideas del artesano sobre dibujos y expresiones técnicas.

#### 6.4.7 Reconocer la Importancia del Espacio y de los Espacios

- Mientras que es importante dar a conocer a los estudiantes de diseño las realidades de fondo relacionadas con los artesanos y su entorno amplio de trabajo, es también igualmente significativo orientar a los artesanos hacia los entornos de los diseñadores así como de sus consumidores reales.
- **Proporciones:** el número de estudiantes de diseño que estén relacionándose con un solo artesano no debería ser más de dos o tres, puesto que un número mayor podría poner presión en el artesano.
- **Flexibilidad y margen de tiempo:** normalmente, la artesanía se practica en marcos flexibles. Los artesanos siguen métodos y procesos de trabajo que no están estandarizados, sino integrados en su vida y comunidad. Es una forma de vida. No necesitan aprender nada sobre flexibilidad. La viven. Los artesanos son libres de desarrollar su disciplina de trabajo según la hora que les convenga. Es una ironía que esta fortaleza se perciba como una debilidad y que se les diga que se 'estandaricen', 'modernicen' y 'cambien'. *'Comprendan los márgenes de tiempo de los artesanos y las razones de los mismos antes de intentar cambiarlos.'* (Poonam Bir Kasturi).

La flexibilidad hay que utilizarla de tal forma que sea un valor, acompañada de un programa y de un compromiso. La flexibilidad no puede ir en detrimento de la falta de confiabilidad.

Poonam Bir Kasturi describe su reunión con Maruthi un estudiante de derecho de la pequeña ciudad de Chennapatna (Karnataka, India), famosa por sus artesanos torneadores de madera. Maruthi ayuda a su padre, que es artesano, por las mañanas, antes de irse a la universidad y por la tarde, después de volver a casa, a tornear cuentas de madera. A la pregunta acerca de si le gustaría hacer de la artesanía una carrera para él, Maruthi dijo que no veía ninguna razón por la que no pudiera dedicarse tanto a la abogacía como a la artesanía. Haciendo énfasis en este aspecto flexible de la artesanía, Kasturi lo compara con la lucha que el sector está teniendo con esta idea. 'En esta edad de la conectividad a la red, las corporaciones anuncian su espacio de trabajo como flexible para atraer a empleados. La flexibilidad a menudo se retrata de manera positiva como una forma de crear trabajo que tiene más sentido y es holístico para los individuos.'

prácticas de establecimiento de negocios urbanos es otra dimensión para crear diálogo sobre nuevas posibilidades con el estudiante de diseño. Estas experiencias también ofrecen una serie de aspiraciones que el artesano puede esforzarse por conseguir a nivel de mercados, posibilidades del producto y prácticas empresariales.

Cualquiera que sea el espacio, es importante crear un comienzo positivo para todas las interacciones. Los participantes tienen que sentirse relajados y entusiasmados. Tienen que conocerse mutuamente y conocer el programa, sus objetivos y finalidad. Esto adquiere incluso más importancia en los casos en que el / la artesano (a) no está en su propio entorno.

**Ubicación para la interacción:** ¿trae al artesano a su espacio o va usted al suyo? Hay diferentes puntos de vista sobre los enfoques posibles

- **En el entorno de los artesanos:** Teniendo en cuenta que las personas reaccionan en los espacios, es importante que el / la artesano (a) se encuentre en su propio espacio. Así pues, el diseñador que esté trabajando con los artesanos debería vivir y trabajar en la comunidad productora. El trabajo de diseño debería hacerse dentro del espacio de trabajo del productor y el diseñador tiene que ser perfectamente consciente de los parámetros que influyen la producción del artesano y a su vez, estar influenciado por ellos. Si el estudiante está en el espacio de los artesanos, debería mezclarse con los artesanos para que lo acepten - sentarse a la mesa con ellos y estar con ellos - romper el hielo y aceptar su forma de vida.
- **En el entorno de la institución / urbano del estudiante de diseño:** otros sugieren una estructura en la que se lleva a los artesanos a las escuelas de diseño en lugar de enviar los estudiantes a los artesanos. Asumen que los artesanos les entorpecen sus tareas rutinarias y, por ello, pueden dedicar el tiempo de la familia y amigos a la oportunidad de responder con mente abierta en un entorno nuevo y estimulante. Otro factor es que el costo es menor y también se resuelven los problemas de crear comodidades a los estudiantes, en concreto los temas de alojamiento y sanidad en las zonas rurales. Este marco hace posible que los artesanos se introduzcan en los mercados urbanos y que otros artesanos produzcan para estos mercados. Puede ser importante orientar a los artesanos a entornos de los diseñadores así como también de los consumidores reales. La familiarización del artesano con el lugar del mercado, competencia, entorno de venta al por menor, unidades de producción similares y

#### 6.4.8 Necesidad del Seguimiento Sostenido

El diseñador no tiene que estar en el lugar los 365 días, pero tiene que ir a intervalos frecuentes 10 días seguidos, cada mes. Después, la ONG y el diseñador deberían tener a alguien que controle y apoye este proceso.

- Laila Tyabji

- Si el tema es el desarrollo de la capacidad del artista para reestructurar genuinamente su capacidad en forma de competitividad y productos comercializables, entonces, los seguimientos son críticos. Los programas de formación y los seminarios que pretenden tal formación pueden ser demasiado cortos para crear un nuevo nivel de comprensión. Si los programas de diseño profesional, con los mejores estudiantes, de más talento y mejor seleccionados, requieren de tres a cuatro años de educación de tiempo completo, es difícil visualizar cambios significativos con pequeñas ráfagas de formación a artesanos, que a menudo, están separados del contexto del mercado donde necesitan entrar. Se necesitan iniciativas de seguimiento a largo plazo para consolidar y sostener las influencias positivas generadas.
- Los proyectos a menudo tienen un final abrupto porque los fondos no son suficientes. Los proyectos están ligados a un tiempo, lo que significa que a veces, el trabajo no se termina en el tiempo que se estipuló en el programa. Estos temas necesitan tratarse cuando se organiza el formato y el marco de la interacción.
- El tiempo que se requiere hay que dividirlo idealmente, en dos fases. La primera fase necesita ser intensiva y llevará más tiempo y la segunda fase, podría ser un viaje más corto con un seguimiento y una repetición. Todos los programas

deberían, no obstante, regirse por un entendimiento claro de los objetivos y procesos esenciales para el éxito.

## 6.5 PREOCUPACIÓN POR LOS PRODUCTOS

En realidad, las artesanías y grupos de artesanía que no marchan bien son las que piden intervención o ayuda del exterior. Trabajando dentro de esta realidad, cualquier producto que se desarrolle como resultado de una intervención tiene que asegurar una comercialización que sostenga la artesanía y a los artesanos. Simultáneamente, es importante que los productos tengan contenido y significado para los artesanos y que encajen en el contexto local.

Tanto si trabaja en el sector de la artesanía o de la industria, tiene que tener en cuenta lo que está diseñando para entender lo que es el producto y por qué es así, interactuar y decir si tiene problemas y obtener retroalimentación sobre los aspectos positivos y negativos. Luego, comienza a diseñar teniendo en mente el problema, identificando sus conceptos y criterios de diseño. Hay que sacar al menos tres o cuatro conceptos de diseño para cada diseño y se debe seleccionar un concepto de todos ellos por razones técnicas y estéticas. Este proceso de diseño es el mismo para todos los diseñadores, tanto si trabajan en la artesanía como en la industria.

- Sharmishta Yadav<sup>36</sup>

### 6.5.1 Es Necesario Establecer Conexiones y Significados en el Desarrollo de Productos

**Conexiones y significados:** Estos se refieren a tratar con otras personas y en la forma en que las acciones individuales afectan al mundo natural. En el campo del diseño y manufactura de productos, la implicación de las decisiones individuales están a menudo, separadas de los que hacen el diseño. Sin embargo, indirectamente, estas decisiones se congregan en un grupo de procesos, que frecuentemente son explotados o que pueden afectar desfavorablemente a la gente y que pueden tener consecuencias negativas para el entorno.

Los enfoques y sistemas actuales son en gran medida, disociados o separados, tanto de la gente como de los procesos naturales. A menudo hay una comprensión limitada del producto con relación a sus materiales, cómo se hizo, cómo funciona o cómo puede repararse. La estética de los productos contemporáneos es un resultado y reflejo de este sentido de disociación.

Con el fin de comenzar a crear productos sostenibles

y con significado, es imperativo comenzar a desarrollar, o quizás sacar, un sentido de la conexión. Esta conexión - en el proceso de diseño, en la manera de producción y en la naturaleza de los objetos materiales - significaría que los productos no sólo cumplirán una función útil, sino que también personificarán valores humanos y nos permitirán comprenderlos, unirnos a ellos y experimentar una cohesión y afinidad empática con ellos, como fruto del esfuerzo humano y como objetos materiales.

Este sentido de la conexión es necesario que ocurra en todas las etapas del ciclo de vida de un producto - durante la etapa del diseño, durante el proceso de fabricación, durante el periodo de uso e incluso, durante el proceso final de uso. Con el fin de facilitar esto, el papel del diseñador es crucial. Incumbe a los diseñadores comenzar a tratar y a explorar esta conexión en su trabajo, no diseñando productos que piensen que conectarán con los usuarios (esta será una etapa 'eliminada' del proceso de la creación y por ello, sería otra forma de desconexión).

La conexión tiene que ocurrir en el proceso del diseñador, en la forma de diseñar lo que él diseña. Si los diseñadores aprenden a trabajar de este modo y si se esfuerzan continuamente por practicar su destreza de esta forma, entonces los productos comenzarán a 'conectar' con los usuarios. Esta conexión no es un objetivo directo según el resultado del diseño; es el resultado de una forma de pensar, concebir, diseñar, hacer y usar los objetos materiales.

### 6.5.2 Orientar al Artesano

Los artefactos que tienen éxito median simbólicamente entre el relativamente estable patrimonio mitológico de una cultura y el relativamente rápido contexto socioeconómico del uso cotidiano.

- Balaram, 1998: pág. 45

- Explicar la función del uso de un nuevo producto - uso del consumidor y mantenimiento - para ayudar a relacionar a los artesanos con él. Entonces, pueden visualizar el uso del producto. Los alfareros de Bangalore, durante un proyecto de desarrollo del diseño de la *Srishti School of Art and Design*, se quedaron con una familia un día para ver el tipo de vida urbano y el uso de los productos en su entorno más inmediato.
- Existe la tendencia de poner límite a las actividades de los artesanos basándose en la percepción de su destreza y su expresión a través de la manifestación de sus productos tradicionales. Esto a menudo reduce el potencial y la capacidad de los artesanos de pensar y responder de manera diferente a las oportunidades y entornos nuevos. Los artesanos tienen tanto interés como los diseñadores en

<sup>36</sup> Sharmishta Yadav es profesora del IICD, Jaipur.

incorporar nuevas experiencias y percepciones a su trabajo. Por ejemplo, los pintores de Orissa, tradicionalmente hacían tapices de colgar con pájaros y animales pintados, tienen la misma facilidad para interpretar con gran precisión, productos urbanos, tales como cámaras, ordenadores, hamburgueserías MacDonalD y coches. Este fue uno de los resultados recientes del proceso de colaboración entre los estudiantes de diseño de accesorios del NIFT, Nueva Delhi, y los artesanos. Si bien los estudiantes fueron los catalizadores para iniciar esta nueva aplicación de técnicas en una gama de artículos de regalo producidos para la cadena de tiendas de alimentos o corporaciones multinacionales, los artesanos fueron los que, principalmente, crearon estos impresionantes objetos en miniatura. De la misma manera, la experiencia de los estudiantes en el desarrollo de calzado, en colaboración con los fabricantes de los tradicionales *mojari* de Rajasthan, demuestra que útiles y creativos pueden ser estos equipos de trabajo. (Ver Sección III: Estudio del caso *mojari*).

Si bien diseñar productos con artesanos es una actividad emocionante y enriquecedora, el aspecto más importante del trabajo es la relación entre artesano y diseñador. Cada diseñador tiene que ser consciente de que él o ella es un intruso (a) en un entorno económico frágil. Los artesanos en muchos países en desarrollo pueden que sean considerados como 'ciudadanos de segunda clase', pero esto está en contradicción con sus increíbles especializaciones y fortaleza para sobrevivir dentro de su posición social. Los artesanos se encuentran entre las personas más refinadas de la tierra y merecen respeto por igual. Trabajar con ellos significa una oportunidad similar para el diseñador y para el artesano de compartir creatividad y no un diseñador que se ocupa de un artesano.

- John Ballyn<sup>37</sup>

### 6.5.3 Desarrollar un Producto con "USP" (*Unique Selling Proposition* - Proposición Única de Venta)

En la India tenemos suerte de contar con estas ricas tradiciones con enorme información de diseños, de dibujos, de uso, formas, combinación de colores y todo eso. Deberíamos tomarlo como punto de partida.

- Laila Tyabji

El producto final debería reflejar la identidad del lugar de origen, su propia posición y su propia USP. El trabajo

del artesano siempre ha tenido una identidad local distintiva, puesto que los materiales y las herramientas utilizadas y las técnicas empleadas son indígenas. Las intervenciones en el diseño tienen que hacerse teniendo en cuenta el USP de la artesanía, así como la identidad y antecedentes de la comunidad de artesanos implicada. Es necesario evitar que las artesanías se copien entre sí porque esto conduce a situaciones en que todos son perdedores.

Es muy importante mantener cada intervención separada, única y apropiada a los aspectos peculiares de la artesanía. Por ejemplo, una característica especial del bordado *phulkari* de Punjab es el uso de dos o tres tonalidades de amarillo. Así pues, las intervenciones iniciales deberían basarse en esta tradición puesto que esta es una de las características primordiales de la artesanía. La intervención o estrategia, naturalmente, no puede permanecer estática y tampoco necesita que sea así. En el caso de UMVS, el diseñador tomó la esencia de los colores y dibujos que eran característicos de los *pattus* tradicionales y los usaron para los productos modernos de hoy en día; el diseñador también introdujo en el tejido hilo de algodón. La intervención fue un gran éxito. En un país con tantas telas tejidas, esta nueva apariencia era completamente distinta. Ahora, después de más de una década, los artesanos están reinventando productos basados en las modas del mercado. La posición inicial fue creada utilizando la firma distintiva del entretejido *pattu* que continúa hasta hoy.

### 6.5.4 Tradición y Adaptación

Es importante adaptar los elementos de diseño de las nuevas artesanías sin destruir el elemento cultural que existe detrás de la tradición. El proceso de adaptación debería llevarse a cabo durante un largo periodo.

En la interacción entre la estudiante de diseño Smitha Murthy y los tejedores Bodo del noreste de la India, la estudiante trabajó, en un principio, con la paleta de colores tradicionales - amarillos, naranjas, rojos - y los dibujos tradicionales porque ella pensaba que los tejedores se sentirían más cómodos así. Para el desarrollo de productos comenzó con chales (largos y cortos) y dupattas porque una vez más, estos artículos eran similares a los que los tejedores tejían normalmente. Más tarde, introdujo ciertos productos nuevos pero lo hizo teniendo en cuenta los tipos de productos con los que los tejedores se sentían a gusto tejiendo. (Ver Sección II: estudio de caso.)

Comprender las paletas de color existentes, es decir 'tradicionales' y por qué estas se utilizan antes de introducir colores nuevos.

*La intervención en el diseño también está relacionada con encontrar los usos contemporáneos del conocimiento y técnicas tradicionales. El diseño de refugios de autobús con tejas de terracota de Kerala utiliza conocimientos y técnicas tradicionales, en el contexto presente y por ello, también ayuda al sostenimiento de artesanías y medios de vida.*

37 John Ballyn es un diseñador industrial que ha trabajado en muchos lugares del RU, Asia del Sur, Extremo oriente y África.

Comprender los dibujos y diseños existentes, es decir 'tradicionales' y las bases que los sustentan antes de introducir nuevos dibujos y diseños.

Intentar, cuando sea posible, crear nuevos diseños usando variaciones o adaptaciones de los diseños básicos existentes.

### 6.5.5 Tratar con Materiales y Procesos

Usar materias primas ecológicas que estén disponibles localmente o sean accesibles fácilmente porque esto hace que una artesanía sea más sostenible. También, sustituir las materias primas no disponibles por materias de las que se disponga fácilmente. Esto hay que tenerlo en cuenta al hacer contribuciones de diseño; no tiene mucho sentido que un estudiante de diseño añada cuentas de distintos materiales, para embellecer un producto si el artesano no puede acceder a las cuentas fácilmente y a precios bajos; la contribución en este caso no es sostenible.

Eliminar las materias primas peligrosas. El diseñador también tiene que compartir la información sobre si una materia prima es peligrosa y de serlo, introducir tecnología o tomar medidas preventivas para resolver el problema. Por ejemplo, una intervención de diseño crítica en textiles ha sido la responsable de la prohibición de los tintes *azos* que son dañinos para la salud, con la petición de que los diseñadores y los tecnólogos piensen en tintes alternativos.

Tener en cuenta la disponibilidad temporal de las materias primas. En la intervención UMBVS, el cambio de la materia base de lana (disponible estacionalmente) a algodón (disponible todo el año) significó una gran contribución porque los productos se podían vender durante todo el año en el país.

Explorar el potencial de usar materias mezcladas 'viables'. Los artesanos no tienen que estar limitados a usar un material en concreto. Nuestro fracaso es que hemos clasificados las artesanías y los artesanos de acuerdo con los materiales: trabajador del metal, trabajador del cuero, etc. Se deberían usar materiales mezclados si pueden hacer que el producto esté en la corriente principal. Por ejemplo, algunas de las secciones de una silla de ratán se pueden hacer de aluminio para mejorar la comercialización. Todavía hay poca infraestructura para conseguir este prototipo de 'material mezclado'.

'La mezcla de las técnicas artesanales con las de producción en masa y de diferentes materiales ayudarán a llevar la artesanía a la línea central del merchandising y contribuirán a incrementar y revitalizar el sector de la artesanía'

- Neelam Chibber<sup>38</sup>

### 6.5.6 Especializaciones, Procesos y Técnica y Tecnología

Reducir el trabajo penoso. Introducir técnicas adecuadas o mecanismos para aumentar la destreza y la tecnología base. Poner a disposición de los artesanos, técnicas y tecnologías apropiadas. Asegurar que en la gama de productos que se está desarrollando, haya lugar para las aptitudes y los niveles de especialización de todos los beneficiarios potenciales, en lugar de sólo para aquellos que tienen una destreza más alta. Algunos artesanos pueden trabajar desde un boceto, otros prefieren tener juegos completos de dibujos de los componentes y a otros hay que hablarles sobre cada etapa para hacer todos los componentes de un producto.

Proporcionar contribuciones tecnológicas y formación acerca de variaciones en técnicas existentes para proporcionar nuevos acabados, aspecto y mejorar la calidad.

Tomar medidas para enfrentar y eliminar los procesos peligrosos.

### 6.5.7 Sostenibilidad

Todo diseñador que esté pensando en trabajar con artesanos, tiene que tener la seguridad de los artesanos como su primera consideración. Así es posible desarrollar productos de calidad, diseño y manufactura más altos. Si un diseñador escoge tener una situación económica difícil para él o ella, está bien, pero lo que no pueden es imponer estos ideales al productor. Pueden insistir en buena calidad y excelente resultado pero tienen que estar seguros de que proporcionan la estabilidad económica que el artesano necesita.

- John Ballyn

Las contribuciones en el diseño no se pueden separar de los temas de medios de vida. Por ejemplo, a las mujeres que hacían *kurtas* /vestidos con un bordado mínimo para una ONG de Jaisalmer, les pagaban un precio muy bajo por cada pieza bordada. La cuestión que surgió fue: ¿Se deberían hacer las *kurtas* con un bordado tan mínimo? ¿Ganan las mujeres suficiente para su sustento?

El enfoque del diseño debería ser tal que el producto no sólo sea estéticamente atractivo, sino que la cantidad (y la naturaleza) del trabajo sea también suficiente para asegurar unos ingresos adecuados al artesano. El diseñador debería ser prudente a la hora de desarrollar un producto, buscando primero un mercado para este, por el tema de sustento que conlleva. El artesano tiene que ganarse adecuadamente la vida para que la intervención sea sostenible.

38 Neelam Chibber, un diseñador con formación, es director de Industree Crafts Pvt. Ltd.

### 6.5.8 Comercialización, Semántica y Calidad de los Productos

Todas las intervenciones de éxito tienen que ir unidas a las conexiones con el mercado, es decir, la estrategia de comercialización tiene que ser apropiada a los aportes adicionales de calidad, precio y materiales.

El diseñador debería tener relaciones con un mercado o con un sistema al detal porque, de no ser así, él o ella no se sentirá responsable de sus acciones y decisiones. Bholá Nath, un tejedor de alfombras de Varanasi (Uttar Pradesh) dice que los artesanos esperan información sobre los productos comercializables como contribución de los diseñadores. Algunos artesanos a los que se entrevistó dijeron que consideraban a los diseñadores como 'ventana' para los mercados y productos comerciales. Ikhtiar Ali, fabricante de campanas de Jalesar Uttar Pradesh dijo que aunque 'todo aprendizaje es importante, la información del mercado es lo principal'. Aprender sobre la 'demanda externa' es crítica para sobrevivir.

Las cualidades externas de un producto, tales como forma, color y textura, son preocupaciones reconocidas ampliamente como la semántica de los productos. Para asegurar la comercialización, hay que hacerle saber al artesano la importancia de la calidad, acabado y empaque.

El uso y el precio del producto deberían mantenerse, para atraer al mayor número posible de consumidores y de mercados. La gama del producto debería abarcar varios nichos y escalas de precios.

#### ■ PREOCUPACIONES

- ¿Cubre la necesidad / función exigida?
  - ¿Revitaliza?
  - ¿Afirma símbolos culturales?
  - ¿Deja espacio para la creatividad humana?
  - ¿Continúa teniendo un significado para el artesano?
  - ¿Continúa teniendo sentido para la comunidad?
  - ¿Proporciona oportunidades para transmitir técnicas y conocimiento tradicionales?
- Ir por el Camino Equivocado: Intervenciones que Salieron Mal

El que las intervenciones salgan mal, no se debe necesariamente a un mal trabajo o a la imprevisión, sino a que a menudo, hay limitaciones en el seguimiento a la cadena de suministro ó a otras organizaciones que forman parte del proceso, o es el resultado de una desacertada previsión. Las expectativas de un estudiante de diseño y de un diseñador profesional también necesitan ser diferenciadas en términos de resultado y madurez. Es importante que no dejemos que las historias de desastres nos impidan reconocer que el diseño y el desarrollo de los productos son esenciales.

A una diseñadora le dieron instrucciones para trabajar con *kota doria*. Encontrar la tela era algo difícil: desarrolló una tela con la urdimbre y la trama en contraste. Al principio, los artesanos pensaron que la tela era muy ordinaria porque era diáfana. Poco a poco, sin embargo, se dieron cuenta de que bordar en *doria* era mucho más fácil y rápido y pronto se convirtió en la tela base más popular. La diseñadora mezcló esta ropa de *doria* con la *lehariya* de Jaipur; los diseños se probaron en una exposición de Bangalore y se vendieron todas las existencias. Sin embargo, la *kota* es difícil de encontrar y ya no se borda en *kota* por lo que los aportes han quedado invalidadas.

Un ejemplo de descordinación entre la intención y el producto final es el caso de una intervención en el bordado en la que no se dieron instrucciones a los diseñadores.

La ONG involucrada, da trabajo a los artesanos quienes venden en exposiciones y bazares pero no tienen facilidades para hacer pruebas ni para mostrar y presentar sus productos. La clientela base tiene capacidad de gastarse de 500 a 1.500 rupias por prenda. La ONG no informó a los diseñadores de estos hechos esenciales.

Los diseñadores crearon una colección en la que todas las prendas se hicieron en seda y satín; sólo los materiales costaban de 5.000 a 6.000 rupias. Llevaban muchísimos adornos, con detalles como alforzas y pliegues; los sastres no pudieron replicarlos. El contenido del bordado - el punto fuerte de la ONG - sólo costaba 25 rupias. Por un artículo de un precio de 10.000 rupias, a las artesanas se les pagaba sólo entre 25 y 75 rupias por el bordado.

Las prendas no se hicieron nunca. La ONG gastó una gran cantidad de dinero en el proyecto.

*De Dioses y Diosas a Juguetes y Juegos.* Una intervención ha convertido una artesanía dedicada a hacer desde bellas imágenes de dioses y diosas / deidades para ocasiones festivas y especiales, a frutas y verduras, todo porque la artesanía dedicada a hacer dioses estaba clasificada como 'Juguetes y Muñecas' y la intervención deseaba ampliar la gama de productos.

### 6.6. SOBRE MERCADOS

Hay un ciclo de actividad de todas las empresas manufactureras que es básico; hace referencia a información de mercados, estrategia de mercados, panificación de negocios, desarrollo de productos, promoción, ventas, evaluación de ventas e investigación de nuevos mercados. Ocurre todos los años y es el ritual que produce resultados más consistentes. Nada es garantía para vender. La investigación de buenos mercados y la gestión de empresas reporta beneficios.

*... hay muchos retos que continúan. Quizás el más importante de estos es el reto de la comercialización: comprender las necesidades internas y externas que las técnicas artesanales pueden satisfacer y adquirir la habilidad de satisfacer la demanda en un mercado que crece con más competitividad cada. La habilidad de florecer dentro de esta realidad también tiene que conseguirse de una forma que pueda ayudar a los artesanos, millones de los cuales permanecen desvalidos. En el umbral de un nuevo siglo, los artesanos se enfrentan a la necesidad de mirar al futuro mientras se aseguran también el crecimiento que traiga el cambio real a su calidad de vida. Por esto son tan importantes estos seminarios y reuniones. A través de ellos, los artesanos y comerciantes pueden ayudarse unos a otros a comprender las oportunidades que existen en esta era de globalización y saber 'cómo' cubrir los nuevos retos del libre comercio. Las estrategias de comercialización son el elemento más importante para un futuro sostenible. Esto es cierto para todos esos países que, como la India, tienen la herencia de la tradición artesana de luchar para encontrar su lugar en los mercados contemporáneos.*

- Ashoke Chatterjee

- El tema clave para el diseñador - que desea trabajar en / está trabajando en el sector de la artesanía - es comprender que hacer diseños y muestras es el comienzo y no el final del proceso. El diseñador es considerado a menudo, como el enlace con el mercado; a pesar de que no siempre ofrece acceso directo al mercado, el diseñador no obstante, abre ventanas de oportunidad que proporcionan una visión del mercado y de las preferencias del consumidor. (Ver Sección II: estudios de caso.)

#### 6.6.1 La Interfaz Diseño-Comercialización

- Según Jatin Bhatt del NIFT, el enfoque típico y el proceso en que se forma a los estudiantes es aplicar el diseño y el desarrollo de productos basándose en el entendimiento de que las iniciativas de diseño tienen que tener sentido en el mercado y de que los productos deberían ser viables.
- Para ello es necesario el proceso de articular oportunidades existentes y emergentes, posicionamiento en términos de consumidor / segmentos de mercado, precio, estrategias al detal y mercadeo, viabilidad material y técnica, influencias y gustos, así como las dimensiones estéticas y funcionales de la gama del producto.

La viabilidad del producto - viabilidad en términos de comercialización - es pues, un elemento crítico de la intervención en el diseño. Una de las críticas frecuentes de las intervenciones de estudiantes por parte de los artesanos es que los estudiantes llegan y aprenden pero nunca regresan a ayudar con los problemas de comercialización. En este contexto, los artesanos sienten que han sido utilizados. Puede ser que la institución no tenga control sobre los estudiantes una vez que terminan sus cursos de estudio y por ello, no siempre pueden manejar este aspecto. Sin embargo, no se pueden ignorar los temas éticos. El diseño responsable necesita diseñadores responsables.

#### 6.6.2 Algunas Contribuciones Básicas

- Dar a conocer al artesano la importancia de la calidad del acabado, empaque y exhibición en el contexto de la comercialización.
- Estar enterados de los requerimientos del mercado, tales como necesidades del consumidor, tendencias de color y estilo, necesidades de empaque para la exposición y el transporte, etiquetado y necesidades de los clientes y prohibiciones.
- Desarrollar productos para mercados múltiples - domésticos, urbanos, exportación - y para una gama de necesidades y de poder adquisitivo. Como Amba Sanyal<sup>39</sup> dice: 'Los productos deberían cubrir muchas gamas de posibilidades y precios'. Es importante no contar con mercados de

exportación volubles. Los mercados de exportación también son muy exigentes con relación a los tiempos de producción y suministro, con el cambio de modas y preferencias y estándares de calidad.

John Ballyn cree que los mercados extranjeros no son necesariamente, la panacea. "Las complicaciones y los riesgos de perseguir el dólar / euro son muchos y ¿por qué preocuparse si la clase media de la India se ha estimado en unos doscientos millones? ¿Esta es la población total de los EE UU! La clase media tiene sueños y aspiraciones que pueden conseguir porque sus ingresos tienen cierto límite de superávit. Si cada hogar de la clase media de la India gasta \$250 cada año en artículos del hogar y regalos, el gasto anual ascendería a \$62,500,000,000. Debería haber una forma de desviar parte de este negocio a artesanías excelentes. En el contexto de la India, que ya tiene interés en sus propias artesanías, deberíamos fijarnos en suministrar productos bellos de alta calidad para el hogar y de uso cotidiano que son atractivos para aquellos miembros del público que ciertamente, cuentan con medios, creen que tienen gusto y quieren productos elegantes para sus casas. Algunos querrán impresionar a sus amigos con el estilo de su casa altamente moderna, otros querrán contar con un toque de la tradición de la India de forma sencilla, mientras que otros querrán algo altamente tradicional y algunos sólo querrán artículos de forma / función sencilla y bien hechos".

- Intentar desarrollar embalajes reciclados.
- Tener en cuenta temas relacionados con sustitución de la importación y mercado justo.

#### 6.6.3 Producir para Mercados Locales / Urbanos

- Llevar a cabo investigación de mercados para identificar puntos de vista y tendencias de los clientes.
- Hay que tener en cuenta los cambios de estilos de vida. Incluso los artesanos no se ponen sus propios tejidos / usan sus propios productos. Una parte de la intervención es sensibilizar a los compradores y alentar al consumidor hacia el gusto por la artesanía. Los productos necesitan promoción y publicidad.
- Si los clientes son residentes que compran para sus necesidades cotidianas, los productos tienen que ser económicamente viables, de buena calidad y hay que cambiarlos con regularidad para atraer a clientes.
- Hay que desarrollar procedimientos de quejas y rechazo.

39 Amba Sanyal es diseñadora y autora que ha trabajado con comunidades rurales en el desarrollo de la artesanía e intervención en el diseño.



## 6.6.4 Producir para Mercados de Exportación

La razón por la que las exportaciones de artesanía de nuestros países son tan fuertes es porque en las naciones más desarrolladas, que nos compran a nosotros, nuestros productos se adaptan bien a los productos del hogar y de las secciones de regalo de la canasta de compras. La clave aquí está en el precio. Todos los que tenemos que relacionarnos con compradores extranjeros sabemos que los pedidos se llevan a cabo si el precio es bueno. La razón es simplemente, que hay ciertos precios meta en que los productos se pueden vender al detal, incluso en los países desarrollados.

- Neelam Chibber

Es importante ser consciente de la naturaleza de los mercados de exportación:

- Son por naturaleza pasajeros y cambian de una temporada a otra.
- Son exigentes con relación a los tiempos de producción y suministro, puesto que tienen que responder a los cambios de la moda, desplazamiento de preferencias y niveles de calidad estrictos.
- El alza de las exportaciones temporales a menudo conduce a que los artesanos pierdan sus propios mercados locales, dejando a muchos de ellos en una situación desesperada.

## 6.6.5 Comercialización

¿Por qué los productos de nuestra artesanía están en tiendas especializadas en artesanías y en los *emporios* gubernamentales? ¿Por qué no nos los encontramos en los escaparates de nuestras grandes cadenas de venta al detal?

Neelam Chibber dice que la mayor parte del desarrollo de la artesanía, excepto el que piden los compradores de exportación, se hace sin pensar en el producto artesano, que es en realidad, una mercancía que tiene que competir con muchos otros productos. Las artesanías no pueden ser económicamente viables si se reducen al expatriado o coleccionista o a los compradores 'conscientes de la artesanía', aquellos que miran los productos por su valor 'artesano'. *Para la mayoría de los consumidores - a los que en realidad se ignora - el aspecto 'artesanal' puede ser, sin lugar a dudas, el valor agregado, pero no el único valor.*

Las personas del campo de la artesanía tienen que estar profundamente convencidas del valor de lo que están haciendo para preparar las estrategias correctas y conseguir sus objetivos. Chibber cree que es necesario un 'modelo comercial-empresarial' para promocionar las ventas, crear empleo y preservar una forma de vida. Según él: "Esto no debería confundirse

con los valores culturales de la artesanía que hay en nuestras mentes. El valor cultural de la artesanía es demasiado obvio. Si nosotros, en cuanto planificadores, nos concentramos demasiado en esto, no seremos a menudo capaces de traer el cambio que es la llave para el crecimiento. **El valor cultural de la artesanía debería utilizarse sólo como herramienta de comercialización.**"

Sólo tenemos que mirar a los compradores de las grandes cadenas de éxito para saber lo que vende. Saben a qué precio un individual, por poner un ejemplo, saldrá de sus tiendas. Hacen los pedidos y prueban los pedidos sólo dentro de esa gama específica de precios. Yo sé, realmente, a qué precio un juego de manteles individuales, y a qué velocidad se venderá en nuestras tiendas de la India. La especialidad de los grandes almacenes es que no les preocupa la velocidad a la que los productos salen de las estanterías porque simplemente, sólo tienen una velocidad: ¡la rápida! Por otra parte, la gente que dirige tiendas más pequeñas y muchos otros minoristas pequeños y medianos en la mayoría de los países, operan con una mezcla de velocidades. Dejamos algunos individuales que se venden más rápidamente y, después, algunos que se venden más lentamente porque abastecen gustos especializados, lo que significa que podrían ser más caros o de gusto diferente para atraer a las masas. Este tipo de comercialización sigue la ley del 80:20. Esta estrategia de mercado se centra en el hecho de que el 80 por ciento de su negocio proviene del 20 por ciento de su mercadería. Esto significa, sin lugar a dudas, que el flujo de existencias del 80 por ciento de los artículos tiene que ser excelente. Estos artículos tienen que estar siempre en las estanterías.

- Neelam Chibber

## 6.7 CAMBIOS TECNOLÓGICOS Y DE MATERIALES

Si se modifican materiales tradicionales o la tecnología, se está alterando algo fundamental de la artesanía, por lo que hay que tener cuidado. (Ravindran<sup>40</sup>)

Es importante distinguir entre lo que es tecnología y lo que es técnico. Mucha gente piensa en la tecnología como maquinaria u objetos de alta tecnología. Sin embargo, la tecnología es algo que nos ayuda a producir cosas. Incluye herramientas y equipo pero para producir algo necesitamos técnicas buenas y conocimiento apropiado para usar las herramientas y el equipo. La utilidad, conveniencia, sostenibilidad, economía, aspectos ecológicos y los cambios de procesos hay que considerarlos cuidadosa y simultáneamente.

40 Ravindran es profesor de la Srishti School of Art, Design and Technology, Bangalore, Karnataka.

- ¿Cuál es el impacto en los medios de vida de los artesanos y de los que practican artesanías afines?
- La tecnología tiene que introducirse con precaución y hay que pensar en sus efectos cuidadosamente. Haji Muzzafar Tajmiyan, de Pillakhwa, Uttar Pradesh, fabricante de estampación con plantillas, describe cómo la estampación con plantillas se convirtió hace 10-15 años en estampación en screen con el uso de la tecnología. Esto ha tenido un resultado adverso en la fabricación de estampación con plantillas y la mayoría de los artesanos que lo hacían dejaron de hacerlo y se pasaron a otras profesiones. De los miles de personas que se dedicaban a la estampación con plantillas, sólo una docena más o menos continúa haciéndolo. Esto también ha afectado negativamente a los fabricantes de la estampación con plantillas en Pillakhwa y en otros lugares.

Neelam Chibber de *Industree* subraya el hecho de que, antes de la industrialización, la artesanía era una actividad de producción corriente, la única forma de actividad productiva. Después de haber existido durante miles de años, fue atacada de repente por la industrialización. Hoy ha sido relegada totalmente a la trastienda. Se ha recuperado en cierto modo pero sólo cuando se le ha ayudado con la tecnología, buena comercialización, contribuciones de capital y mercados fiables.

#### 6.7.1 Algunas Inquietudes Relacionadas con los Materiales: El Conocimiento de los Materiales es Esencial para Tomar Decisiones

*Jolly Rohatgi habla sobre dos artesanos de laca a los que ella entrevistó. Los dos realizaron intervenciones en el diseño; se crearon diseños preciosos para el mercado alemán. Las muestras de los artículos laqueados se transportaron por avión y se hicieron pedidos. Sin embargo, cuando los productos se fabricaron y el envío se realizó por mar, el lacado se deshizo en el tránsito debido al calor y a la humedad. Todos los productos fueron rechazados y el mercado se terminó.*

- El diseñador debería fomentar el uso de materiales locales para asegurar un suministro fácil y con menos dependencia de factores externos.
- El diseñador tiene que compartir información sobre si un material en particular es peligroso e introducir tecnología no peligrosa o medidas preventivas donde sea posible.

#### 6.7.2 Algunas Inquietudes sobre la Introducción del Cambio Tecnológico

- ¿Hay materiales o procesos en el sistema actual que son peligrosos para el artesano y / o para el medio ambiente? ¿Pueden reemplazarse con aportes tecnológicos alternativos y sostenibles?

- ¿Cuál será el impacto de la intervención tecnológica en los que la realizan? ¿Cambiará la introducción de la tecnología la división existente de trabajo entre hombres y mujeres?
- En estos aspectos específicos ¿los cambios beneficiarán el oficio o le causará daños irreversibles?
- La introducción de materiales y tecnologías nuevas cambia la composición de los productos y por ello, cambia la gama de productos, por ejemplo, la cerámica azul de Jaipur (ver estudio de caso, en Sección III).
- ¿Conseguirá la introducción de la tecnología apropiada hacer el trabajo menos arduo?
- ¿Puede la tecnología reducir las condiciones penosas de trabajo y asegurar más tiempo y valor a las habilidades manuales?

#### 6.7.3 Usar las Tecnologías Apropriadadas

La tecnología apropiada es cualquier tecnología que es adecuada al contexto de una determinada comunidad, zona, región o país. Es una amalgama de habilidades, métodos, técnicas, dispositivos y equipos que pueden contribuir a resolver los problemas básicos socioeconómicos de la comunidad en concreto (Das, 1981: p. 11). Las tecnologías apropiadas no conllevan una división entre 'tecnología moderna' - supuestamente, la de los países desarrollados - y las 'tecnologías tradicionales' - supuestamente 'primitiva' y 'desfasada'. Las tecnologías apropiadas son simplemente, aquellas que son las que mejor se aplican al contexto en concreto.

En el caso del hardware para la tecnología apropiada, es bien el resultado de mejorar las tecnologías tradicionales o de rebajar las tecnologías sofisticadas modernas o de innovaciones.

Para nosotros es esencial decidir lo que realmente significan estos términos muy de moda actualmente de tecnología - 'intermediarias', 'apropiadas' o con 'capacidad de adaptación'. Mi propia interpretación es que estas tecnologías son aquellas que nos muestran los caminos más fáciles, más sencillos, menos caros pero eficientes de enfrentarnos con los problemas cotidianos, Tales tecnologías son de precios razonables porque los productos de base necesarios son fácilmente asequibles así como las habilidades que se necesitan para el trabajo. Todo lo que se necesita es adelantarse a las investigaciones que han hecho nuestros antepasados - es decir, añadir nuestra experiencia del siglo veinte para mejorar lo que ya se ha logrado. Pero esta adición debería de ser una contribución, no una contradicción. Laurie Baker, 1990

– Laurie Baker, 1990

Preguntas que hay que hacerse para determinar si una tecnología que se va a introducir es 'apropiada':

- ¿Es viable económicamente?

- ¿Se puede adaptar fácilmente y es sostenible? ¿Se puede reemplazar sin alterar la calidad del producto?
- ¿Es técnicamente factible? ¿Facilita el traslado a otros materiales?
- ¿Se adapta a la estructura socioeconómica y a los patrones de las comunidades locales?
- ¿Es capaz de adaptarse y de desarrollarse más en las condiciones locales?
- ¿Se puede llevar a cabo, bien mejorando la tecnología tradicional o rebajando la tecnología moderna?
- ¿Se puede introducir como resultado de innovaciones recientes o invenciones?
- ¿Será capaz de crear un sentido de participación y decisión a nivel local?
- ¿Es susceptible de ser usada en fuentes de energía no convencionales, tales como biogás, energía solar y eólica?
- ¿Es segura?

#### Utilidad de Usar / Introducir Tecnologías Apropriadas<sup>41</sup>

- Pueden ayudar a proporcionar empleo a un gran número de personas en zonas rurales.
- Con la introducción de herramientas mejoradas de artesanía y de máquinas sencillas, los artesanos de los pueblos pueden mejorar, en gran medida, su rendimiento y sus productos finales pueden competir bien en el mercado.
- Requieren aportes mínimos de formación. Las máquinas y los equipos, si no se manejan bien y no las utilizan operadores con experiencia, no pueden fabricar productos de calidad. Para manejarlas es necesaria la técnica y el conocimiento para lo que se requiere formación intensiva. Las tecnologías apropiadas por otra parte, son normalmente de clase muy sencilla y son, comparativamente, baratas. Operadores locales con poca formación pueden instalarlas y manejarlas. El mantenimiento y la reparación no ofrecen ninguna dificultad especial. En el contexto rural, donde las facilidades de transporte y de comunicación no están bien desarrolladas, es muy importante mantener el alza de los costos debido a las distancias de los centros industriales y la compra de las piezas de recambio de los centros urbanos cercanos plantea diversas dificultades.

#### 6.7.4 Explorar la Tecnología de Género

Una de las razones por las que las mujeres son consideradas como poco expertas en tecnologías es porque las habilidades no siempre se miran como

técnica. También se ven desde la perspectiva de las tareas domésticas, lo que significa que se reducen a 'trabajo de mujeres' y no son valoradas. Es necesario prestar atención especial a la nueva definición de los sistemas culturales con relación a las mujeres. La tecnología, al estar en general controlada por los hombres, refuerza los tabúes culturales enraizados en lugar de negarlos. Así pues, la tecnología continúa quitándole derechos a las mujeres. La creencia de que las mujeres son ineptas, tecnológicamente hablando, está tan enraizada que es invisible e ignorada. El diseño necesita tratar seriamente las preocupaciones de género de tal naturaleza.

Las siguientes preguntas pueden ayudar a evaluar la situación en este contexto:

- ¿Tienen los hombres y las mujeres el mismo acceso a los recursos requeridos para el uso de la tecnología?
- ¿Tienen los hombres y las mujeres el mismo acceso a la técnica y a la formación necesaria para el uso de la tecnología?
- ¿Se pueden cambiar los actuales patrones de control?
- ¿Poseen tierras las mujeres? ¿Afecta este factor al éxito del proyecto?
- ¿Tienen las mujeres acceso al crédito? ¿Qué implicaciones tiene este factor para el éxito del proyecto?
- ¿Quiénes toman las decisiones en el pueblo? ¿Afectará este factor a la puesta en práctica de las actividades del proyecto?
- ¿Cómo se ha compartido la información del proyecto en la comunidad? ¿Los hombres y las mujeres son conscientes de la intervención y actividades propuestas? ¿Cuáles son las actitudes frente al proyecto?
- ¿La contribución de las mujeres se mide en términos de costo / precio? ¿Participan las mujeres de las ganancias?

#### 6.7.5 Hacer el Cambio Tecnológico Participativo y con Capacidad de Adaptación

*Cambiar proyectos existentes, cursos de formación o actividades similares para permitir a los participantes incluir nuevas perspectivas. Muchos cursos de formación están diseñados de forma vertical o ignorando las técnicas que los participantes pueden añadir a tales programas. Puede que sean capaces de identificar modificaciones que mejorarán la sensibilidad de la formación o de otras actividades del proyecto.*

El diseño se puede realizar de forma participativa, haciendo de puente, una vez más, entre la gente y la tecnología, permitiendo ejercer el control, en lugar

<sup>41</sup> Proviene de los éxitos prácticos de las industrias de los pueblos y cottage (industria casera) de la India en donde más de 500 artículos se han reservado para ser fabricados en las industrias de los pueblos, en las industrias cottage y de pequeña escala, sin competir con las industrias de gran escala.

de ser controlados por la tecnología. Los diseñadores desempeñan un papel importante en la utilización de la tecnología en el desarrollo. Las sociedades del Tercer Mundo, en lugar de tomar y moldear la tecnología según sus valores, están siendo moldeadas por la tecnología, especialmente por aquellas que el Primer Mundo se digna permitirles. Aquí es donde la intervención en el diseño puede resultar crítica. Sin embargo, el cambio tecnológico, como parte de la intervención en el diseño, debe ser orgánico y con capacidad de adaptación - un proceso en el que el artesano está involucrado integralmente - para que el cambio tecnológico o la adaptación sea beneficioso y productivo y no perjudicial en términos de calidad, sostenibilidad y medios de vida a largo plazo.

- **Identificar las capacidades técnicas y las contribuciones entre los artesanos:** Es importante comprender lo que significa tecnología y capacidad entre los artesanos. La tecnología se considera, a menudo, como la maquinaria u objetos de alta tecnología. Sin embargo, en un sentido más amplio, la tecnología es algo que nos ayuda a producir cosas. En realidad, incluye herramientas y equipos, pero con el fin de producir algo, también necesitamos las habilidades y el conocimiento para usar las herramientas y los equipos para desarrollar un producto. Es importante capacitar a los artesanos para que reconozcan el valor de las capacidades necesarias para hacer cosas diferentes y comenzar a identificar estas capacidades como tecnología. La visión según la cual la tecnología es sólo herramientas, maquinaria y equipos - es decir, 'hardware' - debe ser cuestionada. El valor asignado a ciertas capacidades también debería cuestionarse, por ejemplo, ¿es la herrería menos difícil y tiene más valor que la costura? (Ver Estudio de casos en Sección III: NIFT-CARE-FICCI Ayuda en el desastre de Kutch.)
- **La organización como capacidad técnica:** el proceso de producción requiere organización. Las diferentes tareas se tienen que realizar en un orden concreto (plantar antes de desherbar, molienda antes de la extracción del aceite) y el trabajo y otras condiciones necesarias para llevar a cabo las tareas deben estar organizadas. Cuando las gentes tienen muchas cosas diferentes que hacer en un día (en concreto las mujeres), las actividades organizativas de un proceso de producción puede que requieran una capacitación considerable. La organización es parte de la producción y una parte de la tecnología.
- **La tecnología como contribución infraestructural:** El hecho de que la tecnología pueda resolver problemas, no tiene nada que ver con el proceso artesanal, sino más bien con la infraestructura necesaria para ejecutar el proceso. El alfarero Ramkrishanappa, de un pueblo de las afueras de Bangalore, identificó el agua como el problema más acuciante de su artesanía. La contribución tecnológica que se está considerando es un modelo de recolección de agua en el que Srishti está trabajando.

## Algunos Temas Claves de la Intervención en el Diseño

- Primero, identificar quién tiene acceso y control sobre los siguientes recursos y quién se beneficia de ellos: tierra, capital, trabajo, técnica, tecnología, educación, ahorros de crédito, información y poder político. Recordar que el acceso a los recursos no implica necesariamente, tener control sobre ellos.
- Considerar dónde y cuándo tienen lugar las actividades, cuánto tiempo llevan, por qué las mujeres realizan algunas tareas y los hombres otras, cuántos roles y responsabilidades están organizados teniendo en cuenta la edad y grupos sociales, y cuántos roles y responsabilidades han cambiado con el paso del tiempo.
- ¿Qué tecnologías se están utilizando para qué actividades? ¿Qué actividades toma mucho tiempo realizarlas y son de trabajo intensivo? ¿Quién las hace? ¿Puede la introducción de la tecnología ahorrar tiempo, reducir los trabajos penosos, mejorar la salud y aumentar la seguridad? ¿Qué implicaciones tendrá esto en el trabajo?
- ¿Cuál será el impacto de la intervención tecnológica en mujeres y hombres?
- ¿Con la introducción de la tecnología, cambiará la división existente del trabajo?
- ¿Quién tiene el control de la tecnología? ¿Puede esta promover una igualdad más amplia? ¿O, puede conducir a que dejen de tener control?
- ¿Afectará el proyecto los servicios básicos y necesidades, tales como agua, carburante y transporte? ¿Cuál será el impacto de estos factores en la vida de hombres y mujeres?
- ¿Qué implicaciones tiene esta información para diseñar los programas de formación y otras actividades del proyecto?
- El diseño del proyecto tiene que tener en cuenta que el acceso de hombres y mujeres les conduzca al control de los recursos y al flujo de los beneficios de las actividades del proyecto.

## 6.8 LABORATORIO DE DISEÑO: INSTRUMENTOS DE TRABAJO - ARTESANÍAS DE COLOMBIA

### 6.8.1 Planeación

La planeación es un instrumento que permite la administración de los recursos físicos, técnicos y económicos para la realización de acciones específicas.

El Laboratorio de Diseño programa y organiza sus actividades con base en un plan operativo de diseño de presentación anual, de éste se genera un informe de diseño de presentación mensual y anual, estos se ordenan y presentan en un cuadro genérico establecido por región, departamento, y municipio. Cada asesor por contratación directa o convenio, registra mes a mes en el formato la información

pertinente a los proyectos bajo su responsabilidad, con miras a lograr continuidad en el trabajo desarrollado con cada grupo artesanal, marcando las pautas para las acciones a tomar, mensual y anualmente.

### 6.8.2 Investigación

Actividad enfocada al análisis, evaluación y ponderación de los componentes que hacen parte de la actividad artesanal, como son: investigaciones para el mejoramiento de materias primas, nuevas tecnologías, referentes culturales e identidad, nuevos mercados, demanda del producto, sostenibilidad de los recursos, análisis de oferta, y demanda, nuevas tendencias, comportamiento del producto en los diferentes mercados, sistemas de promoción y divulgación en ferias y eventos. Igualmente se pretende mediante este instrumento, aportar conocimientos sobre el sector artesanal en aspectos técnicos, sociales, de identidad, componentes estéticos, simbólicos, prácticos, de producción, y comercialización entre otros.

### 6.8.3 Experimentación

Conjunto de prácticas realizadas sobre temas específicos del quehacer artesanal, en las que se busca programar y ejecutar una serie de ensayos, ya sea directamente en los talleres artesanales, talleres piloto, y/o laboratorios, para evaluar materiales, procesos, combinaciones, aleaciones, y diferentes posibilidades de transformación física o química de los componentes que intervienen en el desarrollo del producto. El propósito de estas prácticas es generar planteamientos y propuestas, para alcanzar la productividad, el mejoramiento de la calidad y la innovación en los productos nuevos o tradicionales.

### 6.8.4 Desarrollo de Productos

Está encaminado a la generación de piezas o productos artesanales que satisfagan mejor las necesidades, planteando el mejoramiento de la calidad, cambios o implementación de elementos tecnológicos en los procesos y/o modificaciones en la cultura organizacional; con el propósito de posicionar los productos artesanales y consolidar la empresa artesanal en el mercado.

#### 6.8.4(A) Definición de líneas de productos, sistemas y familias

Estrategia mediante la cual se define un conjunto de productos que se relacionan entre sí, ya sea por su forma y/o función, respondiendo a la demanda y tendencias del mercado y consolidando la empresa artesanal como organismo productor.

#### 6.8.4(B) Desarrollo de imagen, empaque y presentación final de productos artesanales

Mecanismo que pretende incrementar el valor agregado del producto a través de la imagen, de su

empaque, sus variables de protección y el modo como llega al consumidor final. Igualmente propone una variable importante para competir con otros productos similares en el mercado.

#### ■ Identidad gráfica para el producto artesanal

La artesanía compite en los mercados con otros productos hechos a mano, por esto es necesario dotarla con elementos de comunicación visual que permitan la transmisión de atributos y/o valores a la mente del consumidor y así competir en igualdad de condiciones con cualquier otro producto.

Con este propósito el laboratorio de diseño aplica un modelo de identidad gráfica el cual se desarrolla a través de talleres y asesorías con un profesional de diseño gráfico:

1. Taller teórico sobre la identidad gráfica en el producto y en la industria artesanal.
2. Taller práctico de evaluación de los elementos de identidad gráfica que posee el grupo, la empresa o taller artesanal.
3. Asesoría en identidad gráfica.
4. Implementación.

1. *Taller teórico:* es un evento colectivo y a él asiste el grupo sujeto del trabajo más interesado en el tema. Tiene una duración aproximada de cuatro horas, en el se aplica una metodología de seminario y el material de apoyo es: diapositivas, afiches con conceptos y ejemplos que ilustran el tema en la artesanía.

**En este taller se trabaja el concepto de comunicación e identidad gráfica, su objeto de aplicación en la producción artesanal, elementos gráficos y sus características, sistemas de identidad gráfica, identificadores institucionales y desarrollo en aplicaciones gráficas, lineamientos de rotulación y su normatividad.**

2. *Taller práctico:* se desarrolla en la empresa o taller del artesano, allí, a la luz de los contenidos del taller teórico se evalúan las aplicaciones que posee el artesano: papelería, avisos publicitarios del negocio, plegables catálogo y otros.

**La evaluación es un diálogo entre asesor y artesano que concluye con una lista de chequeo o cuestionario (anexo) sobre los elementos que requieren rediseño y/o los que requieren diseño y sus porqués. En este punto el artesano decide su compromiso con la fase siguiente, si el artesano opta por la asesoría esta se inicia en este mismo momento en el taller o empresa.**

3. *Asesoría en identidad gráfica:* se inicia trabajando en dos temas: lo que identifica el producto y lo que desea que se proyecte. Esta primera fase es interactiva y de producción conjunta; en ella se sientan las bases y se definen los primeros bocetos de la propuesta de identidad gráfica. Es fundamental la aceptación de la propuesta gráfica por parte del artesano.

Luego el asesor aplica la propuesta gráfica seleccionada en la papelería: sobres, papel, tarjetas, etiquetas y avisos de fachada. Para los grupos se aplica el trabajo a plegables y / o catálogos.

Los resultados de la asesoría se condensan en un informe impreso y en cd que se remite al artesano asesorado para su implementación, este documento final contiene además recomendaciones sobre materiales a utilizar, carta de color y tipografías.

4. *Aplicación:* la aplicación es opcional para el artesano y puede desarrollarla por fases de acuerdo a su presupuesto.

Los artesanos, grupos o empresas artesanales aplican la identidad gráfica para la presentación de su producto al proceso de selección, a los eventos feriales organizados por Artesanías de Colombia, ya que entre sus requisitos está la identidad gráfica.

- Diseño y desarrollo de empaque y embalaje para el sector artesanal

El propósito de esta asesoría es sensibilizar al artesano y pequeño productor sobre la importancia que tiene el empaque para un producto y el papel que este juega en el momento de la decisión de compra, al igual que lo que representa en cuanto a protección y presentación final.

La asesoría se desarrolla inicialmente con un seminario taller donde se conceptualiza el tema empaques y embalajes en lo relacionado con funciones y clasificación de los empaques, conocimiento pleno del producto, del mercado, de normas técnicas y materiales, distribución física, logística y proveedores, posteriormente se desarrolla un taller de creatividad donde el artesano, quien más conoce el producto, se acerca a los materiales, las dimensiones y la estructura y con ella genera propuestas, que son evaluadas conjuntamente con el asesor, quien a lo largo de diferentes jornadas de trabajo individual coordina los ajustes y pruebas necesarias, para determinar la viabilidad de la propuesta.

- Montaje y exhibición comercial para el sector artesanal

El principal objetivo de la asesoría es la sensibilización del artesano en el uso de esta herramienta para generar atracción, interés y estimulación del cliente hacia la compra del producto expuesto a través del buen uso de la exhibición, tanto en estantería como en vitrina, pues el productor y comercializador que quiere aumentar sus ventas además de atender amablemente a sus clientes debe emplear su creatividad y buen gusto para atraer nuevos compradores.

Para que resulten atractivos a la vista del posible comprador, la exhibición debe tener equilibrio y buen gusto, y esto se logra con un proceso de diseño que incluye:

- Definición del concepto del punto de venta.
- Identificación y definición del cliente potencial

- Identificación de líneas de producto
- Elaboración de presupuesto y definición de recursos.
- Construcción del concepto de la exhibición
- Diseño de la propuesta
- Costeo
- Ejecución de la propuesta
- Plan de cuidado y mantenimiento

La asesoría en montaje y exhibición se realiza a unidades productivas artesanales, que ven en este concepto oportunidades para mejorar su negocio, la mayoría de los artesanos asesorados por Artesanías de Colombia y que según su criterio cuentan con un nivel óptimo de desarrollo, tiene la oportunidad de participar en los eventos programados como ferias, ruedas de negocios, ruedas de presa y otros. Un asesor con especialidad en el tema, realiza un trabajo conjunto con el artesano cuyo resultado es una propuesta de exhibición acorde a los requerimientos del evento y las posibilidades del productor.

La metodología utilizada consistente en talleres teórico prácticos de carácter individual y/o colectivo, donde se elabora una estructura básica, sobre la cual el asesor en su oficina desarrolla la propuesta estructural y formal que socializa con el grupo, a partir de allí se toman las decisiones en cuanto a costos, manejo de materiales, producción y montaje.

Los contenidos desarrollados durante la asesoría son los siguientes:

- El espacio, el plano, la circulación, y el centro de interés o sub-espacio
- Las tipologías de las formas (rectilíneas, curvas), la organización o ritmo de las piezas (por repetición, por simetría, por radiación, por variación, por contraste)
- Componentes de la exhibición (el color, armonía, contraste, luz)
- Materiales necesarios en el momento del montaje de una exhibición.

#### 6.8.5 Pruebas de Mercado

Conjunto de actividades dirigidas a evaluar el comportamiento comercial de los productos desarrollados por el laboratorio de diseño y los diferentes grupos artesanales a partir de los gustos y preferencias del consumidor.

Su objetivo es establecer por medio de la investigación de mercados las directrices sobre los productos que deben ser desarrollados en las diferentes comunidades y generar diferentes espacios de exhibición y promoción comercial permanentes e itinerantes que permitan realizar intercambio de información entre diseñador y comprador - consumidor, sobre el diseño, la calidad y el precio de los productos ofertados.

# Anexos

## Posibles Formatos para la Recolección de Datos

### Posibles Formatos para Anexo I(A)

Entre los muchos métodos de recolección de información, una metodología de historia de los materiales es una de las que se podría quizás utilizar como base desde la que todos los productos de artesanía se podrían estudiar. Las exclusiones e inclusiones necesitan hacerse para cada modelo de artesanía.

**Materiales:** los materiales naturales, orgánicos / o hechos por el hombre que componen el producto y completan su apariencia.

- ¿Qué materiales se utilizaron para hacer el producto y completar su apariencia?
- ¿Los materiales utilizados influenciaron la forma final del producto?
- ¿Se utilizan estos materiales en productos similares?
- ¿Dónde se originaron los materiales?
- ¿Están disponibles estos materiales localmente? ¿Se están agotando estos materiales?
- ¿Son peligrosos estos materiales?

**Construcción:** los métodos empleados para producir el objeto; descripción física de la apariencia del producto.

- ¿Cuál fue el proceso seguido para fabricar y acabar el producto? Información pormenorizada, incluida la textura, tamaño, etc.
- ¿Qué herramientas se necesitaron?
- ¿Cuál es la calidad y complejidad de la construcción

- ¿Cómo afectaron o influyeron las técnicas de construcción empleadas a la apariencia del producto? Reglas de iconografía: tamaños, proporciones, etc.
- ¿Hay alguna forma de ornamentación / decoración presente? Si la respuesta es sí, ¿de qué tipo es?
- ¿Cómo afecta esto a la apariencia del objeto? ¿Cuáles son los símbolos locales, dibujos, motivos y colores utilizados?
- ¿La construcción de este producto difiere en gran medida de la construcción de productos similares, incluyendo productos hechos por el mismo artesano y por otros?
- ¿Es el diseño comparable con el diseño de otros productos? ¿Es el diseño en general un estilo fijo?
- ¿Qué grado de sofisticación representa el producto? ¿Cuál es el estilo, método de construcción, etc.?
- ¿De dónde provienen las herramientas? ¿Se hacen localmente? ¿Son herramientas similares a las utilizadas para hacer productos parecidos en otras partes?

**Función:** razón de la creación del producto y el uso que se le dio. Su eficacia en el papel para el cual está destinado, incluida la asistencia a función o funciones sociales.

- ¿Por qué se fabricó el producto?
- ¿Qué función desempeña este producto?
- ¿Cómo funciona el producto con relación a la función a la que está destinado?
- ¿Afecta el diseño, los materiales utilizados, los métodos de construcción empleados o la ornamentación aplicada al comportamiento funcional del producto? ¿Algunos de estos dificultan o reducen la efectividad del producto?
- ¿Revela la función del producto algo sobre su fabricante / propietario?
- ¿Cuál es la función del producto actualmente? ¿Ha cambiado su función con el tiempo?

**Procedencia:** el lugar geográfico y hora de origen y su historia, incluidas las alteraciones o evolución desde su punto de origen al actual.

- ¿Dónde y cuándo se produjo el objeto?
- ¿Quién fue el fabricante?
- ¿Dónde y cómo se utilizó el objeto?
- ¿Quién es el usuario del producto?
- ¿Cuál es el estatus social, profesión, etc., del usuario?

Anexo 1(B)

**MODELO DE HOJA 1**

- Categoría del objeto/ número de referencia: año, número de foto / país / región / grupo étnico.
- Foto o boceto
- Objeto y descripción general / nombre local / material / medidas/ uso / dónde se recogió / dónde se fabricó / dónde se distribuyó / fecha de recogida / coste / observaciones - se está haciendo escaso, está experimentando cambios de uso, relaciones o parecido con otros objetos, etc.

**MODELO DE HOJA 2**

- Técnicas utilizadas.
- Talleres de trabajo / herramientas / tiempo tardado / observaciones
- Artesano / observaciones

**MODELO DE HOJA 3**

- Producción / comercialización
- Artículo / originalidad / producción media por día, por semana, por mes
- Número de personas empleadas en el taller de trabajo
- Precio de coste / precio de venta
- Facturación por semana, por mes, por año
- Distribución: directa / con intermediario / local regional / nacional / extranjera
- Existencias: materia prima / productos acabados / valor estimado
- Uso de equipos con excepción de las herramientas puramente manuales
- Energía fuente utilizada: humana / animal / eléctrica / hidráulica / combustible
- Observaciones sobre condiciones de trabajo, importancia de la competencia

**MODELO DE HOJA 4**

- Artesano/ fecha/ lugar/ región o provincia
- Aspectos generales/ nombre de identificación / grupo étnico/ edad / sexo / nacionalidad
- Dirección del taller de trabajo
- Número estimado de personas que viven u obtienen ganancias del taller
- Años de experiencia/ formación inicial/ fecha / persona responsable
- Formación posterior / fecha / persona o lugar responsable

- Objetos fabricados
- Materia prima utilizada
- Tipo de producto: tradicional o moderno / funcional o artístico
- Actividad: temporal / época del año / a tiempo parcial / duración/ a tiempo total
- Ayuda profesional: miembros de la familia / aprendices / empleados
- Breve descripción del taller / situación / tipo de edificio / superficie / herramientas / electricidad / agua
- Posición especial / aspectos del estilo de vida, vehículo, casa, teléfono
- Estatus local / miembro de organización como cooperativa, etc.
- Relación con el estado / contacto directo / ayuda estatal recibida en financiación, formación, equipos, etc.

■ **FOTOGRAFÍA**

- Es crítico pedir permiso al artesano o artesanos antes de fotografiar sus productos, entorno de trabajo, casas, etc. Hacer fotos puede ser una opción útil. En muchos casos, hace que la gente sea curiosa y hable; llegan, miran y hablan.
- Antes de fotografiar algo, se debería tener algún tiempo para observar. Esta fase de 'mirar' permitirá contar con una idea general que podrá memorizarse y que será útil más tarde cuando se necesiten descripciones precisas. La observación también ayuda a que sea más fácil conocer a los artesanos, aldeanos y comerciantes y les da tiempo para desterrar su desconfianza y para que se acostumbren a que se les hable, mire y pregunte. Use el cuestionario y añada notas después de las preguntas básicas.
- Las fotografías deberían proporcionar una ilustración significativa de los objetos, mostrando forma, materiales, cualidades estéticas, utilidad y posibilidades decorativas y comerciales.
- Las fotografías proporcionan una ilustración gráfica de los trabajadores artesanos en su entorno cotidiano de herramientas, técnicas y movimientos utilizados, mostrando las peculiaridades o dificultades del trabajo.
- Tome una fotografía de todo el objeto (desde lo más lejos posible, con un punto de referencia para indicar el tamaño). Tome también una de cerca para mostrar el material o materiales y la técnica o técnicas utilizadas, así como cualquier decoración, dibujos, colores o texturas. Un registro detallado, pasa a paso, o documentación de cómo se hace el objeto proporciona informes sobre el patrimonio cultural, ayuda a hacer una valoración tecnológica y también proporciona



información sobre los artesanos, sus necesidades y potencial.

- Cuando se está fotografiando, una única fotografía no es suficiente para mostrar cómo se ha hecho el objeto. Comience con la materia prima y muestre todas las etapas por las que pasó antes de transformarse en el artículo acabado. Las fotografías deberían tomarse de cerca para mostrar claramente los movimientos y las herramientas utilizadas.
- Es conveniente tener una vista general del taller para mostrar el entorno, la disposición de las herramientas y materiales y la relación entre los artesanos. También se pueden fotografiar las herramientas que sean especiales. Use una libreta para guardar pormenores de las fotos: fecha, lugar, número de película, detalles de cada toma y cualquier otra información del objeto o lugar.

### Anexo 1(C)

La clasificación inicial se puede hacer siguiendo las líneas generales:

- De acuerdo con el orden cronológico.
- De acuerdo con la categoría del producto / materia prima.
- Según el artesano.
- Según la técnica.
- Según el lugar / región.

**Se debería hacer tarjetas de información de cada objeto acompañado de fotografías.**

Aunque se ha hecho una lista más abajo con posibles formatos de cuestionarios, los mismos deberían considerarse, simplemente, como listas de chequeo, puesto que se ha observado que, en este campo, las respuestas a menudo coinciden y cada situación necesita ser tratada individualmente.

## CUESTIONARIO NO. 1

- (i) Fecha: \_\_\_\_\_ (ii) Lugar: \_\_\_\_\_  
 (iii) Región o provincia: \_\_\_\_\_  
 (iv) Categoría de las artesanías: \_\_\_\_\_

### 1. OBJETO / PROYECTO

#### 1.1 Descripción

- 1.1.1 Nombre usual: \_\_\_\_\_ Nombre local: \_\_\_\_\_  
 1.1.2 Forma: \_\_\_\_\_  
 1.1.3 Medidas: \_\_\_\_\_  
 1.1.4 Materia (s) prima (s) \_\_\_\_\_  
 1.1.5 Decoración, colores: \_\_\_\_\_  
 1.1.6 Uso: \_\_\_\_\_

#### 1.2 Producción

- 1.2.1 Dónde se hizo: \_\_\_\_\_ Dónde se vio o dónde se vendió: \_\_\_\_\_  
 1.2.1. Nombre del trabajador de la artesanía: \_\_\_\_\_  
 1.2.3. Dirección del trabajador de la artesanía: \_\_\_\_\_  
 1.2.4. Precio local: \_\_\_\_\_

#### 1.3 Observaciones

\_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

## CUESTIONARIO NO. 2

- Formulario no.: \_\_\_\_\_ Fecha: \_\_\_\_\_  
 Región o provincia: \_\_\_\_\_ Lugar: \_\_\_\_\_  
 Categoría de la artesanía: \_\_\_\_\_

### 2. TRABAJADOR ARTESANO

#### 2.1 ASPECTOS GENERALES

##### 2.1.1 Identificación

- 2.1.1.1 Apellido: \_\_\_\_\_ Edad: \_\_\_\_\_  
 Nombre: \_\_\_\_\_ Sexo: \_\_\_\_\_  
 Grupo étnico: \_\_\_\_\_ Nacionalidad: \_\_\_\_\_  
 2.1.1.2 Dirección del taller: \_\_\_\_\_  
 Número estimado de personas que viven o reciben ingresos del taller: \_\_\_\_\_

2.1.1.3 Dirección del trabajador artesano (si es diferente de la de arriba): \_\_\_\_\_

2.1.1.4 Inscripción oficial Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

En caso afirmativo, dónde se inscribió: \_\_\_\_\_

**2.1.2 Definición**

2.1.2.1 Años de experiencia: \_\_\_\_\_

2.1.2.2 Formación inicial Fecha: \_\_\_\_\_ Persona responsable \_\_\_\_\_  
(familia u otros) Lugar: \_\_\_\_\_ Periodo de formación: \_\_\_\_\_

2.1.2.3 Formación posterior Fecha: \_\_\_\_\_ Persona responsable \_\_\_\_\_  
Lugar: \_\_\_\_\_ Duración de formación: \_\_\_\_\_

2.1.2.4 Objetos fabricados: \_\_\_\_\_

2.1.2.5 Materias primas utilizadas : \_\_\_\_\_

2.1.2.6 Tipo de producto: Tradicional  o moderno   
Funcional  o artístico

2.1.2.7 Actividad: Estacional  Época de año \_\_\_\_\_  
A tiempo parcial  Duración \_\_\_\_\_  
A tiempo total

2.1.2.8 Ayuda profesional: Miembros de la familia:  Número: \_\_\_\_\_  
Aprendices:  Número: \_\_\_\_\_  
Empleados:  Número: \_\_\_\_\_

2.1.2.9 Breve descripción del taller (situación, tipo de edificio, superficie, herramientas, electricidad, agua):

**2.1.3 Posición social**

2.1.3.1 Aspectos del estilo de vida (vehículo, casa, teléfono):

2.1.3.2 Estatus local (Ej.: jefe del pueblo, agricultor)

2.1.3.3 Calidad de socio de organizaciones (grupo profesional, cooperativa)

2.1.3.4 ¿Ha recibido el trabajador artesano ayuda estatal (financiera, formación, equipos)?

**2.2 ASPECTOS ECONÓMICOS**

**2.2.1 Suministros**

2.2.1.1 Origen de las material primas:  
Local (menos de 5 kms. de distancia)  5-10 kms. de distancia   
10-50 kms. de distancia  Más de 50 kms. de distancia   
Si se obtienen del extranjero, origen: \_\_\_\_\_ Cantidad pagada: \_\_\_\_\_

2.2.1.2 Distancia de líneas de comunicación (varias respuestas posibles):

DISTANCIA	Hasta 1 Km	1-10 Kms
TIPO		
Camino		
Carretera (asfaltada)		
Tren		
Río navegable		
Aeropuerto		
Puerto		

2.2.1.3 Cantidad de materia prima utilizada:

	TIPO	CANTIDAD
Al día:		
A la semana:		
Al mes:		

2.2.1.4 Cantidad de materia prima comprada:

TIPO	CANTIDAD	FRECUENCIA

2.2.1.5 Energía utilizada en la producción:

Gasolina  Agua   
 Eléctrica  Ninguna

2.2.1.6 Si no se usa energía, ¿por qué no?

	No disponible	Demasiado cara	Innecesaria
Gasolina			
Agua			
Eléctrica			

2.2.2 Ritmo de producción

2.2.2.1 Número de objetos fabricados: Al día: \_\_\_\_\_  
 A la semana : \_\_\_\_\_  
 Al mes: \_\_\_\_\_

2.2.2.2 Tiempo estimado: Objeto 1: \_\_\_\_\_  
 Objeto 2: \_\_\_\_\_  
 Objeto 3: \_\_\_\_\_  
 Objeto 4: \_\_\_\_\_

2.2.2.3 Existencias (valor estimado, si es posible)  
 Materia prima: \_\_\_\_\_  
 Productos acabados : \_\_\_\_\_

2.2.2.4 Capacidad de producción extra: Sí  No   
 Si es afirmativa, cantidad estimada  
 Al día: \_\_\_\_\_  
 A la semana : \_\_\_\_\_  
 Al mes: \_\_\_\_\_

2.2.3 Gestión

2.2.3.1 Coste medio de materia prima de una serie de artículos (Ej.: 10, 50, 100). Según la categoría:  
 \_\_\_\_\_

2.2.3.2 Otros gastos por el mismo número de artículos (Ej.: horas de trabajo, gastos varios):  
 \_\_\_\_\_

2.2.3.3 Estimación del artesano del precio de coste de cada artículo:  
 \_\_\_\_\_

2.2.3.4 Promedio de precio de venta en el lugar (por artículo):  
 \_\_\_\_\_

2.2.3.5 ¿Varían los precios dependiendo de la cantidad? Sí  No

2.2.3.6 ¿Varían los precios dependiendo de los clientes? Sí  No

2.2.3.7 Facturación media: A la semana: \_\_\_\_\_  
 Al mes: \_\_\_\_\_

2.2.3.8 ¿Se conceden créditos? Sí  No

2.2.3.9 ¿Hay crédito del suministrador? Sí  No

2.2.3.10 Forma habitual de financiar una compra: Recursos propios   
 Préstamos de familia / amigos   
 Sistema bancario

2.2.3.11 ¿Se puede obtener fácilmente financiación exterior? Sí  No   
 Tipo de interés: \_\_\_\_\_  
 Fuente (familia, amigos, banco): \_\_\_\_\_

2.2.3.12 ¿Tiene deudas el trabajador? Sí  No   
 Porcentaje estimado de facturación: \_\_\_\_\_

2.2.3.13 ¿Se mantiene contabilidad escrita? Sí  No   
 ¿De qué tipo?: \_\_\_\_\_

2.2.3.14 ¿Utiliza el trabajador cuenta bancaria? Sí  No

2.2.3.15 ¿Utiliza el trabajador cheques bancarios? Sí  No

**2.2.4 Comercialización / distribución**

2.2.4.1. Métodos de venta (publicidad, ofertas especiales, escaparates): \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

2.2.4.2 Tipos de clientes (intermediarios, venta directa, local, regional, nacional, extranjera): \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

2.2.4.3 Importancia de los diferentes tipos de clientes (en orden decreciente de importancia y dando porcentajes de cada uno, si es posible): \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

2.2.4.4 Experiencia en ferias y exposiciones de muestras:  
 Nacionales: \_\_\_\_\_  
 Internacionales: \_\_\_\_\_

2.2.4.5 Experiencia de enviar artículos al extranjero: Sí  No

2.2.4.6 Si los clientes son, en su mayor parte, intermediarios:  
 Cantidad comprada: Frecuencia:  
 Compra por pedido: Sí  No   
 Anticipos posibles: Sí  No   
 Punto final de venta: Conocido: \_\_\_\_\_  
 Supuesto: \_\_\_\_\_

2.2.4.7 ¿Tiene el artesano un lugar para exponer los artículos? Sí  No   
 En el lugar de trabajo: \_\_\_\_\_  
 En otro lugar (tienda, escaparate, aeropuerto): \_\_\_\_\_  
 De ser así, superficie: \_\_\_\_\_

2.2.4.8 ¿Se utiliza el embalaje para el transporte? Sí  No   
 De ser afirmativo: hecho localmente por el artesano   
 hecho localmente por otro trabajador   
 comprado en el país   
 comprado en el extranjero

2.2.4.9 Medios de transporte utilizado (al por menor o al por mayor):  
 Carretera  Tren  Avión  Barco  Animal

**2.2.5 Competencia**

2.2.5.1 Competidores: Local / pueblo, número: \_\_\_\_\_  
 Regional: \_\_\_\_\_  
 Nacional: \_\_\_\_\_

2.2.5.2 ¿Hay productos importados compitiendo? Poner ejemplos.  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

**2.2.6 Impuestos**

2.2.6.1 Nombre / denominación: \_\_\_\_\_

2.2.6.2 Sistema tributario: \_\_\_\_\_

2.2.6.3 Modo de pago: \_\_\_\_\_

2.2.6.4 Frecuencia: \_\_\_\_\_  
 Cantidad pagada cada vez: \_\_\_\_\_

# Bibliografía

- *Aditi: The Living Arts of India*, Washington D.C., Smithsonian Institution Press, 1985. (Publicado con ocasión de la exposición 'Aditi: A Celebration of Life' en el National Museum of Natural History, Smithsonian Institution, Washington, D.C.).
- Antony, K.A., 'Prostitution No More: A Scourge in Aruvakkode', *Indian Express*, 17 de julio 1993.
- Baker, Laurie, in J.S. Singh, S.PÁG. Singh, S. Shastri (ediciones), *Science and Rural Development in the Mountains*, Nainital: Gyandoya Prakashan, 1980.
- Balaram, S., *Thinking Design*, Ahmedabad: National Institute of Design, 1998.
- Balasubramanian, A.V., 'Utilisation of Indigenous Technology', *Moving Technology*, CAPART (Council for the Advancement of People's Action and Rural Technology), agosto 1987, pág.6.
- Basu, Kajal, 'All Art and Design has Its Own Place and Time: Interview with Haku Shah', *Economic Times*, 31 diciembre 1992, pág.10.
- Basu, Kajal, 'Strange Patterns, Distant Shores: Interview with Helena Peerheentupa', *Economic Times*, 10 diciembre 1992, pág.12
- Bhatia, Gautam, *Laurie Baker: Life, Work, Writings*, New Delhi: Viking, 1991.
- Birdwood, George C. M. (George Christopher Molesworth), Sir, 1832-1917. *The Industrial Arts of India*. London: Reprint Press, 1971. Publicado por vez primera en 1880.
- Chattopadhyay, Kamaladevi *The Glory of Indian Handicrafts*, New Delhi: Indian Book Co., hacia 1976.
- Chaudhary, Kamla, 'From Terracotta to Glazed Pottery', en *Moving Technology*, New Delhi: CAPART (Council for the Advancement of People's Action and Rural Technology), octubre 1987, pág. 23.
- Chhiber, Neelam, 'Merchandising', sin datos (conferencia sin publicar).
- Das, Ram, *Appropriate Technology: Precepts and Practices*, New York: Vantage Press, 1981.
- Eames, Charles and Ray, *The India Report*, Ahmedabad: National Institute of Design, abril 1958.
- Elliot, R., 'Towards a Material History Methodology', in Susan M. Pearce (ed.), *Interpreting Objects and Collections*, London; New York: Routledge, 1994.
- Etienne-Nugue, Jocelyne, *Methodological Guide to the Collection of Data on Crafts*, UNESCO, 1990.
- Fernando, Priyanti, Sajatha Wijethilake, and Helen Appleton, *Discovering Technologists: Women and Men's Work at Village Level in East Africa*, Nairobi, Kenya: Intermediate Technology Development Group, Eastern Africa, 2000.
- Frater, Judy, 'In the Eye of the Artisan', *Seminar: Celebrating Crafts: A Symposium on the State of Handicrafts*, Copia número 523, marzo 2003, pág.32.
- Goswami, Ravi, *Weavers of Jawaja*, Ahmedabad: National Institute of Design, 1992.
- IICD (Indian Institute of Crafts and Design), *Information Booklet*, Jaipur, Rajasthan, 2003
- Iyer, Nilam, 'Marketing and Product Development for Craft Groups: The Jawaja Experience', en *Moving Technology*, New Delhi: CAPART (Council for the Advancement of People's Action and Rural Technology), abril 1987, pág. 32.
- Jain, Meghana, 'Panipat Khes: Craft Documentation', Craft Revival Trust, New Delhi and IICD, Jaipur, 2002. (Disponible en [www.craftrevival.org](http://www.craftrevival.org))
- Jaitly, Jaya, 'Women, Technology and Crafts', en *Moving Technology*, New Delhi: CAPART (Council for the Advancement of People's Action and Rural Technology), junio 1987, pág. 7.
- 'Marketing of Crafts: Old and New Horizons', en *Moving Technology*, New Delhi: CAPART (Council for the Advancement of People's Action and Rural Technology), agosto 1990, pág. 4.
- 'For Design Intervention at the Local Level', *Economic Times*, 6 mayo 1993, pág. 8.
- Jinan, K.B., 'The Potters of Aruvacode: A Report of the Nilambur Project for the Revival of Skills and Markets for Traditional Potters in Kerala', Dastakari Haat Samiti, New Delhi, 1993.
- Jongeward, Carolyn, 'A Route to Self- Reliance: Interview with Ashoke Chatterjee', *Seminar: Celebrating Crafts - A Symposium on the State of Handicrafts*, Copia número 523, marzo 2003, pág. 37.
- Kannan, T.S., 'Technology Transfer: A Conceptual Framework', en *Moving Technology*, New Delhi: CAPART (Council for the Advancement of People's Action and Rural Technology), agosto 1987, pág. 3.
- Kasturi, Poonam Bir, 'Collecting Experiences: A 10- day Workshop for Stone Craftspersons', Srishti, Bangalore, 2003.
- 'Notes of 'Potters' Workshop', 30 de abril al 6 de mayo 2003, sin publicar.
- 'Notes on Avakash: Workshop on Networking Craft and Design', 5 abril 2003. (sin publicar)
- 'The India Report Revisited', enviado a Craft Revival Trust, New Delhi, website [www.craftrevival.org](http://www.craftrevival.org).
- Khosla, Ashok, 'Improved Institutions for Handloom Technologies', en *Moving Technology*, New Delhi: CAPART (Council for the Advancement of People's Action and Rural Technology), junio 1988, pág. 3.
- Lodya, Arvind, Crisis of Traditional Craft in India, enviado a Craft Revival Trust, New Delhi website [www.craftrevival.org](http://www.craftrevival.org), 2003.
- Madan, T.N., *Discovering Anthropology: A Personal Narrative*, sin datos
- Menon, Sadanand, 'Negating the Crafts is Itself a Craft', *Economic Times*, 12 noviembre 1995, pág. 12.

- 'A Surfeit of Utopias: Design and Design Education', en Dashrath Patel (ed.), *In the Realm of the Visual*, New Delhi: National Gallery of Modern Art, 1998.
- 'Design as if People Mattered: Rural Design School', en Dashrath Patel (ed.), *In the Realm of the Visual*, New Delhi: National Gallery of Modern Art, 1998.
- Madhvi, Shetu, 'Technology Transfer and Rural Development', en *Moving Technology*, New Delhi: CAPART (Council for the Advancement of People's Action and Rural Technology), agosto 1987, pág. 25.
- Matthai, Ravi J., *The Rural University: The Jawaja Experiment in Educational Innovation*, Bombay: Popular Prakashan, 1985.
- Mirmira, S.K, 'Technologies for Traditional Pottery', en *Moving Technology*, New Delhi: CAPART (Council for the Advancement of People's Action and Rural Technology), octubre 1987, pág. 25.
- Mohan, Sridevi, 'This is How the Wheel Turns', *Pioneer*, 14 junio 1994.
- Naipaul, V.S., *India: A Wounded Civilisation*, New Delhi: Vikas, 2003.
- Nanavatty, Meher C., 'Constraints in Technology Transfer', en *Moving Technology*, New Delhi: CAPART (Council for the Advancement of People's Action and Rural Technology), agosto 1987, pág. 9.
- NGMA (National Gallery of Modern Art, New Delhi), 1998, *In the Realm of the Visual: Five Decades (1948-1998) of Paintings, Ceramics, Photography*, desarrollado por Dasarath Patel, New Delhi, NGMA.
- National Institute of Design, *Reflections on Design: Twelve Convocation Addresses*, Ahmedabad: National Institute of Design (NID), 1992.
- *Design Concerns: Student Colloquium Papers*, Ahmedabad: National Institute of Design (NID), 1993.
- Admission Information *Prospectus*, Ahmedabad: National Institute of Design (NID), 2003
- National Institute of Fashion Technology (NIFT), 'Minutes of Seminar on Cluster Development Initiative', New Delhi: NIFT, sin datos
- 'Report: NIFT-CARE Project: Design and Livelihood', New Delhi: NIFT, 2002.
- *Prospectus*, New Delhi: NIFT, 2003.
- Padmanabhan, Chitra y Namrata Joshi, 'Fabric of a Design Solution', *Economic Times*, 6 mayo 1993, pág. 8.
- Panchal, J.A. y M.PÁG. Ranjan, 'Institute of Crafts: Feasibility Report and Proposal for Rajasthan Small Industries Corporation', Ahmedabad: National Institute of Design, 1993.
- Patel, Dashrath (ed.), *In the Realm of the Visual: Five Decades (1948-1998) of Paintings, Ceramics, Photography, Design*, New Delhi: National Gallery of Modern Art (NGMA), 1998.
- Prasad, Devi, 'The Indian Potter and His Future', en *Moving Technology*, New Delhi: CAPART (Council for the Advancement of People's Action and Rural Technology), octubre 1987, pág. 2.
- Ranjan, M.PÁG., Jatin Bhatt, Madhurima Patni, y D. Koshy, 'Major Education Programme Craft Design: Revised Draft Report and Notes', Institute of Crafts, Jaipur, 1997.
- Seetharaman, S.PÁG., 'Marketing Strategy for Handlooms', en *Moving Technology*, New Delhi: CAPART (Council for the Advancement of People's Action and Rural Technology), junio 1988, pág. 26.
- Seminar: Celebrating Crafts: A Symposium on the State of Handicrafts, 23 marzo 2003.
- Sen, Amartya, *Development as Freedom*, New Delhi: Oxford University Press, 1999
- Sethi, Suresh y Chandravijai Singh, *Gadhi Lohars and Kumbhars of Jawaja*, Ahmedabad: National Institute of Design, 1992.
- Sharma, T.N., 'Pottery for National Development', en *Moving Technology*, New Delhi: CAPART (Council for the Advancement of People's Action and Rural Technology), octubre 1987, pág. 7.
- I Shah, Haku, 1992 (31 diciembre), en una entrevista con Kajal Basu: 'All Art and Design has its Own Place and Time', *Economic Times*.
- Southwell, Mirjam, 'Magic by Design: Technology Transformed', *Image x Text: Journal for Design*, vol. 7, 1997.
- Srishti, School of Art, Design and Technology, Bangalore, *Prospectus*, 2003.
- SRUTI (Society for Rural, Urban, and Tribal Initiative), *India's Artisans: A Status Report*, New Delhi: SRUTI, 1995.
- Susanth, C.S., 'Design and Development Workshop on Coconut Shell Products in Cherai, Kerala', 27 de enero al 10 de febrero 2000, Ahmedabad: NID Outreach Programme, 2000.
- Tyabji, Laila, 'One Day We May Have No Crafts', *Economic Times*, 12 noviembre 1995, pág. 12.
- 'The Problem', *Seminar: Celebrating Crafts: A Symposium on the State of Handicrafts*, número 523, 23 marzo 2003, pág. 12.
- Vyas, H. Kumar, *Design and Environment: An Introductory Manual*, Ahmedabad: National Institute of Design, sin datos
- *Design: The Indian Context*, Ahmedabad: National Institute of Design, 2000.
- Vyasa, H.P. y and Debashish Jana, 'Design and Development Workshop on Terracotta Products, Panchmura, West Bengal', Ahmedabad: NID programa de alcance para DC (Artesanía).
- Walker, Stuart, *The Manifestation of Meaning: A Discussion of the Environmental, Social and Spiritual Aspects of Product Design*, sin datos