

GESTION DE DISEÑO Y PLANEACION ESTRATEGICA EN EL CONTEXTO ARTESANAL.

Durante muchas décadas varios teóricos del diseño, por diferentes líneas, ideologías y puntos de vista, han empeñado sus estudios para aclarar la función de esta disciplina, su quehacer frente al mundo y su clasificación entre las ciencias y las artes.

Actualmente, se han discutido temas como si el diseño es o no una ciencia o si guarda una relación directa con el arte. El asunto a tratar es el diseño como una empresa humanística, una disciplina híbrida, en la cual tanto las características técnicas-científicas como las estéticas-sensoriales formen parte de su que-

hacer, encaminado a la satisfacción de necesidades que ofrezcan oportunidades para nuevos tipos de comportamientos y estilos de vida que concuerden con un desarrollo sustentable y una calidad social permitiendo librarnos, paso a paso, de la enajenación en la cual se encuentran sumergidas todas las sociedades.

Como plantea Richard Buchanan, "la disciplina de diseño, en todas sus formas, faculta a individuos para explorar las cualidades diversas de la experiencia personal para formar las cualidades comunes de las experiencias comunitarias.

Esto hace al diseño un elemento esencial en una nueva filosofía de la cultura."⁽¹⁾

Los objetos y servicios de los nuevos diseñadores no solo deben satisfacer las necesidades elementales, sino que tienen que ser el factor primordial que permita al usuario establecer su estilo de vida con una calidad global la cual encierra todas las exigencias ecológicas, las experiencias sensitivas particulares y especialmente la identidad individual y cultural. Debe buscar en su propio contexto la manera de superar la dependencia tecnológica creando soluciones y alternativas que sean factibles de competir en el mercado o utilizar el desarrollo tecnológico del primer mundo en beneficio de las características particulares y los principios de diseño conectados con el espíritu e ideales culturales.

Una vez analizado el contexto ideal por donde la disciplina del diseño, a mi manera de ver, debería encaminarse y su influencia directa en el crecimiento de nuestra cultura material, propondré una de las alternativas de las cuales puede acogerse el diseño para determinar este nuevo sistema de vida y la nueva relación

humanística entre humano-objeto. Me refiero básicamente a la identidad cultural, que a mi parecer, aparte de resolvernos el problema de la enajenación cultural, es una fuente muy rica para encontrar los nexos históricos-regionales-emocionales que necesitan los objetos contemporáneos.

Podemos definir la identidad en su forma más elemental, como el factor que engloba a individuos que forman parte de una misma cultura, o sea, pertenecen a sociedades en las cuales las creencias más importantes, valores y costumbres son compartidos por casi todos de manera más o menos homogénea.

Toda cultura se gesta y desarrolla en un ambiente físico en el que los seres humanos se organizan y viven. Una cultura es un sistema en el que la interrelación físico-natural y humana-social es imprescindible. Entender la identidad material sólo es posible si es que se toma en consideración el entorno humano en el que se da, las ideas y creencias que sobre lo estético-emocional tiene cada cultura y la función que desempeña dentro de cada colectividad.

América Latina, disponemos es muy rica en recursos de identidad cultural que tiene varias vertientes. Sus raíces son muy fuertes y antiguas generadas por todo el conocimiento y desarrollo de sus grandes civilizaciones prehispánicas, el mestizaje surgido con la conquista española-portuguesa, la presencia africana y posteriormente con la cultura francesa e inglesa que se incorporó con mucha fuerza durante más de 500 años en el cuerpo y núcleo de la identidad del Latinoamericano. Considerando estas vertientes culturales, cualquier esfuerzo serio por esclarecer la identidad cultural no puede prescindir de los contenidos indoamericano y africano que configuraron la cultura a lo largo su proceso de mestizaje. Los elementos peculiarizantes en estas vertientes no se los puede considerar aisladamente, pero sí incorporados y modificados en la nueva cultura mestiza que efectivamente se conformó, lo que el pensador José Vasconcelos llamó la "raza cósmica".

Al analizar los objetos se puede decir que su identidad se empotra en sus aspectos y pistas visuales; se puede presumir que hay pistas en sus formas que de algún modo activa los

"vínculos" a las nociones heredadas o aprendidas de culturas pasadas. Estas nociones «heredadas» dan al objeto categorías características de identidad cultural. La comunicación de los conceptos de identidad -que conjuguen con los nuevos tipos de comportamientos y estilos de vida de los usuarios- depende de la acertada selección de pistas visuales para ser transferidas.

Esta búsqueda de alternativas y pistas para un diseño humanístico nos lleva a añorar el pasado, la buena relación que existía entre naturaleza-objeto-usuario; pero la solución no está en regresar a los antiguos estilos de vida, lo que es imposible ya que vivimos en un tiempo diferente en el que el ritmo de vida es muy cambiante y acelerado; tiempos y estilos de vida impuestos por una sociedad cada vez con menos identidad particular y enajenada.

En el pasado podemos encontrar los orígenes, las raíces y con ellas ir estableciendo paso a paso nuestro comportamiento frente a las circunstancias que nos toca vivir. Encontrar la esencia de los demás será nuestro trabajo para adaptarlo a nuevas concepciones y nuevas tecnologías.

Las sociedades tradicionales fueron más aisladas desde el punto de vista de la exposición a los medios; tanto sus objetos como sus nociones conexas permanecieron arraigadas firmemente en la cultura. Los objetos que estas culturas crearon reflejaron un sentimiento fuerte de identidad visual, porque los nexos primarios y secundarios en su mayor parte eran referidos a objetos y nociones desde dentro de la cultura. Era así natural que los objetos tradicionales en la mayoría de las culturas tendieran a mostrar una correlación fuerte entre la comunidad y las expresiones visuales, regionales y culturales.

Esta esencia es muy subreal; no se encuentra lista para que nosotros la utilicemos, depende de muchos factores de percepción individual y cultural que guardan relación con conexiones emocionales y espirituales, es decir con experiencias estéticas. Una estética humanística que busca alcanzar percepciones con equilibrio racional, sensitivo y emocional.

Con todos estos antecedentes surge la pregunta clave: ¿Cómo los diseñadores podemos ofrecer pro-

ductos que cumplan con esta estética humanística?.

Como plantea el diseñador indio Uday Athavankar "Una vez que las nociones sobre los objetos tienen raíces fuertes en la cultura, es duro desarraigarlas. Su honradez depende de dos variables. Primero, sobre la exposición de los objetos en el mundo real en la vida diaria o mediante medios, y segundo, la seriedad con que la cultura identifica la categoría del objeto. No todas las categorías de objetos son igualmente sensibles culturalmente. Por ejemplo, los objetos usados en rituales, preparaciones alimentarias de festivales, y los vestidos nupciales están altos sobre la escala de sensibilidad."

Con este concepto podemos resumir de manera general que una de las principales tareas del diseño es la necesidad de desarrollar las estrategias que permitan cambiar las expresiones formales con el tiempo y aún retengan las referencias y nexos sobre la categoría del objeto y los estereotipos.

En el caso de Latinoamérica, debemos iniciar planteando propues-

tas y emprender en una acertada selección de pistas visuales-tradicionales que puedan ser transferidas por los objetos para lograr transmitir los conceptos propios de nuestra cultura.

Las posibilidades son muchas y muy variadas, la que aquí planteo es un buen ejemplo en nuestro contexto que permita llegar a determinar si son o no factible estos cambios radicales: buscar la esencia en la más venerada y tradicional de las maneras de producción del mundo americano: las artesanías.

Artesanía

Este término no tiene una definición clara y depende del punto de vista y el contexto en el que se plantee. Mi intención es aclarar la hipótesis de que la artesanía es una de las ricas fuentes con la que diseñadores y artesanos podemos conjugarnos para darles a nuestros objetos los nexos y variantes necesarios para una identidad cultural.

Las implicaciones que tiene un objeto artesanal son muchas e interactúan entre sí; van desde el

diseño hasta la situación económica, social, tecnológica y cultural, en que se produce. "Se dice que las artesanías se están perdiendo pero, aunque es innegable que algunas ya se extinguieron o están a punto de perecer, esto no es tan categórico, pues las artesanías desaparecen en la medida en que los artesanos dejan de serlo para convertirse en obreros o jornaleros y emigran de sus lugares de origen. Sin embargo, las artesanías reviven cuando encuentran nuevas posibilidades con nuevos mercados".

Ya que en párrafos anteriores, y en lo posterior seguiré empleando el término artesanía, es necesario aclarar la definición que, para este estudio en particular, se va a dar, para poder distinguirla y atribuirle los objetos precisos.

Porfirio Martínez Peñaloza historiador mexicano, es uno de los primeros en referirse a la actividad manual dentro del arte popular; a pesar de que no hace esta distinción y confunde el término arte popular con artesanía, (como pasa con muchos de los investigadores) hace una historia somera del concepto de artesanía en México y agrega el que se fraguó en el Primer Congreso

Internacional de las Artes Populares efectuado en 1928 en Praga:

"El arte popular (léase artesanía) es una actividad manual, en la cual la aplicación de una tecnología tradicional agrega a un objeto de uso o decorativo un elemento de belleza o de expresión artística, también de carácter tradicional. Tales objetos pueden tener una finalidad utilitaria, ceremonial, suntuaria o meramente estética, estrechamente ligadas a formas de vida; por esta razón traducen de algún modo el ámbito social en que se producen y al cual están destinados". (2)

En la carta Interamericana de las Artesanías y Artes Populares elaborada en la Organización de Estados Americanos (OEA), a pesar de que se define el arte popular, se hace presente la palabra artesanía como parte de él y no como un sinónimo:

"Arte Popular es el conjunto de obras plásticas y de otra naturaleza, tradicionales, funcionalmente satisfactorias y útiles, elaboradas por un pueblo o una cultura local o regional para satisfacer las necesidades materiales y espirituales de sus componentes humanos, muchas de cuyas

artesanías existen desde hace varias generaciones y han creado un conjunto de experiencias artísticas y técnicas que las caracterizan y dan personalidad".(3)

Si analizamos estas declaraciones, podemos entender que la palabra arte popular y artesanía están muy ligadas; es decir, la artesanía es el desenlace, el producto final, la manifestación material en el que recaen todo el conjunto de las características y propiedades que pertenecen al arte popular, al cual además de las artesanías, también corresponden las manifestaciones de canto, música, danza, y las expresiones escritas y orales.

Con todo esto podemos caracterizar a la artesanía como la proyección de las cualidades del arte popular, un producto que implica la relación directa del trabajador con el material en un proceso directo, cuya forma y tecnología específica se remonta hasta lejanas épocas; es decir tienen una carga histórica que caracteriza los significados y el sistema de vida de los pueblos junto con su cultura material.

Todos los autores analizados,

algunos de ellos citados en este trabajo, han presentado la definición de artesanía enfocando su criterio en una o varias características específicas dándole mayor importancia sobre otras; algunas de ellas ya se han analizado, así que sin entrar en mayores detalles voy a enumerar las que más han marcado las perspectivas de los investigadores:

- El modo de producción que presenta objetos hechos directamente por la mano del hombre.
- La expresión artística tradicional que forma parte del acervo histórico de experiencias tecnológicas.
- La creación popular, en el sentido de lo hecho por el pueblo y más claramente por el sector indígena.
- La utilidad como característica, por la cualidad de poder conjugar en un mismo objeto lo "útil y lo bello", tomando en cuenta que su razón fundamental era satisfacer las necesidades primarias.
- En algunas investigaciones, el proceso de producción y la distribución del trabajo, aparece como cuestión fundamental el análisis de las formas de producción de artesanías esto es "la

manera en que los individuos, como productores, se presentan ante su objeto y sus instrumentos de trabajo; las relaciones que se entablan ente aquéllos en el proceso de producción, y el producto resultante".

Con estas variadas características que muestran diversos puntos de vista se consolida la importancia que el arte popular y sus artesanías tienen dentro del avance, la generación y la transmisión de la cultura.

Para el fin que se persigue en este estudio, es conveniente tratar de determinar cuales son las cualidades más importantes que deben sobresalir en las artesanías y a su vez hacer una división que podría existir dependiendo de cada característica.

Tomando en cuenta el modo de producción de lo hecho a mano más el significado que transmiten estos objetos existen:

1. manualidades que como el término indica no tienen ninguna significado más que la habilidad manual y el buen gusto del ejecutor.
2. artesanías artísticas que cumplen

con lo hecho a mano más la ayuda de herramientas algo sofisticadas, sus valores están dentro de significados nuevos basados generalmente por las tendencias de arte o de moda o por expresiones plásticas de diseñadores y artistas contemporáneos. Se les llama también neoartesanías.

3. artesanías tradicionales que cumplen con el modo de producción de lo hecho a mano; además sus valores entran dentro de las características del arte popular con relación a que conservan materiales y tecnología tradicionales; reflejan la cosmogonía del autor o de su región, es decir, su particular modo de ver el mundo que les rodea, su sistema de vida y su historia.

4. artesanías folclóricas, llamadas frecuentemente como el "gran arte popular" son las que mantienen la tecnología tradicional en el máximo nivel y conservan también todos los significados espirituales y emocionales basados en el acervo folclórico. Estos generalmente son objetos con fines rituales.

5. curiosidades o souvenirs, producción que en realidad significa un

"arte popular degenerado" en virtud de su pésima calidad, y desviada estética. Estos artículos hechos para el turista desprestigian el estilo tradicional del pueblo; no son representativos del arte popular por no tener características auténticamente nacionales, esta producción es estimulada por personas dedicadas a la maquila de trabajos de artesanos y luego les imponen diseños y motivos exóticos (principalmente salidos de la iconografía prehispánica, la imagen de alguna deidad o de alguna iglesia colonial, etc), en forma tal, que no solo despojan a los trabajadores rurales de su libertad artística, sino que llenan las zonas turísticas de un sinnúmero de objetos de pésimo gusto y calidad desmejorando así la imagen auténtica de la riqueza cultural.

Tomando en cuenta el medio donde se desarrollan, se clasifican: en el medio urbano/suburbano y en el medio rural/indígena a pesar de que las artesanías mencionadas pueden ser elaboradas en un medio indistinto cada una de ellas; en Latinoamérica de manera general se puede ver claramente que la mayor parte de las artesanías tradicionales y folclóricas están en el medio rural/

indígena, mientras que las artesanías que son de carácter artístico y las manualidades, se producen en el medio urbano y son además elaborados por mestizos pertenecientes a grupos sociales de niveles económicos más altos.

Tomando en cuenta el punto de vista del diseño se pueden subdividir y distinguir dentro de cada grupo mencionado, artesanías con diferentes niveles de "estado de arte" es decir, es el grado de dominio del proceso de producción y el potencial creativo, considerándolas así, existen: artesanías que tradicionalmente han dominado la técnica y el tratamiento de los materiales; artesanías de alto nivel de creación artística; y artesanías donde el nivel formal es muy ligado a las propiedades del material que es de uso tradicional.⁽⁴⁾

Diseño, gestión y artesanías

En la introducción de este trabajo se plantea el marco teórico considerando a la disciplina de diseño como una empresa humanística, este criterio me llevó a incursionar en toda la problemática que presentan los objetos artesanales.

Teniendo pues tres aspectos muy importantes a considerar por parte del diseño; el cultural como el rescate a los valores, el técnico-formal con el desarrollo de formas, funciones, materiales y técnica y el socio-económico en el progreso justo del sector productivo. Y todos en un alto nivel de calidad; tomando siempre en cuenta que este conjunto de factores no son lineales sino se entremezclan e intervienen directa y conjuntamente en la producción.

Para que sea posible establecer estrategias de desarrollo efectivas en la conjunción del diseño y la artesanía es importante primero quitar todo ese tabú que define y relaciona esta actividad del diseño nada más con el dibujo creativo y la elaboración de objetos bonitos y diferentes, concepción muy limitada, ya que, siendo así, esta relación diseño-artesanía no tiene ningún desarrollo sino al contrario, lo único que se puede lograr es una ruptura con el trabajo particular e individual del artesano y con todos los significados y valores del producto.

Igualmente es necesario eliminar todo concepto paternalista extremo que quiere mantener a las

artesanías como los productos intocables, como piezas de museos, que lo único que acarea es el estancamiento económico de sus productores, el inevitable aplastamiento tanto productivo como cultural por parte de los objetos industriales, y la reducción de alternativas diferenciadas para todos los consumidores. Es necesario iniciar pues, una nueva etapa para la producción artesanal, más dinámica e integrada al desarrollo global, en la que entren en juego factores de innovación, planeación, calidad y competitividad combinados con todas las características sociales, culturales y manuales propias de esta actividad.

Se plantea así, una visión mucho más amplia, y que últimamente se ha desarrollado mucho con relación al quehacer de la profesión: el diseñador como gestor, como «herramienta mental» dentro de un proyecto multidisciplinario cuya característica principal es ser una actividad articuladora, que actúa en niveles estratégicos para generar productos competitivos a través de la integración entre «creadores y productores», con el fin del intercambio de acciones y retroacciones de información. Lo que el diseñador Gui

Bonsieppe llama «interface»: «...dominio en el cual se estructura la interacción entre usuario y producto para posibilitar acciones eficientes".(5)

Si bien todos estos conceptos de innovación e interface han sido generados principalmente para la acción del diseñador dentro de una empresa en términos formales o de un servicio específico, bien pueden ser aplicados a esta nueva concepción dinámica en el área artesanal y ser el diseñador el gestor en el proceso de elaboración de un producto artesanal específico o de un proyecto general de estrategias de desarrollo de productos.(6)

Con estas perspectivas podemos darnos cuenta de la importancia que tiene la gestión del diseño en la producción artesanal, para lograr al igual que cualquier empresa, un producto que cumpla de manera total tanto los requerimientos de desarrollo socioeconómico del productor, como un producto de alta competitividad y ganancia en el mercado, y de manera indirecta pero muy importante, proponer una alternativa al estilo de vida de los consumidores.

La gestión del diseño y la planeación estratégica

En el contexto de la producción artesanal, las personas e instituciones encargados del desarrollo de los productos de esta área, tiene un concepto muy reducido (igual o mayor que el de un industrial o empresario) de la intervención del diseñador; su concepción, en la mayoría de los casos, se limita a pensar en el diseño como una herramienta estética y de dibujo. Esto hace que en lugar de ver al diseño como un instrumento importante en la producción artesanal, se lo vea como una bestia voraz que lo único que va a lograr es a cambiar el nivel expresivo del producto con una imposición radical de nuevos elementos y nuevas formas.

Estos erróneos criterios tienen que ser superados, ya que en la actualidad hablar de estrategias de acción, desarrollo tecnológico, políticas de exportación, integración de mercados, etc, pierden mucha competitividad si no se le considera al diseño como una pieza clave de integración dentro de todo el proceso. Vivimos en una época de constante cambios en la que la innovación es o debería ser actividad coti-

diana. Para lograr esto se presentan varios imperativos fundamentales de planeación para todo producto y servicio, ya sea artesanal, industrial o empresarial que quiera sobrevivir y prosperar: Innovación - Calidad - Acortamiento de plazos - Mercado e - Integración.

Para que estos aspectos puedan formularse y organizarse de la mejor manera posible a fin de lograr y mantener una ventaja competitiva sostenible, es necesario tener una planeación directamente relacionada con el proceso del producto, desarrollo que implica mejoras en la calidad y la productividad.

La planeación estratégica es un proceso continuo, flexible e integral, que genera una capacidad de dirección, capacidad que da a los productores la posibilidad de definir la evolución que deben seguir en los materiales, la mano de obra, las herramientas y el método para aprovechar, en función de su situación interna, las oportunidades actuales y futuras que ofrece el entorno. Los planteamientos para lograr la evolución en la producción artesanal, pueden ser muy variados si se consideran todos los aspectos productivos,

culturales y expresivos de las artesanías, pero de manera genérica, se pueden distinguir cinco estrategias ligadas a factores del productor, del producto y del diseño que se enfocan a lo más relevante de la problemática planteada:

Capacitación

Ligada al factor del desarrollo del productor. Capacitar es el acto de enseñar, asesorar y tener un seguimiento de la fase productiva mediante el uso de técnicas de apoyo tanto en el aspecto creativo como en el proceso constructivo, a fin de obtener mejores instrumentos de apoyo en el potencial creativo. Es decir, una formación que busca calificar a los artesanos en el mejoramiento de la técnica, la adaptación de nuevas

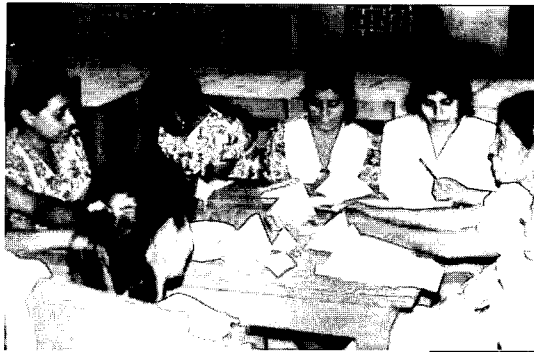


tecnologías y la gestión administrativa. La destreza nacida de la experiencia seguirá siendo un valor primordial, pero esa destreza ha de integrarse en una puesta al día permanente de las nuevas perspectivas para la producción.

Diferenciación

Se produce cuando la oferta de productos artesanales se distingue de la competencia proporcionando un producto de más valor al cliente, valores que están determinados dentro de muchas alternativas, cada una de ellas importante en la originalidad del producto artesanal: expresividad, identidad, desempeño, calidad, durabilidad, características manuales y de producción, confiabilidad, disponibilidad; es decir, exclusividad que puede asociarse a un precio más alto.

Diferenciación es por lo tanto el acto de diseñar un conjunto de diferencias significativas, originalidad y superioridad del producto con un valor claramente identificado por el consumidor.



Etapas de cursos de diseño de artesanos de varias comunidades de México, en Capacitación



Nichos de mercado

Los nichos de mercado son la especialización en un mercado con una línea de productos; buscar ni-

chos de mercado es vehicular mensajes determinados a usuarios determinados.

La definición del espacio artesanal en el mercado hay que buscarla tomando en consideración el enorme poder del mercado en nuestros días, las características de las personas que compran artesanías, qué pretenden al hacerlo, cuáles son sus formas de vida que la industria no puede cubrir para, alentando la

producción, mantener ese espacio y ampliarlo.

Calidad

La calidad es el atributo clave identificado por el comprador para evaluar objetivamente los productos. La calidad de un producto es el resultado de la calidad obtenida en cada uno de los procesos que intervienen en la elaboración de dicho producto.

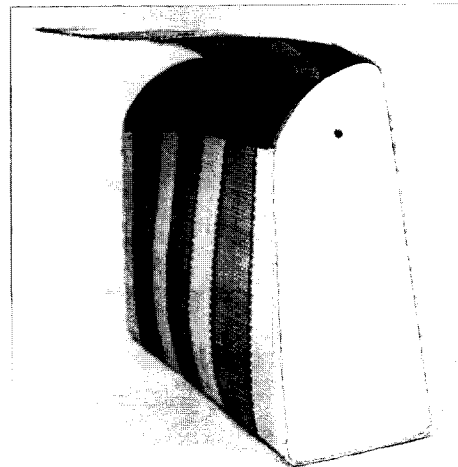
Es trascendental para todo desarrollo productivo tener conciencia de la importancia de la calidad; la calidad como balance y conjunto de distintos factores como: expresivi-

dad, identidad, costo, mano de obra, obtención de las materias primas y medio ambiente.

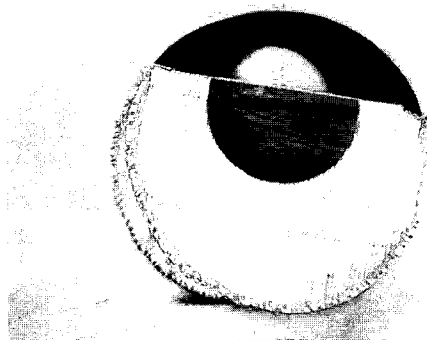
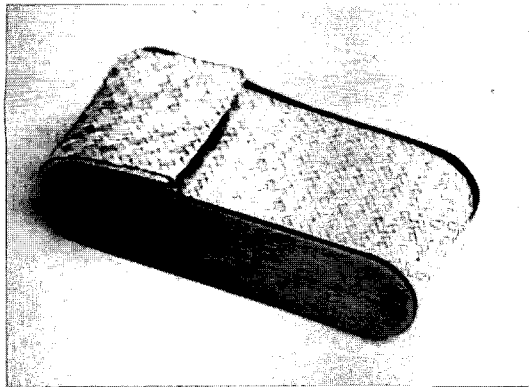
Un factor que a lo mejor no se le reconozca como importante por no actuar directamente en la producción, pero de mucha ayuda para tener un mejor y claro control de calidad, es tener los objetivos y las metas claras con visiones a mediano y largo plazo; esto actuará directamente en la organización para un trabajo en equipo, la delegación de autoridad y la toma de decisiones, factores trascendentales para obtener un seguimiento muy organizado y poder controlar la calidad de principio a fin.



Lámpara



Maletín



*PORTA LENTES, PIREX, BOLSO
muestra piloto de productos
realizados en los que se conjugan
conceptos de gestión de diseño y
destrezas de los artesanos.*

Con esta propuesta, el gestor de diseño se concentra básicamente en el aspecto global y estratégico del producto dejando los aspectos funcionales y tecnológicos a los artesanos. Por tanto, las funciones del gestor de diseño se relacionan con tres niveles del desarrollo de la producción: el nivel táctico, el nivel metodológico y el nivel operativo.

Nivel táctico

Se relaciona con la planeación, seguimiento, capacitación y posicionamiento estratégico para el desarrollo de los productos. Las funciones de la gestión del diseño son muy relevantes en este nivel por lo que se le subdivide en dos fases:

Fase I, corresponde al nivel de capacitación, la búsqueda de varios motivos de creación y las etapas del proceso de diseño.

Fase II, corresponde a la planeación, a la formulación de planes de diseño a largo plazo, a velar por la "identidad" en todas las manifestaciones visibles, a planear inversiones en desarrollo de diseño, a analizar la competencia y a evaluar las tendencias del diseño y el desarrollo tecnológico.

Nivel metodológico

Se relaciona con la asesoría del diseño para la programación, integración y coordinación de los procesos de desarrollo de los productos. Las funciones del diseñador a este nivel tiene que ver con:

- Diagnosticar los problemas a resolver asegurando la precisión de la solución elegida.
- Asegurarse que las soluciones de diseño sean implementadas debidamente durante su fabricación.
- Auxiliar a los artesanos en el establecimiento de sus proyectos y perfiles de producto.
- Formar equipos de trabajo.
- Asegurar la comunicación entre las partes relacionadas en el proyecto.
- Coordinar esfuerzos de todos los involucrados en cada proyecto.
- Controlar tiempos y presupuestos de los proyectos.
- Establecer red de contactos con organizaciones, instituciones de diseño, y otros profesionales.

Nivel operacional

Este nivel tiene que ver con la concretización de los productos

artesanales o los proyectos de diseño.

En este nivel es primordial la función del gestor de diseño para determinar las constantes y variables en forma, función y tecnología que se deben tomar en cuenta para el desarrollo de los nuevos productos.

Lo propuestos en estos tres niveles de desarrollo estratégico para la producción artesanal están basados en la experiencia directa y sustraídos desde enfoques variados; tal vez estén esquemáticos comparados con lo variado, versátil e informal del sector, se pretende que estos sean una guía general para luego ser la base para el estudio y la planeación de proyectos específicos y poder así insertar en estos niveles nuevas propuestas y alternativas que los enriquezcan.

Lo más importante, a pesar de que a simple vista se vea que contengan pocas determinantes y estas muy generales, es que además de considerar factores sociales, económicos y etnográficos tiene una visión muy particular desde el diseño lo que le da un enfoque muy diferente y sin

temor a equivocarme, mucho más efectivo.

Conclusiones

Qué es diseño?, qué es artesanía?, nacen los objetos que usamos de los planteamientos académicos de escuelas de arte y diseño?, o de la imaginación y creatividad particular?, o de la experiencia tradicional?, estas y otras preguntas son las que frecuentemente están siempre en tela de discusión en cualquier espacio en que se toquen temas relacionados con diseño, arte, artesanías e identidad cultural.

Diseño, artesanías e identidad cultural son temas que por separado abarcan áreas de acción muy complejas para su definición y delimitación pero cuando se encuentran y fusionan se puede lograr una amalgama muy rica en posibilidades y a la vez llena de desafíos para quien asuma el valor de intentarlo.

El propósito de este trabajo fue el de presentar, mediante el estudio, el análisis y la práctica, las estrategias de diseño principales que permitan, por un lado al profesional del diseño

incursionar como el visionario, el gestor con las herramientas necesarias para lograr juntar todos los factores que entran en juego en esta área híbrida llena de determinantes culturales y sociales pero a la vez rica en variables muy accesibles y versátiles.

Por otro lado esta el artesano necesitado de un desarrollo productivo que le brinde la oportunidad de sobrellevar y avanzar de la mejor forma todo el aislamiento y rezago económico-social al que el sistema político lo esta empujando. De esta manera el propósito imperativo del proyecto es capacitar y ayudar a los productores de artesanías para que puedan acceder a acciones inmediatas de forma, función, tecnología, calidad y en general de diseño; que les permitan ofrecer sus productos en mercados más grandes y con mayores oportunidades de competitividad.

Para cumplir con estos propósitos de gestión conjunta se consideraron estrategias de diseño humanísticas claras y específicas que vinculan al artesano con un nuevo o diferente mercado más amplio y competitivo; pero que a la vez logran mantener viva toda la tradicionalidad que en-

vuelve a los productos artesanales, garantizando así la autenticidad e identidad de los objetos y brindando a los compradores productos que satisfacen y enriquecen un sistema de vida más comprometido y conciente.

Las estrategias de vinculación y gestión de diseño planteadas en este trabajo, corren con la desventaja de ser casi pioneras en el campo del diseño artesanal por lo que no existen muchos parámetros para su comparación; pero a la vez se tuvo la gran oportunidad de ser aplicadas en casos reales y específicos; lo que permite tener una evaluación muy clara de los resultados positivos que de ellas se obtuvieron.

En suma, las estrategias aquí planteadas son la base de un vasto proyecto que debe ser complementado tanto por especialistas de otras ramas como por los mismos diseñadores y principalmente por los artesanos que son los que conocen sus verdaderas necesidades y así lograr integrar un equipo de trabajo sólido, duradero y preocupado de mantener viva una cultura auténtica que nos identifique pero que a la vez logre un desarrollo equitativo y justo en todos los miembros de su sociedad.

NOTAS

- 1.- Richard Buchanan, «Rhetoric, Humanism, and Design» Revista Discovering Design, Año 97, No.1 pp. 8-10
- 2.- Porfirio Martínez Peñalosa. Arte popular en México, Panorama, 1981, pp. 152. la aclaración en paréntesis es mía.
- 3.- En la Revista Artesanías de América, núm. 30, pp. 100-103 y también en el libro Diseño y Artesanía, Claudio Malo Gonzalez, pp. 32. el subrayado es mío.
- 4.- Todas las subdivisiones no están basadas en ninguna corriente de investigación al respecto ya que no existe ningún estudio formal que contemple los valores desde esta perspectiva, sin embargo la propuesta se realizó basándome en las observaciones y análisis realizados en estudio de campo, es decir de fuente directa.
- 5.- Gui Bonsieppe, en Las siete columnas del Diseño, 1993, pp 2-1; 2-43.
- 6.- Léase la palabra proyecto como un proceso de análisis-síntesis en el que intervienen varias etapas de desarrollo de una problemática o un objetivo determinado; y no solamente como varios autores utilizan el término proyectar como sinónimo de la acción de diseñar (volviendo a lo restringido de la definición de diseño mencionada).

BIBLIOGRAFIA

- COMO ACERCARSE A LA ARTESANIA. Turok, Marta. Editorial Plaza y Janés, SEP. Primera edición, México, 1988.
- DISEÑO: HISTORIA, TEORIA Y PRACTICA DEL DISEÑO INDUSTRIAL. Bürdek, Bernhard E. Editorial Gustavo Gili. Primera Edición, México, 1994.
- DISEÑO Y ARTESANIA. Malo, Claudio y Otros. Centro Interamericano de Artesanías y Arte Popular, CIDAP. Primera edición, Ecuador, 1990.
- EL DISEÑO EN LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL. Programa de Entrenamiento Empresarial. Administración del Diseño. Herrera Bonilla,

- Manuel. Coordinador. Centro de Investigaciones de Diseño Industrial. Facultad de Arquitectura, UNAM. México, 1997
- EL MUNDO COMO PROYECTO. Aicher, Otl. Editorial Gustavo Gili. Primera Edición, Barcelona, España, 1994.
 - EL SISTEMA DE LOS OBJETOS. Baudrillard, Jean. Editorial Siglo XXI. Decimo quinta edición en español, México, 1997.
 - LA EVOLUCION DE LA TECNOLOGIA. Bassalla, George. Editorial Crítica, Barcelona. Coedición editorial Grijalbo y el Centro Nacional para la Cultura y las Artes. Tercera edición, México, 1991.
 - PERMANENCIA, CAMBIO Y EXTINCION DE LA ARTESANIA EN MEXICO. Martínez Peñaloza, Porfirio. Fondo para el Fomento de las Artesanías, FONART. Segunda edición, México, 1986.
 - PRIMER SEMINARIO SOBRE LA PROBLEMÁTICA ARTESANAL. Memorias, Varios Autores. Secretaría de Educación Pública y El Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías. Primera Edición, México, 1979.
 - VISION AMERICANISTA DE LA ARTESANIA. Varios Autores. Coordinación Germán Vazquez e Ismanda Correa. Instituto Andino de Artes Populares. Primera edición, Quito, Ecuador, 1997. ♦