

IDENTIDAD ANTIOQUEÑA

Experiencia de Diseño para la Artesanía desde la Universidad

D.I Sandra Marcela Vélez Granda

sandravelez@gmail.com

Docente - Investigadora

Grupo de Investigación de Estudios en Diseño

4488388 Ext. 13636

Resumen

Durante varios años se ha estado hablando en Colombia acerca del diseño para la Artesanía y bastante se ha explorado acerca de esto. No por ello, es menos importante hablar en estos tiempos del mismo asunto ya que se trata de un tema inagotable cuando de posibilidades para el Desarrollo se habla, especialmente en nuestro país donde las potencialidades endógenas cada vez están siendo más opacadas por el implacable fenómeno de la globalización.

El módulo Producto e Identidad de la Facultad de Diseño Industrial de la Universidad Pontificia Bolivariana, ha venido trabajando desde el año 2008 en el estudio de la identidad cultural en el territorio antioqueño, ya que el departamento no cuenta con una amplia historia en la tradición artesanal y por esto resulta un terreno bastante atractivo para iniciar con el estudio de sus fenómenos culturales, sociales y económicos. El tema se abordó desde el análisis de las características particulares de diferentes subregiones del que finalmente dieron como resultado la Colección Antioquia, una muestra de la posibilidad de potenciar los saberes y conocimientos de sus gentes, evidenciados en productos con alta carga *identitaria*.

Un gran acierto fue el diseño de la propuesta metodológica para el estudio y análisis de la identidad que ha sido revisado y ajustado para lograr lo que actualmente está siendo utilizado en el estudio de identidades en otros territorios

de Colombia. Cada una de estas experiencias de trabajo con grupos heterogéneos ha dado resultados bastante satisfactorios, sobre todo por el impacto que tuvo en la vida de los estudiantes quienes entendieron la verdadera importancia del ejercicio a través de la relación con los artesanos, con su cultura y con los fenómenos sociales de cada una de las subregiones. Además, de la oportunidad de trabajo que descubrieron en sectores antes desconocidos para ellos, pero que a partir de la experiencia hallaron bastante atractivos para su ejercicio profesional.

Palabras clave: Identidad cultural, Artesanía, Antioquia, Propuesta metodológica.

Eje temático: Investigación y desarrollo.

El origen del trabajo

Para el diseño industrial siempre ha existido una disyuntiva entre la producción masiva y la baja serialidad que se empezó a gestar a finales del siglo XIX, momento donde inician los procesos de industrialización en el país y la mano de obra necesaria para cubrir tales demandas es llevada del campo a la urbe. También algunos de los conocimientos ancestrales se ven reducidos a la elaboración de productos extraordinarios para su venta al turismo extranjero que encuentra en ellos los elementos diferenciales de la cultura en Colombia.

El diseño industrial entonces entendía que su único espacio de proyección estaba en esa industria un tanto incipiente y totalmente reducida a unos cuantos sectores productivos; pero tal dualidad se ha desdibujado en los últimos tiempos en Colombia con el impulso que algunas organizaciones de carácter local y nacional han realizado en diversos lugares del país, intentando potencializar, madurar e incluso rescatar algunos saberes y conocimientos productivos ancestrales que no se reconocían como campos de acción del quehacer del diseño.

Es por esto que la academia también se ha involucrado en dicho proceso y ha abierto espacios para el abordaje de esta temática rezagada en los programas académicos de algunas escuelas de diseño. La Facultad de Diseño Industrial de la Universidad Pontificia Bolivariana desde los años 90 ha abordado el diseño para la artesanía como un importante campo de acción para sus profesionales y ha encontrado en este una fuente inagotable de conocimiento y de trabajo colaborativo entre estudiantes y comunidades artesanales.

Desde el año 2008 este trabajo tomó un giro importante y a raíz de la división por subregiones que tiene Antioquia como estrategia turística se tomó la decisión de estudiar la identidad cultural antioqueña por subregiones ya que hacía parte de la historia de vida de la gran mayoría de los estudiantes que cursaban el módulo (talleres asociados a temáticas específicas del diseño) Producto e Identidad.

Se estudiaron entonces 5 de las 9 subregiones de Antioquia – Occidente, Urabá, Oriente, Suroeste y Valle de Aburrá (ver figura 1) – cada una de ellas con particularidades importantes que permitieron proyectar productos con identidad Antioqueña arrojando significativas conclusiones acerca de la diversidad cultural con la que cuenta el departamento; dato que resulta sustancial para iniciar el estudio de otras regiones del país y entender las múltiples expresiones culturales que se dan en Colombia.



Fig. 1 Mapa subregiones Antioquia

¿Cómo se hizo este trabajo?

Es esencial acercarse al concepto de artesanía entendida como *“una actividad creativa y permanente de producción de objetos, realizada con predominio manual y auxiliada en algunos casos con maquinarias simples obteniendo un resultado final individualizado, determinado por los patrones culturales, el medio ambiente y su desarrollo histórico”* (Ley 36 de 1984) y sobre identidad cultural retomar a Canclini cuando afirma que ésta

“... se apoya en un patrimonio, constituido a través de dos movimientos: la ocupación de un territorio y la formación de colecciones. Tener una identidad sería, ante todo, tener un país, una ciudad o un barrio, una entidad donde todo lo compartido por los que habitan ese lugar se vuelve idéntico o intercambiable. En esos territorios la identidad se pone en escena, se celebra en las fiestas y se dramatiza también en los rituales cotidianos.” (Canclini: 1989, 177).

De esta forma entonces se inicia el estudio de la identidad o identidades culturales del territorio antioqueño a través de la lectura de las características diferenciadoras de los grupos poblacionales. El trabajo se realiza con herramientas para la investigación etnográfica como el diario de campo, la observación, la historia de vida, el álbum de familia, líneas de tiempo, entre otros; que dan cuenta de los elementos de la cotidianidad que establecen todo aquello referido a la identidad del lugar y por supuesto de su gente. Esta fase denominada Lectura de contexto e In-formación ² *“debe realizarse siguiendo un patrón previamente determinado en el diseño, que permita pasar de las observaciones más superficiales de la organización formal, a los aspectos subjetivos pertinentes al modo como los individuos interpretan su realidad*

² Las fases de diseño a las que se hará mención (in-formación, forma-lización, con-formación) están enunciadas en el Método General de Diseño. Facultad de Diseño Industrial. UPB. 2006

objetiva” (Sanín: 2006) esto demuestra que observar la identidad no es un trabajo fácil.

Se debe atender a lo evidente y escudriñar lo oculto, entendiendo lo oculto como aquello que los individuos que hacen parte de un colectivo no consideran relevante pero que claramente son insumo para el investigador. Observar como extranjero teniendo diferentes fuentes y entender como local, permiten detectar todo aquello que marque y diferencie un pueblo de otro. La mirada atenta a las acciones, los gestos, las palabras, la indumentaria, los objetos y en general a todo lo material y lo intangible, dispone los sentidos a un sinnúmero de experiencias que propician la adecuada recolección de información.

La recolección de información le permite al investigador tener un avance secuencial e interpretar la información de manera simultánea; pero sólo se puede lograr esto a través de una buena herramienta en la que se deposite la información de una forma sistemática (ver figura 2). Esta información proporciona el insumo perfecto para leer símbolos y signos presentes en la cotidianidad de sus gentes, sus objetos, espacios y hábitos que serán objetualizados a través de la práctica del diseño y puestos a punto por manos expertas que dan forma a ideas que han sido plasmadas en el papel.



Fig 2. Ficha de análisis y línea de tiempo. Herramientas para la etapa de información en el proyecto de Diseño.

Con la información recolectada y analizada se puede iniciar el proceso de conceptualización donde todos los datos obtenidos son consignados en ideas rectoras que son el guión perfecto para construir un discurso coherente y pertinente tanto con los elementos de la cultura de origen como con la cultura destino de los productos diseñados. Todos los registros se convierten en insumo para el proceso conceptual. El concepto es la síntesis de la información recolectada, pero también es insumo de la fase posterior dotando al investigador-diseñador de las herramientas necesarias para llegar a la forma y materializar en un objeto la identidad. El proceso conceptual es tan extenso como el de *Información* porque en última instancia respalda todos y cada uno de los elementos dispuestos en la propuesta proyectual, es la cartografía del diseño.

En el concepto se debe entender todos los signos y símbolos analizados y determinar cuáles de ellos son relevantes para la *Forma-lización*; todos aquellos que den respuesta inmediata al lector del producto sobre el sitio de donde provienen y las manos que los fabrican.

Es tal vez el proceso más complejo pero más gratificante porque es hacer de la respuesta, un objeto identitario de un pueblo y al mismo tiempo identitario para quien lo adquiere. *“El concepto nace de una experiencia visual, que permite encontrar un rasgo común en una serie de impresiones concretas, descubrir signos entre lo observado, fundiéndolo en un proceso perceptivo a partir de una abstracción o de una generalización.”* (Vygotski, 1991, citado en Frigerio, Pescio y Piatelli: 2007, 45)

En la conceptualización se definen los fundamentos físicos y materiales al igual que aquellos intangibles que sólo un buen trabajo de campo logra desentrañar. Ejemplo de estos conceptos han sido *Urabá diversa: un sentir de múltiples colores* (ver figura 3) para la colección Urabá realizada en 2009 y *Tinto cargado de tradición* para la colección Suroeste de 2010, entre otros.



Figura 3. Imagen del concepto para la colección Urabá.

Estos conceptos generalmente están acompañados de textos que apoyan mejor la idea general de diseño y es el aporte fundamental de los estudiantes donde la percepción que tienen del lugar se convierte en palabras como la que se propuso para acompañar el concepto de la colección Suroeste:

“... al encuentro de dos cordilleras Colombianas, nace nuestra tierra paisa cafetera, cargada de tradición y montaña, labrada por las manos de nuestros arrieros en una maraña de caminos donde comienza una historia de sueños hechos realidad y metas para el futuro...” “...en las manos artesanas de nuestros arrieros campesinos montañeros residen valiosos saberes prácticos que describen nuestra cultura, es en la artesanía donde se plasma aquello que sin voz habla de nuestra identidad...”

La segunda fase es la *Forma-lización* que contempla el período blando del diseño, donde la fluidez y la flexibilidad son puestas a prueba para lograr una cantidad considerable de propuestas que son depuradas en el camino. La diferencia entre las propuestas y la capacidad de lograr una buena dosis de estas, depende en gran medida del proceso de *In-formación* ya que si se tienen todos los datos a la mano y la síntesis bien definida, este proceso no tomará mucho tiempo.

Los bocetos iniciales (ver figura 4), permiten mayor rapidez en la propuesta que se haga, y luego de una síntesis individual, todos son evaluados por el grupo de diseño conformado por todos los estudiantes y los asesores donde se exponen los rasgos de identidad evidentes en el producto y aquellos en los que se debe analizar cada detalle, y es este grupo el que decide qué se queda para evolucionar y qué propuesta, definitivamente no tiene posibilidades dentro de la colección.

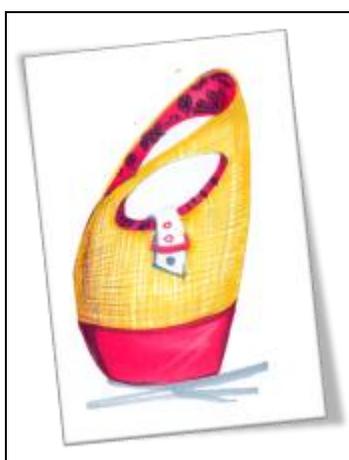


Fig. 4 La expresión gráfica en la fase blanda es vital para la representación adecuada de las ideas.

Cuando el concepto está terminado² y la *Forma-lización* muy avanzada, se retoma la fase de *In-formación* en el contexto estudiado apoyado en el *Diseño Participativo*³.

El proceso de *Forma-lización*, no sólo se lleva a cabo en las aulas; el grupo de artesanos directamente implicado entra a jugar un papel fundamental en el diseño un poco más elaborado. Las ideas y bocetos aprobados por el equipo de diseño, son llevadas al equipo de producción (en el caso exacto, el grupo de artesanos) donde estos evalúan la pertinencia del producto con su saber tradicional y

² El concepto se enriquece con los procesos posteriores, sin embargo en la fase mencionada llega a un aparente punto de culminación.

³ Este concepto ha sido importado de la metodología de investigación *acción – participación* para ser trabajado en el proceso de transferencia de diseño con participación activa de la comunidad artesanal. Es un concepto adaptado por los autores.

verifican si las nuevas propuestas no agreden la tradición cultural, social o política de su población. El artesano sugiere, aprueba, rechaza y en general decide con el diseñador, cómo deberán evolucionar las propuestas para que continúen con el diseño de detalle del producto, en la que nuevamente se debe llegar a un material de transferencia totalizante, flexible y dinámico.

Este *Diseño Participativo* (ver figura 5) es fundamental en el proceso de enseñanza-aprendizaje para todas las partes; el estudiante se involucra directamente con el productor que en este caso es la misma comunidad estudiada, el asesor aprende del maestro artesano y los medios se transforman para dar origen a otros alternativos que en el ejercicio cotidiano del diseño no son tenidos en cuenta y pertenecen a otras disciplinas de las que se ha adoptado el principio básico del método acción-participación.

En el método acción-participación, los miembros de la comunidad son parte activa del proceso investigativo desde el diagnóstico hasta la evaluación. A través de la experiencia de trabajo durante varios años con comunidades vulnerables, se ha tomado los elementos constitutivos de dicho método y se ha traducido al proceso de diseño. Conceptos como la motivación, promoción y corresponsabilidad se convierten en parte del lenguaje del profesional de Diseño con interés en la participación comunitaria.



Fig. 5 Estudiantes y artesanos en proceso de Diseño participativo en Chigorodó y Apartadó respectivamente

Para hacer posible este proceso, el diseñador debe preparar un material que sintetice la información y exprese claramente las ideas que serán debatidas en equipo. Esta preparación debe ser totalizadora, es decir, registrar la síntesis, evidenciar experiencia en la expresión gráfica, exponer los argumentos de las selecciones y además depurar la información para que sea fácilmente comprensible. El material de transferencia debe ser:

- **Totalizante.** Mostrar todos los elementos que hacen parte de la idea como materiales, herramientas, procesos y resultados.
- **Flexible.** Permitir cambios posteriores y tener la capacidad de adaptarse a diferentes contextos.
- **Didáctico.** Expresar de forma clara y concisa toda la información.

Un material correctamente elaborado podrá permitir la réplica de procesos en diferentes comunidades.

El ejercicio proyectual a partir de la lectura de un grupo poblacional que presenta características culturales diferenciadoras, es el inicio de una metodología que ha demostrado que el diseño es un trabajo desde, con y para la gente. **Desde la gente** porque es vital para el diseñador leer las necesidades de un grupo poblacional, una persona o un colectivo, es desde esta que se define ¿qué se quiere hacer? y ¿para qué se quiere hacer? Responder estas preguntas es un ejercicio que a diario se realiza en las escuelas de diseño de todo el mundo y en Colombia no es diferente.

Es un hecho que el abordaje de estas preguntas se hace de una manera diferente de acuerdo al contexto en el que se formulen y la respuesta estará supeditada en gran medida por los recursos con los que se cuente. De allí resulta entonces el **con la gente**, un recurso que el diseñador deberá atender y entender y potenciar para obtener los resultados esperados. Para el diseño con identidad cultural siempre es importante recordar y aplicar el saber hacer de un pueblo, su

conocimiento en muchos casos ancestral da el valor agregado al producto en el mercado. Y **para la gente** porque se quieren hacer propuestas que cuenten historias y que involucren al usuario en la historia contada en tanto se identifique con él.

La tercera fase del proceso de diseño – *la Con-formación* – es el momento de la materialización de las ideas. Esta materialización es un largo proceso de pruebas, para que los requerimientos definidos con antelación sean cumplidos a cabalidad por el producto terminado. La manufactura artesanal suele tener algunos traspiés debido a su carácter único, y efectuar cambios puede afectar en gran medida el resultado esperado. Sólo la experiencia y un buen material de transferencia que prevea las dificultades que se presentan comúnmente en el manejo de una técnica en especial, permitirá tener éxito en la materialización de la idea.

Esta Con-formación del producto artesanal, es decir volver tangible lo intangible es visto como una representación simbólica de los rasgos de identidad y es ahí donde el producto artesanal adquiere un cuerpo material, un cuerpo narrador de culturas donde ahora convergen la historia de los artesanos y su tradición y la historia del diseñador y su memoria. Esta nueva historia se mueve ahora en las dinámicas mercantiles globalizantes y el producto se traduce en algo que Raymond Williams definiría como patrimonio emergente en contraposición al arcaico y al residual ya que designa los nuevos significados y valores, nuevas prácticas y relaciones sociales en torno a los objetos que son originados en una cultura (en este caso perteneciente a la antioqueña) y llevados a otra (debido a la vocación de producto para la exportación) que los adopta en su cotidianidad⁴ (ver figura 6).

⁴ En cada una de las colecciones se tomaron usuarios Europeos que consumen productos de origen artesanal.

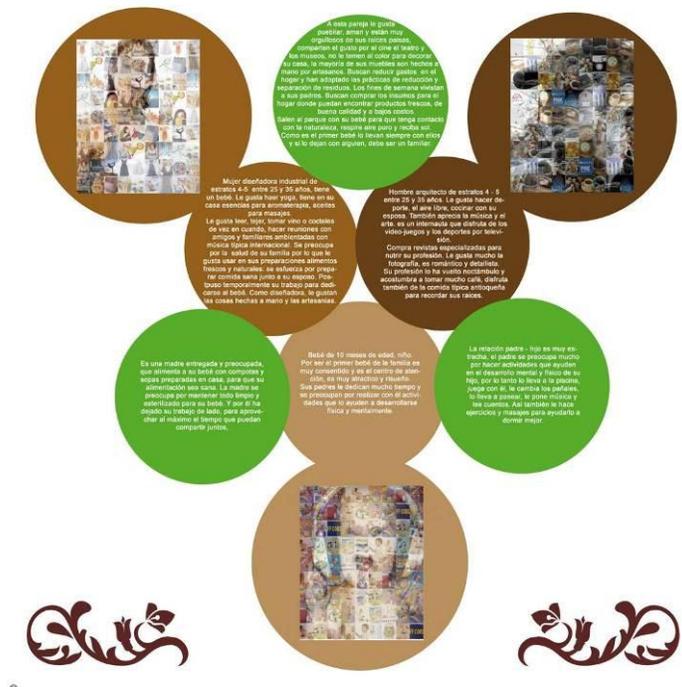


Fig. 6 Definición de usuarios para colección Suroeste

Cuando la materialidad está completamente resuelta, el ejercicio se concentra en la gestión del producto/colección. El objeto pensado como producto para el mercado; para ello se debe gestionar los elementos básicos de comercialización del producto como ejercicio académico. La gestión propicia el acercamiento de los estudiantes con la realidad comercial del producto; estudio de los canales de comercialización, diseño de exhibición y puesta en escena del producto, contactos con medios de comunicación para su difusión, y todo aquello que se considere necesario para dar a conocerlo al medio.

En este último momento del proceso metodológico los estudiantes realizan la campaña de expectativa para la entrega final de la colección (ver figura 7), buscan medios para su divulgación con medios de comunicación locales en canales de televisión, periódicos y revistas además de lugares para la exposición como museos, hoteles y bibliotecas. Esta gestión del proyecto incluye la participación en concursos para que sus proyectos tengan mayor impacto en el medio académico.



Fig. 7 Exhibición Colección Le Parché con vos identidad Valle de Aburrá

Los resultados

5 Colecciones que materializan la identidad Antioqueña (ver figura 8) donde aproximadamente 100 objetos hablan de su gente, su historia, sus costumbres, los usos y significados que dan a los espacios y objetos y en general todo aquello que define una cultura que según la Unesco es *“el conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o grupo social”*. Todas ellas incluyendo el diseño participativo y dos de ellas actualmente comercializadas por los grupos de artesanos con quienes se trabajó.



Fig. 8 Colecciones Occidente: Fruto de la colonia

Oriente: Orientate pues, Urabá: Un sentir de múltiples colores, Suroeste: Tinto cargado de tradición y Valle de Aburrá: Le parché con vos. Todas desarrolladas entre junio de 2008 y diciembre de 2010.

Durante el último año Barichara y Boyacá han sido analizados a profundidad y se desarrolló la colección *Oniri: el sabor del tiempo* (ver figura 9) con identidad Santandereana pero con un énfasis especial en la alimentación como actividad que sustenta la colección y da pie para encontrar en esta propuesta una variedad de objetos que hablan de una acción colectiva, un alimentarse en familia, rememorando las tradiciones, nostálgica, responsable con su pasado y consicente de su futuro.



Fig. 9 Línea “De tapas” colección Oniri: el sabor del tiempo.

Durante este período se está desarrollando la colección *Boyacá: susurro... relatos íntimos para momentos mágicos* donde se intenta poder en evidencia incluso la esencia de la gente de la región, sus costumbres, gustos, historia y cotidianidad. Ahora la acción de intimar es el hilo conductor del proceso de diseño que intentará traducir en objetos todas las acepciones que este término puede tener.

Uno de los resultados quizás más contundentes ha sido preguntarse por la identidad, por sus cualidades culturales, por el sentido que su gente les da; esa pregunta por la identidad *“también la hacen los Estados, quienes ante la globalización de la economía, la internacionalización de las instituciones políticas y la universalización de la cultura, ven amenazada su dominación y su poder frente a las naciones que controlan.”* (Sanín: 2010, 29) Por esto hay una progresiva y muy vigente preocupación por la *colombianidad* que algunas campañas intentan encasillar pero que como bien proclama la carta constitucional de 1991 a Colombia como una nación pluriétnica y multicultural.

¿Y cuál ha sido el impacto?

Barrera Jurado y Quiñones en su libro *Diseño socialmente responsable* afirman que *“con relación a los estudios de pregrado, los estudiantes optan por estudiar*

diseño por considerarlo fácil, pues éstos son formados sin bagaje teórico, con una práctica acrítica y descontextualizados de sus propias realidades sociales...” (Barrera y Quiñones: 2009, 48) y a lo que este tipo de proyectos apunta y efectivamente ha logrado es generar en el estudiante una mirada crítica de su realidad, una práctica consciente de su profesión y un sentido social de su disciplina. En definitiva lo que genera en otros años generó obstáculos en el aprendizaje fue resistirse a romper paradigmas, a romper estructuras preestablecidas (especialmente en el caso del diseñador).

Diferentes casos de estudiantes que en su vida profesional están desarrollando proyectos con un fuerte corte social o están ocupando cargos en instituciones donde se toman decisiones importantes para el desarrollo local demuestran que es posible hacer el cambio y que hay muchísimo capital social para trabajar en torno a la artesanía y sobre todo en torno a la identidad.

Por otro lado, el trabajo organizado y concienzudo en este tipo de proyectos ha llevado a realizar convenios con fundaciones, corporaciones y entidades que encuentran en el trabajo con el diseño una fuente inagotable de recursos para el mejoramiento en la calidad de vida de las personas con las que cooperan y por supuesto como fuente de desarrollo entendiéndolo como la ampliación de las libertades según Sen (2000) en su texto Desarrollo y libertad. El trabajo colaborativo entre la academia y las instituciones antes mencionadas han permitido a las agrupaciones de artesanos que orientan, mejorar sus ingresos económicos y convertir el trabajo artesanal en una fuente de empleo más permanente como es el caso de Manos de Urabá cuyos diseños comercializan actualmente y presentan en ferias internacionales.

Pero aún más importante es que este trabajo se hace respetando las dinámicas culturales de los lugares sin imponer ninguna idea, reencontrando a la comunidad con su identidad y en algunos casos restableciendo lazos históricos entre sus miembros, rotos por procesos de aculturación y transculturación tan frecuentes en

la contemporaneidad porque ha permitido *“otras formas diferentes de comprender la realidad de lo ya conocido y contenido en la memoria.”* (Frigerio, Pescio y Piatelli: 2007, 45)

Todos los resultados fueron producto del trabajo de los estudiantes del módulo Producto e Identidad en del segundo semestre de 2008, primero y segundo semestre de los años 2009 y 2010 con la asesoría de los profesores D.I Coppelia Herrán, Antropólogo Juan Camilo Vásquez, D.I Edward Barragán y D.I Sandra Vélez.

Bibliografía

Quiñones, Ana Cielo (2003). Reflexiones en torno a la artesanía y el diseño en Colombia. Bogotá: Ed. Pontificia Universidad Javeriana.

Barrera, Gloria Stella y Quiñones, Ana Cielo (2009). Diseño socialmente responsable: Ideología y participación. Bogotá: Ed. Pontificia Universidad Javeriana.

Frigerio, Maria Carmen, Pescio, Silvia y Piatelli, Lucrecia (2007). Acerca de la enseñanza del diseño: reflexiones sobre una experiencia metodológica en la FADU. Buenos Aires: Ediciones FADU.

Sanín, Juan Diego (2006). Método General de Diseño. Facultad de Diseño Industrial. Medellín: Universidad Pontificia Bolivariana.

Sanín, Juan Diego (2010). Made in colombia. La construcción de la colombianidad a través del Mercado. En: Revista Colombiana de Antropología, vol. 46, núm. I, enero-junio, 2010, pp. 27-61.

Sen, Amartya (2000). Desarrollo como libertad. Madrid: Editorial Planeta.