UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

CARRERA DE DISEÑO DE ESPACIOS ARQUITECTONICOS

Proyecto de Investigación previo a la obtención del Título de Arquitecta Interiorista

“Vinculación entre el diseño interior y la artesanía, como una estrategia de revalorización cultural”.

Autora: Chico Caiza, Luzdary Saharay

Tutor: Ing. Mg. López Vaca, Luis Andrés

Ambato - Ecuador
Noviembre, 2018

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación sobre el tema:

"Vinculación entre el diseño interior y la artesanía, como una estrategia de revalorización cultural" de la alumna Chico Caiza Luzdary Saharay, estudiante de la carrera de Diseño de Espacios Arquitectónicos, considero que dicho proyecto de investigación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, Noviembre del 2018

.....

Ing. Mg. López Vaca, Luis Andrés

C.C.: 1804078796

AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto de Investigación "**Vinculación entre el diseño interior y la artesanía, como una estrategia de revalorización cultural",** como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de éste trabajo de grado.

Ambato, Noviembre del 2018

.....

Luzdary Saharay Chico Caiza

C.C.: 1600652646

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de éste Proyecto de Investigación o parte de él un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos patrimoniales de mi Proyecto de Investigación, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autora.

Ambato, Noviembre del 2018

.....

Luzdary Saharay Chico Caiza

C.C.: 1600652646

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto de Investigación, sobre el tema "**Vinculación entre el diseño interior y la artesanía, como una estrategia de revalorización cultural"** de Luzdary Saharay Chico Caiza, estudiante de la carrera de Diseño de Espacios Arquitectònicos, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, Noviembre del 2018

Para constancia firman

_____

Nombres y Apellidos
PRESIDENTE

NOMBRES Y APELLIDOS	NOMBRES Y APELLIDOS
MIEMBRO CALIFICADOR	MIEMBRO CALIFICADOR

DEDICATORIA

Cada etapa de mi vida académica ha significado un reto,
Y sin duda culminar uno más significa para mí
Un sentimiento gratificante.
Por ello dedico cada escalón alcanzado a mis padres,
El señor Mario Chico y la señora Rosario Caiza,
Ya que significan todo el esfuerzo y dedicación hacia mi persona
Los mismos que me permitieron soñar y alcanzar cada sueño.

A mis familiares, amigos, y profesores que supieron acompañarme
Con una palabra de ánimo, un abrazo o una sonrisa.

Y a Dios porque desde que conocí su amor, supe recibir cada problema
Con la tranquilidad de una próxima bendición.

Luzdary Saharay Chico Caiza

AGRADECIMIENTO

A mi padre por el apoyo y la confianza
Que siempre depositó en mí
A mi madre por su amor y por los
Días de preocupación, al tenerme lejos de casa.
A mis hermanas por su amor y apoyo incondicional.

A la Universidad Técnica de Ambato y a esta ciudad
Que me acogió a través de personas cálidas
Así como de brindarme enseñanzas y experiencias
Que llevare presentes toda la vida.

A mis tutores que fueron los principales
Impulsores de este trabajo, que me guiaron
Y dedicaron su tiempo y paciencia.

Luzdary Saharay Chico Caiza

-ÍNDICE DE GENERAL-

PORTADA..... i

APROBACIÓN DEL TUTOR..... ii

DECLARACIÒN DE AUTORÌA..... iii

DERECHOS DE AUTOR..... iv

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO..... v

DEDICATORIA..... vi

AGRADECIMIENTO..... vii

ÍNDICE DE GENERAL..... viii

ÍNDICE DE FIGURAS..... xii

RESUMEN EJECUTIVO..... xvi

ABSTRACT..... xvii

INTRODUCCIÓN..... 1

CAPÍTULO I

1 - EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN-

1.1. Tema……3

1.2. Planteamiento del problema……3

1.2.1. Contextualización……..4

1.2.2. Análisis crítico……...9

1.2.3. Pronóstico……..9

1.2.4. Formulación del problema……...10

1.2.5. Preguntas directrices……10

1.2.6. Delimitación del objeto de investigación……....10

1.3. Justificación……...11

1.4. Objetivos……...11

1.4.1. Objetivo general…….....11

1.4.2. Objetivos específicos……..12

CAPÍTULO II

2 - MARCO REFERENCIAL-

2.1. Antecedentes investigativos……..…13

2.2. Fundamentación filosófica……...….17

2.3. Fundamentación legal……...….19

2.4. Categorías fundamentales……..……...….21

2.4.1 Diseño Interior…….……....….25

2.4.2 Artesanía……..…….....29

2.4.3 Artesanía y Diseño……...…….....32

2.4.4 Innovación. ……...…….....38

2.4.5 Apropiación cultural.…….……...……...…….....43

2.4.6 Patrimonio cultural……...……..…….....45

2.4.7 Impacto cultural de las épocas y la globalización ……..…….…….....48

2.5. Hipótesis…….....….52

2.6. Señalamiento de variables…….52

CAPÍTULO III

3 – METODOLOGÍA -

3.1. Enfoque investigativo……...….53

3.2. Modalidad básica de la investigación (Bibliográfica/ de campo)……...…….…….53

3.3. Nivel o tipo de investigación (Exploratorio/Descriptivo)…….....54

3.4. Población y muestra……..…...….54

3.4.1 Definición de la muestra……..…...….54

3.5. Operacionalización de variables……...…...….59

3.6. Técnicas e instrumentos……..…….….62

3.7. Plan de recolección de la información…….….64

3.8. Plan de procesamiento de la información…….……65

CAPÍTULO IV

4 -ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS-

4.1. Análisis del aspecto cualitativo……..…...…....71

4.2. Interpretación de resultados……..…...……..71

4.2.1 Foto – diarios……..…...……..72

4.2.2 Entrevistas……..…...……...77

4.2.3 Efectos personales……..…...…….……..86

4.2.4 Etnografía……..…...……....88

4.2.5 Cuestionarios……..…...……..90

4.3. Verificación de hipótesis……...93

CAPÍTULO V

5 -CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES-

5.1. Conclusiones……...……...……...94

5.2. Recomendaciones…….....96

CAPÍTULO VI

6 -PROPUESTA-

6.1. Título de la propuesta……97

6.2. Datos informativos……....97

6.3. Antecedentes de la propuesta……..……..97

6.4. Justificación……..……...……....103

6.5. Objetivos……..……...……103

6.5.1. Objetivo general……...……....103

6.5.2. Objetivos específicos……..…..……104

6.6. Fundamentación……..……104

6.6.1. Memoria técnica……..…….……104

6.6.1.1. Estado actual……..……104

6.6.1.2. Análisis del contexto……...……...106

6.6.1.3. Análisis de usuario……...……..107

6.6.1.4. Análisis de beneficiarios……109

6.6.2. Consideraciones básicas para la propuesta…….....….112

6.6.2.1 Análisis de referentes o repertorio tipológico……112

6.7. Estrategias A +D…….….121

6.8. Metodología, plan de acción……....162

6.9. Conclusiones……..……..163

6.10. Recomendaciones…….....…….....164

BIBLIOGRAFÌA…….……..…….165

ANEXOS……...…….173

-ÍNDICE DE FIGURAS -

Figura 1.Árbol de Problemas…….……8

Figura 2.Supra ordinación de variables…….……...…21

Figura 3.Subordinación de variable independiente…….……....…25

Figura 4.Subordinación de variable dependiente…….……...…37

Figura 5. Proceso de codificación en el ámbito de la cultura……...49

Figura 6.Poca apreciación de las artes …….…….……....101

Figura 7.Disminución de la participación ciudadana en las artes…….…….102

Figura 8.El diseñador en el mundo laboral…..…….…….....108

Figura 9. Silvia Santi, Fanny Grefa, Pakcha Villegas, Roberto Montaguano……111

Figura 10.Taller de la firma Lladró……112

Figura 11.Producción en Porcelana……...……112

Figura 12.Escultor modelando…….……..113

Figura 13.Escultor pintando……113

Figura 14.The Masquerade Iii Candle Holder. By Jaime Hayon. Golden Lustre……..114

Figura 15.Freeze Frame Butterflies Ceiling Lamp (CE), By Bodo Sperlein…….114

Figura 16.The Guest by Tim Biskup Figurine. Large Model. Limited Edition…….114

Figura 17.Christmas Ornament 5 by Friends with You. Golden Lustre and White……..114

Figura 18.Conjunto de silla, lámpara y alfombra……..115

Figura 19.Línea de Productos Artesanía y Diseño……116

Figura 20.Bellas muchachas del pintoresco barrio del Albayzín, trabajando en la fábrica de Alfombras La Alpujarreña. Granada, 1922……117

Figura 21.Artesana tejiendo…….……..118

Figura 22.Variedad de colores…….……..119

Figura 23.Hotel Palace Madrid……..120

Figura 24.Muestra de alfombras del catálogo ALP 2018……..…120

Figura 25.Estrategia para el trabajo con comunidades indígenas y artesanales……123

Figura 26. Reconocimientos y participación en la Feria en Cuenca del Centro de artesanías Agua Viva……...……125

Figura 27.Campos Artesanales……..……126

Figura 28.Paseo Turístico Boayacu Puyo……..127

Figura 29.Chozas artesanales destruidas por las lluvias……....128

Figura 30.Choker Kasha elaborado por la artesana – artista Nina Gualinga…….129

Figura 31.Collar elaborado por la artesana – artista Vanessa Cerda…….129

Figura 32.Asociación Artesanal Kichwas de Pastaza Agua Viva…….130

Figura 33.Publicidad de la Unión Europea en el lanzamiento de "Pastaza Manchi"……131

Figura 34. Mujeres artesanas Uru Warmi…….…….132

Figura 35. Momentos de la producción de cerámica……..133

Figura 36.En Quito en el stand de artesanías del pueblo kichwa de Sarayacu……..134

Figura 37.Patricia Gualinga lideresa del pueblo kichwa de Sarayacu y su padre Sabino Gualinga…….136

Figura 38.Mapa de los territorios de las nacionalidades de Pastaza……..137

Figura 39.Organizaciones de base, segundo y tercer grado……..137

Figura 40.Ubicación de la nacionalidad Kichwa de Pastaza por cantones……139

Figura 41.Uru Warmi, Artesanía Kichwa La mokawa, Boayacu Puyo y Centro de artesanías Agua Viva…….……..140

Figura 42. Espiral, principio básico de la pintura en la mukawa kichwa……...…...143

Figura 43. Principales fuentes de inspiración para la pintura de las mukawas……..….....144

Figura 44.Reflejo del sol……148

Figura 45.Las semillas……...……149

Figura 46.La anaconda……..149

Figura 47.Lumu Tarpuna……...…150

Figura 48. El Kuraka…….……150

Figura 49. El Rayu…….……150

Figura 50. Kuyllur y Duziru……..……151

Figura 51. Amazanka……..…151

Figura 52. Búho Bullukuku……152

Figura 53. Anka, ñanpi, yawati……...…152

Figura 54. Charapa……..…152

Figura 55. Nunkulli……153

Figura 56. Vestimenta de la mujer Kichwa……154

Figura 57. Recursos Publicitarios del Centro Artesanal Agua Viva…….……158

-RESUMEN EJECUTIVO-

La artesanía es sin duda una expresión cultural que en los pueblos ecuatorianos viene promoviendo importantes fuentes de ingreso para el país. Así como también indispensables fuentes económicas para la cultura Kichwa de la Amazonía. Por mucho tiempo los artesanos y artesanas han desarrollado el papel de diseñador, productor y vendedor, situación que no se puede mantener por la situación que le atañe a la contemporaneidad. En un mundo globalizado donde nos permitimos la aculturación y el empoderamiento de las tendencias, a su vez nos permitimos la pérdida de la identidad local. Es por tanto que el diseño se ha convertido en una disciplina emergente que nos sirve de puente para unir dos disciplinas aparentes que buscaran beneficiarse en distintos niveles.

Se planteó como principal objetivo identificar los puntos de encuentro entre diseño interior y artesanía como una estrategia de revalorización cultural. Desde donde partirá una lista de estrategias afines a la estrategia macro que es la propia vinculación. Para ello iniciamos puntualizando en el análisis de las expresiones artesanales de la cultura Kichwa que han perdido relativamente su valor por distintos factores, mismos que se fueron descubriendo con el desarrollo de herramientas de investigación como la etnografía, cuestionarios, foto-diarios entre otras. También fue necesario investigar las formas de intervención del diseño interior hacia la artesanía, de tal manera que se pueda evidenciar los mencionados puntos de encuentro A+D. Todos estos objetivos a fines a determinar estrategias derivadas de la vinculación del diseño interior y la artesanía que permitan revalorizar la cultura Kichwa. Que de alguna manera permita presentar una guía estratégica como herramienta para los diseñadores interioristas y como beneficiarios los artesanos y su cultura.

El presente trabajo investigativo promueve la labor interdisciplinaria que le hacía falta al diseño interior desde la academia. Donde los estudiantes dejen de ser simples actores repetitivos de

modelos académicos, a fines al diseño, para convertirse en verdaderos promotores del diseño hacia diferentes contextos que le urgen a la sociedad.

PALABRAS CLAVE: VINCULACIÓN A+D, DISEÑO INTERIOR, ARTESANÍA KICHWA, ESTRATEGIAS DE DISEÑO, CULTURA KICHWA.

-ABSTRACT-

Craftsmanship is truly one of many cultural expressions that in many Ecuadorean towns have been a major source of income locally, nationally and specially for the Kichwa community in the Ecuadorean Amazon. Over the years Artisans have been able to develop their trade from designer roles all through production and distribution, something is almost impossible to sustain due to contemporary traditions. In a globalised world where we have allowed culture acceptance and acceptance of tendencies, along with the such we allowed a loss of local identity, one of the many reasons the designs through out time have become an emerging discipline that connects two into a more beneficial discipline in many levels.

These were set as a main stepping stone to identify two meeting points, between interior design, and craftsmanship as a strategy for cultural revaluation. This would allow a take off into a list of strategies, pointing to micro-strategies which properly links and relates to the matter. For that, we begging pointing out the severe importance within the analysis of the craftsmanship expressions of the kichwa culture/community, a culture which have a lost their value throughout the years for a number of reasons and factors, some of them even came to realisation through the development and use of tools of investigation such as 'ethnography', questionnaires, picture diaries, etc.

It is also important to point out other forms of intervention of the interior design towards craftsmanship to obtain evidence as to why the mentioned meeting points A + D are to be taken into consideration. All of this to lead to determining related strategies linking to the artisans, craftsmanship and interior design, and ultimately a revaluation of the Kichwa culture so that one way or another this would allow us to achieve some sort of strategy to guide us and allow us to use it as a tool for interior designers and in some sort benefit the craftsman of the Kichwa

culture/community. The research presented, promotes the inter-disciplinary or multi-skill that the academy needed.

Where students would leave behind a monkey see-monkey doo behaviour in terms of following a repeated, overly used design and model and become true promoters of designs that are to be explore. Designs that this society thirst of it.

KEY WORDS: A + D LINK, INTERIOR DESIGN, KICHWA CRAFTSMANSHIP, DESIGN STRATEGIES, KICHWA CULTURE.

-INTRODUCCIÓN-

La presente investigación se refiere a la vinculación del diseño interior con la artesanía, que se puede definir como una relación estratégica que permite dar soluciones a nivel cultural. La característica principal de este tipo de relación es que presenta implicaciones a nivel académico, cultural, de identidad y académico. Para analizar la problemática sobre la revalorización cultural es necesario de mencionar sus causas. Una de ellas es la aculturación. Se entiende por aculturación el hecho de que personas propias de una cultura, dejan su identidad y todo lo que conlleva sus rasgos culturales para aceptar y convertirse a una cultura ajena. La pérdida de valor a nivel artesanal la hemos podido comprobar en la cultura Kichwa de Pastaza ubicada en la región amazónica. Son artesanos y artesanas que encuentran en el negocio artesanal importantes fuentes económicas pero que por diferentes motivos no logran marcar una seña relevante de valor para la sociedad.

La investigación de esta problemática social se realizó por el interés de conocer estrategias que vinculen el diseño interior con la artesanía y que a su vez permitan dar soluciones culturales. Esto permitió identificar las relaciones interdisciplinarias que se pueden obtener a partir del diseño participativo. Profundizar la indagación desde la perspectiva del diseñador con responsabilidad social fue un interés académico. Asimismo, nos interesamos por aportar recursos didácticos para el diseñador. En el ámbito profesional, como Diseñadora de Interiores, el interés versó en conocer el contexto social artesanal de la cultura Kichwa de Pastaza y las importantes fuentes de aporte para nuestra práctica profesional.

En el marco de las necesidades estratégicas para la vinculación A+D, la investigación se realizó con una serie de entrevistas a líderes, dirigentes y artesanos/as, así como también a profesionales en diseño con experiencia en diseño artesano y diseño participativo. Por otro lado también se efectuaron herramientas etnográficas y de observación, que facilitaron la compresión de la información recolectada. Durante la investigación de campo, uno de los

obstáculos sobre todo en las encuestas y efectos personales fue los problemas de entendimiento así como de comunicación que no permitió una conversación fluida o totalmente enriquecedora.

Por otro lado en el capítulo I se realiza el planteamiento ¿De qué manera la vinculación entre el diseño y artesanía permite crear estrategias para la revalorización cultural? En el capítulo II se encuentra el desarrollo de las variables de subordinación y supra ordinación que contienen temas de cultura, identidad, sociedad y academia. De estas mismo surgirán conceptos que son resueltos interaccionando unos con otros como: el recurso de la innovación, patrimonio cultural, globalización, diseño interior y artesanía. La triada industria artesanal, cultura e innovación nos servirán de pauta para soportar las estrategias descubiertas. En el capítulo III se trabaja sobre la metodología donde se definiría al nivel o tipo de investigación como exploratorio y descriptivo. Se eligió a la muestra y se desarrollaron los planes de recolección y procesamiento de la información. En el capítulo IV se hará referencia a la interpretación de resultados que se han manejado de acuerdo a las herramientas como fichas de observación, efectos personales, cuestionarios y entrevistas.

CAPÍTULO I

-EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN-

1.1. Tema

Vinculación entre el diseño interior y la artesanía, como una estrategia de revalorización cultural.

1.2. Planteamiento del problema

La desvalorización cultural abarca varias dimensiones. Pero todas concuerdan en la pérdida progresiva del verdadero sentido de una sociedad, la cultura. El tiempo, el desinterés, las nuevas tecnologías, las afamadas tendencias y la falta de apoyo económico son una parte de todas las causas posibles. Cada individuo vive una realidad diferente de otra persona, pero hay algo de lo que nunca nadie puede desprenderse, el sistema social, que forma y guía las sociedades en torno a sus propias expresiones culturales.

La cultura permite al individuo una identidad, una razón de ser y hacer las cosas. Pero se ve afectada por causas que en su mayoría derivan de la globalización. Es allí que creamos un sistema de adaptación de la cultura, a la nueva era. Donde se desvirtúa, se mancha y se manipula según las nuevas tendencias del consumismo, que coexiste con la superficialidad y el materialismo de nuestros tiempos. Conocer cada intersección critica entre la vinculación diseño – artesanía nos permitirá reconocer los factores en contra, y resolverlas a través del planteamiento de estrategias efectivas.

Encontrar las directrices para la creación de estrategias, se propicia principalmente mediante la investigación de ambas labores (diseño interior y artesanía). Llevando así un soporte sólido de una relación que si bien es un tanto exigua, no es desconocida ni inexistente. Una relación que se ve afectada por factores principalmente sociales, pero que juntas contribuirá a la excelencia y la innovación. Este último respalda al diseño ya que se relaciona con él, así como lo menciona (Bonsiepe G. , s.f.) “el acto de diseño introduce algo nuevo en el mundo”. También porque se habla que el diseño está orientado hacia el futuro, y de alguna

manera aunque innovación y diseño no sean sinónimos se superponen. No puede pretenderse hablar de diseño sino es innovador y no puede tampoco caracterizarse solo por esto.

Buscar en la investigación resultados a las problemáticas sociales, que se presentan como puntos de atención que requieren observación y estudio. Se pretende abordar metodologías que nos ayuden a cumplir con la función social del diseño.

De manera que podamos enriquecer al profesional y al diseño a través del vínculo entre el diseño con las experiencias y conocimientos de la artesanía. Recordando que las profesiones solo se entienden desde la función social que desempeñan.

1.2.1. Contextualización

Encuentros de diseño y artesanía se vienen realizando de manera importante en el mundo, principalmente encontramos programas promovidos por la UNESCO. Se busca la revitalización de los valores culturales y se muestran muy interesados y preocupados por la recuperación de la diversidad cultural. Si bien es cierto existe un gran estudio del diseño del producto, del diseño industrial dejando un poco de lado a los diseñadores de interiores. No porque se quiera que fuese así, más bien no se ha encontrado los puntos de encuentro entre el diseño interior y la artesanía.

Son encuentros de Artesanía y Diseño donde artesanos y diseñadores convergen para generar resultados favorables para el desarrollo de sus países. El objetivo es dejar abierta la posibilidad a las preguntas, y la resolución de problemas. Donde tanto el diseño como la artesanía podrán evitar respuestas erróneas y a cambio servir de aporte a la artesanía mundial.

Ambos sectores contribuyen en diferentes áreas ya que se vinculan naturalmente por los valores de excelencia, innovación y creatividad. Este camino que está apoyado por la UNESCO tiene como fin presentar proyectos de éxito donde se han asociado la artesanía y el diseño. Todo con la finalidad de mostrar el emprendimiento y funcionalidad de dicho trabajo conjunto que permite que artesanos y diseñadores se beneficien y beneficien a la cultura a nivel global.

Dentro de algunos programas globales y prácticas exitosas en artesanía y diseño tenemos Design 21, Tribune 21, Tesoros humanos vivos, y el Foro mundial. En países de Latinoamérica y del Caribe se han desarrollado experiencias positivas de estos encuentros señalaremos el Proyecto Agujas Trinidad.

Lanzado en 2002 en Cuba, en cooperación con la Oficina UNESCO La Habana, el Fondo Cubano de Bienes Culturales y las Instituciones de Trinidad. Esta ciudad, declarada Patrimonio de la Humanidad, tiene una importante tradición textil heredada de las Islas Canarias y preservada por sus habitantes. El proyecto nace de la necesidad de sensibilizar a los jóvenes y las mujeres en la renovación de las formas de expresión tradicionales y revalorizar la artesanía tradicional. Así se desarrollaron actividades de capacitación en comercialización, se incorporó diseño en textiles, se exhibieron muestras de vestuario y lencería realizadas por diseñadores y artesanos y se conformó un taller textil en Cienfuegos como soporte para la costura. Es este caso, se unen tres valores en un solo proyecto: el patrimonio mundial, que es una fuente de inspiración muy fuerte para las artesanas, el diseño que apoya a las artesanías para dar mejor salida del producto, y por supuesto, el reconocimiento internacional de las artesanas. El contexto favorable de un creciente mercado turístico estimuló la creatividad y productividad de las artesanas, quienes han mejorado su calidad de vida y aumentado sus fuentes de ingresos. Finalmente, se logró revalorizar y dignificar una tradición, y así demostrar a las nuevas generaciones que su tradición debe preservarse. (Organización de las Naciones Unidas para la Eduaciòn, la Ciencia y la Cultura, 2009, pág. 10)

Según la (Asociación Interprofesional de Artesanos) “El sector artesanal genera plazas de empleo directo en el país, llegando a ser el segundo sector manufacturero que más mano de obra emplea después del sector de bebidas, alimentos y tabacos”. Como lo menciona también (Leiva, 2013)“La artesanía en Ecuador es una fuente importante de ingresos para sus habitantes, por ello en el presente documento se plantea un plus para esta actividad, la

vinculación del diseño con la artesanía. Nuevos usos, aplicaciones y diversificación de productos" (pág. 8). Se cree entonces conveniente partir por la investigación mesurada de estos usos y aplicaciones para ponerlas en contraste con las posibles mejoras que se podrían plantear. Se manejará el trabajo de los diseñadores de forma directa con los artesanos y por ello debemos conocer sus fortalezas y debilidades como productores.

Actualmente en nuestro país se nota un gran interés por los emprendimientos, muchos de ellos nacen a partir de bases culturales que intenten alcanzar la acogida del público. Los intereses de los productores varían, pero principalmente se encuentra el económico que si bien es muy importante, ahora lo es aún más, debido a la carente situación que vive el país. Lo interesante de esta situación son los deseos y la creatividad de las personas que sacan a relucir sus mejores ideas acompañadas de sus manos talentosas.

En la Comuna Zuleta se llevó a cabo un proyecto desarrollado por Estefanía Leiva. Se planteó un esquema basado en el desarrollo y la inclusión social, guiada por las metodologías de diseño participativo y animación socio cultural, vinculando a la artesanía con el diseño, específicamente con diseño de productos.

Al final de un largo proceso de experiencias e investigación Leiva llegó a concluir que su idea de vincular el diseño con la artesanía dejo un impacto positivo en el aspecto cultural. Permitió también abrir las puertas a la innovación creando productos que parten con una simbología y cosmovisión y que son únicos y reflejan las costumbres, tradiciones y técnicas artesanales de dicha comuna. El trabajo realizado mediante capacitaciones y encuentros permitió fortalecer las habilidades artesanales. La metodología de diseño participativo y animación socio cultural contribuyeron a que el buen desempeño del grupo de trabajo se logre a través de la participación de cada integrante.

Algo muy relevante dentro de nuestra investigación son las recomendaciones que el proyecto anterior dejó a consideración. Los artesanos podrán tomar el proceso de diseño

planteado y seguir buscando formas de desarrollo pero siempre y cuando vayan de la mano del diseño. Además anima al Gobierno a convertirse en gestores de programas en pro de la cultura que facilite el acceso a capacitaciones continuas para los artesanos. Todo esto nos lleva a pensar y mantener la idea de una fructífera relación entre el diseño y la artesanía.

Ahora nos referiremos acerca de la cultura Kichwa para entender su origen, servirnos de ella y hasta cierto punto experimentar y probar el motivo de nuestra investigación. "Los actuales Runas, Kichwa Amazónicos, son el resultado de un antiguo, complejo y paulatino proceso de relaciones interétnicas con los ancestrales habitantes de la región: Quijos, Záparas, Omaguas, Tucanos, Shuar, Achuar, Siona Secoya e inclusive Kichua de la Sierra." (CODENPE, 2012). A lo largo del tiempo se viene desarrollando una expansión de la cultura, usando estratégicamente a la migración. Muchos ciudadanos migran por el factor económico, ya que buscan ejercer trabajos de medio tiempo y regresar compras de la canasta básica a sus hogares. Otros de manera forzosa ya que se relacionan con otros grupos y se quedan a vivir en sectores urbanos.

A pesar de la gran ampliación de esta cultura por la región amazónica del Ecuador, los Kichwa mantienen rasgos identitarios. Según (CODENPE, 2012) "los Kichwa del Napo expresan una dualidad étnica que se manifiesta en dos conceptos identitarios opuestos, el de Ali Runa o del buen indio cristiano, frente al de Sacha Runa o habitante de la selva. En cambio, para los Kichwa del Pastaza su autodefinición como Runas marca su adscripción y pertenencia al mismo espacio identitario intraétnico frente a los otros pueblos indígenas no Kichwa."

A pesar de la influencia humana externa, ellos han evitado la desestructuración, manteniéndose desde tiempo coloniales. Por otro lado resolvieron la necesidad de luchar por la reafirmación y revitalización de su identidad y su cultura mediante la etnogènesis, que ha hecho posible el auto reconocimiento como cultura dentro de un proceso largo de expansión. Este proceso ha mantenido los términos de socialización con base en la familia mediante la

tradición oral, permitiendo conservar las costumbres y tradiciones de generación en generación. Y a través de la práctica se enseña métodos para sobrevivir, técnicas de agricultura, pesca, caza, trabajo de cestería, cerámica, medicina tradicional, etc. Hay que dejar claro que en un gran porcentaje los Kichwas acceden a la educación en escuelas y colegios laicos. De allí también que se permite problemáticas tales como la aculturación y pérdida del valor cultural. Y existen posibles respuestas como la Educación Intercultural Bilingüe que trata básicamente de fomentar la enseñanza a partir del rescate del idioma materno y su identidad Kichwa.

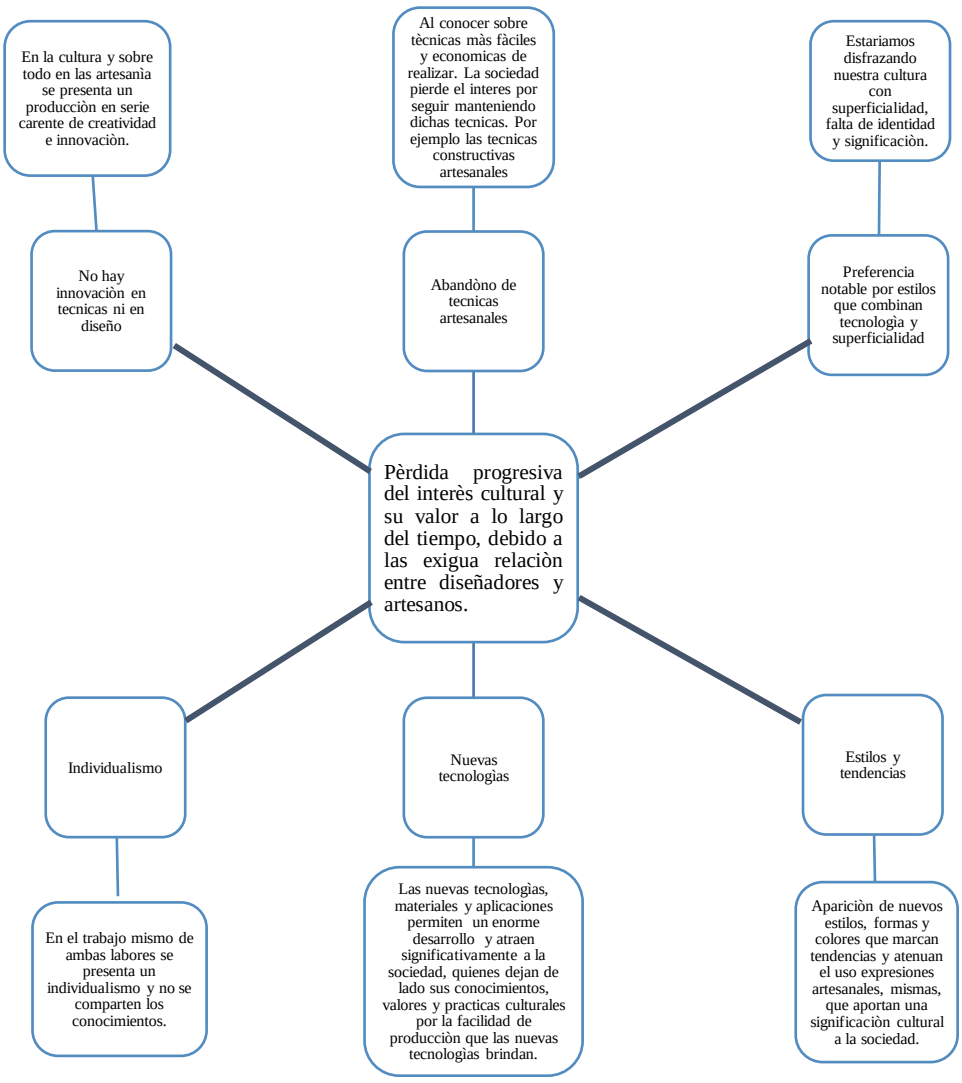


Figura 1. Árbol de Problemas. Por Luzdary Chico (2018).

1.2.2. Análisis crítico

Las nuevas tecnologías conquistaron la sociedad de manera efectiva. Por un lado traen beneficios relevantes para el desarrollo de nuestro diario vivir, pero el lado que interesa es lo

que estamos entregando a cambio. Es posible que la cultura este tomando ciertas adaptaciones a la actualidad o que más bien estemos forzando estos cambios.

La tecnología, como parte del ambiente humano, está siempre ligada a la cultura. Ha creado de cierta manera un estado de sobrevivencia de las culturas, mismas que son el corazón de todas las sociedades.

Las tendencias marcan un antes y después de las sociedades, prevaleciendo solo las que sé que se cuidan. Existen las tendencias hacia nuevas formas sociales y culturales, así como la tendencia al consumismo, hacia nuevas formas de materialismo. Esto solo es una idea de lo que se está aceptando como bueno, olvidando el verdadero sentido de sociedad.

Luego está el tema económico que si bien es cierto, es un punto muy importante dentro del contexto en el ubicamos el tema principal. Estar consciente del valor cultural y apoyarlo es algo que autoridades y gobiernos gubernamentales deben tener presente. No todas las sociedades tienen el agrado cultural de portar bienes patrimoniales, sean estos tangibles, intangibles o de memoria social. No solo es encontrar el apoyo emocional, sino el presupuestario, que permitirá financiar la devolución del valor que las culturas poseen.

1.2.3. Pronóstico

El avance progresivo de la perdida de la entereza por la cultura convierte a esta situación en el principal panorama de esta investigación. Donde se reemplazan los usos ancestrales, tradicionales por avances globalizados que nos proporcionan las nuevas tecnologías. Que más tarde nos hará olvidar la raíz donde se fortalecieron las ramas de lo que somos hoy como sociedad. Hablamos desde la forma de saludar, como vestirnos, hasta cómo y en donde vivimos. Esto relaciona al diseñador que buscara las soluciones a las necesidades del usuario. Por tanto se cuidará de no dejarse influenciar por lo que manda la sociedad materialista. Donde el buen diseño sea aquel que tenga un significado, un estudio previo y una total responsabilidad con los usuarios.

1.2.4. Formulación del problema

¿De qué manera la vinculación entre el diseño y artesanía permite crear estrategias para la revalorización cultural?

1.2.5. Preguntas directrices

1. ¿Qué expresiones artesanales pertenecen a la cultura Kichwa?
2. ¿Cómo interviene diseño interior en la artesanía?
3. ¿Cuáles son las estrategias que permitirán revalorizar la cultura Kichwa, a través de la vinculación diseño interior y artesanía?

1.2.6. Delimitación del objeto de investigación

El diseño relacionado a la artesanía ha venido desarrollándose por una falencia cultural. La pérdida de la diversidad cultural se viene replicando a nivel mundial. Por ello y a pesar de no existir bastas investigaciones puntualmente sobre el diseño interior vinculado a la artesanía, creemos conveniente estudiar al diseño interior, la artesanía, la cultura, pasando por modelos estratégicos y experiencias reales de encuentros ya realizados. Así como también definir los puntos de encuentro no solo a nivel laboral, sino también cognitivo y social.

La finalidad es reconocer y devolverle el valor a la cultura, que en nuestro caso es la cultura Kichwa, propia de la Amazonia ecuatoriana. Ampliando los valores que cada labor aporta a este encuentro. En el caso de la artesanía; sus técnicas ancestrales, conocimientos empíricos, creatividad y tradición. Por otro lado el diseño, que encuentra las fuentes de inspiración para la creación y aporta visibilidad al sector artesanal. Ambas comparten valores como la excelencia, innovación y creatividad. Los mismos que fungirán como punto de partida para llegar a las estrategias que harán posible un esquema de diseño que pretende ser útil para replicarse a cualquier caso. De esta manera lograr afirmar los supuestos sobre una alianza estratégica entre el diseño y específicamente el diseño interior con la artesanía.

Recalcando que el “diseño de interiores aglutina, por sí mismo, una gran diversidad de disciplinas como la arquitectura, la ingeniería o la tecnología, por poner algunos ejemplos, las cuales se describen en cada trabajo proporcionando un recorrido que permita una adecuada y minuciosa comprensión del diseño y de su discurso; es decir, de las variables que lo tipifican en la actualidad.” (Galbusera Testa, 2015). Incluso integra factores sociales, culturales, psicológicos, y económicos que derivarán en diseños únicos e irrepetibles debido al contexto y al usuario mismo.

1.3. Justificación

El presente proyecto se enfocará en descubrir la vinculación entre diseño interior y artesanía como una herramienta para elaborar un listado de estrategias que permitan revalorizar la cultura.

Se quiere revivir expresiones artesanales apoyadas en los procesos de diseño mediante la relación de ambas. Donde resulte beneficiada la cultura, en este caso la Kichwa.

Por otra parte se puede mencionar que esta investigación se encuentra en la línea temática de diseño y producción de objetos y espacios, ya que se busca propiciar una herramienta didáctica para que a través de la aplicación de estrategias se puedan mostrar los resultados de la mencionada vinculación.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Identificar los puntos de encuentro entre diseño interior y artesanía, como una estrategia de revalorización cultural.

1.4.2. Objetivos específicos

1.- Analizar las expresiones artesanales de la cultura Kichwa que han perdido relativamente su valor por distintos factores.

2.-Investigar las formas de intervención del diseño interior hacia la artesanía.

3.-Determinar estrategias derivadas de la vinculación del diseño interior y la artesanía que permitan revalorizar la cultura Kichwa.

CAPÍTULO II

-MARCO REFERENCIAL-

2.1. Antecedentes investigativos

"El sector artesanal es el que actualmente genera empleo aproximadamente a más de un millón de personas, que trabajan en 108 mil talleres en todo el país, pertenecientes a 172 ramas de producción y servicios artesanales" (Ministerio de Industrias y Productividad, 2017). Por ello a nivel de Gobierno existen unidades de capacitación a través de un registro en la Junta Nacional de Defensa del Artesano. Pero si bien hay que considerar que no todos los artesanos talentosos están enterados de dichos programas, además que dicho registro no es tan fácil ni tan dinámico de acceder. Existen varias asociaciones interprofesionales de artesanos pero no abarca a todas las provincias, ni tampoco todos los sectores están participando de los beneficios que la ley establece y designa a un sector tan importante como éste.

La ex ministra de Industrias y Productividad, Verónica Sión sostuvo que "los artesanos, además de contribuir al desarrollo económico del país, son actores claves en la preservación material e inmaterial del Patrimonio cultural de nuestro pueblo". Lo anterior es una aseveración clave para sustentar nuestro proyecto, ya que no solamente buscamos el beneficio del artesano ni del diseñador sino de la cultura.

En Colombia por ejemplo se destaca una idea de gran trayectoria como es Artesanías de Colombia. Quienes han creado un laboratorio de diseño y artesanía con fines de fortalecer ambos oficios. Es una muestra de respuesta a las preguntas y necesidades del sector. Además creó lazos con otros programas como lo es el Instituto Paraguayo de Artesanía (IPA), ambas entidades se comprometen a impulsar conjuntamente la visibilidad, comercialización, promoción y capacitación relacionadas a los productos artesanales y el mejoramiento de la calidad de vida de los artesanos y sus familias.

En octubre de 2003 se celebró en París la 32ºConferencia General de la UNESCO, donde se aprobó la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial. En la misma

se identifica al patrimonio cultural inmaterial como los conocimientos que pasan de generación en generación. En Ecuador también se lo conoce como memoria social que está siendo velado por la Ley orgánica de cultura y la Ley de patrimonio cultural, que no es más que saberes y en general todas las manifestaciones propias que identifican culturalmente a todos y todas dentro del estado ecuatoriano.

Estos saberes que de alguna forma se enseñan en las comunidades o grupos hacen que recreen un sentimiento de identidad y continuidad. También contribuye al respeto por la diversidad cultural y la creatividad humana. Involucrar a los artesanos en la protección del patrimonio y de la cultura ha dejado de ser un decir, una norma ética para convertirse en una norma jurídica que ha sido reconocida por varios países, como ya vemos en nuestro propio estado.

"El trabajo desarrollado por los profesionales en diseño con los artesanos, fue anteriormente una forma de "intervención" en el cual el diseñador tomaba al artesano como un operario con el objetivo de materializar su idea." (Guzmàn Donsel, 2010). Se debe entonces pensar que un artesano no es el obrero de un diseñador sino más bien este último es quien le abre campo al artesano. Guzmán prefiere denominarlo "facilitador" ya que el diseñador es quien proporciona un ambiente propicio para la generación de ideas y el desarrollo de nuevos productos. Siempre reconociéndole al artesano el talento conjugado entre sus manos y conocimientos identitarios. "En oposición a las producciones industriales o en serie, una artesanía se define como un trabajo minucioso y detallista donde cada objeto es único y debe recibir una atención especial. Para llevar a cabo este trabajo los artesanos ponen en práctica diversas técnicas manuales aprendidas y desarrolladas a lo largo del tiempo" (Pèrez Porto & Gardey, 2011). Además conocemos que la artesanía puede tener distintos fines como son estéticos, rituales o funcionales y varias funciones como la utilitaria, simbólica o decorativa. Es allí donde a pesar de que la era industrial le quito gran parte de protagonismo, en la artesanía cada pieza es la

consecuencia de la combinación del diseño y el arte. Donde además cada objeto llega incluso a poseer una razón de ser, un alma que lo hace único, algo que la industrialización nunca conocerá.

Según (Robles, 2003)La cultura siendo un tema más amplio que la artesanía no es sino un grupo de factores que caracterizan a una población humana identificándola y distinguiéndola de las demás. Las culturas poseen un sistema de valores significativos, normativos, una base compartida que identifica a la gente como miembro de un grupo; y la voluntad o decisión de ser identificado como miembro de una comunidad o grupo. Pero este término no se queda solamente en centrarlo o definirlo sino más bien entenderlo desde su importancia sobre todo en los procesos del desarrollo humano. Además de contribuir significativamente en el aspecto económico de una ciudad, país o nación es también participe de la transformación de sociedades.

Según (Chalkho & Doldan , 2014) el arte, la artesanía y el diseño es un "menage a trois" o una relación de tres que se ve reflejada en todo el proceso del producto y no solo en el rostro final. Que surge desde el primer momento de la idea y se plasma en la artesanía, la moda, el diseño industrial, el diseño interior, el diseño gráfico, el diseño del paisaje e incluso el diseño audiovisual. También se encuentra obligadamente atravesar por el contexto cultural, los valores patrimoniales y de identidad. Todo esto lleva a pensar en las limitaciones de cada labor, que deben estar pensadas y claramente definidas por la academia. El diseño y el arte no son productos mayores ni la artesanía productos menores, más bien se trata de la conjugación del pensamiento proyectual con la realización manual. (Chalkho & Doldan , 2014) Hablan también de un mestizaje entre el rol del artesano, artista y diseñador, de allí que nacen varias etiquetas. Un fenómeno que requiere reflexión, límites y atención por parte de la academia. Finalmente se aclara sobre un cierto canibalismo cultural donde lo único cierto es el apetito por la diversidad cultural y la riqueza de géneros en torno al diseño.

Silvia Berkoff y Laura Gutman fueron coordinadoras en el Congreso de Enseñanza del Diseño, donde llegaron a puntualizar sus conclusiones de las ponencias que vivieron. De entre las más importantes quiero recalcar:

1. En el vínculo entre diseño, artesanía y arte se vio la necesidad de recuperar las referencias históricas culturales propias de cada país y de la región latinoamericana.
2. Surgió la propuesta de profundizar sobre la enseñanza del diseño, sus necesidades curriculares y los aportes de otras disciplinas como la historia del arte y las artes performáticas.
3. Existió una preocupación por orientar la enseñanza y la acción proyectual del diseño hacía la creación de vínculos sociales y culturales. Hacía un diseño más abierto y dialógico, donde se diseñe con las personas en sus contextos determinados. En ese sentido el usuario o consumidor no termina en una simple relación de mercado o de intercambio de valores de uso, sino que éste constituye un sujeto formador y productor de cultura de identidades y de intercambios históricos más amplios.

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. (Craft Revival Trust, Artesanías de Colombia S.A. y la UNESCO., 2005)

Se entiende como la evolución misma del ser humano a la época contemporánea. Todo se encuentra sujeto al cambio y por lo mismo necesita otros procesos, otros medios, otras formas de ser. Y en el caso artesanal no se puede permitir su deceso ya que basta mirar el contexto

internacional para darse cuenta que es posible una vinculación emergente con el diseño, y que a pesar de estar en constante estudio y experimentación hasta el momento ha venido dando grandes frutos. Hay que buscar oportunidades dentro de la rapidez con la que transcurre el tiempo para retomar la identidad como clave fundamental para poder reconocernos en un mundo tan globalizado.

(Espada, 2010) Nos permite reconocer a la creatividad como el paso que hay que dar para dejar la imitación y la copia en nuestra forma de ser. Que deberá ser fomentada por la academia para que de esta manera sepamos entregar producción significativamente nuestra. Este paso además nos servirá para superar el estado de espectadores y consumidores de productos externos y en cambio valorar el significado de lo propio. También nos hace mirar el factor competitividad que se logra con un alto nivel de innovación, creatividad y valor agregado pero principalmente trabajando en un diseño con identidad, con una gran proporción cultural y social. Se habla también de inmiscuir el eco diseño y la utilización de materiales no contaminantes.

2.2. Fundamentación filosófica

La profesión, incluida la del diseñador interiorista, es una actividad del hombre que desempeña una función social. Toda persona que ejerza una profesión ha de tener la idea de permanecer en ella durante largo tiempo, buscar en ella los medios de sustentación de la vida y que esa profesión o trabajo sea duradero. Lo esencial de la profesión es, ante todo, que sea personal. Esto significa que la profesión no consiste solamente en prestar un servicio, sino que implica la personalidad. Es, además, una labor de carácter social.

El diseño y sus procesos se realizan en un marco profesional donde han de tomarse en cuantas muchas variables, para cumplir su función. Dentro del diseño mismo encontramos el contexto físico, social, regional, cultural e histórico. La cultura y las raíces del lugar influyen en gran medida en el proceso de diseño pero no es necesario adaptarse a un sitio en forma

exacta, sino que el diseñador debe conocer las tradiciones, la cultura, los materiales del lugar para tomar decisiones dentro del proyecto y que sean los más adecuados. Es su decisión si se adapta o no a las reglas del contexto, pero no puede ignorarlas.

Sabemos por lo anterior entonces que de alguna manera la cultura es algo de lo que nosotros como individuos no podemos desligarnos. Y no importa si nos encontramos desempeñando la labor de artesanos o diseñadores de interiores, importa el bien social que como seres humanos tenemos a bien realizar. No podemos hablar de crecimiento sino abrimos las puertas a la colaboración, al intercambio de saberes y experiencias. Nunca el ser humano deja de aprender, y no lo hace solo, necesita de los demás.

Se cree que quien no sirve a los demás, sencillamente no sirve. Reducir tu servicio profesional es reducir tu persona y tu profesión. Mientras más personas se sirven de tu servicio, mayor es tu valor profesional. Por ello la importancia de mutua ayuda entre artesanos y diseñadores.

“El artesano es soberano de su trabajo. Él es punto de partida y de llegada, por lo tanto hay que establecer un puente, desarrollar una técnica de aproximación que permita un encuentro bilateral entre artesanos y diseñadores, y multilateral y retro alimentador en función de toda esta complejidad que se aborda.” (Nemer, 2009).Sabemos que este enlace beneficiará a ambas partes. Los artesanos y los productos que realizan según (Nemer, 2009) es la materialización de un patrimonio cultural. Es por ello que estos procesos empiezan a poseer cierta carga y responsabilidad por parte de los hacedores y colaboradores, conocer que todo lo que hagan tendrá consecuencias culturales reales.

La cultura es sinónimo de identidad donde son participes grupos humanos que se identifican con la misma. Dentro de la cultura existen varias expresiones culturales, desde la lengua, los hábitos, costumbres y tradiciones, así como el arte y la artesanía. En nuestro país encontramos una gran diversidad de culturas, que se debe principalmente a la ubicación

estratégica en la que nos encontramos, derivando así en cuatro regiones. Las culturas que encontramos se diferencian por varios factores, desde la vestimenta, el habla y hasta la comida. Como sabemos la cultura se ve afectada principalmente por la evolución que si bien es cierto es parte del desarrollo, pero así como existe un impacto positivo también posee efectos negativos en la sociedad. La cultura también la entendemos desde su carácter ancestral, es por ello que a lo largo del tiempo la cultura misma es la que se encarga de mantenerla o dejarse llevar por la llamada aculturación.

Dentro de nuestro materia vemos necesario el rescate del valor cultural a través del vínculo diseño y artesanía. No solamente en beneficio de la cultura sino de la labor artesanal de nuestras manos ecuatorianas, así como la apertura a fuentes de trabajo. El diseñador de interiores encuentra oportunidades de ampliar sus conocimientos y oportunidades de negocio a partir de la ayuda mutua con el artesano. Como ya dijimos anteriormente el artesano no es obrero del diseñador, el diseñador es el mediador que permite la visualización y claridad ante los problemas del comercio moderno.

(Espada, 2010) Nos habla del diseño desde el concepto axiológico. Donde se deja claro que implica el respeto por la vida, por las personas, los entornos y sus costumbres, las tradiciones y la nobleza de los materiales. Se dice que parar lograr este objetivo se requiere ligar esta disciplina a otras áreas del conocimiento como la sociología, ética, comunicación, antropología, son algunas de las herramientas que el diseñador necesitará para comprender el mundo que lo rodea y se puedan ubicar en una sociedad donde puedan aportar, cambiar, mejorar con criterios claros referentes al momento espacio-temporal que les toque vivir.

2.3. Fundamentación Legal

El Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida 2017 – 2021 es una hoja de ruta que guía al país y articula las acciones estatales en beneficio de todas y todos los ecuatorianos. Dentro del

marco de nuestra investigación nos servirá como una base legal donde apoyemos los supuestos que estamos planteando.

Dentro del Eje 1, Derechos para todos durante toda la vida, encontramos el objetivo 2 que se define por Afirmar la interculturalidad y plurinacionalidad, revalorizando las identidades diversas. Este objetivo está organizado en políticas de las cuales son pertinentes:

> 2.3 Promover el rescate, reconocimiento y protección del patrimonio cultural tangible e intangible, saberes ancestrales, cosmovisiones y dinámicas culturales.
>
> 2.4 Impulsar el ejercicio pleno de los derechos culturales junto con la apertura y fortalecimiento de espacios de encuentro común que promuevan el reconocimiento, la valoración y el desarrollo de las identidades diversas, la creatividad, libertad, estética y expresiones individuales y colectivas.
>
> 2.7 Promover la valoración e inclusión de los conocimientos ancestrales en relación a la gestión del sistema educativo, servicios de salud, manejo del entorno ambiental, la gestión del hábitat y los sistemas de producción y consumo.

Por otro lado apoyados en el Eje 2, Economía al servicio de la sociedad, dentro del objetivo 5 que se define por Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria. Mencionaremos las siguientes políticas.

> 5.2 Promover la productividad, competitividad y calidad de los productos nacionales, como también la disponibilidad de servicios conexos y otros insumos, para generar valor agregado y procesos de industrialización en los sectores productivos con enfoque a satisfacer la demanda nacional y de exportación.
>
> 5.6 Promover la investigación, la formación, la capacitación, el desarrollo y la transferencia tecnológica, la innovación y el emprendimiento, la protección de la propiedad intelectual, para impulsar el cambio de la matriz productiva mediante la vinculación entre el sector público, productivo y las universidades.

2.4. Categorías fundamentales

Figura 2. Supra ordinación de variables. Por Luzdary Chico (2018).

La sociedad la entendemos como un conjunto de personas que se relacionan entre sí, de acuerdo a unas determinadas reglas de organizaciones jurídicas y consuetudinarias (que se rige por la costumbre), y que comparten una misma cultura o civilización en un espacio o un tiempo determinados. La sociedad es casi siempre el ente rector o debería serlo en todas las decisiones tanto de instituciones públicas como privadas. Ya que sobre estos o para ellos se trabaja y convergen casi todas las razones del quehacer de varias actividades. Hablamos de una mayoría que representa una carga sobre implicaciones culturales, económicas, jurídicas entre otras.

"La sociedad como parte fundamental de toda civilización es el centro donde se intercambia costumbres, tradiciones, ideas, etc. En síntesis la sociedad es el motor impulsor de la creación, difusión y mantenimiento de la cultura" (Quispe Colca, s.f.). Por lo mismo cuando dos o más personas se sientan y comparten pensamientos o creencias, se genera cultura; pero si se obtienen grupos de personas compartiendo ideas o costumbres se da lugar al origen de la sociedad, una

sociedad cultural, donde se busca el bienestar de cada uno de sus integrantes. La cultura y la sociedad se encuentran unidas entre sí ya que depende una de la otra para su desarrollo evolutivo.

Por otra parte el autor británico (Barnett, s.f.) sobre la problemática de la Educación Superior, desarrolla una mirada desde la filosofía social que no se limita a hechos significativos, sino que también deben ser proyectos realizables, especialmente con la universidad que cada vez más es demandada por la sociedad contemporánea, con su carácter educativo y cambiante. Menciona también que el conocimiento, la educación superior y la sociedad conforman el triángulo del aprendizaje. Y que la sociedad moderna delega en la universidad la tarea de formar profesionales y hombres autocríticos.

Otra tarea de la academia también debería ser el analizar las profesiones desde el enfoque del capital humano, donde según (Barnett, s.f.) las competencias deben ser pensadas como un proceso que medie entre educación y el trabajo, obligando a la universidad a ser abierta, para modificar su currículo. Donde se busque el desarrollo de habilidades para el trabajo y los jóvenes habilidosos fortalezcan esta capacidad. Ya que en cuanto a las competencias de hoy, no serán las de mañana y el profesional deberá ser capaz de reorientar su profesión en el cambio, en el tiempo y son preocupaciones de la sociedad, del mundo laboral, y de la universidad.

En ese futuro las profesiones deben ser capaces de actuar de manera eficaz, asumir responsabilidades y un compromiso con el propio desarrollo, lo que en suma es más que una simple habilidad. Ideas como esta están desapareciendo del debate público, junto con las de pensamiento crítico, interdisciplinariedad, sabiduría, la comprensión etc. Y que influyen también en el estudiante de diseño de interiores. (Barnett, s.f.) dice que la persona requiere de libertad cognitiva para afirmar la creatividad; de pensamiento crítico, que es preguntarse y revisar criterios y aprendizajes; y de interdisciplinariedad misma que siempre estuvo presente

en el discurso de las prácticas, pero hoy está fragmentado en la mente del estudiante y del profesor, pues estaba pensada para realizarse durante todo el recorrido académico pero nunca logró afirmarse.

Otra forma de apoyar el hecho de vincular la academia con la sociedad es que la pedagogía requiere que los estudiantes tengan un espacio para poner en práctica su aprendizaje y esto se complica con la planificación de los espacios vacíos que debería tener el proceso (para dar lugar a la apertura de los estudiantes) y con los cambios necesarios que el profesor debería realizar en su práctica. Haciendo que la universidad se aleje cada vez más de los cambios que se le reclama desde la sociedad, por su falta de vivencia de lo que pregona; por su imposibilidad de autocriticarse y por qué las evaluaciones externas siempre han sido miradas como intromisión o reducción de la sabiduría académica.

La educación superior ha pasado de ser una institución en la sociedad para ser de la sociedad, y encontramos concepciones rivales de la competencia, pues por un lado tratamos de: la competencia operacional como saber cómo, y la académica como saber que, siendo diferentes las implicancias en la evaluación, la comunicación. Pasamos de la eficiencia propia del pragmatismo a un campo minado que le impide el actuar, diferente a una evaluación económica que quiere comprobar la veracidad de los postulados. (Barnett, s.f.)

Los cambios en educación superior, no dependen sólo de los profesores, pero si es importante su contribución al cambio, pues cada vez que se desarrolla una actividad formadora los estudiantes suelen operar y actuar, por reproducción. Además que deberá posicionar una visión del ser humano que supere a las competencias operacionales o académicas y que propenda a desarrollar en el estudiante competencias para la vida, desde su cátedra. Finalmente, la educación superior debe asumir la reflexión de sus propias prácticas y acciones, reinterpretando las situaciones y mirando lo que aporta a los estudiantes un proceso de

desarrollo real. Para esto debe abrirse (sin perder autoridad: produciendo conocimiento) y dialogar (con el mundo y sus alumnos).

(Brunner, 2001) dice que la globalización, como fenómeno de trasfondo, impacta sobre los contextos inmediatos o próximos dentro de los cuales se desenvuelve la educación, alterándolos de manera significativa. Dimensiones para la educación en que hay transformaciones de envergadura en curso, que representan desafíos para la educación del siglo XXI. Esto es lo que está pasando con todos los niveles de educación, y es por lo mismo que profesiones como la nuestra necesita replantearse para cumplir con los requerimientos de una sociedad cambiante. Necesidades relevantes como el acercamiento real con la sociedad cultural y el desarrollo de proyectos sostenibles.

Volviendo a que la academia o la educación es parte de un triángulo del aprendizaje, y a su vez forma relaciones directas con la sociedad, se considera necesario que la academia sea el ente impulsor de donde nazca el interés por los problemas sociales existentes. Una sociedad determinada con una cultura determina que conjuga muchas expresiones culturales, entre ellas la artesanía. Y es por lo mismo que una de las variables involucra al diseño interior como academia y a la artesanía como sociedad, misma que crea y sostiene cultura.

Ya en el centro del asunto sobre la vinculación del diseño interior con la artesanía (Guzmàn Donsel, 2010) deja claro que los diseñadores no solo promueven el rescate y desarrollo de la artesanía tradicional, sino que además dirigen su trabajo hacia la búsqueda de productos elaborados en pequeñas y medianas empresas. Donde los objetos, productos deberán ser útiles en la época contemporánea pero que a su vez nos conecte con las raíces culturales. Se habla también de la universidad como institución impulsadora de dinámicas académicas que promuevan una cultura de emprendedores, que permitan que el estudiante tome sus ideas como verdaderos proyectos empresariales y deje de atribuirlo a meros ejercicios académicos.

Figura 3. Subordinación de variable independiente. Por Luzdary Chico (2018).

2.4.1 Diseño Interior

La International Interior Design Association, define al diseño de interiores como una profesión multifacética, donde se realizan soluciones tanto creativas como técnicas, refiriéndose a lo funcional dentro de los espacios externos ya estructurados. El objetivo principal es mejorar la calidad de vida del ocupante tomando en cuenta su cultura, el desarrollo correcto de requisitos reglamentarios y porque lo requiere el planeta actual, hay que fomentar los principios de sustentabilidad del medio ambiente.

(Soto Soria, La aplicaciòn del diseño en el medio artesanal, 1990) Afirma que el diseño es la creatividad que interviene en la elaboración de productos. Donde parte de su accionar se encuentra en los factores funcionales, estéticos, la eficiencia con que se realiza, la seguridad en

el uso, la facilidad de producción y conservación, la durabilidad y finalmente consideraciones sobre la posproducción así como el desecho del producto sobre el medio ambiente.

Antes de la Revolución Industrial, el diseño se limitaba al esbozo o bosquejo, pasando de ser un dibujo a hacer referencia a la planificación y proyección de formas y objetos. El diseño de interiores se proyecta en espacios físicos, donde se relacionan no solo los materiales y texturas sino las formas y colores así como la iluminación y la ubicación geográfica. Es una disciplina o arte que se compromete con la psicología ambiental, la arquitectura y el diseño de productos, va más allá de la decoración, está comprometida con la creación estética pero también funcional para el usuario.

La vida profesional del diseñador de interiores debe contraer responsabilidades, no solamente aplicar un servicio. Así como le integra funcionalidad a los espacios debe practicar una función social dentro del contexto en el que trabaje. Víctor Papanek en los años 70 hablaba de los aspectos negativos que trae ejercer el diseño sin responsabilidad social. Se habla de una concepción asistencialista, de ayuda y resolución de problemáticas para cubrir ciertas necesidades de grupos pequeños relegados al olvido. Muchas veces despreocupándose de su origen y el factor lucrativo. Surge también la necesidad de un cambio cultural, refiriéndose al mal hábito de producción como de consumo, para cerrar el círculo de depredación de recursos y el consecuente empobrecimiento. Reinventar el diseño es una acción a realizar qué sino se resuelve por profesionales en diseño, algún o algunos otros profesionales deberán hallarle solución.

(Bonsiepe G. , Diseño y crisis, 2012) citado por (Forès Tomàs, 2017)“Gui Bonsiepe critica duramente el discurso actual del diseño, acusándolo de ser un discurso basado en el acontecimiento mediático y el espectáculo, en lo efímero y en la moda, cada vez más distanciado de la “solución inteligente de problemas” y más orientado hacia la “mera variación epidérmica”, con objetivos exclusivamente comerciales y de márqueting.”

Hablamos de los valores éticos del diseño, donde encontramos al respeto, responsabilidad y justicia estrechamente ligados al desarrollo de la profesión. Mientras trabajemos debemos considerar estos valores y no convertir al diseño en una epidemia sin sentido.

El diseño, en su mayoría, ha ido creciendo al calor de un sistema capitalista que, con su modelo neoliberal de economía de libre mercado, ha sembrado una gran crisis sistémica cuya cosecha recogemos en forma de crecimiento exponencial de las desigualdades sociales, desaparición de la cultura solidaria entre los pueblos, culto al consumo y al individualismo, desequilibrios en los ecosistemas y expolio de recursos naturales, grandes injusticias sociales e incluso falta de valores sociales y de ética individual. (Forès Tomàs, 2017)

Hasta cierto punto podemos comparar el papel de los gestores y promotores culturales con la responsabilidad social del diseñador. Que en el presente caso trata de revalorizar las culturas que por circunstancias varias han perdido el interés social o su valor para la "sociedad cultural". Donde existe gente que se niega a vivir aislada en el consumo pasivo de contenidos culturales impuestos, desarticuladores y causantes del individualismo deshumanizante, promotores y gestores como dice (Gimenez Montiel, 2005) "desempeñan un papel clave como disparadores de la participación comunitaria para la reconstitución del tejido social y la recuperación de la vida propia. Recuperar la cultura de manera crítica y colectiva es recobrar las riendas de su propio destino". Otra comparativa que debemos tomar en cuenta, es que como impulsores del desarrollo integral de la sociedad, no hay que restringirse a la realización de actividades superficiales y decorativas. En resumen como diseñadores no solo fungimos el papel que nos corresponde sino también el de "coordinador estratégico de varias disciplinas" que al final del camino se unen por objetivos comunes. Y que podría definirse en el hecho de vincular cada trabajo con la educación, el turismo, el empleo, el diseño y ejecución de proyectos productivos y empresas culturales autogestivas con universidades, medios de comunicación, artistas,

críticos y formadores, políticos que deciden prioridades, en suma, con todos los grupos y sectores de comunidades para constituirse en auténticos promotores de los cambios sociales.

La función social del diseño se debe concentrar en el servicio al ser humano desde la responsabilidad, brindando funcionalidad y bienestar. En aspectos propios que merecen valor y estudios como la cultura, economía, medio ambiente. De allí que nace el "diseño social" el "eco diseño", y el "diseño para la sostenibilidad", las mismas son variantes que posibilitan vías positivas a la solución de problemáticas que mucho tienen que ver con la sociedad, y el modo cultural que los seres humanos llevan sus vidas.

Por eso también es factible conocer la cultura en función del diseño, y las variantes como la artesanía. Hablamos entonces del diseño artesano que, tiene la finalidad de generar productos con una fuerte identidad cultural comunitaria, estos objetos suelen caracterizarse por el uso de materiales locales y de técnicas tradicionales, mayoritariamente, de producción manual (FONART, 2009).Sin embargo, en los últimos años, la artesanía está sufriendo una fuerte ruptura con los esquemas tradicionales, ampliando considerablemente su campo de acción, gracias a la explosión masiva de las redes sociales en internet, las técnicas de producción digital y la globalización misma.

Hablaremos de otras líneas de pensamiento (como el diseño artesano anteriormente) que dirigen la práctica del diseño y será merecedor de espacio en esta investigación. El Diseño de transición (transition design), que según (Forès Tomàs, 2017, pág. 6) "es una práctica emergente para crear estilos de vida alternativos en armonía con la natura. Las metodologías utilizadas son participativas, colaborativas e interdisciplinares, desde donde se prioriza la acción directa, y en consenso, de los agentes que tienen que intervenir sobre una situación o problema a resolver."

Aquí volvemos a remarcar las prácticas interdisciplinares como salida a varias problemáticas de carácter social así como sus esperanzadores resultados. Podríamos estar

enfrentándonos a la vinculación del diseño y artesanía mediante metodologías de transición ya que se considera importantes las aportaciones que el diseño le haría a las transformaciones sociales. Una segunda línea es el diseño para la sostenibilidad que "comprende mejoras ambientales, del balance económico con un fuerte componente cultural, ético y social para fomentar la equidad, la justicia y el consumo responsable, además de la necesidad de desarrollar nuevas maneras para satisfacer las necesidades sin comprometer la calidad de vida presente y futura." (Forès Tomàs, 2017)

Son líneas de pensamiento aplicables que podremos usar como metodología para llegar a esas respuestas que urgen, con beneficio único hacia la cultura. Pero antes debemos estar conscientes de dicha vinculación y sus variantes, una de ellas, la artesanía que según (Ricard, 2003) es otra forma de arte que inmiscuye el talento de forma práctica y útil que se caracteriza por ser entendida y compartida por los grupos. Mediante ésta, las culturas se pudieron sostener frente a cotidianidades y mejor la calidad de vida en el aspecto económico principalmente. Se encuentra también partes relevantes en su desarrollo innato, que encuentra seres creativos con ganas de ciertas mejorías en su arte que nace de la propia equivocación y enseñanzas cruzadas.

(Ricard, 2003) Es puntual mencionando que el diseño no es sino un reemplazo de la artesanía en la era industrial. Es la nueva disciplina que se encargará de darle forma al entorno objetual de lo cotidiano, vendría siendo como el nuevo movimiento cultural encargado de orientar la creatividad. En nuestro caso buscamos que el diseño interior sea el gestor de experiencias efectivas orientadas al rescate cultural a través de la praxis artesanal. Ya que en resumen la acción de diseño es producto de una permanente interrelación con la cultura.

2.4.2 Artesanía

"Si aceptamos que los seres humanos inician su presencia en la tierra elaborando objetos que van más allá de las posibilidades y limitaciones del instinto, no se hace metáfora ni se exagera al decir que se estrena en nuestro planeta como artesano." (Encalada Vásquez, 2003).

La capacidad artesanal maneja creatividad para enfrentar los problemas y encontrar soluciones diferentes, extralimitándose a los instintos.

A pesar del paso de épocas en nuestro país, el sector artesanal ha mantenido su importancia dentro del esquema laboral y económico del estado. (Meier, 1982) Refiriéndose desde 1966 a 1978, menciona que los artesanos fueron aislados de procesos socio – económicos, que vivían en extrema pobreza y que carecían de atención en salud y educación, y que a pesar de ello se diferenciaban de los asalariados por mantener una fuente de ingresos que les alcanzaba para vivir. Sin embargo recalca que es una actividad relevante ya que genera fuente de empleos y provee bienes de consumo. Algo que sin duda no ha cambiado es que la artesanía a través del artesano divulga los valores, diseños y símbolos que son propios de la cultura autóctona. Fortaleciendo de esta manera a la cultura nacional, y refiriéndose así a una "artesanía tradicional" que mantiene los diseños, formas y conocimientos tradicionales, sin la intervención de la sonada innovación.

Ahora tenemos gratas realidades de apenas el 2017 que se manifiestan a través de la Junta Nacional de Defensa del Artesano que no solo brinda un registro artesanal para acceder a ciertos beneficios sino que le permite acceder a unidades de capacitación y calificación de su trabajo. Así como también regula la Unidad de formación y titulación artesanal que incorpora mano de obra calificada al mercado laboral. Entre los objetivos de la visión esta la refrendación de títulos de Maestros de taller y Bachilleres Técnicos, Práctica Profesional, Propios Derechos y Convalidación.

En Pastaza se ha venido dando el apoyo del Gobierno Provincial que mediante la marca Pastaza aventura, selva y tradiciones ofrece un recorrido por centros turísticos que ofertan artesanías Kichwa ,como es el caso de la Comunidad Kichwa Agua Viva. No solo mantienen sus artesanías sino parte de su identidad "es un legado de nuestros taitas y mamas, no queremos perderlo. A nuestros hijos los estamos preparando para que sean los sucesores", dice Elvia

Santi, presidenta de la Asociación de Mujeres y defensora de su cultura. Entre los días 20, 21 y 22 del 2018 en la ciudad de Riobamba, Agua viva estuvo presente en una de las ferias más importantes del Ecuador como lo es Feria Macají. Donde Pastaza presentó sus mejores emprendimientos, ganadores resultantes de ferias locales antes realizadas. Donde se pudo apreciar la artesanía Kichwa con ciertas variantes adaptadas a usos de objetos más actuales, pero siempre tratando de mantener ciertos rasgos característicos. Lo que queremos es resaltar la vigencia artesanal de este grupo y la búsqueda del renombre hacia su concepto cultural.

Continuando en el contexto local de la provincia amazónica mencionaremos la exposición continua, así como la venta de artesanías en puntos fijos. Puyo la capital es muestra de la asidua visita de turistas que gustan del talento artesanal de las 7 nacionales indígenas que posee este rincón del país. Tanto en festividades como en eventos importantes, las autoridades hacen gala del trabajo artesanal de su tierra, a manera de obsequios o detalles representativos para aparecer ante la palestra pública.

Los tipos de artesanías en la cultura Kichwa se clasifican principalmente por la función utilitaria con fines funcionales como: las mokawas, ollas, cucharas, cornetas, jarrones, cerbatanas o bodoqueras y tinajas; y decorativa con fines estéticos como la cerámica, los collares, aretes y bolsos. Las técnicas que se usan son sencillas, pero basta ser muy hábil con las manos para lograrlo. Entre ellas esta moldear la arcilla sin molde alguno, después de ello dejar secar por 3 días y exponer en un horno especial. Una vez listo se cubre con la resina de pungará que viene a ser una especie de laca que protege el objeto. Finalmente se pinta con los cabellos de las warmis (mujeres) usando tinte que provee la naturaleza, este es un breve recuento que hace (Moreta, 2016) coordinador del contenido intercultural en El Comercio.

Refiriéndonos a esta última técnica artesanal, que es de las más relevantes y complejas podemos decir que el período cerámico se iniciaría en Ecuador hace 5 000 años. Y según (Cruz, 2004) este período es una herencia del hombre herbolario del paleoindio, aquel que empieza a

preocuparse por observar y conocer las propiedades de la naturaleza. La mujer de este período va a ser quien desarrolle lo que sería el primer experimento químico de estos pueblos: la cerámica, que nacerá de la confluencia de la tierra y el agua, mezcla que como se menciona anteriormente, sometida al fuego se convertirá en un elemento irreversible y rastro indeleble que ha permitido y permite seguirle las pisadas al desarrollo cultural del poblador aborigen ecuatoriano, de las primeras sociedades y del valor de la continuidad de esta actividad a cargo de los artesanos.

2.4.3 Artesanía y Diseño

Una vez parcializado al diseño y a la artesanía en sus funciones, cómo logramos la inserción del diseño en la artesanía. Hay que dejar claro que el diseño maneja un diálogo constante con los tiempos, lo que existió, lo que existe y lo nuevo. Siempre buscando la intención de aplicar el diseño profesional con sus técnicas y prácticas a las nuevas necesidades de una sociedad cambiante. (Soto Soria, 1990) nos hace ver la realidad de un verdadero análisis para que lo anterior suceda. Entre ellas está el examinar la cultura y sus características, la situación económica del país, su desarrollo tecnológico, sus habilidades, sus habitantes y sus auténticas necesidades. Esto nos evitara seguir alimentando la tendencia consumista, el desperdicio del tiempo en la producción, y la creación de productos especulativos que servirán solamente de espacio físico en tiendas y suvenires.

Ya dentro de los esquemas diseño – artesanía, vamos a recopilar ciertas experiencias con la finalidad de conocer los motivos y resultados de dichos encuentros. Un primer suceso se dio en Lima, Perú en el 2011 en las instalaciones de la Facultad de Arte de la Pontificia Universidad Católica del Perú. AXIS Arte – PUCP organiza el 1er Encuentro de Artistas, Artesanos y Diseñadores: Creando Desarrollo. Básicamente se llevó a cabo en tres mesas de trabajo; una de artistas, otra de artesanos y la tercera de diseñadores. Según (AXIS Arte PUCP, 2011) “cada

uno podrá reflexionar sobre su disciplina y la importancia de los aportes en la relación entre artistas, diseñadores y artesanos".

Pero además se "propone un espacio participativo de diálogo e intercambio, donde, a través de la comprensión del nuevo panorama que nos muestran los negocios inclusivos, el comercio justo y la puesta en valor de la identidad como país, se discute la relevancia de las alianzas que se pueden lograr entre estas tres disciplinas, sus puntos en común y la visión hacia un mismo objetivo para crear propuestas sostenibles que generen un cambio socio-económico" (AXIS Arte PUCP, 2011).

Hay que señalar que en estas mesas estuvieron diseñadores especializados en varias áreas, desde joyería, gráficos, industriales hasta los mismos diseñadores interioristas y arquitectos. Conversaciones que sin duda alguna buscan aprovechar el extenso patrimonio cultural, rico en tradiciones e identidad que caracteriza a varios países latinoamericanos.

En Australia, 2008 el Taller Walka comenzó su iniciativa donde ha participado en un proyecto con The South Project Inc. y la orfebre Roseanne Bartley, "destinado a reflexionar sobre la metodología creativa de su propio trabajo, ya que la mayoría de los oficios que se gestan de manera autodidacta carecen de procesos metodológicos" (Organización de las Naciones Unidas para la Eduaciòn, la Ciencia y la Cultura, 2009).

Combinan el arte, artesanía, moda y diseño contemporáneo con un concepto básico de respeto a las tradiciones ancestrales en una escena contemporánea. Ricardo Pulgar y Claudia Betancourt, quienes son artesanos tradicionales aplican diseño de manera autodidacta. Por lo mismo este taller ha desarrollado exitosas experiencias de trabajos colaborativos con diseñadores, artistas y artesanos tanto en Chile como en su residencia, Australia, todos ellos centrados en el intercambio de habilidades.

Otro programa exitoso reconocido por el sello Bien Hecho en Ecuador es SIGNUM la inspiración de esta iniciativa fue lograr la vinculación de diseñadores a proyectos con el sector

artesanal y la búsqueda de nuevos espacios para un diseño local con identidad. Esta iniciativa tuvo inicio en el 2006 donde trabajan cerca de 10 artesanos y de 2 a 4 diseñadores, la (Organización de las Naciones Unidas para la Eduaciòn, la Ciencia y la Cultura, 2009), menciona que se trata de:

Un proyecto de revalorización, rescate y resignificación de técnicas de tejeduría local que buscan ser insertadas en el mercado de productos contemporáneos. Esta iniciativa estuvo a cargo de Genoveva Malo y Julia Tamayo, (…). Como una buena evaluación de la iniciativa se pueden consignar logros como la respuesta positiva del mercado local e internacional a los nuevos productos de diseño vinculados a la artesanía, además de exportaciones hechas a Francia y Estados Unidos.

Tomar en cuenta la vinculación artesanía y diseño dentro de la formación académica "permitirá educar a los futuros diseñadores en la inserción en las culturas locales y en el reconocimiento de las identidades como fuente de inspiración de la actividad creativa en colaboración estrecha con los artesanos." (Organización de las Naciones Unidas para la Eduaciòn, la Ciencia y la Cultura, 2009). Creemos firmemente que estás nuevas perspectivas representarán profesionales sensibles a su realidad a diferencia de la sola práctica un tanto rutinaria del diseño. Estas nuevas formas de solucionar problemas, en este caso culturales, son casi siempre interdisciplinares. Ya que se necesita de varios campos del conocimiento para buscarle soluciones a complejidades presentes. Y finalmente algo positivo sería difundir las buenas experiencias que valoren y propicien el consumo de productos artesanales con identidad cultural, incorporación de diseño, e innovación, aplicando nuevas estrategias de comercialización que garanticen la continuidad, mejoren los medios de vida de los artesanos, y aseguren la sostenibilidad del sector.

La cultura para (González Miranda , 2015) es aquella que mantiene su esencia y se adapta a los nuevos tiempos, creando riqueza etnológica, diversidad y marcando una identidad propia. Como todo está expuesto a una constante evolución que obliga cambios necesarios, y la cultura a pesar de irse conformando por nuevos miembros, los mismos tratan de mantener lo que un día fue. Esto porque la cultura de alguna forma busca impregnar la forma de ser de la gente, hecho que se ve en las costumbres cotidianas, en los actos sociales y económicos, en las fiestas, etc. Un individuo como ser social tiene cultura, la familia como agente socializador primario, fomenta actitudes culturales entre sus integrantes; en los centros educativos los maestros difunden conocimientos en base a principios culturales y sociales. Por lo tanto no se puede hablar de cultura y sociedad como elementos distintos y disgregados, ambos siempre van de la mano.

La influencia de la cultura en el comportamiento social determinará el porvenir de las nuevas generaciones socioculturales, el hombre siempre busca el desarrollo personal y social, pero esto es solamente posible con la practica permanente de recursos culturales, las culturas en el tiempo sufren cambios y mejoras, todo esto siempre se hace a la luz en una sociedad, entonces, decimos que la sociedad sostiene a la cultura y que la cultura hace que esta sociedad permanezca en el tiempo. (Quispe Colca, s.f.)

La cultura dicha por Max Weber se presenta como una “telaraña de significados” que nosotros mismos hemos tejido a nuestro alrededor y dentro de la cual quedamos ineluctablemente atrapados. Pero no todos los significados pueden llamarse culturales, sino sólo aquellos que son compartidos y relativamente duraderos, ya sea a nivel individual, ya sea a nivel histórico, es decir, en términos generacionales. Así, por ejemplo, hay significados que para una persona pueden ser relevantes y que contienen características de su diario vivir, que no es compartido por otras personas y que no interesa compartirlas, estos no son significados

culturales. Y tampoco son tales, los significados efímeros de corta duración, como ciertas modas intelectuales pasajeras y volátiles. Por lo tanto según (Gimènez, s.f.) “la cultura no debe entenderse nunca como un repertorio homogéneo, estático e inmodificable de significados. Por el contrario, puede tener a la vez “zonas de estabilidad y persistencia” y “zonas de movilidad” y cambio”.

Todo tiene un significado, a veces ampliamente compartido, en torno nuestro: nuestro país, nuestra familia, nuestra casa, nuestro jardín, nuestro carro y nuestro perro; nuestro lugar de estudio o de trabajo, nuestra música preferida, nuestra pareja, nuestros amigos y nuestros entretenimientos; los espacios públicos de nuestra ciudad, nuestra iglesia, nuestras creencias religiosas, nuestro partido y nuestras ideologías políticas. Y cuando salimos de vacaciones, cuando caminamos por las calles de la ciudad o cuando viajamos en carro, es como si estuviéramos nadando en un río de significados, imágenes y símbolos. Todo esto, y no otra cosa, son la cultura o, más precisamente, nuestro “entorno cultural”. Además podemos decir que no existe cultura sin sujeto ni sujeto sin cultura. Por lo tanto hay que preocuparse por los sujetos que producen, consumen y se apropian de las formas culturales (arquitectura, literatura, música, entre otras) reconfigurándolas o confiriéndoles un nuevo sentido.

Además (Gimènez, s.f.) señala que una de las funciones casi universalmente atribuida a la cultura es la de diferenciar a un grupo de otros grupos. En este sentido la cultura representa el conjunto de los rasgos compartidos dentro de un grupo y presumiblemente no compartidos (o no enteramente compartidos) fuera del mismo. De aquí su papel de operadora de diferenciación. Y que para poder diferenciarlos requieren de caracteres que se definen en la identidad.

La identidad en una segunda conceptualización según (Gimènez, s.f.) puede ser definida como un proceso subjetivo y frecuentemente auto-reflexivo por el que los sujetos individuales definen sus diferencias con respecto a otros sujetos mediante la auto-asignación

de un repertorio de atributos culturales generalmente valorizados y relativamente estables en el tiempo. Esta auto-identificación del sujeto requiere ser reconocida por los demás sujetos con quienes interactúa para que exista social y públicamente. Tomando en cuenta que la identidad se forma, se mantiene y se manifiesta en y por los procesos de interacción y comunicación social.

En resumen nuestra identidad sólo puede consistir en la apropiación distintiva de ciertos repertorios culturales que se encuentran en nuestro entorno social, en nuestro grupo o en nuestra sociedad. Lo cual resulta más claro todavía si se considera que la primera función de la identidad es marcar fronteras entre un nosotros y los "otros", y no se ve de qué otra manera podríamos diferenciarnos de los demás si no es a través de una constelación de rasgos culturales distintivos. Por lo mismo cultura e identidad son conceptos que para (Gimènez, s.f.) se encuentran estrechamente interrelacionados e indisociables en sociología y antropología.

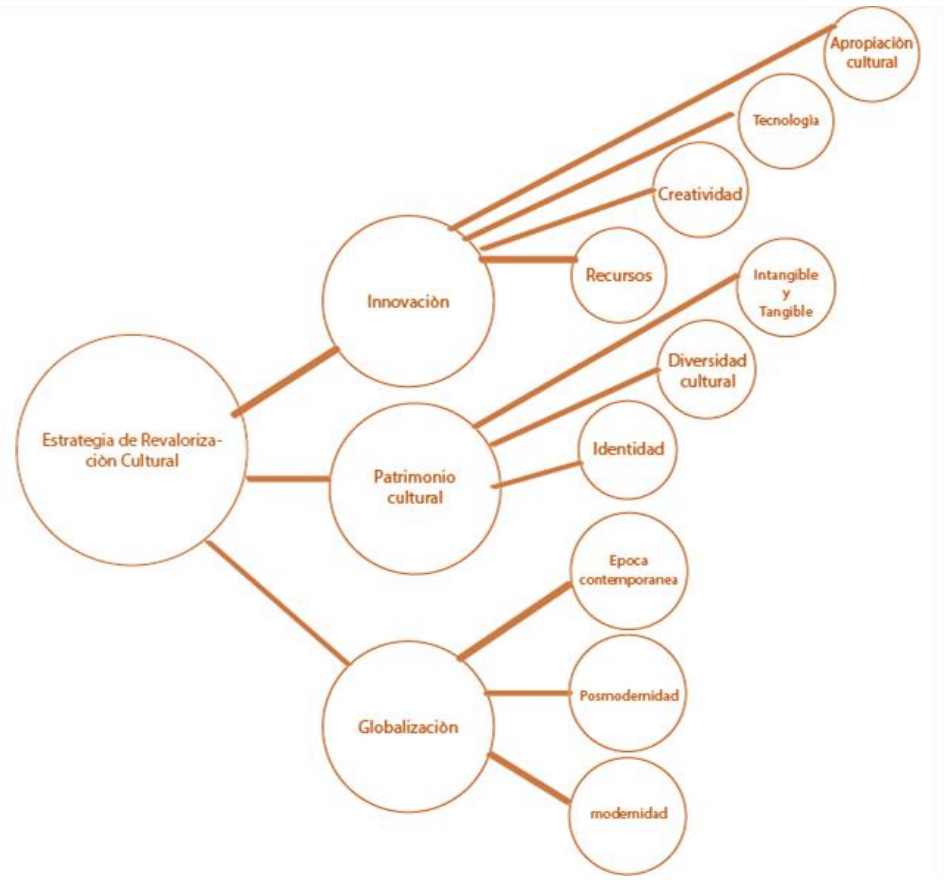


Figura 4. Subordinación de variable dependiente. Por Luzdary Chico (2018).

2.4.4 Innovación

La innovación se entiende como nuevos o mejores productos, técnicas o servicios que se desarrolla a partir de una idea y que son aceptados en el mercado como un elemento que se diferencia dentro del mercado competitivo. Además se la conoce como algo original, que no sea la copia de algo que ya fue hecho. Para llegar a esta originalidad se necesita creatividad, que viene dada por el gestor de ideas para iniciar la propia innovación.

Si la innovación según (Hernàndez Giròn, Domìnguez Hernàndez, & Caballero Caballero, 2007)se refiere al proceso completo desde el uso de la creatividad, investigación y generación de nuevas ideas, estudios de viabilidad para evaluar su costo efectividad, análisis de riesgo, plan y desarrollo, nuevas políticas y procedimientos, investigación del mercado hasta la comercialización y aplicación del nuevo producto o servicio. Entonces se puede considerar un concepto suficientemente amplio para encontrar factores de innovación aplicables en artesanía.

(Harris, Coles, y Dickson, 2000; Neely et ai, 2001; Jenssen y Randuy, 2002; Webster, 2004) citado por (Hernàndez Giròn, Domìnguez Hernàndez, & Caballero Caballero, 2007) menciona que existen factores de innovación internos y externos a la empresa. Algunos factores internos son: actividad rutinaria cuando el grupo es permanente, actividad no rutinaria cuando el grupo se maneja por proyecto o ideas espontáneas, formación del personal, experiencia, resistencia al cambio, calificación del personal, estrategia de participación en el mercado, o conquistar nuevos mercados, estrategia de costos y estrategias de calidad. En cuanto a los factores externos son: clientes y proveedores, universidades, institutos públicos y privados, desarrollos a partir de la competencia, seminarios y ferias, licencias, patentes, know-how, consultorías, empresas que realizan proyectos de investigación y desarrollo, empresas que adquieren tecnologías incorporadas al capital, empresas que realizan actividades de capacitación tecnológica y fuentes de financiamiento.

Factores de innovación que los artesanos deberán tomar en cuenta para tomar decisiones acerca de los mercados globalizados a los que hoy sirven o buscan ingresar, mercados exigentes y con innovaciones radicales, productos sustitutos o de imitación a sus productos artesanales. (Swink y Zeng ,2002) citado por (Hernàndez Giròn, Domìnguez Hernàndez, & Caballero Caballero, 2007) analizaron la complejidad el diseño de nuevos productos y la nueva tecnología como antecedentes de la integración del diseño y la manufactura y sus efectos en la calidad del diseño del producto. Un nuevo producto que posee alta calidad de diseño satisface tres criterios por lo menos: está dirigido a las necesidades particulares o deseos del cliente, se desarrolla adecuadamente a lo largo de estas dimensiones particulares, y está libre de defectos. La calidad superior del nuevo producto es por consiguiente el resultado de la excelencia en actividades de diseño de producto y procesos, y la relación entre ambos. Plantean cuatro factores importantes en el desarrollo de nuevos productos: diseño de nuevo producto, integración del diseño a la manufactura, calidad del diseño del producto y la manufactura del nuevo producto.

Por otro lado un aliado de esta innovación es la creatividad. Misma que se dice es un proceso del cerebro afectado por factores externos que nos hace discernir entre varias ideas, aquellas que creemos impactaran de manera significativa en los individuos. También es un estilo que tiene nuestra mente para procesar cierta información que hace de nuestras ideas, algo original. Y por último también es un ejercicio necesario para concebir originalidad, que será parte del proceso de innovación.

Al iniciar el nuevo tercer milenio, una de las características más sobresalientes de nuestra civilización es el extraordinario y vertiginoso avance científico. Este ritmo que duplica nuestros conocimientos cada cuatro años tiende a incrementarse por el efecto autocatalítico resultante de que la ciencia genera nuevas tecnologías y a su vez las nuevas tecnologías posibilitan un avance más veloz de la ciencia. Es seguro predecir que el ritmo del avance científico-tecnológico se va a incrementar aún más en las primeras décadas del siglo XXI. (Allende, 2001)

Así como la creatividad es el primer paso para innovar, la tecnología es un aliado importante para este mismo objetivo. Se conoce a la tecnología como medio o como un fin. Como medio debido a que a través de ésta podremos desarrollar productos innovadores. O un fin porque es parte visible del producto innovador. La tecnología dejo de ser desde hace tiempo, algo restringido a ciertas áreas. Es la utilización de una miscelánea de ideas para transformar la materia y un medio para organizarse dentro de dicha transformación. Hay que considerar que las tecnologías no se reducen a maquinaria sino que se considera a técnicas o cualquier forma inteligente de solucionar problemas de manera diferente y útil.

En los países desarrollados, las empresas y las universidades e institutos de investigación han forjado alianzas y acuerdos que muy eficientemente y con gran rapidez traducen los nuevos conocimientos en aplicaciones y mejoramientos de procesos y productos que llegan al mercado con sólo meses de demora. El segundo factor que acelerar el impacto del desarrollo científico-tecnológico en las próximas décadas es la demanda que surgirá de los enormes problemas planteados por la sustentabilidad del desarrollo que deseamos. Según (Allende, 2001) recientemente las academias de ciencias de todo el mundo se reunieron en Japón a plantearse los grandes desafíos de la transición a la sustentabilidad que deberán enfrentarse antes del año 2050.

También el diseño se relaciona a la innovación. Según (Bonsiepe G. , s.f.) el mismo acto de diseñar le da al mundo algo nuevo. Y sería contradictorio decir que el diseño es considerado como tal, sin el factor innovador. El diseño también se maneja dentro de un deseo por continuar, salir de la zona de confort, desarrollar y proyectarse a un futuro esperanzador. En cuanto a apreciaciones tradicionales tenemos que el diseño es forma función y estilo, y por otra parte tenemos que es el conjunto de acciones que se inmiscuyen en las preocupaciones de la comunidad de usuarios.

Para ampliar un poco los conceptos de innovación presentaremos una serie de actividades o prácticas realizadas en los altos de Chiapas – México. Mismas que son realizadas por nueve familias y que les han permitido posicionarse como líderes en el ramo de la alfarería. Trabajo realizado por (Jiménez , 1982) y citado por (Hernàndez Giròn, Domìnguez Hernàndez, & Caballero Caballero, 2007). Estas prácticas son:

• Innovación con nuevos productos.

• Innovación introduciendo algunos elementos novedosos.

• Realizan pedidos al mayoreo a comerciantes de mercados lejanos.

• Innovación introduciendo diseños, moldes y modelos.

• Contratación de personal como fuerza de trabajo asalariada.

• Hay una construcción anexa a la casa-habitación, para producir o para vender.

• Hay un almacén para los productos.

• Venden directamente a casas y almacenes de productos artesanales en otras localidades.

• Realizan viajes a las ciudades para "checar" precios.

• Tienen amplia información sobre precios y las fluctuaciones de oferta y demanda de los productos.

•Innovación en aspectos decorativos y modelos.

• Innovación en formas y tamaños.

• Compiten con el principal acaparador de la localidad.

• Venden directamente a regatones y a camioneros.

• Innovación imitando técnicas y estrategias de producción y comercialización de otras localidades.

• Viajan a otras localidades en busca de mejores mercados para su artesanía.

• Innovación produciendo ocasionalmente para las festividades tradicionales de la región.

• Venden sobre pedido o por "encargos".

• Innovación produciendo objetos rituales.

• Manejan información sobre propiedades de los materiales (mezclas y combinaciones) para decoración.

• Producen por "encargo" objetos para restaurantes, hoteles, fiestas y eventos particulares.

• Innovación en la forma de los productos.

• Producen para instituciones con programas y proyectos para el desarrollo de las artesanías como: FONART (Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías), FONAFE (Fondo Nacional para el Fomento Ejidal).

• Tienen contacto con centros urbanos de mayor importancia que su localidad.

Estas prácticas sin duda son el inicio ejemplar de la creación de estrategias que se aspiran con la presente investigación. Para complementar también cabe mencionar las innovaciones que han mejorado la alfarería según (Turok, 1988) citado por (Hernàndez Giròn, Domìnguez Hernàndez, & Caballero Caballero, 2007) y que son las siguientes:

• El pequeño taller tiene un lugar ex profeso (con intensión).

• Se le agrega una tienda y sala de exposición, que incluyen producción propia y la que compran a artesanos marginales para reventa.

• Emplean empaques especiales.

• Envío directo a los clientes nacionales y extranjeros.

• Diversifica sus diseños y productos.

• Elabora objetos utilitarios hechos con materiales tradicionales pero readecuados a las necesidades y gustos del consumidor.

• El dueño del taller deja de participar directamente como artesano para convertirse en empresario Emplea personal asalariado.

• Cada operario se especializa y realiza repetidamente una sola operación, al igual que el diseño y decorado de las piezas.

• Distribuye una o varias fases del trabajo a talleres familiares o individuales (da a maquilar).

• Predomina el pago a destajo o maquila.

• La demostración del proceso de elaboración del producto a turistas.

• La adopción de la estandarización que exigen los mercados.

• La participación en concursos y exposiciones.

• La formación y participación en organizaciones como las cooperativas o similares.

Todo este amplio listado se presta para someterse a un análisis de depuración y encontrar aquellos que tienen un mayor impacto en la innovación de las artesanías. Ya que estas actividades constituyen elementos que impactan la efectividad y eficiencia en la producción de artesanías y pueden ser sujetas de agrupación según las características o la funcionalidad que se necesite aplicar según sea el caso.

2.4.5 Apropiación cultural

Para desarrollar un vínculo entre diseño y artesanía estamos conscientes de que desarrollaremos productos que reflejen el trabajo colaborativo. Y que además existirá una extensa búsqueda y un deseo de conocimiento del interesado por la artesanía, que en este caso es el diseño. Independientemente del fin que nos planteamos con esta interacción, hay que estar conscientes de las responsabilidades y los márgenes de respeto hacia la otra disciplina.

Es en este punto es donde mencionaremos a la apropiación cultural, que viene tomándose punto importante de discusión sobre todo en el diseño de modas. Pero que también consideramos importante en el diseño interior para evitar llegar a esas instancias. Ahora bien la apropiación cultural es la adaptación de rasgos culturales como tradiciones o costumbres de otras culturas que por lo general son tomadas por culturas dominantes. Es cierto que podemos justificar diciendo que estamos valorando aquella cultura a través de su uso. Pero hay una gran diferencia entre apreciación y apropiación cultural. Un autor anónimo manifestaba que se puede entender desde el punto “Todo menos la carga”, donde resulta fácil tomar lo que se ve

de otra cultura: formas de vestir, formas de hablar, la comida, entre otras, sin saber el porqué de estas acciones ni el fondo de estas formas de hacer o verse.

Como el tema es mediático hay varias opiniones anónimas sobre la misma. Una de ellas es vertida por una página web denominada como Demonio blanco de la tetera verde que dice que la apropiación cultural significa literalmente, lo que ocurre cuando una cultura usurpa elementos de otra. Y una de las razones por la que la apropiación cultural resulta nociva es que, en ocasiones, tiene el poder de crear estereotipos sobre la cultura original entre la gente. También puede mostrar una versión en su mayor parte creada por personas que no provienen de esa cultura y que, en definitiva, es errónea. Esto suele ocurrir cuando una cultura que goza de una posición de poder sobre otra usurpa elementos de esta última, estableciendo de esta manera estereotipos y creando una idea nueva de su naturaleza que destruye las consideraciones que tenía la gente de esta cultura original. De esta manera una persona que considera sus costumbres e historia, una parte importante de su cultura, considerará que reciben un trato irrespetuoso e incluso ofensivo por parte de culturas ajenas.

En otra parte de esta página web en el mismo artículo "La apropiación cultural: Qué es y cómo evitarla" nos indica que se causa un perjuicio en el momento en que una cultura dominante usurpa elementos de otra cultura sin su previa comprensión o hace uso de ellos de manera diferente a como eran en su origen y refuerza las consideraciones que la cultura dominante tiene sobre la cultura ajena. Para ello recomienda que cuando se estudie otras culturas, hay que asegurarse de que estudias fuentes originales emitidas por gente de esa cultura. No estudies textos de personas ajenas a la cultura sobre la que escriben, en muchas ocasiones, esa información es racista y tóxica. Asegurarse también de que te tomas el tiempo para absorber detalles sobre esa cultura y por qué las cosas se hacen así y no de otra manera. No aprender solo una o algunas cosas sobre una cultura y pretender saberlo todo. Las culturas son enormes y complejas, si consideras que un poco de estudio puede enseñarte todo lo que

hay que saber, estas considerándola como algo superficial. Ya que incluso algunas regiones en un mismo país poseen culturas, lenguas, dialectos y gastronomía diferentes, algo que también ocurre con grupos de etnias diferentes (que pueden diferir, incluso, de las de su país originario); solo entonces se reconocerá que no podemos entender un país entero si solo conocemos algunas de sus costumbres culturales.

Si quieres hacer algo que provenga de otra cultura (motivo principal del presente trabajo de investigación), conoce su significado en esa cultura y descubre si existe alguna razón por la que pudiera resultar irrespetuoso el hecho de que hagas uso de ello tú mismo. Hacer algo cuyo origen está en una cultura ajena no es sistemáticamente irrespetuoso, pero es importante enterarse de si ello podría resultar un problema. No te hagas el experto solo por el hecho de que estés aprendiendo sobre una cultura. Escucha siempre a las personas de esa cultura cuando te dicen que te equivocas. No taches de "exóticos" ni "misteriosos" elementos de culturas ajenas, ya que para las personas de esas culturas son corrientes y también porque harás que se sientan como bichos raros. No asumas que, como alguien pertenece a una cultura sobre la que estás estudiando, arden en deseos de oírte decir lo que te fascina.

Entonces lo verdaderamente difícil está en saber lo que hay detrás de cada rasgo cultural, que en su mayoría son razones muy importantes para dicha cultura porque ha de significar tristeza, alegría, triunfos y derrotas. Sin embargo el mundo actual solo se guía por lo que se ve bien, lo que se está usando, por las tendencias. E incluso si eres el creador de dicha tendencia, cuenta como apropiación, el no brindar los respectivos créditos a las personas o pueblos a los que les pertenece estos rasgos culturales, donde no existe un verdadero intercambio cultural.

2.4.6 Patrimonio cultural

"Patrimonio es el conjunto dinámico, integrador y representativo de bienes y prácticas sociales, creadas, mantenidas, transmitidas y reconocidas por las personas, comunidades, comunas, pueblos y nacionalidades, colectivos y organizaciones culturales." (Ministerio de

Cultura y Patrimonio, s.f.). Por lo mismo no podemos encerrar al patrimonio solo en lo tangible sino también esta lo intangible o inmaterial.

Para entender mejor estas agrupaciones revisaremos la Ley de patrimonio cultural en la definición del capítulo 5 del patrimonio cultural;

> Art. 51.- Del patrimonio tangible o material. Son los elementos materiales, muebles e inmuebles, que han producido las diversas culturas del país y que tienen una significación histórica, artística, científica o simbólica para la identidad de una colectividad y del país. El patrimonio cultural tangible puede ser arqueológico, artístico, tecnológico, arquitectónico, industrial, contemporáneo, funerario, ferroviario, subacuático, documental, bibliográfico, fílmico, fotográfico, paisajes culturales urbanos, rurales, fluviales y marítimos, jardines, rutas, caminos e itinerarios y, en general, todos aquellos elementos cuya relevancia se inscriba en la definición más indicada.
>
> Art. 52.- Del patrimonio intangible o inmaterial: Son todos los valores, conocimientos, saberes, tecnologías, formas de hacer, pensar y percibir el mundo, y en general las manifestaciones que identifican culturalmente a las personas, comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades que conforman el Estado intercultural, plurinacional y multiétnico ecuatoriano.

"El sector de las artesanías es un patrimonio colectivo que forma parte de nuestras sociedades. Los artesanos portan las técnicas artesanales y los diseñadores se inspiran en ellas agregando su creatividad. Las intervenciones en el sector han de ser cuidadosas con el fin de preservar el patrimonio inmaterial." (Organización de las Naciones Unidas para la Eduaciòn, la Ciencia y la Cultura, 2009). Existe la posibilidad que cuando un grupo viene realizando los mismos diseños, dibujos y formas generación tras generación, se vean tentados a realizar nuevos diseños adquiridos de otras culturas. Por eso hay que tener mucho cuidado que si bien adquirir nuevas señas culturales conspira al llamado mundo globalizado también conlleva a la

pérdida de la diversidad cultural. Esta recreación constante del propio patrimonio inmaterial hace que posean un sentimiento de identidad y continuidad, y contribuye a promover el respeto por la diversidad cultural y la creatividad humana. (Organización de las Naciones Unidas para la Eduaciòn, la Ciencia y la Cultura, 2009)

La diversidad cultural tiene mucho que ver con la identidad ya que esta es la "que nos diferencia del resto y hace que nuestra personalidad quede plasmada en cualquier soporte." (González Miranda , 2015). Además de ser poseedores de una cierta identidad somos parte de un grupo que tiene características que nos hacen distintos a los demás. Y se ve demostrada en muchos aspectos, de manera más precisa, en la lengua, la música, la vestimenta, las costumbres y festividades.

Ahora bien el diseño tiene el carácter de ser soporte de la identidad, mediante sus aportes. Donde los diseñadores entienden que "la identidad se plasma también en la similitud en sus formas, en la elección de sus colores, en los materiales y las técnicas creativas, y en la finalidad de ser un objeto para un consumidor que valora el carácter de la tradición." (González Miranda , 2015). El diseño crea identidad a través de su talento y de las técnicas que permiten generar valor, porque el diseño es además sinónimo de innovación, el mismo que logra conmover al consumidor mediante la recreación de recuerdos y la rememoración de técnicas en desuso. También es notorio el uso de materiales naturales y sostenibles por los diseñadores.

Los diseñadores debemos estar conscientes del respeto por la identidad de los grupos, proponer mejoras a través de estrategias y prácticas pero siempre propiciando la autonomía del artesano. La copia de las artesanías solo llevan a situaciones donde todos resultan perdedores. Por ello debemos conocer mediante la investigación y exploración la identidad de las artesanías de la comunidad a intervenir.

2.4.7 Impacto cultural de las épocas y la globalización.

Sin duda alguna mientras nos sumergimos en este tipo de interrelaciones disciplinarias, conocemos más de cerca las posibles vías estratégicas que han sido factibles en un momento determinado o lapso de tiempo. Por ello recordaremos épocas como la modernidad, posmodernidad y la época contemporánea, y el impacto de estas a nivel cultural. Para de alguna manera visibilizar la actualidad a la que se podría enfrentar nuestro proceso investigativo.

La cultura para adquirir su configuración ha pasado por diferentes fases y según Hugues Varine citado por (Gimenez Montiel, 2005) la primera fase se dio a lo largo del siglo XIX y se puede llamar codificación cultural. Esta consiste en la elaboración de claves y un sistema de referencias que permiten jerarquizar los significados y valores culturales, tomando como modelo "la herencia europea" con su sistema de valores heredados, y a su vez de la antigüedad clásica y de la tradición cristiana. De esta manera empieza por distinguirse el buen y mal gusto, lo "distinguido" y lo bajo, lo bello y lo feo, lo civilizado y lo bárbaro, lo artístico y lo ordinario, lo valioso y lo trivial. También aparece un código importante de valoración cultural que se remite a lo nuevo/antiguo. Donde se empieza por considerar valioso a lo antiguo como un vino añejo, la moda retro y objetos prehispánicos. Y por otro lado a lo nuevo, único y original a vanguardias artísticas, la última moda, entre otras. Otro aspecto importante es el modelo de jerarquización platónico-agustiniano que se enmarca en la relación alma/cuerpo. Donde según el código los productos culturales son tanto más valiosos cuanto más espirituales y más acercados a aspectos de interioridad; y menos valiosos cuando se acercan a lo "material".

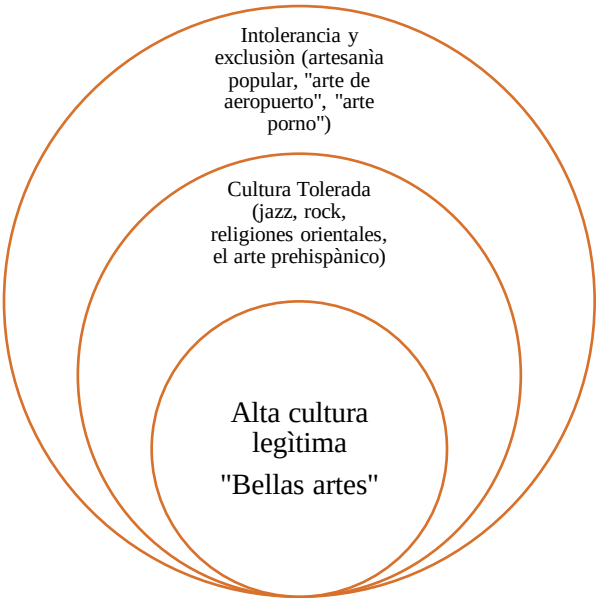


Figura 5. Proceso de codificación en el ámbito de la cultura. Por Gilberto Giménez. Elaborado por Luzdary Chico (2005).

Ya en el tema sobre la globalización se conoce como el proceso que caracteriza al mundo contemporáneo y como cierto fenómeno de gran magnitud que produce la también llamada mundialización. Como nos menciona (King, 1991) la globalización ha servido como concepto puntual en la discusión sobre diferencias e identidades culturales. Hay que dejar claro que este fenómeno no se impone ni se atribuye a algo o alguien, es la consecución de profundos cambios tanto económicos, políticos y culturales y que no se exteriorizan a lo macro ni a lo global sino que también influyen en los procesos locales así como nacionales.

Lo global, en la mayoría de los casos, se concreta en lo local. Por ello, la mejor manera de vivir esta nueva condición (ineludible e irremediable) es fortaleciendo la práctica en lo local con una visión global de la economía, la educación, la política, y, de manera estratégica, la cultura: forma de vida de un pueblo, historia, patrimonio, saberes, sentires, expresiones cotidianas y momentos festivos. (Gimenez Montiel, 2005)

La modernidad y la nueva incidencia de la globalización, además de transformar la cultura han cambiado el paradigma cultural. El mismo hecho de producir cultura ha tomado nuevas formas e inéditos medios de su producción. Según (Sànchez, 1997) “ha contribuido a la

producción cultural de nuevos objetos, a su globalización y localización, así como a la producción de nuevas identidades colectivas globales y locales". Se habla también de una creciente homogeneización de las culturas de la modernidad, provocando que las diferencias culturales se opaquen y adquieran, adopten elementos y formas comunes de otras culturas. Genera también modos de producción de identidades que alcanza conflictos interidentitarios así como intraidentitarios. El primero consistente en sentirse más propio de una cultura que alguien que de verdad lo es, y la segunda que adquiere nuevas identificaciones sin desconocer su concepción primera.

Asociar modernidad y globalización, convirtiendo ambos procesos en el nuevo e ineludible marco interpretativo de los actuales fenómenos, ha hecho que como muchos otros la cultura ya no sea hoy lo que había sido antes, y que incluso el modo de producir cultura sea también diferente de los anteriores modos de producción cultural. (Sànchez, 1997)

(Encalada Vásquez, 2003) Dice que la globalización como parte de su ejercicio consecuente borra los límites y fronteras, donde los medios de comunicación lo invaden todo. Este mundo globalizado trabaja para unificar el mundo en un tipo único de consumidor. En consecuencia perderemos identidad y entraremos en un anonimato global. El escudo ante tal peligro lo encontramos en la artesanía que es portador nato de identidad. Porque los objetos elaborados a mano, traen consigo: conciencia, valores afectivos, cultura popular e identidad.

Además que según (Coll Serrano, Rausell Köster, & Abeledo Sanchís, 2015) La competitividad en tiempos de globalización requiere de políticas públicas que impulsen la innovación social y económica. Como por ejemplo las actividades culturales y creativas que constituyen un factor de creciente relevancia para el desarrollo de los territorios. Este fenómeno posiciona a la cultura y a la creatividad en el centro de las estrategias de desarrollo regional y local. Estos autores han concluido que la concentración de actividades culturales y creativas en un determinado territorio cambia la lógica y el funcionamiento de sus dinámicas económicas

de forma más profunda y compleja, a través de la propensión a la innovación. Que el "campo cultural" exporta hacia el resto de los campos socioeconómicos un conjunto de valores que implican un replanteamiento ético y que encajan mejor con el concepto de desarrollo sostenible. Y que hay que entender la creatividad como proceso participativo, promoviendo un papel activo de las comunidades en él. De acuerdo con (Greffe, 2011)y citado por (Coll Serrano, Rausell Köster, & Abeledo Sanchís, 2015)"activar la función de las artes" significa suscitar una cultura de proyectos mediante las prácticas artísticas desarrolladas por los habitantes de un territorio, entendiendo que también la creatividad se enmarca en un sistema de relaciones sociales y de poder.

Continuemos brevemente por la posmodernidad misma que logramos comprender como la época que suplantó al modernismo y que en su fase inicial fue pedido por Académicos Franceses, Hospital, la familia Espejo, Rocafuerte y un conjunto de profesores universitarios que querían modernizar la Audiencia de Quito (Paladines, 2007). Es una época que sustituyó el fracaso de varias concepciones de una realidad que en ese momento no funcionó debido a las condiciones. El "posmodernismo defiende la hibridación, la cultura popular, el descentramiento de la autoridad intelectual y científica y la desconfianza ante los grandes relatos" (Colaboradores de Wikipedia, 2018).

Dentro de este análisis cabe mencionar las represalias que ha traído la época industrial y el arte sobre las artesanías. La industria como tal que se ha caracterizado por el trabajo en serie, preocupándose a mayor detalle por el fin utilitario, si era feo o bello daba lo mismo. Mientras que al arte se encarga de portar en un objeto toda la originalidad posible, agotando los recursos estéticos con el fin de expresar belleza. Los impulsores de la industria se atrevieron a decir que la artesanía se convertiría en una "especie en extinción y anunciaron su desaparición arrollada por los avances de la industria." Esto en pretexto de justificar que la artesanía nunca contaría con la precisión de la industria ni la genialidad de las obras de arte. Sin embargo en esta época

contemporánea se habla del diseño artesanal que se presta a la posibilidad de aplicar los principios y conocimientos del diseño profesional a la producción artesanal. Con el fin de mejorar esta área productiva y responder a las exigencias de la época que están siendo aminoradas por la producción industrial.

Llegamos así a la época contemporánea que no es sino el momento en el que nos encontramos, en cuanto a cultura, nos referiremos a las políticas para una Revolución Cultural impulsada por el Gobierno en 2011. Donde vemos como después de mucho tiempo el sector cultural y artesanal ha conseguido atraer la atención y preocupación del gobierno. Dentro del mandato del expresidente constitucional Rafael Correa recalcaremos la misión del Ministerio de Cultura:

El Ministerio de Cultura ejerce la rectoría del Sistema Nacional de Cultura para garantizar el cumplimiento de los derechos culturales a través de la promoción de las expresiones culturales diversas que conviven en el país: el fomento de la libre creación artística; la promoción de la producción, difusión y distribución de bienes y servicios culturales; la salvaguarda y potenciación de la memoria social y el patrimonio cultural y el consiguiente fortalecimiento de la identidad nacional. (Charvet, Oviedo, Moncada, & comentarios y aportes del equipo tècnico del MC, 2011)

2.5. Hipótesis

La vinculación entre diseño interior y artesanía es la estrategia macro, que determinará micro estrategias que permitan la revalorización cultural.

2.6. Señalamiento de variables

Variable Independiente: Vinculación entre el diseño interior y la artesanía.

Variable Dependiente: Como una estrategia de revalorización cultural

CAPÍTULO III

-METODOLOGÍA-

3.1. Enfoque investigativo

La metodología cualitativa que vamos a emplear es de tipo investigativa. Se realizará a través de la interacción oportuna con los artesanos de la cultura Kichwa, de la conversación con profesionales del diseño, y la asidua búsqueda de criterios determinantes que nos ayuden a liberar las dudas sobre la relación diseño - artesanía. La finalidad será por una parte; mejorar la situación tanto del diseñador interiorista como del artesano y por otra el rescate del valor cultural. Lo lograremos mediante la investigación de varios factores a fines al tema y la participación de dichos individuos y grupos colectivos.

3.2. Modalidad básica de la investigación (Bibliográfica/ de campo)

La investigación se desarrollará a través de la modalidad bibliográfica, debido a que los campos que estudiaremos son bastante amplios. Además, porque encontramos autores apropiados del tema que cuentan su experiencia en el trabajo interdisciplinario. En el trayecto investigativo descubrimos que no solo se abarca al diseño y la artesanía, contiene apartados de la cultura, la historia, la ética, la antropología e incluso la sociología. También es bibliográfica porque debemos conceptualizar y entender el principio mismo de los fenómenos sociales, ideas que no podremos encontrar sino mediante la lectura y el apoyo de escritores.

Además, hasta cierto punto y al final de este trayecto de investigación consideraremos oportuno la modalidad de campo. Esto se debe a que estudiaremos la artesanía Kichwa: estado actual, técnicas artesanales, comercio entre otras. Donde deberemos recurrir personalmente hacia fuentes que nos permitan resolver dudas, sobre todo de identidad. Y por otro lado también porque debemos aplicar herramientas que se ejecutan mediante la observación y el registro fotográfico.

3.3. Nivel o tipo de investigación

Nivel de investigación exploratoria que nos permite investigar y descubrir la realidad de un determinado tema, con total libertad. Al final con este tipo de investigación lograremos obtener conclusiones a través de la información más importante. Cuando estemos explorando debemos estar abiertos a descartar información quedándonos siempre con las variables que nos guíen hacia la solución del tópico.

El trabajo exploratorio se realiza a través de la recolección de datos mediante bibliografías, registros, tablas, anotaciones, entrevistas, cuestionarios, entre otros. Mediante el uso de la investigación exploratorio además de encontrarle solución a problemas existentes o nuevos, podremos desarrollar una investigación formativa. Esto se debe porque a medida que investigamos desarrollamos nuestras aptitudes como investigadores, formándonos en el trayecto.

Por otro lado también desarrollaremos la investigación descriptiva. Mediante esta podremos describir la realidad social de la cultura a partir de un caso en particular con la cultura Kichwa. Realizaremos un registro detallado de las técnicas artesanales que se usan, o se usaban en las artesanías Kichwa. Así también como la acumulación y procesamiento de datos que nos guíen en el trayecto investigativo.

3.4. Población y muestra

Tenemos una investigación con enfoque cualitativo debido al estudio e identificación de las variables relacionadas a la vinculación diseño interior y artesanía. Ya que el aspecto estadístico no es oportuno dentro de la búsqueda de estrategias que nos permitan revalorizar la cultura. Más bien nos guiamos a la aplicación de instrumentos tales como las entrevistas, sondeos, efectos personales y foto – diarios que nos permitirá ir defendiendo y conceptualizando las estrategias.

3.4.1 Definición de la muestra

FELIPE VALDEZ

Estudios:

→ Diseñador
→ Facultad de Diseño de la Universidad del Azuay.
→ Posgrado en Le Arti Orafe Jewellery, Escuela de Joyería en Florencia – Italia.
→ Maestría de "Diseño de Proyectos" en la Universidad del Azuay.

Premios:

→ Ganó el premio del público en "Fresh Metal "en Italia el año 2013.

Empleo:

→ Docente de la Universidad del Azuay
→ Trabaja en Artificio junto a su hermano Nicolás Valdez

Pensamiento:

→ Se enfoca en la conceptualización y construcción de joyas de alta calidad, lo hace al observar el mercado local y notar una repetición de motivos y un conformismo de los artesanos en relación a sus productos.

Exposiciones:

→ Elección y desfile de las candidatas a Reina de las Asociación de Joyería del Azuay (AJA) 2007 con prendas del Cluster de joyeros MITCH.
→ Feria de excelencia artesanal CIDAP 2007,
→ Centro interamericano de artes populares CIDAP (2008).
→ Cluster de joyeros MITCH, diseños realizados por Felipe Valdez y Oscar Vázquez (2009)
→ Exposición en Florencia, Italia, organizada por la ASSOCIAZIONE VIA MAGGIO CONTEMPORANEAMENTE ARTE DESIGN ARTIGIANATO Y CULTURA 2012.
→ Participación en la feria Internacional de Inhorgenta en 2013
→ Participación Cuenca Moda 2013
→ Exposición en Cuenca Design 2014

GENOVEVA MALO

Estudios:

→ Diseñadora Facultad de diseño Universidad del Azuay 1996
→ Maestría en Diseño Universidad del Azuay 2009
→ Diplomado en Gerencia Estratégica de Mercado Universidad Técnica Particular de Loja 2007

Empleo:

→ Profesora e investigadora de la Universidad del Azuay en la ciudad de Cuenca.
→ Decana de la Facultad de Diseño de la Universidad del Azuay.

→ Sus intereses de investigación se enmarcan en la epistemología del diseño, los discursos del diseño en el contexto contemporáneo con un fuerte énfasis en el diseño vinculado a la cultura, ambiente, artesanía y tradición, en los campos de diseño textil e indumentaria, diseño interior y de productos.

Investigación y Proyectos:

→ "Diseño y rediseño para las artesanías toquilleras alternativas"CIDAP- OEA.Junio 1998- Abril 1999
→ Talleres de difusión de técnicas y diseños, edición y publicación de libro. CIDAP 2000
→ Interacción Diseño- Artesanía. Desde la Docencia a la práctica proyectual. Proyecto académico de investigación. Junio 2009
→ SIGNUM; Resignificación de las técnicas artesanales, nuevos usos para la paja Toquilla. Producción de objetos y accesorios en Paja toquilla, trabajo comunitario, Difusión, promoción, venta, exportaciones.

SANDRA NUÑEZ

Estudios:

→ Universidad del Azuay
→ Ing. en Diseño de Espacios Arquitectónicos
→ Maestría de "Diseño de Proyectos" en la Universidad del Azuay.

Empleo:

→ Docente en la Facultad de Artes de la Universidad Técnica de Ambato.

Publicaciones:

→ Articulación entre la representación social del diseño y las nuevas condiciones de habitar un espacio intercultural". La Vivienda Social del Ecuador, desde la interculturalidad, como representación social del diseño. Actas de diseño. Universidad de Palermo.
→ La construcción social de la identidad morfológica, la propuesta epistemológica al cambio de paradigma desde la ergonomía cognitiva en el diseño. Memorias del seminario de investigación en diseño. SID 8 Grupo Taller 11

Ponencias:

→ Articulación entre la representación social del diseño y las nuevas condiciones de habitar un espacio intercultural". La Vivienda Social del Ecuador, desde la interculturalidad, como representación social del diseño. Actas de diseño. Universidad de Palermo
→ La construcción social de la identidad morfológica, la propuesta epistemológica al cambio de paradigma desde la ergonomía cognitiva en el diseño. Memorias del seminario de investigación en diseño. SID 8 Grupo Taller 11
→ Una noción de forma desde la teoría semiológica aplicada al Diseño: la objetividad del diseñador versus la subjetividad del usuario.
→ La antropología aplicada al diseño: Un acercamiento metodológico. Universidad Internacional del Ecuador. Conferencia internacional de investigaciones interdisciplinarias.

VANESSA CERDA

Estudios:

→ Ingeniería en Turismo Universidad Estatal Amazónica
→ Unidad Educativa Doce de Mayo

Empleo:

→ Casa de la cultura Núcleo de Pastaza
→ Mullos Arte Amazónico, que se enfoca en la revalorización de las culturas amazónicas a través de elegantes accesorios hechos artesanalmente.
→ Trabajó en Agencia de Viajes Shiran Nantu

→ Emprendedora, Miembro del Directorio de la Casa de la cultura Núcleo de Pastaza y artesana.
→ Se dedica al arte desde los 8 años cuando emigro a la ciudad de Puyo desde su comunidad Mangu Hurco de la parroquia Montalvo.

3.5. Operacionalización de variables

CONCEPTO	DIMENSIÒN DE ESTUDIO	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTOS Y TÈCNICAS
Vinculación entre el diseño interior y la artesanía. Es una relación interdisciplinaria que permite el trabajo conjunto entre artesanos y diseñadores, donde cada actor contribuye con sus conocimientos en favor de un fin común.	**Artesanos**	Situación económica y laboral de artesanos Kichwa.	¿A qué se dedica mayormente la cultura Kichwa? ¿Cómo el negocio de la artesanía aporta económicamente a su círculo familiar? ¿Qué técnicas artesanales fueron aprendidas de sus ancestros? ¿Quiénes son los actores principales en el quehacer artesanal?	**CUESTIONARIOS**
	Artesanías	Tipos de artesanía y técnicas artesanales de la cultura Kichwa.	Identificar el estado actual de la producción artesanal, así como los procesos y resultados.	**FOTO-DIARIO**
	Lineamientos de pensamiento sobre el diseño	Diseño de transición Diseño artesano Diseño para la sostenibilidad Estrategias Recomendaciones	¿Qué nos aportaría el diseño de transición al vínculo A+ D? ¿Qué motivó a creer en el	**ENTREVISTAS**

	Experiencias A+D		diseño artesano? ¿Qué debemos saber para crear diseño sostenible? ¿En el vínculo A+D El fin último es el artesano, pero en qué medida resulta beneficiado el diseñador? ¿En qué medida puede intervenir el diseñador en la concepción de la artesanía? ¿Cuál fue el punto de partida para comenzar el trabajo colectivo? ¿Qué precauciones debe tener el diseñador antes de incurrir en consejos hacia los artesanos? ¿Cómo encontró el estado de apertura para enseñar y aprender, del artesano? ¿Considera el trabajo A+D,	**ENTREVISTAS**

			muy complejo para llevar a cabo?	
Estrategia de revalorización cultural Revalorizar la cultura a través de un vínculo interdisciplinario, es: proteger, conservar si es necesario, restaurar y poner en valor social tanto la identidad cultural como el patrimonio tangible e intangible. Desarrollando estrategias que permitan el trabajo conjunto entre diseñadores y artesanos, entre diseño interior y artesanía.	**Interdisciplina** **Identidad**	Concepción de productos interdisciplinarios. Contexto artesanal Evolución artesanal	¿Cuál es su primera idea al ver esta artesanía? ¿Creería Ud. que además del artesano, alguien más intervino para el trabajo de este producto? ¿Qué es lo que más le gusta del producto? ¿Además de gustarle el producto, el mismo le evoca o transmite cultura ecuatoriana? ¿Quién o quiénes fueron los que inculcaron su práctica artesanal? ¿El porqué de los rasgos identitarios de su artesanía? ¿Cuáles son las artesanías más ancestrales? ¿Cuáles son los motivos de transformación de la	**EFECTOS PERSONALES** **ETNOGRAFÌA**

		Diferenciación artesanal	producción artesanal? ¿Cuáles son las más recientes invenciones artesanales? ¿Qué diferencia a la artesanía de la cultura Kichwa de la cultura shuar? ¿Qué artesanías emblemáticas son las que mejor representan a la cultura Kichwa?	

3.6. Técnicas e instrumentos

Etnografía: El objetivo de este estudio etnográfico es aprender de las personas del grupo cultural Kichwa, así como identificar su sapiencia sobre su identidad.

Instrumentos: Bitácora de campo, fichas de observación.

Foto – diarios: Son formas muy efectivas de recopilar información observacional visualmente rica. Forma de estudiar y captar momentos significativos de los procesos cotidianos de la elaboración de artesanía Kichwa y de las personas en sus entornos habituales.

Instrumentos: Ficha de análisis fotográfico.

Efectos personales: Se efectuará un sondeo sobre productos de las artesanías Kichwas y el uso e impacto que tiene para la sociedad. Además se pondrá a comparación con productos artesanales que han sido trabajados a partir del vínculo diseño y artesanía. Este método de investigación consiste en preguntar a la gente qué efectos personales son importantes para ella

con el objetivo de determinar cuáles son las cosas que valora más e identificar posibles patrones de uso.

Instrumentos: Fichas de indagación, fotografías.

Cuestionarios: Es una lista impresa de preguntas, que en términos generales, nos permitirá conocer datos comunes de la situación laboral y económica de los y las artesanas Kichwa.

Instrumentos: Encuestas.

Entrevistas: Es una de las formas más sencillas para obtener información sobre el tema propuesto, que será empleado para conocer aspectos más profundos y personales de los conocimientos y experiencias de los entrevistados.

Mediante la entrevista semiestructurada: Se plantean las preguntas basadas en el perfil del entrevistado y de las dudas que tenemos acerca de las cuestiones principales relacionadas con el proyecto de diseño.

Instrumentos: Entrevista semiestructurada

3.7. Plan de recolección de la información

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
1. ¿Para qué?	Para encontrar las estrategias que nos permitan vincular el diseño interior con la artesanía como medio para revalorizar cultura.
2. ¿De qué personas u objetos?	Especialistas en el campo
3. ¿Sobre qué aspectos?	• Identidad cultural • Artesanía de la cultura Kichwa • Experiencia y praxis de encuentros A+D • Apropiación cultural • Innovación • Diseño interior
4. ¿Quién?	Investigador Luzdary Chico
5. ¿A quiénes?	Diseñadores. Artesanos Kichwa Indígenas Kichwa
6. ¿Cuándo?	Periodo académico (Marzo 2018 - Agosto 2018)
7. ¿Donde?	Pastaza, Madre Tierra
8. ¿Cuántas veces?	Las necesarias
9. ¿Cuáles técnicas de recolección?	Etnografía Foto-Diario Efectos personales Cuestionarios Entrevistas
10. ¿Con que instrumentos?	Bitácora de campo, fichas de observación. Ficha de análisis fotográfico. Fichas de indagación. Ficha de preguntas y análisis de datos. Entrevista semiestructurada.

3.8. Plan de procesamiento de la información

3.8.1 Foto – diarios:

UNIVERSIDAD TÈCNICA DE AMBATO FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES DISEÑO DE ESPACIOS ARQUITECTÒNICOS FICHA DE ANÁLISIS FOTOGRÁFICO	
Objetivo: Registro detallado de las técnicas artesanales de la cultura Kichwa, así como del estado actual y datos pertinentes acerca de las misma.	
Ubicación:	**Observación:**
Foto	**Descripción**

3.8.2 Entrevista:

UNIVERSIDAD TÈCNICA DE AMBATO FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES DISEÑO DE ESPACIOS ARQUITECTÒNICOS ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA
Objetivo: Conocer sobre las necesidades interdisciplinares del proyecto Mullos Art. Y los motivos que centran su objetivo en la revalorización cultural de las nacionalidades indígenas.
Entrevistada: Vanessa Cerda
Preguntas: ¿Cómo nace la idea de crear Mullos Art? ¿Por qué se hizo necesario revalorizar la cultura de las nacionalidades indígenas? ¿Cómo logran revalorizar las culturas a través de bisutería indígena artesanal? ¿Qué impedimentos se les han presentado en la presentación y desarrollo del proyecto Mullos Art? ¿Además de los artesanos/as de que otros profesionales se benefician para desarrollar el proyecto? ¿Considera que la vinculación entre profesionales del diseño y los artesanos, fortalecerían su proyecto? ¿Qué estrategias ha promovido para promocionar sus productos y el proyecto en sí?

UNIVERSIDAD TÈCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES
DISEÑO DE ESPACIOS ARQUITECTÒNICOS

ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Objetivo: Conocer sobre el aporte de tres lineamientos de pensamiento sobre el diseño (Transición, Artesano, Sostenible) al tema de investigación.

Entrevistada: Diseñadora Sandra Núñez

Preguntas:

Los lineamientos de pensamiento sobre el diseño, son respuestas a problemáticas o carencias, ¿considera que guiarnos sobre estos lineamientos nos limitamos al momento de diseñar?

El diseño de transición, fomenta el trabajo colaborativo, interdisciplinar, y co-creativo, y es considerado una metodología de trabajo, ¿pueden ser consideradas las metodologías como parte de estrategias?

¿Aplicando el diseño de transición o trabajo interdisciplinar, podemos inmiscuir al marketing y al turismo sin que menosprecie al diseño interior como promotor de la vinculación A+D?

El diseño artesano nos refiere a productos con un fuerte sentido de identidad cultural, ¿Entonces los artesanos ya realizan diseño, y sino como aplican los diseñadores este lineamiento?

¿Cómo fundamentamos el diseño artesano en la vinculación diseño – artesanía, sin relegar los resultados a la sola practica del artesano?

Se dice que una estrategia de innovación es guiarse en el cuidado de los recursos y del medio ambiente. ¿En qué aspectos de la artesanía podremos trabajar diseño sostenible, para generar innovación?

¿Cómo podemos encontrar estrategias a partir de estos lineamientos?

UNIVERSIDAD TÈCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES
DISEÑO DE ESPACIOS ARQUITECTÒNICOS

ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Objetivo: Conocer experiencias sobre el trabajo de diseño vinculado a la artesanía en el contexto cultural.

Entrevistado: Diseñador Felipe Valdez

Preguntas:

¿Qué puede tomar el diseño de la artesanía y viceversa?

¿Quién representa el papel de actor principal en la revitalización cultural, el diseño, la artesanía o la sociedad, y por qué?

¿Cree que además del diseño de objetos y el diseño de modas, el diseño interior pueda vincularse a la artesanía para desarrollar proyectos en común?

¿Por qué considera que existe el desinterés social por las expresiones artesanales de la cultura ecuatoriana?

¿Cómo afectan las tendencias en la identidad de las artesanías?

¿Qué estrategias le han permitido desarrollar encuentros entre diseño – artesanía o entre diseñador y artesano?

¿Cómo ha sido su experiencia en la labor de vincular el diseño con la artesanía?

¿Cuál es su posición frente al tema de apropiación cultural, y que recomendaciones nos daría para no cruzar esa delgada línea?

UNIVERSIDAD TÈCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES
DISEÑO DE ESPACIOS ARQUITECTÒNICOS

ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Objetivo: Conocer acerca de las experiencias Artesanías y Diseño y su influencia en la cultura.

Entrevistada: Diseñadora Genoveva Malo

Preguntas:

Haciendo referencia a su proyecto de maestría Interacción entre Diseño y Artesanía.

¿Qué le motivo a creer en la interdisciplina como salida a las problemáticas de diseño vinculadas a la artesanía?

¿Cómo aporta la interacción diseño - artesanía en la labor de rescate del valor identitario de las culturas?

¿Cuáles son los factores que impiden crear espacios de encuentro entre diseñadores y artesanos?

¿Qué estrategias se aplicaron para desarrollar la interacción diseño – artesanía desde su experiencia en el tema?

¿Por qué el diseño interior es importante para la sociedad?

¿El diseño vinculado a la artesanía adquiere responsabilidades con la identidad de los grupos, como evitamos cruzar la delgada línea hacia la "apropiación cultural"?

¿Qué precauciones debe tomar el diseñador para vincularse al proceso de trabajo del artesano?

¿Hasta dónde el diseño interior puede inmiscuirse en la artesanía?

3.8.3 Efectos personales:

UNIVERSIDAD TÈCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES
DISEÑO DE ESPACIOS ARQUITECTÒNICOS

FICHA DE INDIGACIÒN

Objetivo: Conocer las impresiones de la sociedad acerca de las artesanías Kichwa, para interpretar el grado de valoración acerca de la cultura Kichwa.

Descubrir las impresiones de productos artesanales desarrollados a través del vínculo A+D, y productos netamente realizado por artesanos.

Grupo objetivo: Sociedad amazónica, Extranjeros y Diseñadores.

Ubicación: Ambato y Puyo	**Observación:**

Fotos de los productos artesanales sometidos a prueba

Primera fotografía. Elaborado por el programa SIGNUM.

Segunda fotografía. Elaborado por el Centro de Artesanías Agua Viva.

Preguntas:

1. ¿Cuál es su primera idea al ver esta artesanía?
2. ¿Qué es lo que más le gusta del objeto?
3. ¿El objeto le evoca o transmite cultura ecuatoriana?
4. ¿Qué le gustaría cambiar en el objeto?
5. ¿A qué región cree que le pertenece este producto, y podría identificar el nombre de la cultura?
6. ¿Cree que además del artesano algún profesional en diseño trabajo en este producto?
7. ¿Qué producto aprecia o le interesa más al comprador, uno netamente hecho por el artesano, o mientras el producto sea de su agrado donde trabajen varios profesionales?

Respuestas:

3.8.4 Etnografía:

UNIVERSIDAD TÈCNICA DE AMBATO FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES DISEÑO DE ESPACIOS ARQUITECTÒNICOS FICHA DE OBSERVACIÒN	
Objetivo: Conocer el contexto artesanal de la cultura Kichwa para determinar las características identitarias de su artesanía.	
Grupo sometido a observación: Centros artesanales Kichwas.	
Ubicación:	**Observación:**
Fotos y exposición de lo que se observe en el estudio de campo.	Descripción:

3.8.5 Cuestionarios:

UNIVERSIDAD TÈCNICA DE AMBATO FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES DISEÑO DE ESPACIOS ARQUITECTÒNICOS FICHA DE PREGUNTAS Y ANÀLISIS DE DATOS
Objetivo: Descubrir la situación laboral y económica que las artesanías reflejan en la vida de los artesanos Kichwas.
Dirigido a: Artesanos Kichwas de la provincia de Pastaza, Ecuador.
1.- ¿A qué se dedica en su mayoría la cultura Kichwa? 1. ( ) Agricultura y Pesca 2. ( ) Artesanías 3. ( ) Turismo comunitario 4. ( ) Actividad política 5._____ 2.- ¿En qué dimensión el negocio de la artesanía aporta económicamente a su hogar? 1. ( ) Cubre todos los gastos básicos. 2. ( ) Cubre a medias los gastos básicos 3. ( ) No cubre los gastos los gastos básicos. 3.- ¿Qué técnicas artesanales fueron aprendidas de sus ancestros? _____ 4.- ¿Quiénes son los actores principales en el quehacer artesanal? 1. Mujeres 2. Hombres

5.- ¿Cuál es su artesanía más cara y cuánto cuesta, y cuál es su artesanía más barata y cuánto cuesta?

_____

6.- ¿Complementa sus gastos básicos con otra actividad, que no sean las artesanías?

7.- ¿Quiénes son los que más adquieren su artesanía?

1. ( )Ciudadanos amazónicos
2. ( )Turistas Nacionales
3. ( )Turistas extranjeros

8.- ¿Qué artesanía es la que más se vende, y cuál es su valor?

9.- ¿Qué materiales son los que usa normalmente en sus artesanías?

10.- ¿Si un profesional en diseño quisiera intercambiar conocimientos con ud para fortalecer el producto final de sus artesanías, estaría de acuerdo?

1. SI
2. NO

11.- ¿Para promocionar su artesanía, que acciones ha realizado?

1. Acudir a Ferias, Exposiciones.
2. Publicidad, Volantes, tarjetas, páginas web.
3. Formar parte de un sitio turístico.
4. Ninguna.

CAPÍTULO IV

-ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS-

4.1 Análisis del aspecto cualitativo

El aspecto cualitativo se ha manejado a través de técnicas como la entrevista, efectos personales, etnografía, foto diarios y los cuestionarios. Son técnicas que a través de sus instrumentos de trabajo nos permiten conocer de primera mano las cualidades, características e información de la artesanía. En nuestro caso de ejemplo la artesanía Kichwa y sobre todo el contexto artesanal que manejan. Por otra parte la información sobre la experiencia en el tema de vincular el diseño con la artesanía en el país, nuestras fuentes fueron diseñadores reconocidos como Genoveva Malo, Felipe Valdez y Sandra Núñez. Mantuvimos una socialización con artesanas Kichwa que han marcado un antes y después en su labor artesanal como Vanessa Cerda y Roberto Montaguano.

4.2. Interpretación de resultados

Técnica artesanal de cerámica negra.

Se trata de negrear la cerámica con el objetivo que sirvan como productos que se usan en la cocina como ollas, jarras, platos, tazas para líquidos calientes y fríos.

Puyo
Artesanías Kichwa La Mokawa

Antiguamente solo se elaboraban ollas pero con el paso del tiempo y gracias a la influencia del mestizaje, se ha visto la necesidad de hacer nuevos objetos como tazas, jarras, y platos.

Hay que conocer el objeto elaborado con suficiente maestría para que no quede a medio hacer, ni que se quiebre. Consiste en darle color negro a la arcilla local, cocida con el humo de leña seca especial.

A este tipo de artesanías no se les da un acabado iconogràfico, por el mismo hecho de que son usados en la cocina, y no lo necesitan. Aunque actualmente se los vende como productos decorativos y algunos ya muestran ciertas figuras sencillas.

Técnica artesanal en cerámica de barro

Puyo
Artesanías Kichwa
La Mokawa

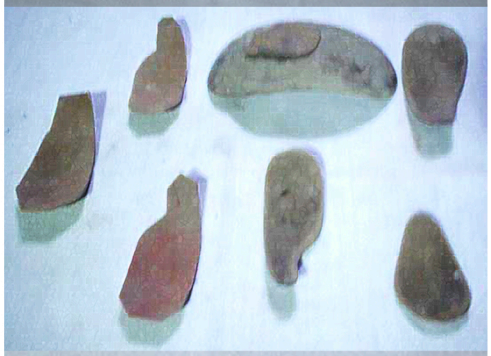
Piedras de colores naturales que se usan para pintar. Hay el rojo (pucallpa), el blanco (ruyajallpa) y el negro (yanalallpa), menos comunes son el rosado y el ocre.

MATERIALES

Barro que debe ser virgen y se lo extrae de la orillas del rìo, si ha sido expuesto a contaminación no sirve, ya que la ceràmica se quiebra y no toma forma.

Tablas de piedra para acentar la masa de barro, hay redondas y cuadradas.

Espátulas que sirven para dar forma a la cerámica, ya que no utilizan maquinas giratorias, todo es manual. Tambien se usa la càscara de calabaza



Piedras que sirven para pulir el barro y dar mejores acabados al producto final. Tambien se usa la hoja de maìz al igual que los dedos

Shilquillo o laca natural que usan en la amazonia. Sirve para dar brillo a la artesanía

Piedras con huecos que sirven para contener la pintura e irla diluyendo según sea necesario, con la fricción entre piedras.

Pinceles elaborados con el cabello de niños que resultan más fuertes al de las mujeres que suele horquillarse. Sujetan con hilo o el mismo cabello de las ceramistas, pequeños mechones de cabello a delgados palos de madera.

Técnica artesanal en cerámica de barro

Puyo
Artesanías Kichwa
La Mokawa/
Uru Warmi

TECNICA ARTESANAL

Primero se da forma al barro según el objetivo que se tenga. Usan la sarapanga (hoja de maíz) para rascar el barro.

Con la ayuda de las espátulas y piedras de rio seleccionadas dan formas más pulidas y estilizadas al objeto.

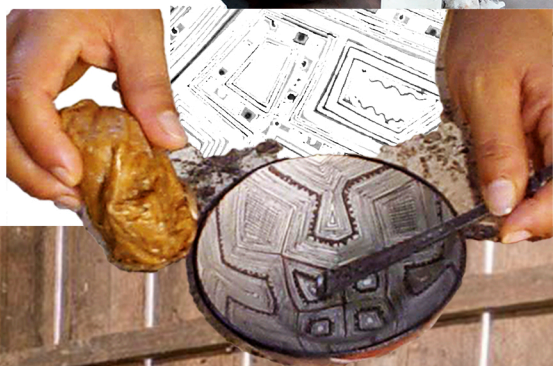
Usan hornos artesanales o colocan los objetos directamente sobre la leña para endurecer el barro y hacerlo sólido, también lo dejan secar al sol.

Pukallpa la tierra roja que le da la tonalidad rojiza a los objetos.

Cubren la cerámica con pintura roja como base para lo que será la pintura más detallada.

Luego pintan con piedras naturales arenosas como la yanallpa o tierra negra y yurak allpa o tierra blanca. Con los pinceles de pelo humano o akchatashka delinean los vistosos diseños como la charapawasha o carapacho de tortuga, arañatuglla o tela araña, panga que son las hojas, ukumbiwasha o lomo de boa de tierra, turuamarunwasha o lomo de boa de lodo entre algunos diseños de los animales y plantas que habitan la selva y se plasman en las mokawas. Los diseños son empíricos y al azar, casi nunca se repiten.

Finalmente cubren con la resina de un árbol llamado shillquillu que es una laca o brillo natural, y dejan secar.



Técnica artesanal de bisutería en semillas naturales.

Puyo
Artesana Gladys Santi,
Centro Comercial
Los tobaganes

Semillas: Existe una gran variedad entre las más conocidas tenemos:

Huayruro: Son rojas con manchas negras, muy vistosas que se usaban con la creencia de que daban buena suerte, evitaban el mal de ojo y hechizos.

Achira: Es una pepa negra esférica. Su flor y en general la planta es comestible, hay de varios colores como anaranjadas, rojas, rosas o con pintas aleopardadas según la especie.

Pepa de corazón de mono, pepa de ojo de venado y pepa de jaboncillo: son planas y circulares parecidas entre sí pero varían en el tamaño y quizá un poco en el color.

Shiguango: parecidas a la achira pero más pequeñas.

San Pedro: Son de color plomo, de forma ovalada y pequeñas.

Pita y Chambira: Es el hilo para unir las semillas. De color café claro. Se elabora a partir de cocinar la hoja de chambira, luego se seca y a través de manos expertas enrollan las hojas sobre las piernas de las artesanas hasta formar el hilo. La diferencia entre la pita y la chambira es que son de diferentes plantas y además que la pita es una fibra más suave para trabajar.

Otros materiales : Hilo, agujas, taladro y asas.

Tecnica artesanal: Lo primero es agujerar las semillas con un taladro, separar las semillas. Después pasar las semillas por el hilo (chambira) de forma que vaya la idea general. Finalmente asegurar también usando hilo y semillas.

TRES TIPOS DE CERÀMICA ANCESTRAL

Puyo
Atesanias Kichwas
La Mokawa

MOKAWAS
Recipiente hondo para beber la chicha. No existe un diseño previo para realizarlas. Las mujeres solo empiezan a pintar y el resultado final son los conceptos que mantienen de su entorno natural.

SUPAI
Espìritus de la selva que los habitantes de las comunidades conocen y de las que nacen importantes mitos.
Por lo general son considerados los protectores de las comunidades, de los animales y de las actividades de hombres y mujeres kichwas.
Algunos de los espiritus son :
Juri juri Warmi
Palu Supai Runa
Indi Warmi (mujer sol)
Killa Runa(hombre luna)

TINAJAS
Grandes contenedores para fermentar la chicha

4.2.2. ENTREVISTAS

FELIPE VALDEZ

¿Qué puede tomar el diseño de la artesanía y viceversa?
“Primero debemos entender que la Artesanía en el País es muy diversa, por consiguiente, el diseño debería estudiar la diversidad de materiales, procesos y estos ser llevados hacia los nuevos contextos que propone la contemporaneidad.”
(Valdez, comunicaciòn personal, 2018)

Aunque tambien hay que cuidar de estos procesos y materiales ya que el mismo hecho que no hayan tomado forma en la contemporaneidad las convierte en valiosas y significativas, y ademàs el cuidado sobre el aspecto patrimonial.

¿Quién representa el papel de actor principal en la revitalización cultural, el diseño, la artesanía o la sociedad, y por qué?
“Debería ser el Diseño, ya que tendría que dar un giro al pensamiento folclórico y artesanal.”
(Valdez,comunicaciòn personal, 2018)

El diseño a travès de estrategias vinculadas a la artesanìa permitiràn el giro de este pensamiento. Donde todos los actores involucrados podran reconocer la importancia del trabajo colaborativo.

¿Cree que además del diseño de objetos y el diseño de modas, el diseño interior pueda vincularse a la artesanía para desarrollar proyectos en común?
“Si, son las nuevas fusiones y estrategias contemporáneas que el mundo actual lo está tomando como referentes. ”(Valdez, comunicaciòn personal, 2018)

El diseño interior como tal no posee los mismos campos de acciòn que el diseño de modas, mismo que ya ha experimentado este tipo de vinculaciones. Sin embargo el interiorismo puede encontrar sus propios puntos de encuentro para desarrollar este tipo de interaccion con igual o mayor èxito que otros diseños.

¿Por qué considera que existe el desinterés social por las expresiones artesanales de la cultura ecuatoriana?
“Porque no se ha innovado, no ha entrado el diseño para generar nuevas propuestas. ”
(Valdez, comunicaciòn personal, 2018)

Innovaciones que requieren de estudio y trabajo interdiscplinario, donde caben diseñadores, comunicadores y profesionales comprometidos con los artesanos, quienes seràn los protagonistas de este tipo de experiencis colaborativas.

¿Cómo afectan las tendencias en la identidad de las artesanías?
“Las tendencias lo podemos crear nosotros, en la actualidad se trabaja mucho a partir de la artesanía e iconografía de América.” (Valdez, comunicaciòn personal,2018)

La iconografia es un aspecto significativo de gran valor que se podrìa tomar como fuente de inspiracion en los procesos de diseño. Sin embargo las tendencias de otras culturas influenciadas sobre otras dan pie a la aculturaciòn, hay que tener especial atenciòn en apreciar y apropiarse de las tendencias.

¿Qué estrategias le han permitido desarrollar encuentros entre diseño – artesanía o entre diseñador y artesano?
“Lo primero es mostrar lo que está pasando en el mundo del diseño y la artesanía, los artesanos y diseñadores se abran a crear cosas diferentes, a compartir experiencias y procesos. ”(Valdez,comunicaciòn personal, 2018)

Sin duda los procesos de socializaciòn son bastante productivos a la hora de dar a conocer los fines del ecnuentro A+D. De buscar las fortalezas y en su defecto las debilidades de las comunidades indìgenas y artesanales.

¿Cómo ha sido su experiencia en la labor de vincular el diseño con la artesanía?
“Al principio fue un gran trabajo hacer que el artesano cambie diferentes procesos y que rompa el celo profesional, una de las estrategias que pude hacer para poder tener mayor disponibilidad del artesano fue generar proyectos conjuntos en la elaboración y procesos constructivos del mismo. ”(Valdez, comunicaciòn personal, 2018)

Se dice que el trabajo artesano - diseñador no debe sortearse en momentos mas bien debe conevrtirse en un trabajo continuo desde la conceptualizaciòn hasta la realizacion del producto.

GENOVEVA MALO

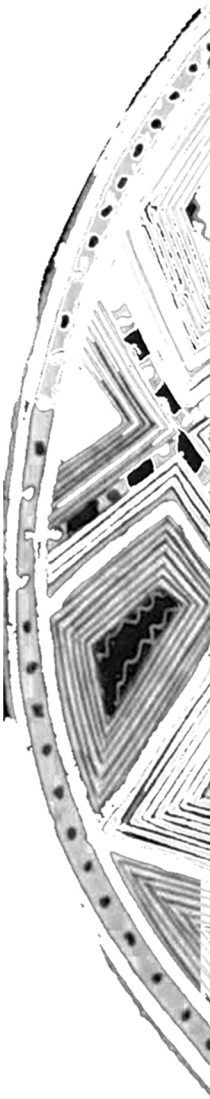
¿Qué le motivo a creer en la interdisciplina como salida a las problemáticas de diseño vinculadas a la artesanía?
"Hablar de diseño y artesanía en el mundo contemporáneo supone, sin duda, posicionarse en el pensamiento de hoy, en una nueva epistemología del diseño que se construye y transforma día a día, en un conocimiento del diseño que está en continua construcción, y es el mismo diseño el que se mira a si mismo desde otras disciplinas y amplía cada vez más su campo de acción rompiendo los iniciales límites de la disciplina para explorar desde otros campos, surge así el encuentro la interdisciplina, la posibilidad de mirar y comprender al diseño desde otros espacios de conocimiento y trabajar con éstos. Disciplinas como la antropología necesariamente deben entrar en diálogo cuando hablamos de la relación diseño – artesanía." (Malo, comunicaciòn personal, 2018)

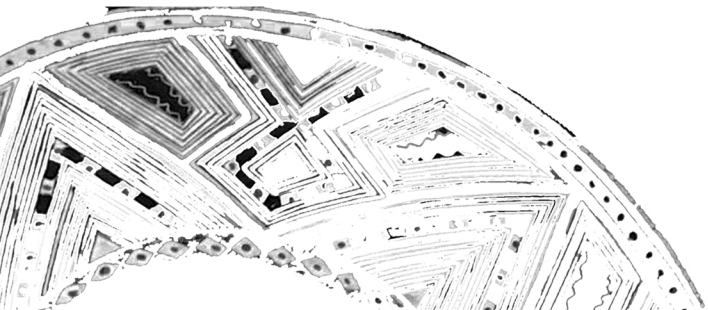
Hacer diseño en tiempos actuales, en el mundo globalizado nos obliga a resolver problemas desde otras disciplinas. Y aunque la preocupación por revalorizar la cultura ha ido en aumento desde hace mucho tiempo, no deja de ser parte de nuestros días. Por lo tanto explorar y ayudarse de herramientas que proveen otras materias no es sino una salida inteligente para encontrar pautas que nos guíen hacia la solución.

¿Cómo aporta la interacción diseño - artesanía en la labor de rescate del valor identitario de las culturas?
"Es evidente el rol del diseño como fortalecedor y potenciador de los valores culturales de los pueblos, en el marco de una ética cultural contemporánea que sea capaz de reconfigurar y resignificar con respeto y conocimiento, nuevas formas posibles en el mundo del diseño y la artesanía. Hoy ya no cabe hablar de la palabra rescate, es mejor referirnos a la valorización, fortalecimiento y potencialización."
(Malo, comunicaciòn personal, 2018)

Estamos de acuerdo que la cultura no necesita ser rescatada porque aún no se ha perdido, necesita ser revalorizada, porque a pesar de estar presente en nuestro diario y cotidiano vivir no la valoramos. Hay tanto de fondo en el quehacer artesanal que sin duda sumergirse en sus detalles nos aporta como diseñadores y como seres humanos.

¿Cuáles son los factores que impiden crear espacios de encuentro entre diseñadores y artesanos?
"El trabajo diseñadores y artesanos es talvez, la clave y el espacio de construcción más complejo por la serie de interacciones que se producen en el encuentro y es, el eje potencializador de la nueva artesanía y diseño de la región. Es preciso trabajar desde los espacios académicos en relación de pares, es necesario pensar en el comercio justo, en la dignidad, en la co-creación como mecanismos que potencien la relación y aporten a la mejor calidad de vida de los pueblos." (Malo, comunicaciòn personal, 2018)





Entendemos que quizá el mayor problema de estos encuentros es la condición de los artesanos frente al trabajo colaborativo. Los pueblos y culturas están centrados en su artesanía en su labor con fines económicos porque así lo amerita su situación. Y las experiencias que han tenido muchas veces con “personas de afuera”, hablando del caso de la cultura kichwa, ha dejado siempre mucho que desear. Se debe a las falsas promesas, al engaño y a al aprovechamiento y beneficio para otros nunca para ellos.

¿Qué estrategias se aplicaron para desarrollar la interacción diseño – artesanía desde su experiencia en el tema?
“Se trabajó desde espacios académicos formales (Universidad de Azuay), espacios artesanales (comunidades). Se generó intercambio e interacción (Artesanos en la Universidad y estudiantes/profesionales en las comunidades). Se fomentó la co-creación y los espacios de difusión para la creación conjunta. Exposiciones, talleres y ferias. ”
(Malo, comunicaciòn personal, 2018)

A medida que la investigación avanza, nos hemos dado cuenta que la principal petición de las artesanas kichwa ha sido el poder ser invitadas a ferias. Es quizá el hecho de la venta pero también de salir y beneficiarse de la ventana turística nacional. Por otro lado el acercamiento desde los espacios académicos sería una estrategia factible para que aprendan y aprendamos de ellas, desde nuestro espacio creativo. De alguna manera servirá para fortalecer los lazos de trabajo, sentirse acogido en el espacio laboral tanto del diseñador como del artesano.

¿Por qué el diseño interior es importante para la sociedad?
“El diseño interior doméstico constituye ese espacio cargado de sentido para la vida, es el gran contenedor de nuestros modos de habitar, de nuestras formas de vida, de nuestro encuentro y límite con el hábitat natural, y es sin duda, la piel que acoge y da forma a nuestra vida en familia, centro y base de la sociedad. El espacio interior comercial tiene otros sentidos y se vincula más directamente con el contexto y el mercado, en busca del mejor encuentro entre el objeto y el sujeto, configurando las mejores experiencias que vayan más allá del simple intercambio.” (Malo, comunicaciòn personal, 2018)

Podemos entender la importancia del diseño interior para la sociedad, desde los principios de habitar. Las relaciones estrechas que el ser humano crea con el entorno en el que se desenvuelve sin duda abarca varios temas. Como el de una mejor comunicación y desenvolviendo con nuestro espacio físico, que no solo proporciona bienestar sino facilidad en las labores cotidianas.

¿El diseño vinculado a la artesanía adquiere responsabilidades con la identidad de los grupos, como evitamos cruzar la delgada línea hacia la "apropiación cultural"?
"Es preciso trabajar desde un profundo conocimiento y respeto al contexto, no se puede caer en un folklorismo o apropiación de formas, símbolos e iconografía sin conocer la historia y cultura de los pueblos. La innovación debe venir de la mano del conocimiento y reflexión, del respeto y valoración."
(Malo, comunicaciòn personal, 2018)

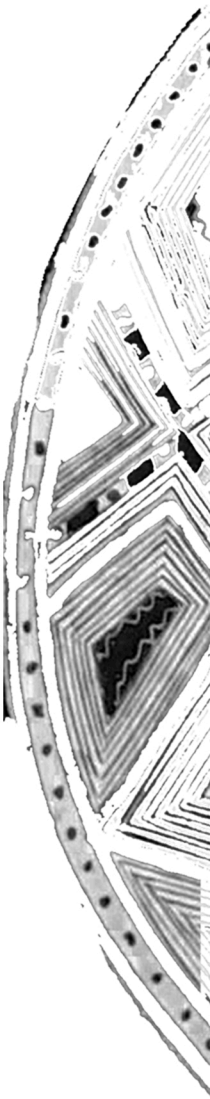
Es preciso que en todo momento propiciemos el trabajo co-creativo. Hay que conocer qué tipo de artesanías no pueden ser intervenidas. Así como saber de buena fuente las técnicas artesanales, para no invadir de manera desconocida o tomar malas decisiones.

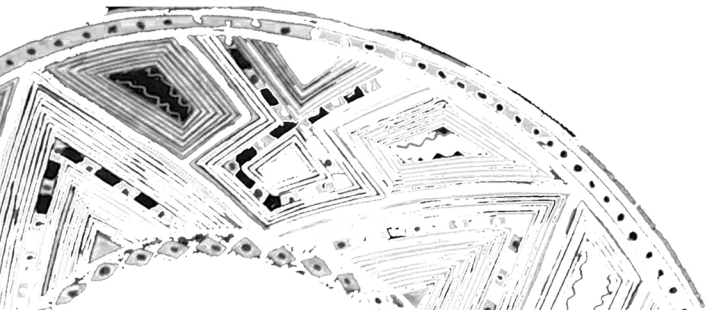
¿Qué precauciones debe tomar el diseñador para vincularse al proceso de trabajo del artesano?
"Sobre todo entender que las relaciones se dan entre seres humanos, no es una relación entre objeto artesanía y objeto diseño, es una relación entre sujetos que construyen juntos nuevas expresiones posibles, fruto de esta vinculación."
(Malo, comunicaciòn personal, 2018)

Hemos notado que el término "artesana"para una mayoría de las mujeres artesanas kichwa les significa, el hecho de no tener estudios, como una disminución al valor que tienen como personas y a lo que se dedican. Por lo tanto habrá que profundizar primero en una capacitación que abarque términos, condiciones, y áreas de valor que contemplan las artesanas.

¿Hasta dónde el diseño interior puede inmiscuirse en la artesanía?
"El trabajo artesanal es fundamental para el diseño interior. En nuestro país todavía contamos con procesos artesanales indispensables en la configuración de estos espacios, no todo ha sido cedido a la alta tecnología y hoy en día existe una revalorización de los procesos artesanales. Cielo rasos, pisos, carpintería, artesonados trabajados con procesos artesanales en madera, cerámica, textiles, yeso, metal ponen en evidencia valor del detalle como elemento de significación más importante en el diseño interior, y, dan cuenta hoy de su valor." (Malo, comunicaciòn personal, 2018)

Como interioristas buscaríamos enfocarnos en el desarrollo de mobiliario y objetos que completan el conjunto de diseño. Pero el aporte que nos entrega la entrevistada es sin duda importante, porque podríamos desarrollar aplicaciones de construcción con base en las técnicas artesanales. O sin duda el uso de la iconografía marcaría un antes y después en el aspecto estético de los ambientes de interiores.





SANDRA NUÑEZ

Los lineamientos de pensamiento sobre el diseño, son respuestas a problemáticas o carencias, ¿considera que guiarnos sobre estos lineamientos nos limitamos al momento de diseñar?

“Pues no necesariamente, el diseño tiene una dimensión humanista y antropológica por ende, tiene que buscar la solución de problemáticas vinculadas al accionar del ser humano y su relación con los otros.”
(Nuñez, comunicaciòn personal, 2018)

El diseño de transición, fomenta el trabajo colaborativo, interdisciplinar, y co-creativo, y es considerado una metodología de trabajo, ¿pueden ser consideradas las metodologías como parte de estrategias?

“El diseño es una práctica en la que el diseñador realiza la fase creativa de manera independiente, recopilando, interpretando y catalizando información lo que le lleva a definir el alcance del proyecto, concibiendo nuevos conceptos y propuestas que le transportan a la materialización del artefacto de diseño. No obstante, lo que llama la atención es que en la mayoría de ocasiones la praxis del diseño no se la puede desarrollar de manera ermitaña, ya que para validar toda la información recolectada previa a la conceptualización se requiere de especialistas en las diferentes áreas de pertinencia en la construcción del proyecto lo que nos hace pensar en un escenario vinculado al diseño colaborativo, que se relaciona con la generación de ideas, dentro de una estructura , en la que varios individuos trabajen en pro de objetivos comunes. ”
(Nuñez, comunicaciòn personal, 2018)

¿Aplicando el diseño de transición o trabajo interdisciplinar, podemos inmiscuir al marketing y al turismo sin que menosprecie al diseño interior como promotor de la vinculación A+D?

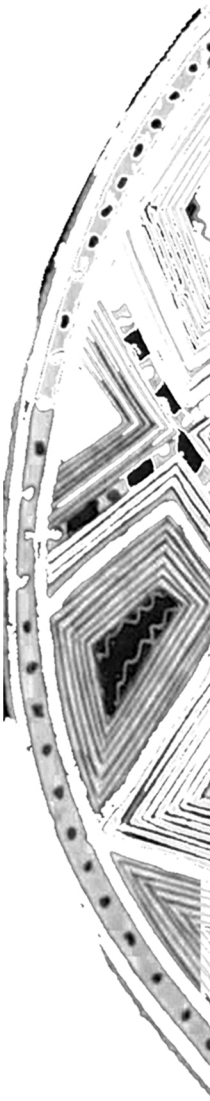
“La interdisciplinaridad en la actividad del diseño es vital puesto que sus métodos emergen de disciplinas que aportan en la generación de proyectos. Estas disciplinas pueden tener una dimensión filosófica, social, comercial dependiendo del tipo de investigación que se esté realizando, en tanto la vinculación entre el diseño y la artesanía se define en este trabajo colaborativo ya que en la actualidad vivimos una era de conexiones y redes donde todos de alguna manera estamos inmersos en una estructura que busca la innovación y el desarrollo. ” (Nuñez, comunicaciòn personal, 2018)

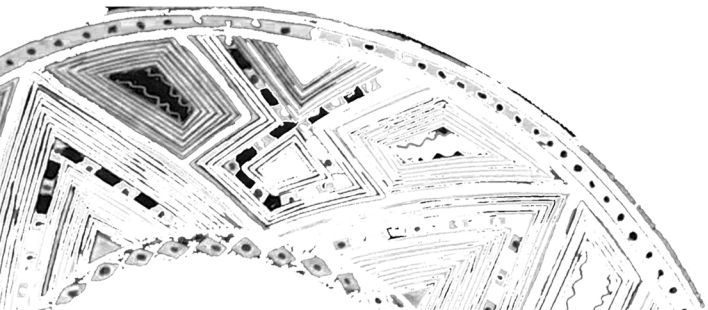
El diseño artesano nos refiere a productos con un fuerte sentido de identidad cultural, ¿Entonces los artesanos ya realizan diseño, y sino como aplican los diseñadores este lineamiento?

“Para Ezio Manzini la innovación es tan característica del diseño como lo es para cada uno de nosotros como seres humanos en tanto, esta, se concibe en la interacción, en la labor participativa que dé pie al nacimiento del diseñador que cada uno de nosotros tiene (diseñador artesano)¨; basado netamente en la experiencia. Ahora bien, no basta con la experiencia a esto se le puede agregar el conocimiento que está en el diseño experto para lograr la innovación social, misma que puede generar un impacto y una trascendencia. ”
(Nuñez, comunicaciòn personal, 2018)

Se dice que una estrategia de innovación es guiarse en el cuidado de los recursos y del medio ambiente. ¿En qué aspectos de la artesanía podremos trabajar diseño sostenible, para generar innovación?

“En la actualidad se considera que la filosofía del diseño sostenible está en la capacidad de los seres humanos para crear una corriente emprendedora donde se ponga en jaque a la sociedad a través de la innovación preservando recursos culturales e identitarios. Desde esta perspectiva, la vinculación A+ D se puede desarrollar estrategias que generen innovación desde lo local a lo global, es decir desde el contexto promoviendo la sostenibilidad cultural.”
(Nuñez, comunicaciòn personal, 2018)





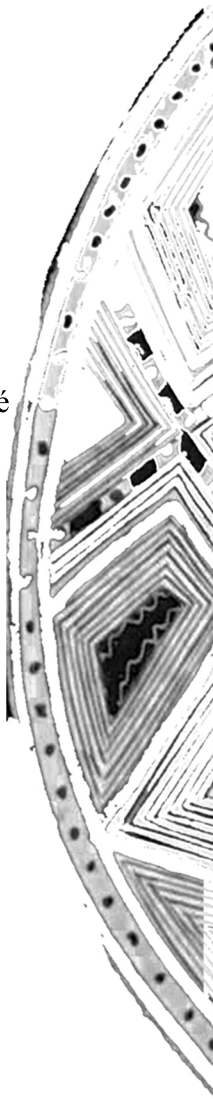
VANESSA CERDA

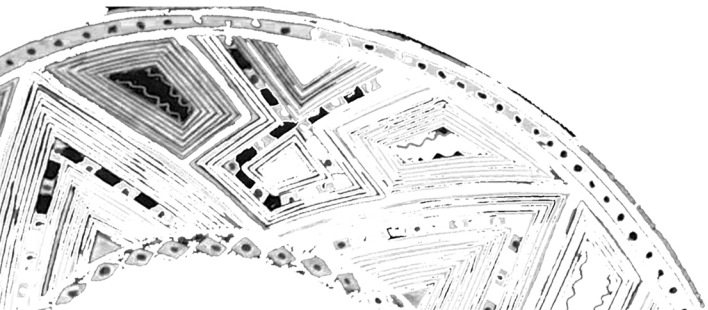
¿Cómo nace la idea de crear Mullos Art?
Vanessa es una joven que ha estado rodeada del arte desde muy pequeña, cuando salió de su natal Montalvo hacia Puyo, a través de la danza se dio cuenta de la importancia de mantener viva su identidad. Aprendió a elaborar bisutería gracias a la enseñanza de su madre. Un día cuando asistía a un evento más de la Casa de la cultura Núcleo de Pastaza decidió elaborarse un accesorio que mostrara su procedencia indígena. Fue un collar que le llamo la atención al que actualmente es su compañero de trabajo en Mullos Art y la incentivò a emprender en el mundo artesanal.

¿Por qué se hizo necesario revalorizar la cultura de las nacionalidades indígenas?
En un momento dado Vanessa se dio cuenta que muchos de sus ancestros iban falleciendo y se llevaban con ellos muchos saberes y experiencias. Conocimientos que no se contaban por distintos factores, entre ellos; Los niños no podían escuchar conversaciones de los adultos, ni hacer parte de las técnicas laborales, por varias creencias, como por ejemplo que si tocaban la cerámica esta se rompía; los abuelos eran personas muy reservadas. Además solo con el tiempo se dieron cuenta que aprender de sus padres y abuelos les permite mantener su cultura y no permitir su desaparición.

¿Cómo logran revalorizar las culturas a través de bisutería indígena artesanal?
Mullos Art lo logra porque presenta al público productos que hacen uso de materiales propios de la cultura. En cuanto el diseño no se deja llevar por el fanatismo y plasman figuras de animales propios de la Amazonia como el jaguar, el tigrillo y la anaconda. Se preocupan por escuchar a sus padres, y conocer la realidad identitaria. Han estudiado la piel de los animales y los ojos de los animales como fuente de inspiración. Se ha visto casos donde las artesanas muchas veces solo copian los diseños de otras y no saben ni qué tipo de animal es, en este caso hay figuras del tigre de bengala propias de la India o iguanas propias de la costa.

¿Qué impedimentos se les han presentado en la presentación y desarrollo del proyecto Mullos Art?
El factor económico ha sido un impedimento para Vanessa quien es encargada de la imagen y producción de la marca Mullos Art. Actualmente requieren de un espacio físico para vender sus productos, y se han planteado recurrir a un crédito. La cooperativa Cacpe de Pastaza ha sido un gran apoyo, ya que han aportado económicamente y en el aspecto motivacional. Ellos han donado también 30 cajitas de balsa como inicio para el contenedor de la bisutería, para que Mullos Art continúe la idea.





¿Además de los artesanos/as de que otros profesionales se benefician para desarrollar el proyecto?
Manejan un trabajo interdisciplinario entre un abogado, una ingeniera en comercio exterior, un diseñador industrial que también es fotógrafo pintor y escultor, y Vanessa que es artesana e indígena kichwa, juntos han logrado encausar por buen camino para lo que será una empresa.

¿Considera que la vinculación entre profesionales del diseño y los artesanos, fortalecerían su proyecto?
Está totalmente de acuerdo, que incluso nos supo manifestar que necesitan diseñar un espacio acorde a la venta de su bisutería, y que confía plenamente en el aporte que otros profesionales le han venido dando al proyecto. Y que además nos invita a ser parte ya que le interesa que sea una persona que esta empapada en el tema artesanal damazònico y aún más le gustarìa que sea una joven al igual que ellos.

¿Qué estrategias ha promovido para promocionar sus productos y el proyecto en sí?
En el grupo, el abogado se ha encargado de manejar el aspecto legal para posicionar a Mullos Art como empresa, y además patentar sus diseños. El diseñador industrial ha sido un punto estratégico ya que aporta no solo con sus ideas sino con su conocimiento en fotografía para comunicar visualmente el proyecto. La Ing. en comercio exterior se encarga del aspecto internacional para implementar estrategias que les ayude a vender fuera del país. Entonces se puede decir que además de manejar un trabajo interdisciplinario como estrategia, también ha sido el constante contacto con el público. Además presentan varias líneas de bisutería: ancestral, casual y elegante que es algo innovador entre el comercio artesanal.

Al conversar con Vanessa Cerda miembro actual de la Casa de la Cultura Núcleo de Pastaza,con respecto a la carente participacion artesanal de su cultura en el marco nacional nos supo manifestar que quizá no es porque no quieran progresar o educarse, más bien es su modo de vida porque a estos pueblos nunca les hizo falta nada. Se alimentan de sus cultivos, pescan en sus ríos, tienen chicha en abundancia, no necesitan mayor vestimenta y viven fiestas de 3 a 4 días seguidos. Al querer comparar la relevancia y el éxito que otros pueblos de la Sierra están teniendo no solo a nivel nacional sino internacional a través de su artesanía, ella menciona que quizá es porque ellos ya viven en contextos urbanizados y ya no poseen los recursos naturales como antes. Sin embargo actualmente con el ingreso de las carreteras a ciertos pueblos kichwas, han tenido mayor relación con la cotidianidad urbana, y ahora ellos también quieren vestirse con ropa de marca, también quieren estudiar y salir adelante.

4.2.3 EFECTOS PERSONALES

Objetivos:
Conocer las impresiones de la sociedad acerca de las artesanías Kichwa, para interpretar el grado de valoración acerca de la cultura kichwa.

Descubrir las impresiones personales, tanto de productos artesanales desarrollados a través del vínculo A+D, y de productos ùnicamente realizados por artesanos.

PRIMERA FOTOGRAFÌA

Elaborado por el programa SIGNUM

SEGUNDA FOTOGRAFÌA

Elaborado por el
Centro de Artesanías Agua Viva.

Preguntas:

1. ¿Cuál es su primera idea al ver esta artesanía?

2. ¿Qué es lo que más le gusta del objeto?

3. ¿Cree que el objeto le pertenece a la cultura ecuatoriana?

4. ¿Qué le gustaría cambiar en el objeto?

5. ¿A qué región cree que le pertenece este producto, y podría identificar el nombre de la cultura?

6. ¿Cree que además del artesano algún profesional en diseño trabajo en este producto?

7. ¿Qué producto aprecia o le interesa más al comprador, uno netamente hecho por el artesano, o mientras el producto sea de su agrado donde trabajen varios profesionales?

NOTA: Se efectuò este recurso, en primer lugar, a varias artesanas kichwas para conocer de primera mano sus opiniones acerca de esta comparativa entre un producto A+D y uno sobre su cultura.

ARTESANAS KICHWAS

Puyo

1. **¿Cuál es su primera idea al ver esta artesanía?**
2. **¿Qué es lo que más le gusta del objeto?**
3. **¿Cree que el objeto le pertenece a la cultura ecuatoriana?**
4. **¿Qué le gustaría cambiar en el objeto?**
5. **¿A qué región cree que le pertenece este producto, y podría identificar el nombre de la cultura?**
6. **¿Cree que además del artesano algún profesional en diseño trabajo en este producto?**
7. **¿Qué producto aprecia o le interesa más al comprador, uno netamente hecho por el artesano, o mientras el producto sea de su agrado donde trabajen varios profesionales?**

PRIMERA FOTOGRAFÌA

1.Coinciden principalmente en los mejores acabados del producto, el uso de la madera y la combinación con la paja toquilla.
2.Lo que más les gusto es la manera práctica y útil del diseño y la idea de contener a través de una caja las bolsas de té.
3.No estuvieron muy de acuerdo en que este producto le pertenecía a la cultura ecuatoriana, quizás la razòn sea por el uso de madera dijeron.
4.Coincidieron en que no le cambiarían nada
5.Algo curioso es que todas definieron a esta artesanía dentro de la región Costa, cuando le pertenece a la Sierra. Y no supieron definir la cultura a la que le pertenecìa.
6.Creen rotundamente que alguien más trabajo aparte de un artesano. Que se nota la innovación.

SEGUNDA FOTOGRAFÌA

1.Coincidieron en varias ideas como: que les atrae el diseño, la pintura, y les surgieron ideas como seguir ampliando la línea de cocina artesanal con referencia a las necesidades mestizas.
2.Les gustó el diseño de la pintura, su prolijidad y sus formas.
3.Estuvieron de acuerdo en que es conocido como parte de la cultura ecuatoriana puntualmente de la amazonia por el mismo hecho de ser las artesanas.
4.A las mujeres kichwas les gustaría modernizar los productos y que muestren figuras de animales netamente de la amazonia, como loros y tigrillos.
5.Todas las artesanas a pesar de estar conscientes de la mezcla de características identitarias de varias nacionalidades más comúnmente entre shuar y kichwa, definieron claramente que esta artesanía le pertenecía a la cultura kichwa. Por factores como diseños más elaborados, detalles finos, y que utilizan piedras para pintar.
6.Están de acuerdo que nadie más aparte del artesano realizo esta artesanía, por el hecho de que no hay nada diferente a lo que ya se ha visto.

7.Mencionan que los turistas son quienes más compran sus productos y que prefieren las artesanías más ancestrales, aunque tambièn han realizado varios requerimientos de trabajos personalizados que han modificado el concepto de su artesanía.

4.2.4 ETNOGRAFÌA

Objetivos:
Conocer el contexto artesanal de la cultura Kichwa para determinar las características identitarias de su artesanía..

Las artesanas Kichwas de la Amazonía han aprendido técnicas artesanales de sus padres, en especial de sus mamàs. Las mujeres siguen siendo por tradición las encargadas de la labor artesanal en cerámica y accesorios de adorno personal, asì como tambièn de la enseñanza a sus hijas. Mientras tanto los hombres son los encargados del tallado en madera, y de elaborar las lanzas en chonta.

A medida que el comercio de las artesanías se vuelve más representativo para la comunidad kichwa, los hombres tambièn estàn siendo parte de estas labores, sobre todo en cerámica con incluso mejores resultados estèticos que los elaborados por las mujeres. Dejando atrás la creencia de que si un hombre elaboraba cerámica era considerado menos hombre.

Entre las fuentes de inspiración que identifican una mokawa kichwa se encuentra la charapawasha o carapacho de tortuga, arañatuglla o tela araña, panga que son las hojas, ukumbiwasha o lomo de boa de tierra, turuamarunwasha o lomo de boa de lodo, entre algunos diseños de los animales y plantas que habitan la selva y se plasman en las mokawas. El dominio de lìneas rectas y de espirales triangulares es lo que màs se usa para representar estas formas naturales. Tradicionalmente las mukawas se elaboraban por las mujeres para sus esposos especialmente para tomar chicha de yuca con significados variados, entre ellos, las puntas de la lanza inspiradas en la habilidad de los hombres para la cacerìa.

La evolución que ha tenido la artesanía se demuestra en los nuevos diseños de la pintura en las mukawas. Una mukawa ancestral no posee mayor acabado al interior de ella, solo por fuera, sin embargo actualmente no se la compra para su uso original que es beber chicha sino con fines decorativos, por lo tanto las artesanas se preocupan por decorarla completamente. Una razòn importante es porque se iba a tomar alimentos de estos recipientes y no es conveniente ingerir alimentos que se mezclan con esta pintura de piedras naturales.La evolucion tambien es notoria en el incremento de líneas artesanales como por ejemplo: tazas, llaveros, lanzas pequeñas, ceniceros, porta esferos y jarrones. Son objetos que nacen producto del mestizaje y de la adaptaciòn a los usos urbanos. En cuanto a la forma de las mukawas ha ido variando segùn la creatividad del artesano, se añaden formas de animales con el mismo barro tanto a los costados de la cerámicas y en el centro de estas.

En cuanto a la diferenciaciòn de la cultura kichwa y la cultura shuar que son dos de las culturas mas sobresalientes en el marco artesanal de la regiòn, y quienes comparten similitudes en cuanto a sus formas y usos de la artesanìa. Podemos decir que originalmente, en cuanto a la vestimenta, la gran mayorìa de nacionalidades usaban pepas naturales, cortezas de àrboles y pieles de animales para vestirse. Los Kichwas antiguamente confeccionaban su vestimenta con hojas de un árbol llamado pitun. Son hojas grandes y alargadas; por su base hacían pasar bejucos delgados y se amarraban por la cintura: así se hacían las faldas que eran usadas por hombres y mujeres. Las mujeres además de tejer sus faldas, hacían otro tejido para cubrirse los senos. y adornarse en ocasiones especiales o simplemente diferenciarse dentro de la comunidad según su importancia.

K I C H W A

Con la venida de incas y españoles descubrieron los mullos, la tela de algodon y cada cultura supo acogerse a su propio estilo. Actualmente las mujeres kichwas usan una blusa blanca con filos de color rojo y azul y una falda azul que llegua hasta antes de las rodillas.Los hombres usan pantalon de tela azul que llegua hasta antes de los tobillos que acompañan con collares largos de huesos y pepas naturales que se entrecruzan y cubren el torax (Chapawalkas). Ambas nacionalidades usan coronas de plumas, cuero y piel de animales. Pero para los hombres shuar el tawashap o corona representa un adorno preciado que solo usan los hombres valientes y que solo lo usa su cultura. Mientras que la corona de plumas para los kichwa era usada solo por los yachak,jefes de su pueblo que conocìan los tres mundos: celeste, terrestre y subterràneo. En la actualidad la usan tanto reinas como autoridades indìgenas

S H U A R

Se puedo afirmar que la artesanìa kichwa aunque se muy fàcil de confundir para los mestizos, entre nacionalidades saben diferenciarla. El factor màs notorio es la finura de detalles que una mukawa kichwa denota, en la complejidad del tejido de collares y de una extensa gama de colores vivos. Los kichwas ademàs son los que elaboran mayor cantidad de mukawas y tienen mayor experticia en el tema. Los shuar se dedican en mayor parte a los tejidos se shikras, ya que ancestralmente ellos sabian tècnicas textiles.

Por un mitologìa shuar sobre una mujer que se casò con un cazador nocido por su valentìa, las otras mujeres le tenìan envidia y en modo de venganza no le enseñaron el arte de cocinar y el de elaborar los tiestos. Nunkui tuvo compasiòn de ella y le enseño todo, y la mujer maldijo al resto de mujeres, quienes perdieron su habilidad. La Alfarería de los Shuar no es resistente y delicada como las de sus vecinos del norte,los Canelos de habla quichua. Menos finos son también los adornos y las pinturas.

4.2.5 CUESTIONARIOS

Objetivo: Descubrir la situación laboral y económica que las artesanías reflejan en la vida de los artesanos kichwas.

Puyo

Participantes:

- **Asociación Artesanal Kichwas de Pastaza "Agua Viva", Roberto Montaguano.**
- **Artesana Rosina Wamputsar parte del grupo comerciante de artesanías en el barrio Obrero.**
- **Artesana Pakcha Villegas parte del grupo comerciante de artesanías en el barrio Obrero.**
- **Artesana Gladys Santi, su local forma parte del Centro Comercial "Los Toboganes".**
- **Artesanías Kichwas "La Mokawa", Juani tapuy.**
- **Amautas del Ecuador, Fanny Grefa.**

1.- ¿A qué se dedica en su mayoría la cultura kichwa?

La cultura kichwa de Pastaza vive un constante proceso de adaptación urbana, y la gran mayoría desarrolla actividades complementarias a la agricultura, ya que esta es la principal fuente de supervivencia.

2.- ¿En qué dimensión el negocio de la artesanía aporta económicamente a su hogar?

La actividad artesanal en la mayoría de casos cubre un 50% de los gastos básicos de una familia. Los artesanos realizan actividades complementarias como: el turismo comunitario en organización con varias familias de una comunidad, la agricultura y pesca, venta de productos locales como la papachina, yuca y guayusa.

3.- ¿Qué técnicas artesanales fueron aprendidas de sus ancestros?
Técnicas artesanales como:

Cerámica y cerámica negra.
Tejidos con chambira para las shikras.
Bisutería artesanal en mullos y pepas naturales

4.- ¿Quiénes son los actores principales en el quehacer artesanal?
Las mujeres representan y dirigen la mayor parte de proyectos artesanales en Pastaza y la amazonia. Son ellas las encargadas de la enseñanza, el quehacer y comercio de los productos. Algunas mujeres indígenas con mayor proyección y estudios que otras, pero al fin y al cabo entusiastas de su labor. Ya que esta actividad les permite generar ingresos para la educación de sus hijos, la salud y la alimentación

5.- ¿Cuál es su artesanía más cara y cuánto cuesta, y cuál es su artesanía más barata y cuánto cuesta?
Sillas talladas en madera $500 dólares.
Tinajas grandes de cerámica $100 dólares.
Trajes típicos en pepas naturales $180 dólares.
Mokawas grandes $45 dólares.
Collares y gargantillas de $15 a $20 dólares.
Pulseras, aretes en plumas o pepas naturales desde $1.

6.- ¿Complementa sus gastos básicos con otra actividad, que no sean las artesanías?
Todos complementan a su labor artesanal, otras actividades. Entre la más novedosa encontramos que realizan trajes típicos, asesoran candidatas y enseñan coreografías autóctonas.

7.- ¿Quiénes son los que más adquieren su artesanía?

Los turistas nacionales son quienes más adquieren los productos de los centros que hemos investigado. Aún no conquistan mercados internacionales debido a las limitaciones en marketing y comunicación que no les permite cruzar la barrera nacional. A diferencia de casos puntuales como Mullos Art y Hacku. Estos centros artesanales incluso realizan ventas al por mayor y desconocen el destino final de su producción, ya que venden su producto a intermediarios, mismos que duplican y triplican los precios originales.

8.- ¿Qué artesanía es la que más se vende, y cuál es su valor?
La demanda artesanal kichwa de la amazonía se centra en los siguientes productos.

Mokawas grandes $45 dólares.
Collares y gargantillas $20 dólares.
Pulsera, aretes en plumas o pepas naturales desde $1 dólar.

9.- ¿Qué materiales son los que usa normalmente en sus artesanías?
Los materiales se detallaron en la técnica de foto – diarios en el primer literal de este apartado.

10.- ¿Si un profesional en diseño quisiera intercambiar conocimientos con ud para fortalecer el producto final de sus artesanías, estaría de acuerdo?
Casi todas las artesanas kichwas aceptaron rotundamente el trabajo colaborativo, y aceptaron el sistema enseñanza – aprendizaje. Solo un centro artesanal supo manifestar que no, que prefieren trabajar solos como hasta ahora. Se ha visto que los indígenas kichwas son celosos de sus conocimientos, y es un poco complicado abrirse y comunicarse con las personas ajenas a su cultura.

11.- ¿Para promocionar su artesanía, que acciones ha realizado?

Los artesanos indígenas kichwas les gusta optar por ferias ya que es ahí cuando hay mejor salida del producto, vale aclarar que en ferias locales es donde más venden. Casi no usan métodos publicitarios por falta de conocimiento, presupuesto y quizá empeño. Debido a que en su mayoría las artesanas provienen de comunidades de la parte rural, optan por formar parte de los principales puntos turísticos de la ciudad.

4.3. Verificación de hipótesis

La vinculación entre diseño interior y artesanía efectivamente es una estrategia que por su relación naturalmente tendrá implicaciones sobre la cultura. La investigación bibliográfica paralela a la introducción en el campo artesanal nos genera indicadores para denominarla como una estrategia viable. Misma que no podrá efectuarse sin el desarrollo y acompañamiento de micro estrategias derivadas del planteamiento inicial como lo es la propia vinculación A+D. Además esta propuesta estratégica servirá como salida a varias soluciones colaterales a la pérdida del valor cultural como; aspectos comerciales, económicos y profesionales, tanto de artesanos como de diseñadores.

CAPÍTULO V

-CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES-

5.1. Conclusiones

Se puede asegurar que los puntos de encuentro entre el diseño interior y la artesanía se promueven desde dos espacios claves, primero desde y en la academia y luego en el espacio de producción artesanal. Donde se encuentren en una relación de enseñanza- aprendizaje entre los actores que son el diseñador y el artesano. Donde se promuevan objetivos, deseos y necesidades de ambas partes para converger en soluciones que impulsados por el trabajo colaborativo se vean reflejados en la realidad. Entre otros puntos de encuentro está inmerso el acto creativo del que hacen demostración tanto diseñadores como artesanos. Además los procesos de "diseño" que son promovidos desde distintas visiones, el artesano de forma casi accidental y el diseñador desde su conocimiento académico.

Se ha comprobado que la artesanía promovida por mujeres indígenas de la nacionalidad kichwa le lleva ventaja tanto a nivel estético como de producción a otras nacionalidades en el cantón Pastaza. Ha sido ésta cultura la que ha visto en el negocio artesanal interesantes ingresos y fuentes de empleo en su entorno cotidiano. A pesar de ello encontramos un factor común entre las artesanas y es que están más interesadas en vender sus productos y en menor porcentaje, dar a conocer su cultura y lo que su trabajo implica a nivel social. Esta afirmación se puede justificar desde la problemática social que las nacionalidades amazónicas viven diariamente. Son algunos factores como; falta de educación, falta de transporte de las áreas rurales a las urbanas, limitado acceso a la salud pública y constantes casos de discriminación y como consecuente, la aculturación. Además de la constante invasión y represión de las empresas petroleras en sus territorios, que desvían la atención y esfuerzo que le podrían dedicar al aspecto artesanal.

Por lo tanto a pesar de que la cultura Kichwa sobresale artesanalmente frente a otras culturas no ha podido marcar un valor relevante para su artesanía dentro del panorama nacional.

Ya que se han visto en la necesidad de crear artesanías como souvenirs, y de relleno en exhibidores así como la carencia de innovación y sobre todo interés por mejorar su trabajo artesanal. Existen contados casos de jóvenes que están liderando proyectos particulares con buenas intenciones tanto para el factor económico pero primando el valor cultural al que hacen referencia. De ellos se puede decir que han dejado de cumplir un papel de artesano para convertirse en artesano-artistas. Ya que a través de su poco o mucho conocimiento adquirido a través de la educación y su talento intuitivo para el diseño, están lograd mejores resultados que los propios artesanos y además porque manejan buenas proyecciones a futuro. Para este caso en común los diseñadores poco o nada tienen que ver.

El diseño interior como acto creativo tiene varias maneras de intervenir en el área artesanal. En este punto debemos aclarar que la artesanía es considerada todo aquella producción donde interviene el uso de manos talentosas, maquinaria sencilla y de manera tradicional pero que en esta investigación cabe puntualmente la artesanía con bases culturales porque el fin es revalorizar la cultura de los pueblos. Ahora bien una primera forma de intervención del diseño interior se encuentra tanto en el proceso de las técnicas artesanales como el objeto visual final. Ya que es posible mejorar los materiales que actualmente se usan para aplicar las técnicas artesanales, obviamente respetando su valor ancestral. Por otro lado también podemos intervenir en la morfología con fines utilitarios, ya que se ha observado que las artesanas Kichwas están abiertas a los requerimientos del uso urbano. Otra forma de intervención del diseño interior vas más allá de la artesanía propiamente dicha, sino que se pretende fortalecer los espacios donde se desarrollan los procesos artesanales, así como la mejor predisposición de los lugares donde exponen su artesanía. De esta manera fortalecemos el aspecto visual, formal y de bienestar de los usuarios. Proporcionando un punto a favor a las formas de turismo donde se encuentran inmersas las artesanías. Y como resultado el gusto de la sociedad por visitar, conocer, adquirir y valorar la artesanía de la cultura Kichwa.

5.2. Recomendaciones

La interacción con las mujeres artesanas Kichwa presenta varias dificultades, entre ellas la aceptación de participar activamente de una conversación. Las barreras de comunicación se dan quizá por falta de vocabulario, o de conocimientos más amplios. Es por ello que se recomienda generar una investigación previa para conocer detalles que nos permitan saber con qué personas vamos a conversar. Por lo mismo es más viable encontrarse con los líderes de grupos artesanales que van a ser sometidos a investigación, son ellos quienes han tenido y mantienen más contacto con el contexto urbano y pueden acceder de manera más asertiva.

También se propone tomar en cuenta los distintos campos artesanales. Un medio urbano no es el mismo que un medio indígena. Se recomienda la no intervención indiscriminada del diseñador en el campo de la producción artesanal de los grupos indígenas. Por lo mismo es factible acercarse a artesanos o grupos organizados en vías de desarrollo que estén de acuerdo con la vinculación de otras disciplinas. La cultura Kichwa al igual que otras nacionalidades ha sido bastante manoseadas, refiriéndonos a los acercamientos que han tenido tanto con extranjeros, gobernantes y turistas. Muchas veces solo ha sido con la intención de beneficiarse y no beneficiar a las comunidades. Casos que van desde la intervención petrolera en sus territorios así como el aprovechamiento de sus conocimientos, valor paisajístico y rasgos culturales. Es por ello que se muestran con tal resentimiento que incluso en ocasiones cuando visitan estas comunidades, no permiten ser fotografiados ni que registren nada acerca de ellos, ya que se remiten a los ofrecimientos que se les ha hecho y que no se han cumplido. Por ello para acudir a estos centros artesanales hay que ir con la intención de adquirir sus productos. De esta manera dejaras en ellos una buena imagen de gratitud por la ayuda que te brindan. Una última petición que ha sido constante ha sido el hecho de difundir su artesanía, porque son muchas las investigaciones pero poca la ayuda y promoción.

CAPÍTULO VI

-PROPUESTA-

6.1. Título de la propuesta

Guía estratégica de diseño enfocada en la interacción del diseñador interiorista con el artesano en el caso de la nacionalidad Kichwa de Pastaza.

6.2. Datos informativos

Ubicación

País: Ecuador

Región: Amazonía

Provincia: Pastaza

Cantón: Pastaza

Equipo técnico responsable:

Tutor de proyecto de investigación: Ing. Mg. López Vaca Luis Andrés
Investigador: Luzdary Saharay Chico Caiza

Usuarios de la guía estratégica: Diseñadores de Interiores

Beneficiarios: Artesanos Kichwa de Pastaza y la cultura Kichwa.

6.3. Antecedentes de la propuesta

Ecuador posee una gran diversidad étnico-cultural debida en gran parte a la situación geográfica que le es propia. Por ello cuenta con 4 regiones con una naturaleza diversa muy marcada. En la región amazónica se encuentra la provincia de Pastaza, la provincia más grande del país que registra la más alta diversidad étnica, con siete nacionalidades: Achuar, Andoa, Huaorani, Kichwa de la Amazonía, Shiwiar, Shuar y Zápara. “La nacionalidad Kichwa ha formado una cultura propia y bien definida, producto de la reunión de una amalgama de grupos que comparten el mismo idioma, el quichua (runa-shimi)” (Sosa, 2004).El pueblo Kichwa se encuentra tanto en la región sierra como en la amazonia y hay que puntualizar que se tratará de la cultura kichwa de la amazonia que es por mucho muy distinta a la región andina.

Una vez diferenciado los grupos culturales también será necesario identificar distintos grupos Kichwas dentro de la provincia. Dentro de los más representativos, encontramos el caso del pueblo Kichwa de Sarayacu que se encuentra en el corazón de la Amazonia y que maneja su propio gobierno tradicional. Dentro de los grupos pequeños están los conjuntos familiares Kichwas que viven en el casco urbano y que mayoritariamente dedican su tiempo y esfuerzo a la actividad artesanal así como a la agricultura. Es necesario mencionar que dentro de las actividades productivas en el cantón Pastaza donde se ubica la parroquia Puyo según la Dirección Técnica Provincial de Pastaza la mayor parte de la población se dedica a la ganadería, agricultura, silvicultura y pesca. Por lo mismo nos atrevemos a decir que Puyo no es una ciudad artesanal relevante pero que gracias a su riqueza cultural marca una importancia dentro de la región amazónica y del país. Gracias también a casos excepcionales de artistas- emprendedores que son tanto indígenas como mestizos y que han desarrollado sus propios emprendimientos artesanales. Entre los cuales podemos mencionar Mullos Art dirigido por un grupo interdisciplinario que pretende llegar con su artesanía a mercados internacionales, actualmente su fuerza de venta se da por redes sociales como Facebook. Otro proyecto es Hacku que se dedica a la venta y exportación de producción artesanal, a nivel internacional primordialmente, y que pretende sustentar económicamente a las mujeres indígenas artesanas que forman parte del proyecto. Lo novedoso de Hacku es que busca innovar a través de productos de uso cotidiano y más actual como estuches de teléfono, carteras y gargantillas, que es idealizado por jóvenes activistas como Nina Gualinga y Leo Cerda. Si bien ellos no son artesanos ni diseñadores, son artistas conocedores de su cultura que a través de sus estudios y contacto con el mundo se permiten realizar este tipo de proyectos.

Nuestro país ha considerado por un largo tiempo que todo tema cultural es un generador de gastos innecesario. (Correa Quezada, y otros, 2018) Afirman que esta situación ha cambiado debido a la gran participación que han venido teniendo las actividades culturales y conexas

como importantes fuentes de ingreso en el PIB nacional. También mencionan que el apoyo estatal sigue siendo insuficiente y que hacen falta estrategias que vinculen a las entidades privadas para dinamizar un mecenazgo sobre la actividad cultural. Donde se encuentra la posibilidad de participación del diseñador de interiores que representa por su labor un actor creativo nato que a través de su talento y conocimiento puede permitirse fortalecer la cultura de nuestro país.

Por otro lado el actual desarrollo de protección para el patrimonio cultural del país se ha visto directamente relacionado con el turismo. A pesar de ser una actividad estratégica que provee bienestar económico y social puede repercutir en resultados negativos, como la falta de limitantes en el uso y protección del patrimonio cultural. Existe por tanto una deficiente creación estratégica que interactúe con la educación y la participación ciudadana que permita que estos últimos recreen una identidad local y la representen colectivamente.

Las industrias culturales en el mundo promueven productos diversificados (por género, edad, y clase social) que estandarizan, uniforman e inclinan los patrones culturales de consumo produciendo una desvalorización de la cultura local. Así, es común que varias regiones se encuentren articuladas por imaginarios y modelos regionales y globales ligados a música, literatura, imágenes, estética y personajes que representan estilos y valores ajenos. (Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador, 2014)

Sin embargo nuestro país posee gran potencial artesanal y es un lugar donde la gente valora el trabajo manual. Alcira Sandoval Ruíz, ex especialista responsable del sector cultural UNESCO Quito y representante para Bolivia, Colombia, Ecuador y Venezuela, en 2014 manifestó que falta apoyo a las pequeñas cooperativas y programas comunitarios artesanales. Además, cree que existe una falencia en el desarrollo de políticas, promoción, diseño y desarrollo sostenible. Que viene acompañado por la poca apreciación del arte y la cultura de nuestro país en el ámbito nacional y es sin duda el centro de atención de instituciones públicas

como el Ministerio de Cultura y Patrimonio. Misma que plantea una completa estructura estratégica para hacerle frente a diferentes problemáticas y que ayudan a proteger nuestra cultura y nuestro patrimonio. En el lapso 2014 – 2017 a través del informe Ecuador territorio de las artes y creatividades se plantea como problema central la disminución progresiva de la participación ciudadana en actividades artísticas y culturales.

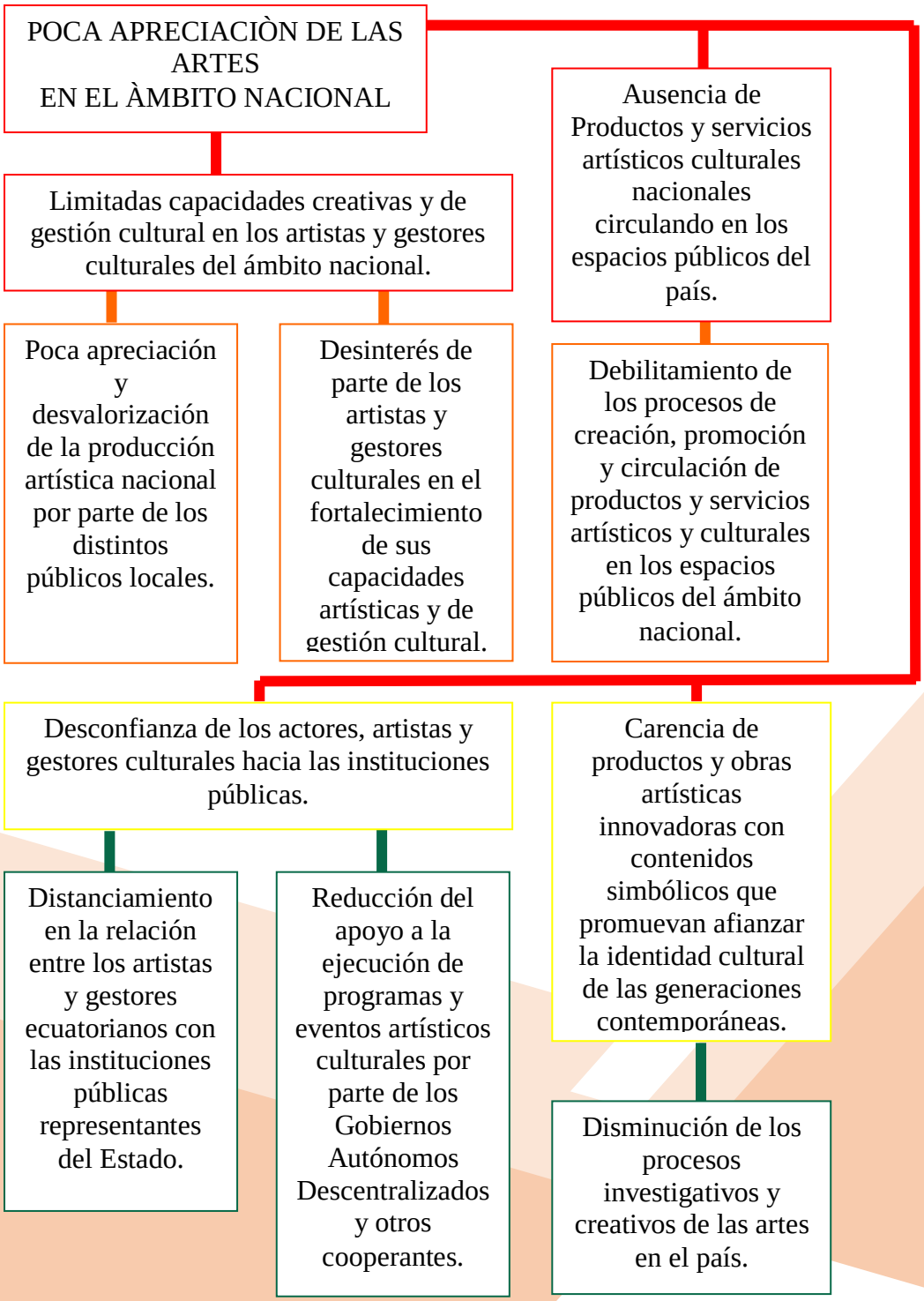


Figura 6. Poca apreciación de las artes. Por Bolívar Yantalema (s.f.). Elaborado por Luzdary Chico.

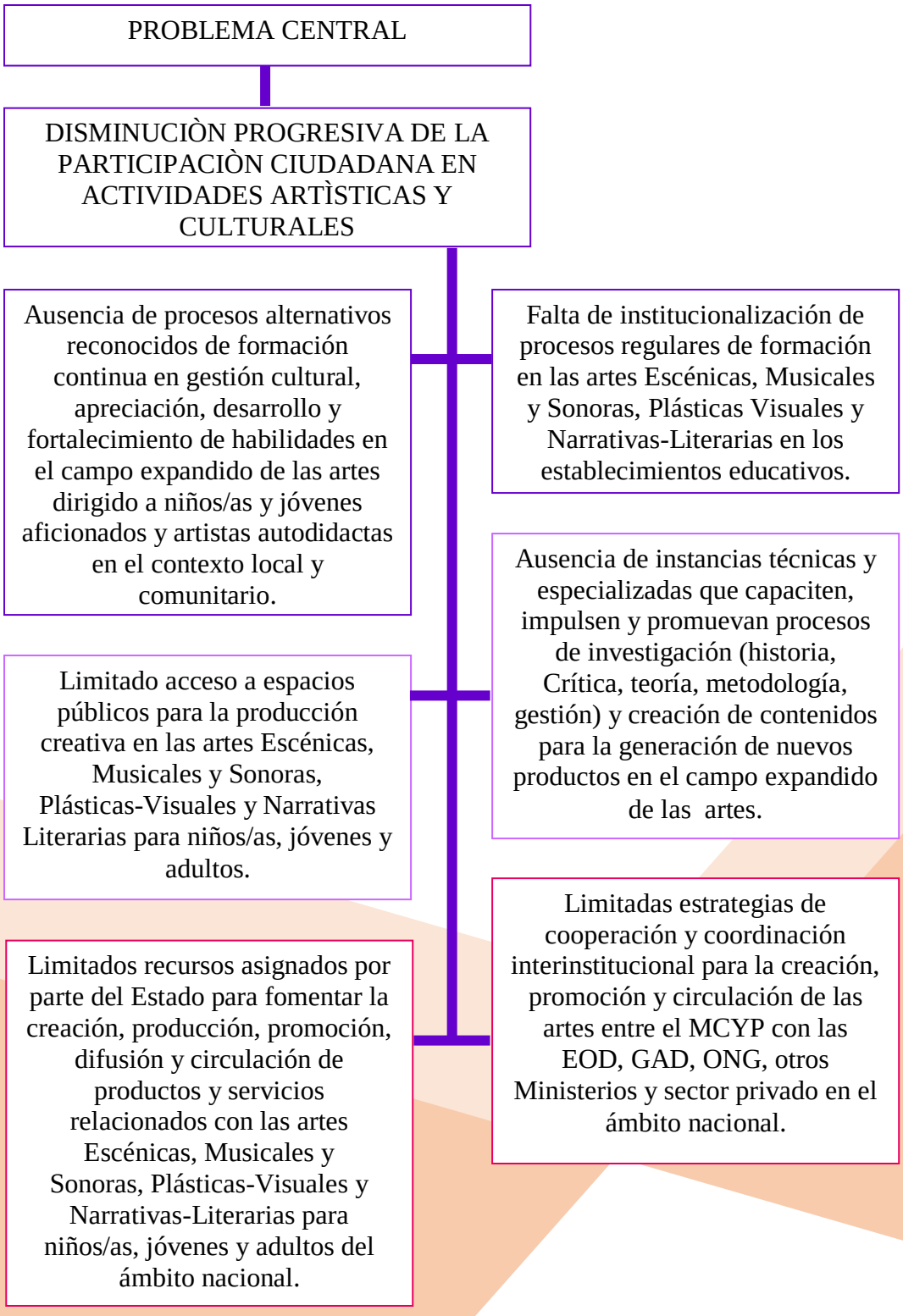


Figura 7. Disminución de la participación ciudadana en las artes. Por Bolívar Yantalema (s.f.). Elaborado por Luzdary Chico.

6.4. Justificación

Como hemos podido comprobar la artesanía de la cultura Kichwa no ha podido explorar en el mundo de la innovación, sino que se ha mantenido muy tradicional, repetitiva, con poco contexto y sentido. Por lo tanto requiere no solo de la ayuda creativa de los diseñadores de interiores sino que más bien de la ejecución de un equipo de trabajo interdisciplinario. Por lo mismo adjuntamos a los diseñadores de interiores además de su función propia, también el papel de coordinadores interdisciplinarios. Ahora bien cómo logramos un trabajo de diseño participativo que vincule estas dos grandes disciplinas que tienen en común la cultura (Diseño y Artesanía).

Al proponer una guía estratégica de diseño creamos una herramienta de trabajo para el uso de diseñadores de interiores interesados en intervenir o interactuar con la labor artesanal. Es **importante** contar con una base estratégica que establezca lineamientos que indiquen a los actores principales de la vinculación (diseñador – artesano) qué posibilidades tienen dentro del campo inter++displinar, así como las posibles limitantes. Es f**undamental** para estos dos actores colaborar laboralmente sin dudas sobre: cómo, cuándo y dónde empezar porque por ello se ha planificado una guía de tres tiempos (antes, durante y después). Donde además se busca relacionar o abordar un fin social que **beneficia** en aspectos de revalorización de las culturas, pueblos y nacionalidades, y en segundo lugar, pero no menos importante a los artesanos/as pertenecientes a las mismas.

6.5. Objetivos

6.5.1. Objetivo general

Revalorizar la nacionalidad Kichwa de Pastaza a través de una guía estratégica de diseño que vincule el diseño interior con la artesanía.

6.5.2. Objetivos específicos

1.-Implementar la guía estratégica como una herramienta didáctica para el diseño, complementando cada estrategia con tácticas que permitan la viabilidad de su aplicación.

2.-Plantear estrategias ejemplificando el caso de la artesanía de la cultura Kichwa para que los usuarios tengan una referencia y puedan desarrollar la guía estratégica con otras culturas artesanales.

3.- Proponer una guía estratégica que vincule los procesos del diseño interior con la artesanía para que los usuarios de ella puedan guiar sus proyectos a partir de este recurso.

6.6. Fundamentación

6.6.1. Memoria técnica

6.6.1.1. Estado actual

A+D

Indrasen Vencatachellum, ex responsable Mundial del Programa de Artesanías de UNESCO considera que, en pleno auge de la globalidad, el vínculo entre un diseñador y un artesano puede "revitalizar la producción y comercialización de sus creaciones en un escenario global". En nuestro país por ejemplo se nota una carente participación del diseño interior en contextos artesanales, no así el caso de México, Colombia y España que ha visto en la artesanía una mancuerna capaz de potencializar el diseño interiorista. El diseño de modas ha sido la que ha tomado la posta en este tipo de interacción y que sin duda se lo debe a los factores afines que comparte con la artesanía. En nuestro país también se han realizado casos experienciales, muchos muy exitosos, hablando en el campo de la moda. Hay que recalcar el apoyo del CIDAP o Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares así como programas encabezados por la UNESCO que año a año buscan formas de potencializar la cultura a través de casos prácticos que involucran artesanía, diseño y personas. En el mundo globalizado en el que vivimos, la artesanía ha dejado de pensarse como un arte menor y el arte y el diseño como productos superiores. Esto ha permitido que muchos países alrededor del mundo volteen la mirada hacia

los sectores productivos artesanales que han luchado por mantenerse frente al competitivo margen de la industria.

En la región Amazónica, en la ciudad de Puyo se manejan varios negocios dedicados a la artesanía, que de alguna manera han servido para reafirmar su identidad y mantenerla en el tiempo. Sin embargo no ha experimentado una verdadera innovación, ni una gran revelación ante otras culturas ecuatorianas, como el trabajo excepcional que se ha venido realizando en otras ciudades como Cuenca. Solamente se puede mencionar contados emprendimientos que han experimentado una cierta transformación artesanal. Vencatachellum manifiesta que una de las principales problemáticas, no solo del Ecuador sino de Latinoamérica, es la falta de comercialización de los productos artesanales. Otro aspecto importante que se debe dar por parte de los artesanos, está el de conocer el mercado y entender las demandas del medio. La causa para que los negocios artesanales desaparezcan y que los jóvenes no hereden el oficio, es la falta de comercialización y la ausencia de técnicas que se adapten al presente, agregó Vencatachellum.

En cuanto al desarrollo de la participación de diseñadores y artesanos se ha visto en repetidas ocasiones que se da de manera momentánea y al azar en diferentes situaciones. Cuando lo que se pretende siempre es una colaboración continua desde la conceptualización hasta la realización del producto. Por otro lado, el artesano debe aprender a garantizar la venta de su producto, evitando los intermediarios para que pueda gozar de un verdadero recaudamiento de las ganancias. También se evitará una negativa denominada “apropiación cultural” que llega a confundirse con apreciación, que viene a ser el uso inadecuado de características propias de culturas menos favorecidas por las culturas dominantes. Y cuando se hace uso de dichas características que pueden ser tanto la iconografía, tradiciones, costumbres, vestimenta entre otras, sin ser previamente socializadas con la cultura a la que le es propia se está propiciando un irrespeto por los conocimientos y la cultura. Hablamos ciertamente del uso

a gran escala que se da desde la sociedad, colectivos hasta personas como los mismos diseñadores, artistas y público en general que ve ciertamente una gran fuente de inspiración en la cultura pero que no gusta de hacer partícipe a los gestores principales o darle el debido crédito a las culturas.

6.6.1.2. Análisis del contexto

Las artesanas Kichwa en la ciudad de Puyo y en el medio urbano artesanal se encuentran trabajando en asociaciones e individualmente. Los puntos estratégicos donde se encuentra son lugares turísticos. Un caso ejemplar son las artesanas del barrio obrero ubicadas en el malecón Boayacu Puyo, quienes han estado predispuestas a unirse a favor de deseos comunes.

Estas artesanas venden su producción en chozas tradicionales de la región amazónica que fueron construidas para una feria que organizó el GAD municipal quienes proporcionaron los medios para su instalación en el lugar. Sin embargo acabada la feria quisieron quitar las chozas del lugar, para lo cual todas las artesanas se pusieron de acuerdo en pedir que se les permita seguir vendiendo su artesanía en el lugar. A pesar del pedido y permiso que se les dio, su situación es inestable, ya que están conscientes que no será para siempre. Durante toda la recolección de información, se ha descubierto que las instituciones públicas que rigen en el cantón y la provincia, han sabido brindar una ayuda superficial para la causa artesanal. No han encontrado formas de fortalecer la actividad artesanal y es algo que afecta la comercialización y producción de la artesanía. Se dice que la ayuda es superficial ya que por lo general se les pide ayuda a las artesanas para hacer presencia en ferias, para dar su artesanía como obsequios, para hablar de su cultura en eventos importantes, sin recibir nada a cambio. Como por ejemplo un seguimiento de los emprendimientos artesanales, el fortalecimiento de sus capacidades o incluso de la prestación de un espacio físico para el mejoramiento de estos saberes y la venta de su producción.

Por otro lado hablaremos de la competencia, que si bien es cierto es muy amplia, les afecta a todas ya que no cuentan con una normalización de precios, ni siquiera dentro de las asociaciones que conforman. Esto desfavorece la venta de sus productos ya que unas ofertan sus productos a precios muy altos que la gente no quiere pagar mientras que otras artesanas venden a precios muy económicos que permite la inserción de intermediarios. Estos últimos representan una carga bastante pesada para la producción artesanal ya que gracias a sus influencias nacionales o internacionales, pueden vender los productos con mayor demanda pero que deja a las productoras con ganancias muy por debajo que la de los intermediarios y muy por debajo de lo que vale su labor y conocimiento artesanal.

6.6.1.3. Análisis de usuario

Los usuarios de la propuesta están conformado por un grupo de profesionales que han sido designados por su capacidad y relación para con una guía de diseño. Aunque es inusual que en los proyectos de diseño se tengan que hacer un análisis sobre nuestros propios colegas o nosotros mismos, en este proyecto se pretende proveer de una guía estratégica como herramienta de trabajo para estudiar, crear y sostener una relación de diseño participativo con los artesanos. El análisis por lo tanto se basará en las necesidades cognitivas, en la responsabilidad social y el perfil de carrera del profesional en diseño.

El diseño interior en nuestro país es aún una profesión relativamente nueva, que se abrió plazas de empleo creando la necesidad de su servicio para el público. Llego un momento donde dejo de ser un lujo o privilegio de clases altas para tomarse el interés de las mayorías. Hoy en día es una profesión bastante requerida sobre todo en ciudades grandes como Quito, Cuenca y Guayaquil. En esta última incluso se fundó el gremio de profesionales en diseño por la diseñadora Ana zapata, en 1998. Hoy en día el interiorista a través de su arte e ingenio es capaz de trabajar para proyectos de vivienda; renovación y remodelamiento de locales comerciales

para reestablecer su presencia en el mercado y mejorar sus ventas; mobiliario y acabados; asesorías y empresas multidisciplinarias, entre muchas otras actividades.

Se podría decir que el diseñador interiorista en nuestro país casi no ha causado mayor relevamiento, aun cuando tiene muchas posibilidades en el campo.

Necesidades:

Requiere de prácticas reales antes de culminar su proceso de estudio universitario, así como de proyectos que motiven su interés por problemáticas sociales. Donde se modifique los meros ejercicios académicos por verdaderas prácticas que vuelvan al diseñador, un ser con responsabilidad social propuesto a trabajar con sectores sociales a fines. Y por otro lado el deseo de compartir su profesión donde establezca relaciones de enseñanza- aprendizaje que le enriquezcan profesional y humanamente.

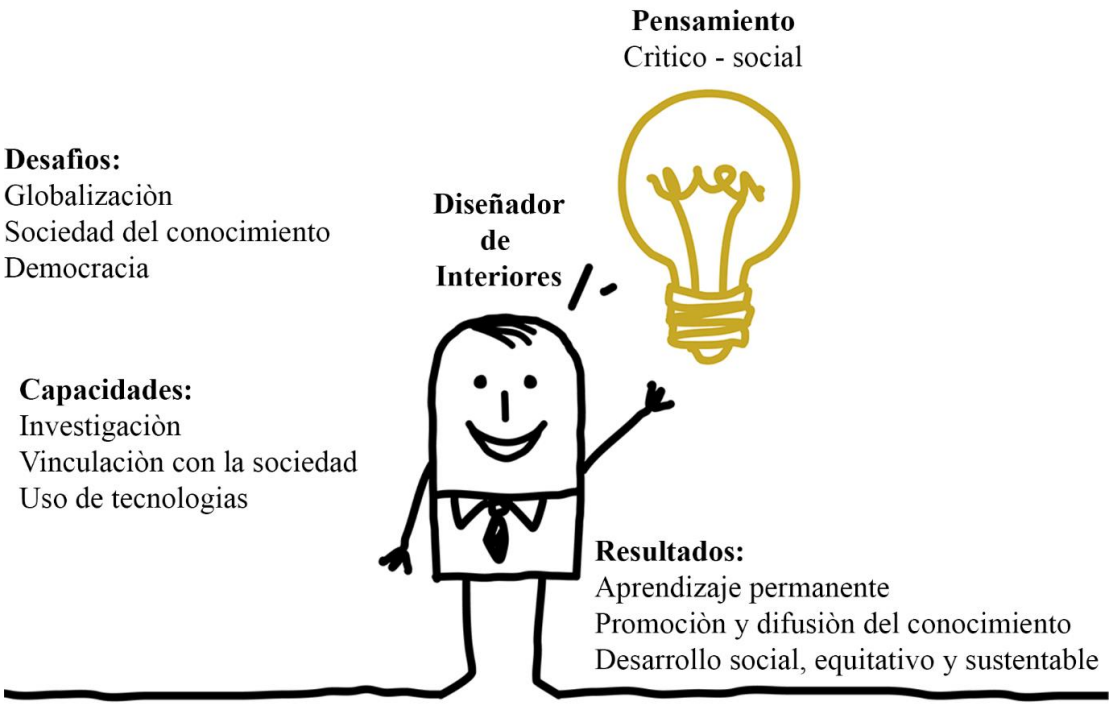


Figura 8. El diseñador en el mundo laboral. Por Universidad Católica Santiago de Guayaquil (s.f.). Elaborado por Luzdary Chico.

6.6.1.4. Análisis de beneficiarios

Cultura

El país como muchos otros alrededor del mundo viven una constante transición e inserción de la globalización. El mismo que ha propiciado nuevas exigencias a nivel de producción, se han creado nuevas necesidades pero que también afecta a los sectores culturales que no están preparados para competir con la industria. Sin embargo la cultura es algo de lo que la sociedad no puede deslindarse, es auténticamente natural que busquemos ser parte de algo o identificarnos dentro de un grupo social. Por ello a lo largo de los años se ha trabajo en proyectos que fortalezcan la actividad cultural en todas sus expresiones. Y para sumarse a esta iniciativa se ha creído necesario trabajar desde nuestra disciplina para encontrar formas de revalorizar la cultura. Es por ello que la cultura es el principal beneficiario de la guía estratégica A+D.

Hay que dejar claro que la cultura no necesita ser rescatada, porque existe, sino que necesita ser revalorizada, partamos al hecho de por qué lo necesita. La aculturación ha sido un tema que ha marcado mucho las pautas en el proceso de investigación. Y que afecta en gran proporción a la mantención de la identidad cultural, de las expresiones culturales y del conocimiento como fuente de patrimonio intangible.

Todas las culturas, pueblos y nacionalidades en nuestro país requieren de un profundo trabajo de implementación de proyectos que permitan la revitalización de sus tradiciones, costumbres y saberes. Pero que sean proyectos a largo plazo, que necesiten reinventarse dadas las circunstancias, necesidades y requerimientos del momento. De esta manera sumar a la consolidación de un estado declarado plurinacional e intercultural.

Artesanos/as Kichwas

EDAD: Las artesanos/as Kichwa son en su mayoría indígenas, de entre 20 y 40 años de edad.

CONDICIÒN ECONÒMICA: Son personas por lo general de clase media- baja, que subsisten de actividades que se relacionan a su cultura. Como su artesanía, el turismo comunitario, agricultura, comida típica o la danza.

CONDICIÒN LABORAL: Por lo general se vinculan a asociaciones, aprovechan pequeñas vitrinas turísticas y esperan los apoyos económicos que surgen de ciertos proyectos gubernamentales.

PROBLEMÀTICAS: Al conversar con muchos de ellos, nos encontramos con grandes contradicciones, como la misma diferenciación artesanal que no es fácil de identificar entre culturas. Por otro lado volvemos a reiterar el celo profesional y el desconocimiento del porqué de su artesanía. Son pocas las artesanas que saben que hablar de su artesanía, y permitir la enseñanza de sus procesos tanto a su familia como a las personas que estén interesadas en aprender, fortalece la actividad artesanal, los valores culturales y el crecimiento comercial. Se puede asegurar que parte de este problema es la falta de educación de los pueblos y nacionalidades, ya que un gran porcentaje de la población solo posee instrucción primaria. Pero hay que recalcar que los índices de alfabetización han subido considerablemente y que según el INEC la provincia de Pastaza posee solo una tasa de analfabetización de 7,07 %. Sin embargo el celo por sus conocimientos culturales es algo que aún existe, y que aunque muchos artesanos nos abrieron las puertas de sus negocios, nos regalaron su tiempo con mucho paciencia, hubo unos tantos que nos dejaron con la palabra en la boca y otros que prefirieron dar respuestas cortantes para que la conversación terminara pronto.

Artesanas como Pakcha Villegas, Fanny Grefa, Vanessa Cerda, Silvia Santi y el señor Roberto Montaguano son algunas de las personas a las que pudimos entrevistar y de las cuales pudimos obtener de primera mano toda su experiencia con respecto a su artesanía, la evolución que ha tenido, sus proyecciones y los retos que enfrentan.

NECESIDADES: Requieren de espacios para promocionar y vender su artesanía, requieren de asesoramiento tanto en diseño, como marketing y comunicación.

Figura 9. Silvia Santi, Fanny Grefa, Pakcha Villegas, Roberto Montaguano. Por Luzdary Chico (2018).

6.6.2. Consideraciones básicas para la propuesta

6.6.2.1 Análisis de referentes o repertorio tipológico

LLADRÒ

Es una empresa que inició su expansión en los años sesenta, se dedica a la elaboración de piezas de porcelana decorativa y se encuentran presentes en los hogares de casi todo el mundo. Concibe un modelo empresarial que combina tradición y modernidad de una manera ejemplar tanto en sus productos como en su gestión empresarial. Ha colaborado con diseñadores de varias partes del planeta como Jaime Hayon, que colabora con la empresa como asesor artístico.

Figura 10. Taller de la firma Lladró. Por Pablo Orcajo (2011).

"Fundada en Valencia en 1953 por los hermanos Juan, José y Vicente Lladró, la empresa se concibió como un taller de creación artística y producción artesana destinado a la concepción y producción de figuras de porcelana de alta calidad." (Fundación Española para la Innovación de la Artesanía y Ministerio de Cultura y Deporte, 2011). La empresa destina el 80% de su producción a la exportación y concentra gran parte de sus ventas en los mercados norteamericano, japonés, australiano y británico. A pesar de su alcance internacional, Lladró continúa siendo una empresa con una producción totalmente artesanal. Toda su producción se realiza en La Ciudad de la Porcelana, ubicada en el municipio valenciano de Tavernes Blanques.

Se trata no solamente de una fábrica, sino de un taller de artesanos a gran escala donde conviven los estudios de los artistas con otros espacios destinados a la formación, la investigación y el esparcimiento, de manera que estos puedan dar lo mejor de sí mismos en un entorno inspirador. Aquí, los tres hermanos Lladró han sido artistas y mecenas al mismo

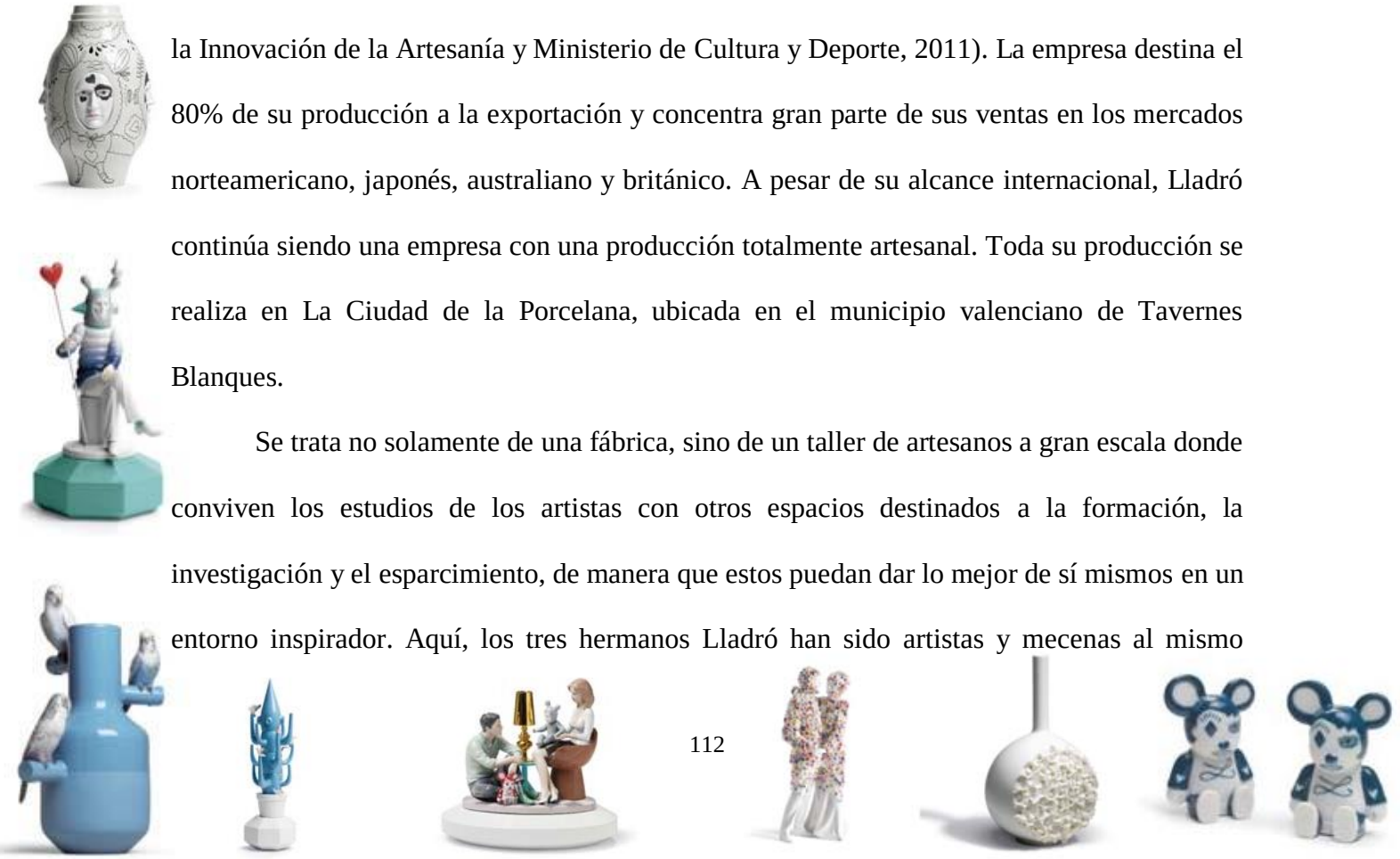


Figura 11. Producción en Porcelana. Por Pablo Orcajo (2011).

tiempo, formando a nuevos maestros y discípulos procedentes de instituciones como la Facultad de Bellas Artes y de la Escuela de Artes y Oficios de San Carlos de Valencia.

Desde su creación en los 50 ha pasado por varios procesos que le han permitido posicionarse en mercados internacionales y ser tan reconocida a nivel mundial. Podemos resumir estos periodos mencionando que los 50 fueron los comienzos de la firma, los 60 la década de la consolidación en la que se vuelve pionera en la técnica de mono cocción. Su mejor época fueron los 70 donde fue la expansión de la firma. "Las creaciones de esta época aumentan en complejidad, gracias al desarrollo de nuevas técnicas y procesos. Se empiezan a fijar los grandes temas del repertorio creativo de Lladró. Los jarrones ocupan un lugar destacado, concebidos en series limitadas muy cortas y con clara inspiración oriental." (Lladrò, 2018).

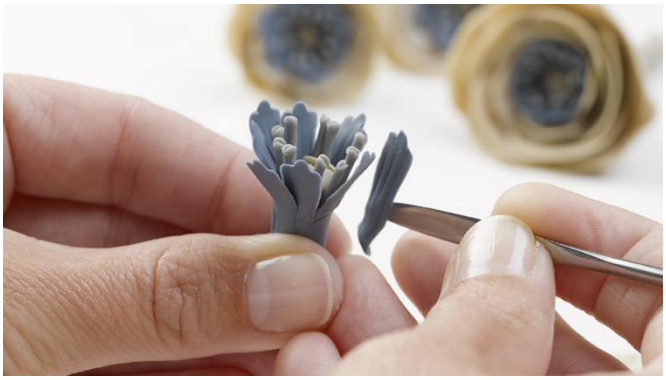


Figura 12. Escultor modelando. Por Lladró (s.f.).

Figura 13. Escultor pintando. Por Lladró (s.f.).

Los 80 se denomina como la década de la innovación ya que se propicia las primeras colaboraciones con artistas externos. Los 90 como la excelencia donde Lladró se hace acreedor de dos Premios Príncipe Felipe, a la Internacionalización, en 1993, y a la Competitividad, en 1997. Ya en los 2000 se conoce como el tiempo de los nuevos caminos y la diversificación, donde también recibe un galardón; Premio Príncipe Felipe a la Gestión de Marca Renombrada (2002). Pero también donde para 2010 "Lladró intensifica su creatividad en torno a las líneas para la decoración del hogar, con series de iluminación, espejos y creaciones para el arte de la

mesa. También aumentan las colaboraciones con diseñadores externos, que aportan su universo creativo y personal a la obra Lladró elevando a la máxima potencia la cultura de la porcelana." (Lladrò, 2018). El año anterior, 2017, la compañía es adquirida por el Grupo PHI Industrial, un fondo inversor español especializado en la gestión activa de empresas.

Lladró posee un comité de creatividad cuyo cometido es revisar todas las propuestas de los escultores y del equipo de diseño, concretar qué temáticas se trabajarán y decidir qué proyectos se llevarán finalmente acabo. Actualmente cuenta con más de 12 diseñadores entre equipos y personas individuales. De los que podemos nombrar Bodo Sperlein, Lladró Lab, Committe, Paul Smith, Rolitoland, Tim Biskup, Gary Baseman, Devilrobots, Friends with you, Yasumichi Morita, Hisakazu Shimizu y Jaime Hayon. Este último es un diseñador español que cuando inició su colaboración con la firma alcanzó el renombre que tiene en la actualidad. Lladró intuyó por su trabajo muy sensible a la producción artesana, que Hayon podría aportar algo especial a la empresa. Y así fue. No sólo ha asesorado a Lladró en la estética de sus nuevas producciones sino que también ha creado para la firma colecciones propias.

En la actualidad tiene tiendas por casi todo el mundo con más de 123 países en los que hace presencia. En nuestro país tiene convenios con SUKASA posee tiendas en centros comerciales en la ciudad de Quito y Guayaquil.

Figura 14. The Masquerade Iii Candle Holder. By Jaime Hayon. Golden Lustre. Por Lladró (s.f.).

Figura 15. Freeze Frame Butterflies Ceiling Lamp (CE), By Bodo Sperlein. Por Lladró (s.f.).

Figura 16. The Guest by Tim Biskup Figurine. Large Model. Limited Edition. Por Lladró (s.f.).

Figura 17. Christmas Ornament 5 by Friends with You. Golden Lustre and White. Por Lladró (s.f.).

ARTESANÍA & DISEÑO

Figura 18. Conjunto de silla, lámpara y alfombra. Por Pablo Orcajo (2011).

Es un proyecto que fue dirigido por la Consejería de Cultura y Turismo en colaboración con la Asociación de Promotores Inmobiliarios de la región de Murcia, quienes se apoyaron en el trabajo de los diseñadores Cristina Carpena (Yecla, Murcia, 1981) y José Alburquerque (Murcia, 1984) a través del programa Distrito Artístico. "Con el fin de revitalizar y dotar de actividad aquellos locales de la ciudad de Murcia que se encuentran en desuso, el programa Distrito Artístico pone una serie de locales a disposición de artistas y creativos murcianos para que estos desarrollen proyectos de producción, exhibición o autogestión artística." (Fundación Española para la Innovación de la Artesanía y Ministerio de Cultura y Deporte, 2011)

Entre los objetivos estaba la promoción de proyectos artísticos y su divulgación cultural, favoreciendo la participación ciudadana a través de espacios cotidianos. Cristina Carpena y José Alburquerque plantearon, durante el verano de 2010 en el lapso de tres meses, diversas acciones dirigidas a enseñar al público general en qué consiste el diseño como profesión y cómo es el proceso que se sigue a la hora de diseñar un producto. Realizaron también una exposición de piezas diseñadas por profesionales de la región, organizaron un taller de creación de productos y desarrollaron una línea de productos en vivo cuyo proceso fue documentando y mostrado a los visitantes. Por otro lado decidieron que la rica tradición artesana de Murcia les serviría de gran aporte por lo que decidieron trabajar en alianza con artesanos de la zona.

Trabajaron con una empresa especializada en esparto Arteblanc de la localidad de Blanca y con el taller de alfarería y cerámica Romero y Hernández de Totana. La primera fase fue de investigación y análisis en torno a los materiales y técnicas con los que trabajan estos talleres. Un segundo paso fue la realización de bocetos de los nuevos productos buscando aportar nuevas aplicaciones. Cada idea se iba consultando con los artesanos para evaluar su viabilidad.

Las piezas de barro condicionaron el orden ya que la variabilidad de la temperatura y la situación en el horno determinan las dimensiones finales de cada pieza. Así, una vez hechas las piezas de barro, éstas viajaban hasta Blanca para que los estereros pudieran realizar su parte. Las tres piezas resultantes son un ejemplo más de la excepcional fuerza que tiene un producto cuando dos sectores como el del diseño y el artesano trabajan conjuntamente. La lámpara destaca por la bandeja de barro que rodea su pantalla de esparto, que permite posar pequeños objetos sobre ella; la alfombra se divide en dos piezas concéntricas, siendo una de ellas una diana para jugar a los dardos; y el taburete, con forma de macetero, esconde un espacio de almacenaje tras su cojín de esparto. (Fundación Española para la Innovación de la Artesanía y Ministerio de Cultura y Deporte, 2011)

Figura 19. Línea de Productos, Artesanía y Diseño. Por Pablo Orcajo (2011).

LA ALPUJARREÑA

A principios del Siglo XX existían numerosos telares artesanos familiares en el barrio granadino del Albaycín. En 1.918 un pintor granadino reunió varios de esos talleres y fundó la industria enclavada hoy día en la localidad de La Zubia.

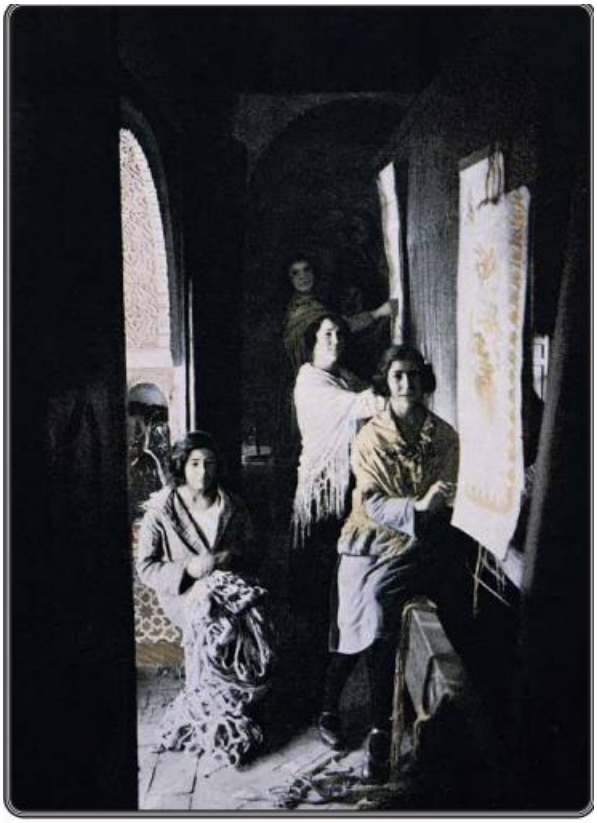


Figura 20. Bellas muchachas del pintoresco barrio del Albayzín, trabajando en la fábrica de Alfombras La Alpujarreña. Granada, 1922. Por La Alpujarreña (s.f.).

La Alpujarreña comenzó empleando el nudo autóctono alpujarreño que data del siglo XIII y se realiza de una manera completamente manual mediante telares verticales donde se van tejiendo los bucles sobre la urdimbre con la ayuda de una varilla de metal. Posteriormente pasó a utilizar el llamado nudo turco o "ghiordés", con la idea de conseguir mayor variedad y belleza de los elementos. Cuyo empleo en España se remonta al siglo XVII y que consiste en formar el entrelazamiento de tal modo que las dos puntas del hilo se encuentren juntas en el espacio comprendido entre dos cadenas contiguas de la urdimbre. Recientemente, además de los anteriores, también se ha incorporado la técnica artesanal denominada "Tufting Manual". Data de los noventa y para el cual se utiliza una pistola que inserta cada nudo en su posición correspondiente siguiendo un dibujo que previamente se ha hecho sobre una lona tensada en un bastidor metálico. (Fundación Española para la Innovación de la Artesanía y Ministerio de Cultura y Deporte, 2011)

Actualmente cuenta con un taller de más de cuarenta artesanos, todo el proceso de elaboración se realiza íntegramente a mano. Y el proceso comienza desde el diseño de los bocetos y su dibujo sobre los telares hasta el tintado de lanas, el anudado y los retoques finales. Entre los materiales que usan están el algodón, el yute, el lino y la pura lana virgen, siendo en un 95% biodegradable.

Figura 2I. Artesana tejiendo. Por Alpujarreña (s.f.).

La Alpujarreña representa un caso ejemplar de empresa artesana que ha sabido adaptarse a los nuevos tiempos en múltiples aspectos empresariales y en particular en lo que se refiere al diseño de sus productos. Para ello cuenta con un departamento creativo a través de cuál lanza sus propios diseños también se permiten interesantes colaboraciones con diseñadores externos. Destacan colaboraciones realizadas con la diseñadora Bárbara Broekman, con el diseñador Jacobo Pérez-Enciso, Herme Ciscar y Mónica García. Quienes han aportado desde su visión profesional en nuevos productos innovadores en la variada línea de la Alpujarreña. En su outlet de alfombras encontramos catálogos que se pueden visualizar desde su página web en internet. Entre los cuales encontramos el catálogo TRF 2014, catálogo de obras clásicas, catálogo classical 2010, catálogo contract 2008, catálogo Alpujarreña 2010, catálogo de diseño contemporáneo, catálogo ALP presentación textura single, catálogo ALP 2016, catálogo ALP 2018. En cada catálogo encontramos además detalles de ciertos diseños de alfombras, ofrecen variedad de texturas, una gama extensa de colores e incluso realizan colores a la carta. También

está la posibilidad de ordenar una alfombra según las necesidades en diseño, medida y forma.

Figura 22. Variedad de colores. Por La Alpujarreña (s.f.).

Han realizado trabajos para hoteles:

– Hotel Palace en Madrid. Salón de la Rotonda, Hall Intermedio, Escaleras.

– Hotel Hilton en Barcelona. Hall de Entrada.

– Hotel Mayorazgo en Madrid. Escaleras y Salones.

– Hotel AC Santo Mauro en Madrid. Escaleras y Ascensores.

– Hotel Meliá Castilla. Madrid. Hall Principal.

– Hotel Alfonso XIII. Sevilla. Suite Real, Suites y Dormitorios.

– Hotel Gloria Palace. Las Palmas de Gran Canaria. Hall de Entrada y Salones.

– Hotel Juan Carlos I. Barcelona. Halls Plantas Doce, Catorce y Quince.

– Hotel Ritz. Barcelona. Salones, Escaleras Doble Bajada y Galerías.

– Hotel María Cristina. San Sebastián. Escaleras Cinco Plantas entre muchos otros.

Para organismos oficiales:

– Parlamento de Andalucía: Salón de Plenos, Salas de Conferencias, Escaleras, Despachos, Etc.

– Parlamento de las Islas Baleares. Mallorca. Hall de Entrada, Patio Central y Salón de Plenos.

– Parlamento de Cataluña. Barcelona – Parlamento de Galicia. Santiago de Compostela

– Consejo Consultivo de la Junta de Andalucía: Sala de Consejo, Despachos, Etc.

– Dirección Gral. De Patrimonio de la Consejería de Economía y Hacienda de la Junta de Andalucía: Despachos entre muchos otros.

Figura 23. Hotel Palace Madrid. Por La Alpujarreña (s.f.).

Para embajadas:

– Embajada de España ante la UNESCO. París. Pasillos y Salones

– Embajada de España en Belgrado. Comedor

– Embajada de España en Libreville. Salones.

– Embajada de España en Santo Domingo. Salones, entre muchas otras.

"La alfombra define un espacio de vida social, realza la decoración y mejora la acústica, mientras que su densa felpa aporta confort al piso y crea un ambiente acogedor invitando al relax. En ocasiones podemos sorprendernos andando sobre una verdadera obra de arte." (Alpujarreña)

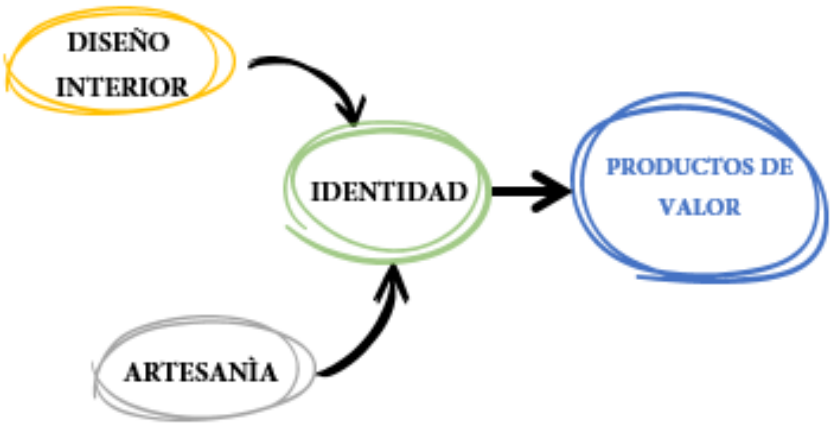
Figura 24. Muestra de alfombras del catálogo ALP 2018. Por La Alpujarreña (2018).

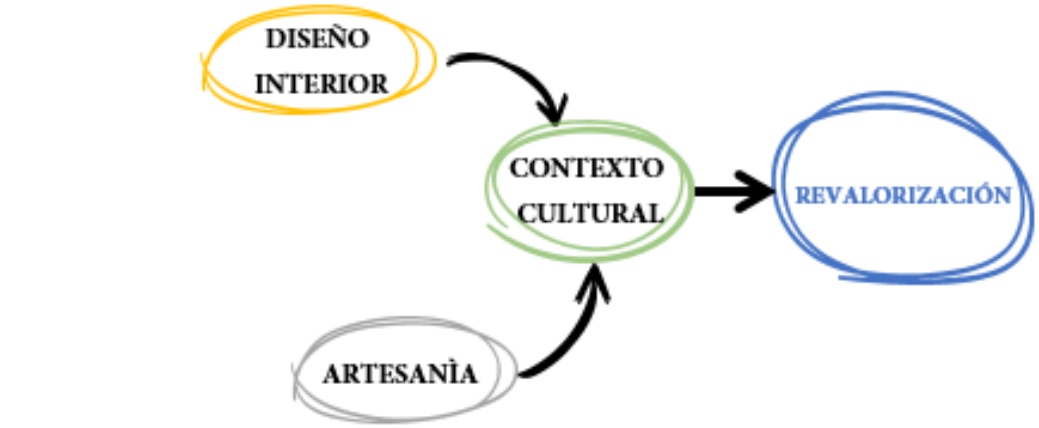
6.7. Estrategias A +D (Artesanía + Diseño)

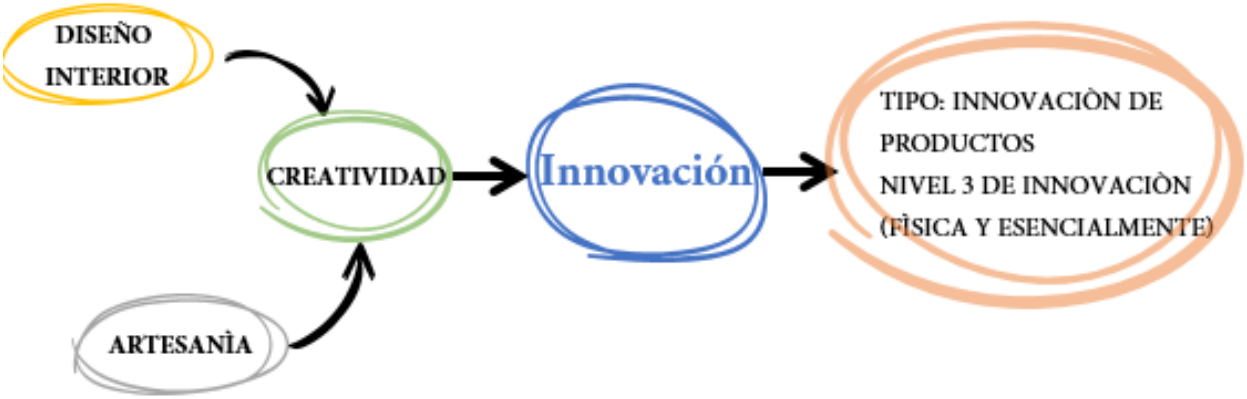
Estrategia y Táctica: Es un plan para dirigir un asunto. Una estrategia se compone de una serie de acciones planificadas que ayudan a tomar decisiones y a conseguir los mejores resultados posibles. La estrategia está orientada a alcanzar un objetivo siguiendo una pauta de actuación. Una estrategia comprende una serie de tácticas que son medidas más concretas para conseguir uno o varios objetivos.

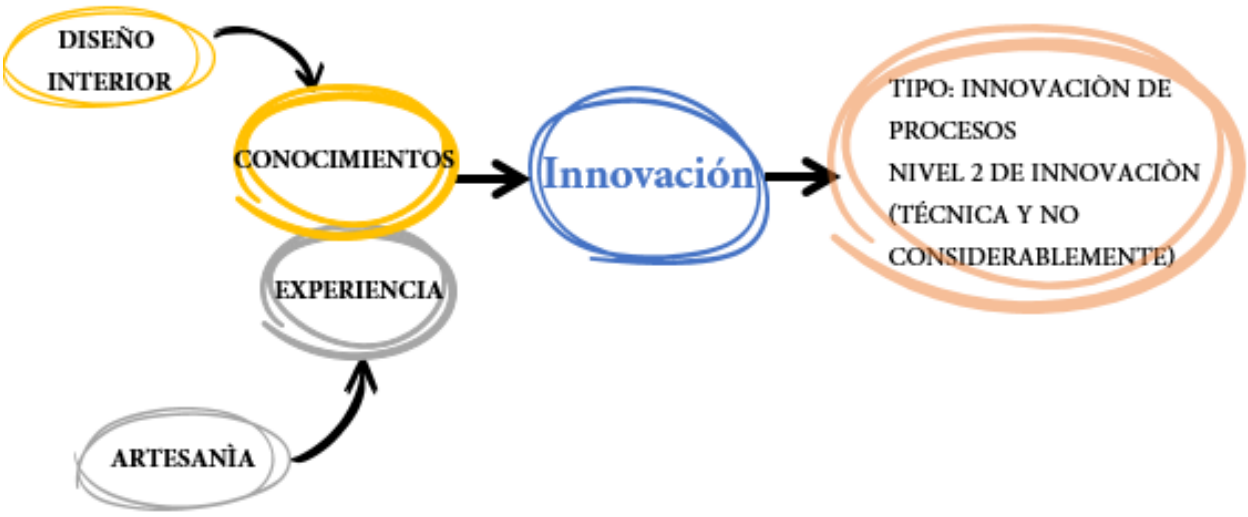
Puntos de Interacción del Diseño y la Artesanía:

Vínculos Artesanía+Diseño:




DISEÑO INTERIOR
CONTEXTO CULTURAL
REVALORIZACIÓN
ARTESANÌA


DISEÑO INTERIOR
CREATIVIDAD
Innovación
TIPO: INNOVACIÒN DE PRODUCTOS
NIVEL 3 DE INNOVACIÒN
(FÌSICA Y ESENCIALMENTE)
ARTESANÌA


DISEÑO INTERIOR
CONOCIMIENTOS
Innovación
TIPO: INNOVACIÒN DE PROCESOS
NIVEL 2 DE INNOVACIÒN
(TÉCNICA Y NO CONSIDERABLEMENTE)
EXPERIENCIA
ARTESANÌA

Partiremos de un proceso que funciona a partir de tres factores indispensables para el desarrollo de la vinculación diseño –artesanía (Cultura, Industria artesanal y Diseño). Y que buscaran ligarse a lo largo de un proceso que tendrá tres tiempos, un antes, durante y después. Ya que para la aplicación de las estrategias se ha creído necesario ubicarlas dentro de un momento para no solamente saber qué hacer, sino también en que momento aplicarlas.

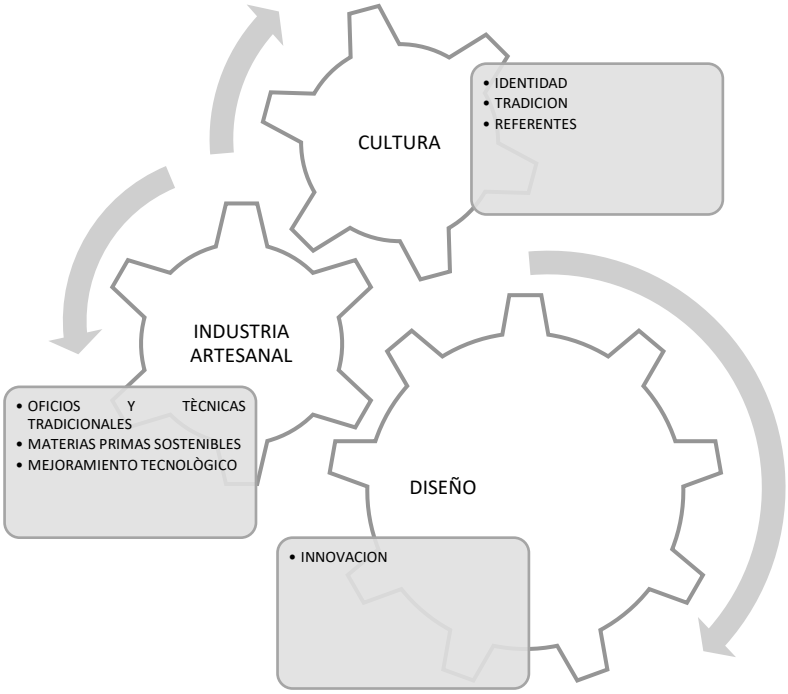


Figura 25. Estrategia para el trabajo con comunidades indígenas y artesanales. Por Artesanías de Colombia (2008). Elaborado por Luzdary Chico.

ANTES

-Aspectos generales previos-

1. **Diagnóstico situacional del país.**

   La finalidad es conocer el estado actual del ámbito nacional de las expectativas, las necesidades, las experiencias, los proyectos y las visiones en el campo de la cultura, las artes y las creatividades.

   Táctica: Buscar información en instituciones representativas del país a cargo de la cultura ecuatoriana como el Ministerio de Cultura y Patrimonio, la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión y el Centro Interamericano de artesanías y artes populares. Así como también en las instituciones de educación superior, de donde nacen proyectos innovadores, donde se crean experiencias y productos con fuertes bases culturales.

En el apartado 6.3. Antecedentes de la propuesta hemos referido un informe "Ecuador territorio de las artes y creatividades en el lapso 2014 – 2017" presentado por el Ministerio de Cultura y Patrimonio misma que se plantea como problema central la disminución progresiva de la participación ciudadana en actividades artísticas y culturales. Situaciones como estas nos lleva a soportar nuestro proceso de investigación que busca fortalecer los procesos artesanales con la participación del diseño interior. Estas variables presentas por el MCYP nos muestran el panorama de la pérdida del valor cultural no solo de la cultura Kichwa sino de muchas otras en el Ecuador.

Centro Interamericano de artesanías y artes populares – CIDAP

La institución fue una de las pioneras en el continente en vincular el trabajo de diseño con la artesanía. Se dedica al impulso y fomento de la artesanía artífice y la cultura popular, que ha logrado posicionarse y dar sostenibilidad a su trabajo en el tiempo, convirtiéndose en una institución emblemática de Ecuador y América. La misión y visión se centra en el mejoramiento de las condiciones de vida de los artesanos y artesanas del país y América, a través del impulso a que las artesanías, junto a su proceso de creación y producción, apoyen a la expansión de las capacidades humanas, tanto de quien las produce como de quien las consume.

Los artesanos Kichwa nos han mencionado al CIDAP como una institución importante que les motiva a seguir creando e innovando su artesanía, que les reconoce su trabajo y les brinda espacios, como ferias, para la venta y exposición de sus productos. La Asociación Artesanal Kichwas de Pastaza Agua Viva a través de una de sus representantes Elvia Santi es quien ha recibido reconocimientos por su larga labor artesanal con identidad Kichwa por parte del CIDAP y el MCYP.

"Si no podemos ser una potencia militar y económica, podemos ser, en cambio, una potencia cultural nutrida de nuestras más ricas tradiciones." Benjamín Carrión.

Figura 26. Reconocimientos y participación en la Feria en Cuenca del Centro de artesanías Agua Viva. Por Agua Viva (2016).

2. Diferenciación de campos artesanales.

Se trata de elegir el campo artesanal más adecuado para emprender proyectos de intervención del diseño en la artesanía, así como de la disponibilidad de los mismos.

Táctica: Recorrer varios sectores artesanales de un grupo cultural definido, e identificar el contexto social que le rodea.

Figura 27. Campos Artesanales. Por Luzdary Chico (2018).

MEDIO URBANO

Figura 28. Paseo Turístico Boayacu Puyo. Por Luzdary Chico (2018).

Este medio se reconoce por encontrarse en la periferia de las ciudades o que forman parte del casco urbano. Son artesanos que viven y contextualizan su artesanía para los usos del tipo urbano. Además son personas que buscan mayor acercamiento con el público y luchan contra los resultados del modernismo. En cuento a la labor artesanal ha sido aprendida de generación en generación, en talleres familiares o del autoaprendizaje. Este medio es el más recomendable para que la creatividad del diseñador busque formas de intervención. Ya que se encuentran en constante adaptación y no se encuentran limitados por una tradición condicionante.

Este medio artesanal se encuentra presente en el paseo turístico Boayacu Puyo, quienes son un grupo de 10 a 15 artesanas, quienes se unieron para pedir la estancia en el lugar de manera permanente, ya que al principio solo organizaron unas chozas para una exposición de un par de días. Y que por iniciativa de las mismas artesanas fue que pidieron permanecer con la venta y exposición de su artesanía de manera permanente y aunque su situación es aún

inestable, al momento permanecen en el lugar sobre todo de jueves a domingo, donde existe mejor avistamiento de turistas. Lamentablemente durante esta investigación este conjunto de chozas se destruyeron debido a las fuertes lluvias propias de la región, hecho que aconteció el día lunes 3 de septiembre del presente año. Situación que pone aún más en riesgo la permanencia de su actividad artesanal en el lugar. La causa también se debe a que los pilares fueron solamente apoyados sobre el suelo porque la idea principal era de construir un espacio efímero. Ya se han pronunciado representantes de gestión de riesgos y han dicho que volverán a reconstruirlas sobre pilares de hormigón, pero debido a las amenazas del municipio por quitarles el espacio no se sabe si lo dicho se cumplirá.

Figura 29. Chozas artesanales destruidas por las lluvias. Por Eco Amazónico (2018).

Dentro del medio urbano también podemos localizar a los artesanos-artistas quienes gracias a la enseñanza que han recibido en escuelas, universidades o de manera autodidacta han podido desarrollar un trabajo muy personal y sofisticado. Por lo general tienen una visión más amplia del negocio artesanal, que en su mayoría se debe a la convivencia en el extranjero. Y que gracias a su aprendizaje y su clara intuición para el diseño, el diseñador poco o nada tiene que intervenir.

Para lo cual podemos mencionar a personajes como Nina Gualingua y Leo Cerda representantes del proyecto Hakhu, quienes se encargan del direccionamiento y manejo de la

venta de artesanía a nivel internacional y nacional de la artesanía elaborada por mujeres del pueblo Kichwa de Sarayacu. Son artesanos – artistas con varios galardones adjuntados por su activismo social en favor del cuidado de la selva, los recursos no renovables como el petróleo y los derechos de las nacionalidades.

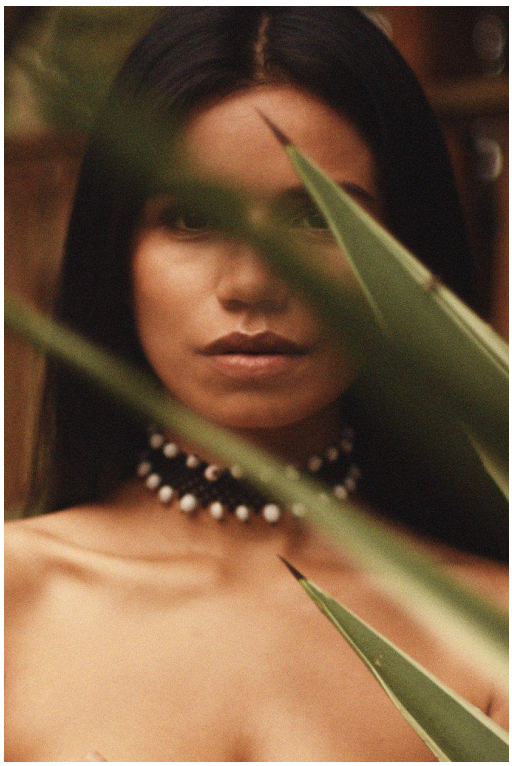


Figura 30. Choker Kasha elaborado por la artesana – artista Nina Gualinga. Por Hakhu Amazon Design (s.f.).

Figura 31. Collar elaborado por la artesana – artista Vanessa Cerda. Por Mullos Art (2018).

MEDIO SUBURBANO

Figura 32. Asociación Artesanal Kichwas de Pastaza Agua Viva. Por Pastaza Travel (s.f.).

En Puyo este medio se reconoce como las comunidades cercanas a la urbe porque son de fácil acceso, por tener vías carrosables y cuentan con los servicios básicos como luz y agua entubada, muchos de ellos hasta con señales satelitales de internet, telefonía celular y otros servicios. Su infraestructura ha ido perdiendo su estilo cultural y más han venido adoptando aspectos occidentales. La división de territorio se basa en la elaboración de purinas cercanas a sus viviendas y otros. Su fuente de empleo en primera instancia ha sido la explotación maderera, producción de productos de ciclo corto, artesanías, turismo comunitario y en un mínimo número se han empleado en organizaciones e instituciones estatales y privadas.

Es el caso de la parroquia Madre Tierra donde se ubica la Asociación Centro de artesanías Agua viva que está formado por 12 personas quienes son parte de un "ayllu" o familia y que se dedican a la venta y elaboración de artesanía por casi 11 años. Su principal objetivo es exhibir y difundir la riqueza artesanal del pueblo kichwa de Pastaza. Han recibido

apoyo del IEPS que forma parte del MIES para la infraestructura construida en lo que es ahora el centro. En este lugar se puede comer comida típica los fines de semana, comprar artesanía, conocer los beneficios de plantas medicinales así como la exposición de la elaboración de artesanías. Han participado de ferias en ciudades como Quito, Ambato, Montañita, Cuenca y Otavalo.

En el 2017 recibieron un reconocimiento como mejor emprendimiento en la feria 10 de Agosto en la parroquia que lleva el mismo nombre. Además llevan participando 3 años en la feria que organiza el CIDAP en Cuenca donde han resultado clasificados con su artesanía, este último año también participaron pero lamentablemente ya no clasificaron para participar de la feria. Actualmente participan activamente en proyectos particulares con otros emprendimientos, en lo que se ha denominado como "Pastaza Manchi", quienes buscan asociarse para recibir apoyo de organismos internacionales para fortalecer sus productos y poderlos perchar en varios sitios turísticos a nivel nacional. Estuvimos presentes en el lanzamiento de la marca, donde estuvo también la embajadora de la Unión Europa y representantes de los gobiernos seccionales del país. Fue una vitrina realmente enriquecedora para todos los emprendedores, artesanos, jóvenes y mujeres que llevaron su mejor producción para exhibirla.

Figura 33. Publicidad de la Unión Europea en el lanzamiento de "Pastaza Manchi". Por Luzdary Chico (2018).

Figura 34. Mujeres artesanas Uru Warmi. Por Mag Faby (2018).

La producción artesanal de este medio está dirigido a consumidores cercanos o para uso personal. Se encuentra en pequeños pueblos alejados del espacio urbano. Su artesanía es netamente tradicional salvo el caso de pedidos especiales realizado por los comerciantes mayoristas que suelen surtirse de productos para venderlos en lugares más poblados. Su producción tradicional también se ve afectada con el contacto de otros medios en ferias y exposiciones. La acción de diseño en este medio es un poco más complicada, se puede dirigir a grupos organizados de artesanos que requieran o estén en vías de desarrollo. Por otro lado se puede efectuar pedidos de diseño personalizados a un artesano o a un grupo de artesanos, para después revender el o los productos. Esta acción también propicia un cambio en las formas tradicionales del quehacer artesanal y aumentará la línea de productos.

Este medio se puede ubicar por sus formas de subsistencia ancestral. Donde las asociaciones y comunidades Kichwas cuentan con las bondades de la naturaleza, y las hacen parte de si, manteniendo una convivencia armónica entre ellas, por eso se podría decir que los

servicios básicos para la población indígena las provee la propia naturaleza, desde su cosmovisión. Esto sería la flora y la fauna, las fuentes hidrográficas, la diversidad de frutos silvestres y los diferentes mecanismos de supervivencia que han sido aplicadas desde sus ancestros hasta las nuevas generaciones.

Es el ejemplo del proyecto Uru Warmi ubicado en la parroquia Canelos que es creado, dirigido, y fortalecido por el Vicariato Apostólico de Puyo y que está conformado por mujeres y hombres indígenas, unos con más experiencia que otros en la elaboración de artesanía y otros que comienzan aprendiendo en este centro. Están desarrollando su propio centro turístico de elaboración, exposición y venta de artesanías. Donde reciben talleres permanentes para aprender sobre su cultura y mejorar su técnica artesanal. Este proyecto es nuevo apenas tiene un año, pero gracias al apoyo de la institución religiosa católica del VAP se están dando a conocer muy rápido, y ya cuentan con redes sociales para difundir lo que se está haciendo.

Figura 35. Momentos de la producción de cerámica. Por Uru Warmi (2018).

Figura 36. En Quito en el stand de artesanías del pueblo kichwa de Sarayacu. Por Sarayaku Defensores de la Selva (2018).

Este medio depende mucho de la ecología de su entorno. Ya que de ella surgen los principales recursos para crear enseres domésticos, de agricultura y pesca, de vestimenta y de culto. Su producción artesanal se basa en términos de subsistencia, ya que realizan artesanía para su uso exclusivo. Se encuentra por tanto en lugares muy alejados, en el interior de la selva amazónica y tropical del continente y en comunidades alejadas de la serranía mesoamericana. Sin embargo su artesanía por su valor tradicional y original suele y está presente en mercados mucho más alejados a nivel nacional e internacional. A pesar de ser una artesanía que no encuentra su sitio en los usos de la vida contemporánea, es una artesanía que solo se admira por su factor decorativo.

En cuanto a la intervención de diseño, (Soto Soria, La aplicaciòn del diseño en el medio ambiente artesanal, 1990) recomienda la no intervención indiscriminada del diseñador en este medio. Debido a factores de arraigo cultural muy fuerte, y de valores muy asentados en cuanto

a sus costumbres y tradiciones ancestrales. Y más aún sin conocer su estructura socio cultural con mucha experticia, que requiere no solamente de mucho tiempo y aproximación sino de la ayuda de especialistas antropólogos.

Este medio se puede ubicar en las asociaciones y comunidades del interior y fronterizas. Son de difícil acceso, y únicamente se puede ingresar a ellas, por vía aérea y/o fluvial, en las cuales no cuentan con todos los servicios básicos establecidos desde la mirada occidental, pero en algunas de ellas, gracias a la gestión de sus líderes locales, han podido emprender proyectos y han adquirido equipamientos como paneles solares para la generación de energía y telecomunicaciones, y otras herramientas como motores para movilizar las canoas, equipos y radios de telecomunicación, que han permitido incluirse en parte, al proceso de "modernización social". Pero sin duda esto no les afecta en mayor parte, ya que su habita natural es el nido que acoge a sus hogares desde nuestros antepasados. Mientras que el tratamiento de sus territorios se han visto más trabajadas y enfocadas en una utilización sostenible de sus recursos, que han ido promoviendo actividades de autosustento comunitario, sin apartarse radicalmente de sus formas de vida tradicional.

Un ejemplo es el pueblo Kichwa de Sarayacu, que tienen varias salidas artesanales y cuentan con varias participaciones en ferias y exposiciones tanto a nivel nacional como internacional. Aquí también se lleva a cabo la elaboración artesanal del proyecto Hacku que ya lo hemos mencionado antes. Sin embargo esta comunidad se está enfocando principalmente en la protección de su territorio, tanto de la minería como de la explotación petrolera ya que actualmente se encuentran amenazados por proyectos de estado y empresas privadas que pretenden irrumpir en sus tierras sin consulta previa. Se considera un pueblo originario y tiene a muchos representantes viajando por el mundo para hablar sobre su cultura y sus derechos. Su artesanía es muy tradicional y ancestral pero que gracias a las experiencias y conocimientos adquiridos por los líderes de este pueblo han sabido manejarse muy bien a nivel de marketing

y comunicaciones. Hay que mencionar el contraste que existe entre grupos artesanales, ya que a pesar de que el pueblo Kichwa de Sarayacu pertenece al medio artesanal indígena y su ubicación es muy singular y lejana son los que más lejos han llegado con su artesanía a diferencia de otros grupos de la urbe. La artesanía casi no se hace presente localmente, más bien se proyecta en espacios y vitrinas más importantes.

Figura 37. Patricia Gualinga lideresa del pueblo kichwa de Sarayacu y su padre Sabino Gualinga. Por Sarayaku Defensores de la Selva (2018).

3. Conocimiento de la situación cultural.

Posibilitará el diseño e implementación de planes estratégicos que den solución a las necesidades del desarrollo artesanal comunitario.

Táctica: Indagar la estructura socio-cultural de la comunidad guiándose por sus principales representantes, así como de los gobiernos que rigen sus territorios.

Los Kichwa de Pastaza representan el 32 % del total de habitantes de la provincia de Pastaza convirtiéndose así en la población más numerosa después del pueblo mestizo. Además cuenta con el territorio de mayor extensión dentro de la provincia. Habitan el centro sur de esa

provincia, a lo largo de los ríos Arajuno, Curaray, Bobonaza, Pindo, Anzu y Puyo; y en zonas urbanas; agrupados en 131 comunidades que se organizan en 17 asociaciones.

La Nacionalidad Kichwa de Pastaza al igual que las otras nacionalidades, comparten una historia, tradición oral, lingüística y cultural muy parecida, aunque con variaciones según cada grupo. Sin dejar de lado los procesos de desplazamiento y aculturación al cual fueron sometidos, a través de la colonización, como un proceso de supuesta "modernización", impulsado por las políticas neoliberales de los Gobiernos de turno.

Figura 38. Mapa de los territorios de las nacionalidades de Pastaza. Por CONAIE (s.f.).

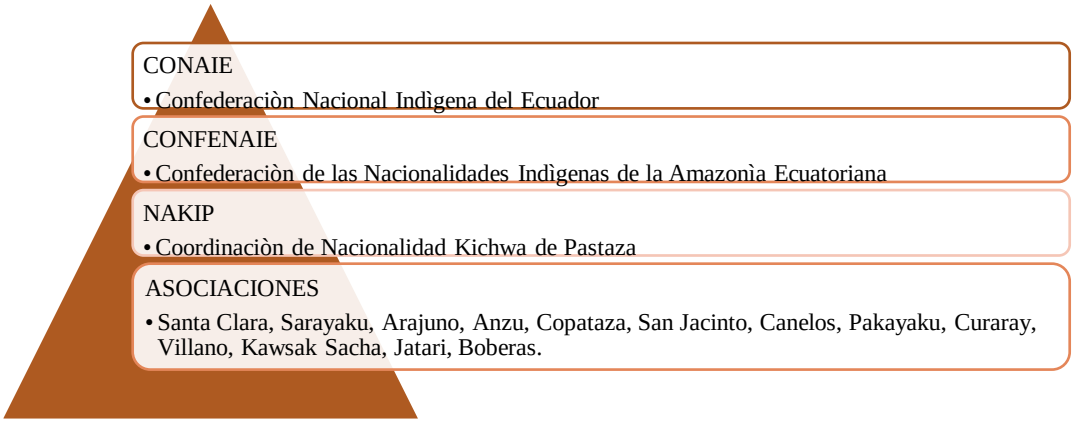


Figura 39. Organizaciones de base, segundo y tercer grado. Por Silvia Santi (2011). Elaborado por Luzdary Chico

Su idioma ancestral es el Runa Shimi o lengua de la gente; como su segunda lengua es el castellano, empleada para la relación con la sociedad blanca mestiza. Ancestralmente estuvieron organizados en "ayllus", que son grupos residenciales basados en el parentesco. Por lo general, cada grupo local de parentesco tenía un "yachak" como autoridad política y ritual.

En la actualidad, la base de su estructura socio-política y cultural sigue siendo el Ayllu la unión de ayllus conforman los muntum y las asociaciones, que son un conjunto de comunidades, basadas en núcleos familiares ampliados. A nivel comunitario y de las organizaciones, el trabajo se organiza consensuadamente por medio de asambleas y se lo ejecuta a través de mingas; esta regula el trabajo colectivo intra e intercomunitario, por lo que la reciprocidad y la redistribución son las matrices culturales que regulan las relaciones de cooperación y de intercambio de bienes y servicios al interior de las familias y las comunidades. El trabajo comunitario está regido por formas de reciprocidad balanceada; se trabaja mediante el pago simbólico de igual trabajo, "randi - randi" que obtienen cuando lo solicitan a un familiar o miembro de la comunidad; pedir la ayuda de otro establece un compromiso que solo puede ser devuelto mediante un trabajo que sea similar y en los momentos en que los otros lo pidan.

La Asociación Kichwa es la forma institucional que rige legalmente las comunas, los centros, asociaciones y federaciones. La directiva de cada Asociación es nombrada cada año en una Asamblea General que es la máxima autoridad de las Asociaciones, está integrada por el Presidente, Vicepresidente, Secretario, Tesorero y Síndico. A lo interno de las organizaciones Kichwa de Pastaza se ha debatido sobre el modelo organizativo y su vigencia.

En Sarayaku, por ejemplo, se reivindicó el papel de los ancianos, de los “varayu” como parte importante en la constitución del “Tayja Saruta” (Gobierno Autónomo). La familia ha sido tradicionalmente el centro para la socialización, mediante la transmisión de costumbres y tradiciones de la cultura, de generación en generación, que es el conocimiento necesario para sus actividades de subsistencia, técnicas de agricultura, pesca, caza, trabajo de cestería, cerámica, medicina tradicional, etc.; pero en expresa relación armónica con la naturaleza. La educación que reciben en su mayor parte es laica y aplicada en base al Sistema de Educación Intercultural Bilingüe, con el objetivo de la revitalización del idioma materno y su propia identidad cultural. Las principales actividades económicas y de subsistencia tradicional se

basan en la agricultura itinerante de roza y quema en las purinas o huertas de la selva; en la caza, la pesca, la recolección, y el intercambio de productos y artesanías. Las ocasiones festivas y rituales son las que se aprovechan para la redistribución de bienes, generalmente obtenidos a través de la cacería o del cultivo de la huerta. La fiesta de la Jista es la más importante para la redistribución de recursos materiales y simbólicos entre los Runas y los no Runas, es decir en el espacio intraétnico, pero también en el interétnico. En la cosmovisión indígena no existe la concepción de propiedad privada sobre la tierra a la que se la concibe como un elemento consustancial a la existencia del ser humano, o incluso como a una madre, porque es dadora de vida, sin ella no se podrá vivir y por ello hay que cuidarla y respetarla.

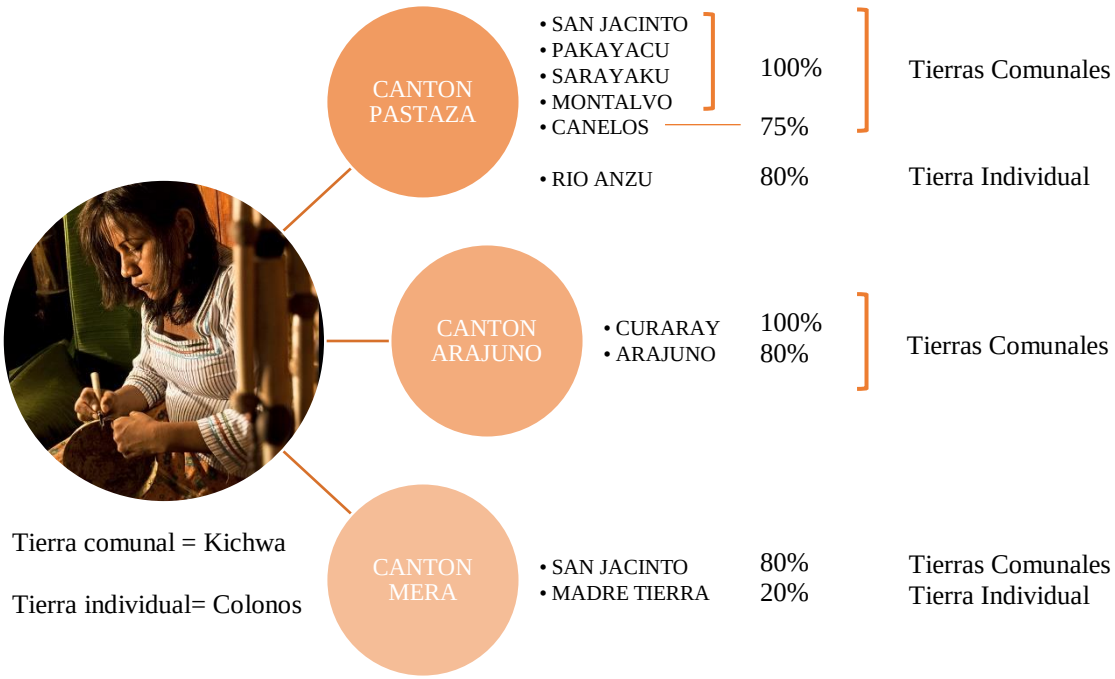


Figura 40. Ubicación de la nacionalidad Kichwa de Pastaza por cantones. Por Silvia Santi (2011). Elaborado por Luzdary Chico

4. Investigación y análisis en torno a los materiales y técnicas con los que trabajan los artesanos.

Investigar los oficios que desempeñan, las materias primas con las que trabajan y las facilidades que se tienen en torno a esos aspectos, para determinar cuál sería la mejor forma

de acercarse a ella, y qué tipo de proyecto sería el más adecuado para desarrollar en conjunto.

Táctica: Visitar lugares de elaboración de la artesanía para hacer un registro de materiales y procedimientos. Además **s**e puede usar la herramienta de foto – diario que permite el registro fotográfico del paso a paso de la producción artesanal.

En el apartado 4.2.1 Foto – diarios se puede comprobar el uso de esta herramienta y como se presentó a través de la fotografía, el texto y la ilustración, las técnicas y los materiales usados en varias de las líneas artesanales que la cultura Kichwa posee. Por lo mismo se recomienda se visite el Centro de artesanía Agua Viva ubicada en la parroquia Madre Tierra que tiene el servicio de exposición del modelado de cerámica. Para conocer sobre la recolección del barro, así como del secado y horneado de la cerámica se recomienda visitar a las Mujeres Artesanas Uru Warmi en la parroquia Canelos quienes poseen un lugar más tradicional, con todo el acondicionamiento para este tipo de exposiciones. Pero para saber cómo se pinta a detalle la cerámica puedes visitar a Artesanías Kichwa La mokawa ubicada frente al Pabellón de deportes en la ciudad de Puyo. Para el caso de la bisutería en semillas naturales y mullos se puede visitar a las artesanas de la urbe quienes se ubican en el paseo turístico Boayacu Puyo o en el Centro Comercial Los toboganes con Gladys Santi quién es productora mayorista.

Figura 41. Uru Warmi, Artesanía Kichwa La mokawa, Boayacu Puyo y Centro de artesanías Agua Viva. Por Luzdary Chico (2018).

DURANTE

-En el proceso de diseño y realización de la producción artesanal-

1. **Plan de trabajo**

   Elaborar un plan de trabajo que permita establecer los condicionamientos y la secuencia que deberán tener todas las acciones desde las conceptualización hasta la realización del producto A+D.

Táctica:

- Establecer objetivos con claridad, donde se determine cuál es la acción del diseño y el por qué se va a desarrollar.
- Analizar los recursos con los que se contará y calcular los tiempos de tal manera que se consiga un proyecto lógico y factible.
- Hacer uso de un cronograma de actividades

2. **Análisis de tendencias y mercado objetivo.**

   Reconocer y definir tendencias en la producción artesanal así como el mercado, grupo, o clientes al que se destinará el producto.

   Táctica: Conocer el mercado al que el producto diseñado se va a dirigir; a su público, gustos, sensibilidad, necesidad de status, posición socio económica; requerimientos ecológicos, clima, altitud, humedad. Todo lo anterior conlleva también a las características del producto como tamaño, textura, peso, color entre otras. Se recomienda empezar por

enlistar a los actuales grupos de compradores mayoritarios del campo artesanal en cuestión y conocer sus características.

En este caso se ha empleado un cuestionario en el apartado 4.2.5 Cuestionario en el capítulo IV para conocer a los principales clientes de la artesanía Kichwa de Pastaza. De lo cual podemos decir que entre ciudadanos amazónicos, turistas extranjeros y turistas nacionales, estos últimos son quienes más adquieren su artesanía.

TURISTAS NACIONALES

Comprende un grupo amplio conformado por turistas de la región Sierra, Costa e insular de nuestro país.

Gustos: Prefieren artesanía de colores vivos y lo más natural y tradicional posible.

Sensibilidad: Buscan productos que les cuenten algo de la cultura Kichwa. Con fuertes características de identidad Kichwa.

Posición Socioeconómica: Son clientes que hacen el papel de turistas, quienes por ende tienen posibilidades de hacer un viaje y comprar artesanía. Se trata de una clase social media- alta.

Requerimientos ecológicos:

Actualmente la artesanía no está pensada para superar las barreras de durabilidad. Sino que se realiza artesanía que es propia de un sector y los materiales, producción y objetivo principal es para utilizarse en la región amazónica. Esto se debe a que la mayor parte de artesanía tuvo y tiene fines utilitarios, además de ser tradicional y también por factores de la carente innovación en el sector artesanal. Por lo tanto en Puyo las condiciones son:

Clima: 18 °C a 28 °C

Altitud: 925 m

Humedad: bochornoso, opresivo o insoportable 6 % del tiempo

3. Detección de motivos del entorno e iconografía.

Es muy importante conocer los símbolos, formas y figuras que las culturas poseen, así como el porqué de su uso para poder enfrentarse a la innovación sin olvidar su origen. Se trata de extraer del entorno, todos aquellos elementos inspiradores que motivarán la producción artesanal.

Táctica: Indagar primordialmente en la flora y fauna, ecología de la región, devenir histórico, arquitectura, los objetos que se producen e incluso en él o los colores locales. Podemos encontrar fuentes de inspiración también en la cosmovisión indígena, en las actividades cotidianas y su entorno ancestral.

- **ICONOGRAFÍA DE LAS MUKAWAS**

En general las artesanas usan formas geométricas relacionadas con la definición del espiral (línea curva que describe varias vueltas alrededor de un punto, alejándose cada vez más de él). Pero en este caso se trabaja sobre formas rectas que se repiten a partir de una primera forma para ir repitiéndose alrededor de esta e ir aumentando en tamaño. Por otro lado estas formas geométricas parten de fuentes de inspiración como lo son animales, plantas o formas del entorno natural.

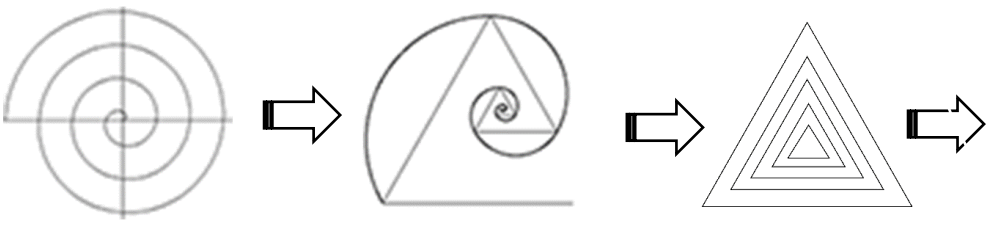


Figura 42. Espiral, principio básico de la pintura en la mukawa Kichwa. Por Luzdary Chico (2018).

Comunidad Kichwa de Sarayaku, baile tradicional en círculo.

Las mukawas son recipientes de barro de diferentes tamaños, confeccionados por las mujeres para su esposo; se usan especialmente para tomar la chicha de yuca. Se caracterizan por su contextura sumamente fina y frágil y por llevar diseños geométricos muy especiales, portadores de significados diferentes, puntas de lanzas inspiradas en la habilidad de los hombres en la cacería, animales, entre otras.

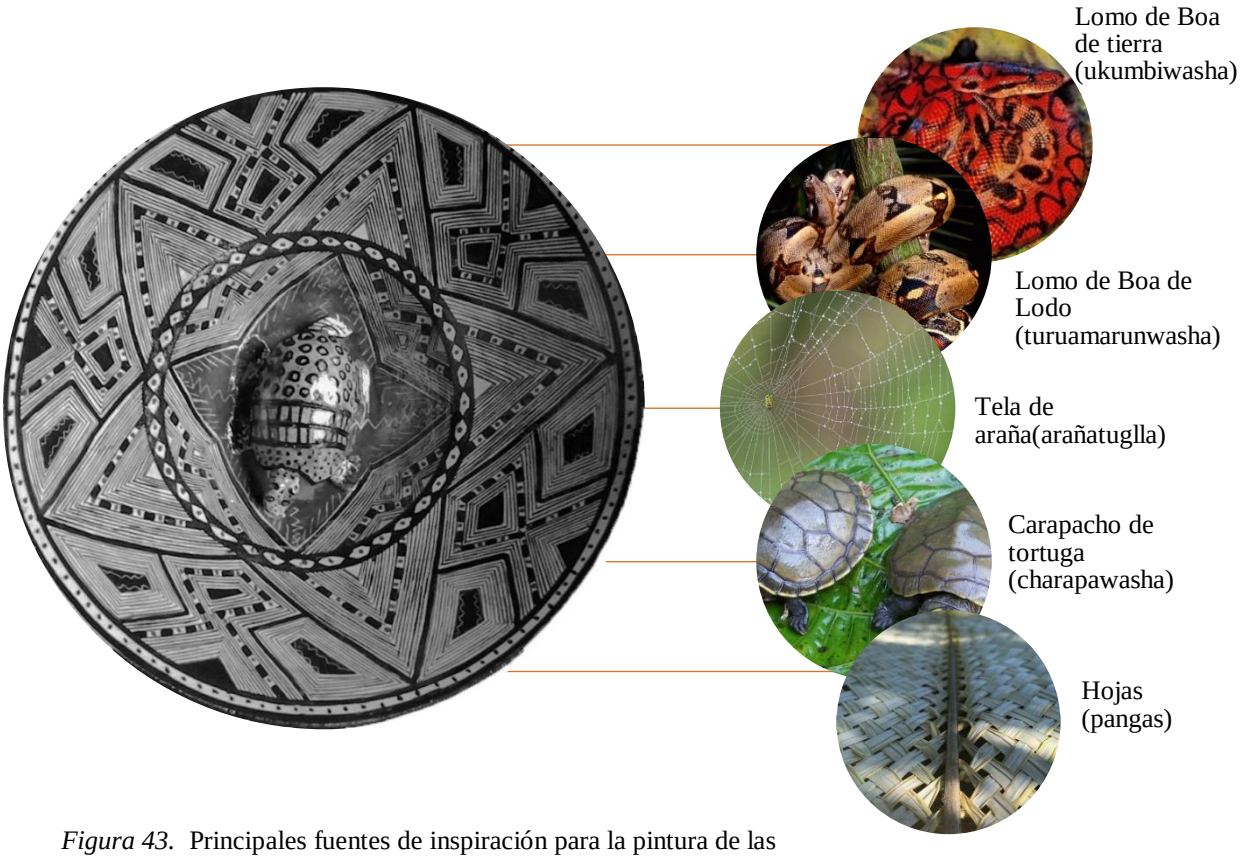


Figura 43. Principales fuentes de inspiración para la pintura de las mukawas. Por Luzdary Chico (2018).

- **HISTORIA KICHWA**

El mito, la leyenda, la arqueología y la historia indican que los Kichwa migraron a su área actual desde el este y / o el sureste. Las cerámicas encontradas en Charapa Cocha, en el Río Pastaza, son identificadas por los Canelos Kichwa como hechas por sus antepasados y parecen ser una transición de otras telas Tupí de bandas rojas a cerámicas históricas y contemporáneas de Canelos Kichwa.

- Otras fuentes importantes de inspiración son los **PRINCIPIOS ESTABLECIDOS PARA UNA CONVIVENCIA EN ARMONÍA**, determinadas por la nacionalidad Kichwa de Pastaza.

Principios de espiritualidad: Respeto a los espíritus de la naturaleza: Madre tierra, dios de la selva, diosa del agua, dios del bosque, dios de la poza, dios del ser humano, dios de la laguna, lugares sagrados, dios de las cuevas.

Principios de los saberes ancestrales: Símbolos propios de la nacionalidad, persona con poder, sabio, curandero, shaman, brujo, dietas, cantos, videntes o visionarios, cazador, persona de poder, padre de la selva, mitos, leyendas, narraciones, cuentos, invenciones literarias, creaciones artísticas.

Principios de ayllu (familia): Propia familia, familia del consuegro, familia del amigo, familia del pueblo.

Principios de la solidaridad: Trabajo comunitario, dar la mano, convidar, beber la chicha, ayudar, motivación, aconsejar, llorar, chistes, competencia.

Principios de sustentabilidad: Derecho a la buena alimentación, cuidar bien la tierra, trabajar adecuadamente, tener buena vida, tener buena medicina, tener buena educación.

Principios de equidad: No al machismo, vivir en igualdad, ser iguales, tener todos, distribución equitativa.

Principios reciprocidad: Reciprocidad, ayudarse, contestar adecuadamente.

Territorialidad: Derecho a los asentamientos ancestrales, todos seguir trabajando, todos cuidar la tierra.

- Por otro lado se encuentra el **SUMAK KAWSAY (BUEN VIVIR)**

Representa la vida en armonía entre los miembros del ayllu (la familia), entre los ayllu de las comunidades y con los ayllu del Pueblo Runa de Pastaza. También representa a la existencia

armónica entre los ayllu con la naturaleza, con los dioses y espíritus protectores de la vida que están en el Sumak Allpa.

Según Alfredo Viteri, líder de la nacionalidad Kichwa de Pastaza, el Ñukanchik Sumak Allpa Mama o territorio, es el espacio vital heredado de nuestros ancestros y antepasados, es la tierra donde vivieron nuestros abuelos, abuelas, padres, madres, donde nosotros vivimos, donde vivirán nuestros hijos, la tierra donde viven y vivirán nuestros ayllu y donde vivimos todos los Kichwa. La tierra donde viven en armonía todos los seres vivos del bosque y de las aguas, supay (dioses y espíritus) y los ayllu, donde habitan todas las vidas. La tierra que nos transmite los conocimientos de nuestros ancestros para que podamos vivir como ellos. Es el espacio de vida que defendieron y defienden nuestros ayllu, pasados y presentes, de los misioneros, de los caucheros, de la colonización, de los hacendados, del Estado, de los militares, de las petroleras, de todos aquellos que tienen el poder económico y político, quienes en diferentes épocas de la historia de nuestro pueblo nos han invadido. Es el espacio en el que se articulan sistemas económicos, sociales y políticos, reproduciendo la sociedad Kichwa y perpetuando su continuidad.

A ese concepto central de territorio Kichwa se articulan otros como:

- El Kawsak Allpa, es la tierra fértil, con grandes bosques, colinas, llanuras, bosques, inundables, saladeros de fauna y los supay que habitan en ella.
- Kawsak Yaku, son los ríos y lagunas con aguas limpias, con diversidad de peces y abundancia de peces, tortugas, lagartos, delfines y son las moradas de los dioses conocidos como Yaku Runa, Yaku Mama, Porahua, Atakapi, Runa Lagartu, Yaku Puma, entre otros.
- El Kawsak Sacha, son los bosques biodiversos, con abundantes recursos de flora y fauna, con saladeros de animales y es la morada de Amazanka y otros dioses. Esta zona es de propiedad colectiva de las comunidades y en donde no se realiza ninguna

actividad de explotación de recursos. Es una zona de conservación de los recursos genéticos del bosque y del agua y un espacio para la comunicación con los dioses.

- El Sacha Runa Yachay que son todos los conocimientos, técnicas y tecnologías heredados de los ancestros y antepasados para lograr el Sumak Allpa o tierra sin mal y el Sumak Kawsay. La Purina es una estrategia ancestral de control del territorio comunitario, de manejo sostenible de recursos, de socialización de las nuevas generaciones. Purinas son áreas de alta biodiversidad.
- El Ayllukuna Kawsana Allpa, es la zona de asentamientos de los ayllu y los espacios sociales que incluyen casas comunales, centros educativos, centros de salud, puertos principales, pista y caminos vecinales. Al entorno de las viviendas están también las tierras para cultivo de la chacra y el manejo de los ushun y los purun.
- La Llakta Mayan Sacha es la zona de recuperación de la biodiversidad. Se sitúa al entorno de la zona de Ayllukuna Kawsana Allpa. Es la zona en la que al inicio del asentamiento de las comunidades se realizaban las actividades de subsistencia familiares, por lo que la diversidad de sus recursos ha disminuido. La Purina Sacha, es la zona destinada para las actividades familiares de caza, pesca y recolección de los recursos del bosque. En esta zona se aplican técnicas sustentables de aprovechamiento de la flora y la fauna y normas de uso de los recursos, colectivamente construidas y socialmente aceptadas, que determinan épocas, cantidades y las especies que se pueden cazar, pescar y recolectar.
- El Ayllukuna Purina, es la zona estacional de caza, pesca y recolección a donde se movilizan los ayllu temporalmente, especialmente en las épocas de fructificación de los recursos del bosque, engorde de animales, migración de los peces. En esta zona se socializa a los niños y adolescentes, los conocimientos ancestrales para el control territorial y el manejo de los recursos por parte de sus padres. También es una zona para

el intercambio de bienes con miembros de comunidades vecinas y permite el control del ingreso de extraños al territorio comunitario.

Las Normas del Sumak Kawsay, son las que regulan las relaciones sociales al interior del ayllu, dentro de los ayllukuna y en la comunidad para fortalecer la reciprocidad, solidaridad y redistribución. Buscan recuperar y mantener un equilibrio armónico en la vida de todos los miembros del ayllu. En suma, se trata de una visión completa, integral, complementaria de la territorialidad, donde el Sumak Kawsay es la piedra angular, que posibilita construir una articulación armónica y coherente entre esos diferentes elementos.

- **SÍMBOLOS FACIALES Y SUS SIGNIFICADOS**

Los diseños faciales practicados por los Kichwas de la Amazonía están conectados con su cosmovisión. Cada diseño se relaciona con las energías y habilidades de los animales, las plantas y los fenómenos naturales. Los mitos recogen esta especial relación, dándole sentido a las actividades cotidianas y sus proyecciones.

Figura 44. Reflejo del sol. Por Universidad de Cuenca, UNICEF, DINEIB. (2018).

Este diseño representa el reflejo luminoso del sol, en las montañas, ríos y caminos. Es de uso exclusivo de la mujer en los eventos culturales de la comunidad. Al aplicarse este diseño a la cerámica, solamente constan las montañas. También en las demás artesanías, como en el matiri, instrumento donde se transporta los dardos de las bodoqueras. El pingullo es un instrumento musical propio de la Amazonía que se adorna con el diseño de las montañas.

La mujer se pinta este diseño para obtener la energía de las montañas y la luminosidad del sol. Entre los Kichwas de la Amazonía, el sol controla el tiempo y provee la luz. Por esta razón las mujeres llevan este diseño en la parte frontal del rostro, porque justamente allí está la inteligencia de la persona.

Las montañas significan el poder, porque es allí donde habitan los espíritus de la naturaleza. Las montañas son diseños que utilizan los hombres y las mujeres, pero acompañadas de otros motivos. El diseño del sol y de las montañas armoniza con los tres espacios cosmovisivos: la figura de la frente es el Awa Pacha donde habita el sol, el de las mejillas es el Kay Pacha donde están las montañas y el mentón es el Uku Pacha. Las figuras de los extremos de los ojos y del mentón complementan al diseño para que resalten la belleza de la mujer

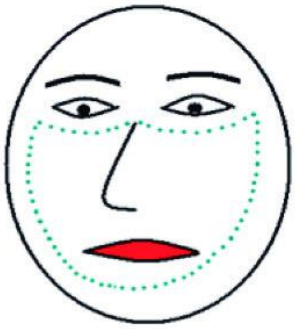


Figura 45. Las semillas. Por Universidad de Cuenca, UNICEF, DINEIB. (2018).

Esta pintura facial representa a las semillas que la mujer siembra en su huerta, a la vez manifiesta la buena cosecha que obtendrá de sus cultivos. La mujer lleva este diseño solo en ocasiones de siembra.

La mujer, con este diseño, pide al espíritu de Nungulli que sus siembras den buena cosecha. Nungulli es el espíritu femenino, dueño de la tierra, de los cultivos y quien provee los alimentos que son fecundados en su vientre. Es, además, la dueña del barro: ella es quién trae la abundancia a la tierra y enseña a trabajar la chacra y la alfarería a las mujeres. De Nungulli depende la continuidad femenina.

Este diseño está relacionado con el Kay Pacha y el Uku Pacha. Por esta razón la figura se diseña desde las mejillas hasta el mentón.

Figura 46. La Anaconda. Por Universidad de Cuenca, UNICEF, DINEIB. (2018).

El diseño de la anaconda representa la energía vital de la creación. Es llevado por los Yachak (jefes de las comunidades) en eventos ceremoniales y culturales de la comunidad. La figura de la anaconda está presente en los hallazgos arqueológicos. Se encuentra en los petroglifos y en las piezas cerámicas. Tanto hombres como mujeres adornan su rostro con este diseño. Los guerreros lo

usan para beneficiarse de su protección. El diseño de la Anaconda es utilizado por el varón, cuando realiza los rituales de la ayawaska, junto al yachak.

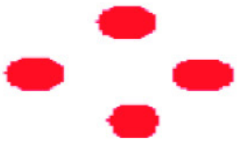


Figura 47. Lumu Tarpuna. Por Universidad de Cuenca, UNICEF, DINEIB. (2018).

Este diseño representa la siembra de la yuca que la mujer realiza en su huerta. Es de uso exclusivo de la mujer. Para sembrar la yuca, antiguamente, se pintaban las puntas de los canutos de la yuca con achiote, antes de sembrar. Las mujeres, también, se pintaban la cara y las uñas de los dedos, con cuatro puntitos de achiote.

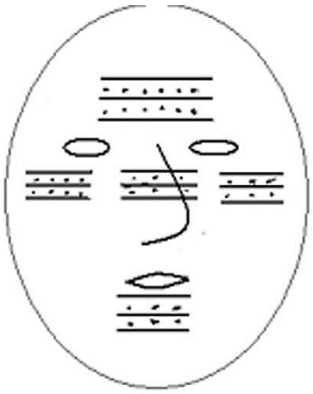


Figura 48. El kuraka. Por Universidad de Cuenca, UNICEF, DINEIB. (2018).

El diseño denominado kuraka permite representar la relación de equilibrio del hombre con la naturaleza, cuyos poderes se manifiestan en la selva. Son los yachak quienes perciben mejor esta armonía. Es utilizado en la selva, durante las caminatas (purinas), cuyo objetivo es visitar a las familias, al son del tambor, pingullo y la turumpa.

Figura 49. El Rayu. Por Universidad de Cuenca, UNICEF, DINEIB. (2018).

La figura del hombre Rayu, recalca el papel que ejerce una persona, al controlar un grupo. Expresa el poder del líder. El mito refleja los dos extremos de la vida, afectados por la abundancia y la escasez. La abundancia es la resultante de las bondades de la naturaleza. El Rayu runa es la fuerza de la naturaleza que puede atrapar los pescados sin medida. Esta eficiencia puede ser excesiva para el ser humano. Por su parte, la escasez le condena al hombre a la inactividad, produciendo retraso cultural y social. El Rayu runa actúa en proporción al poder que tiene. Representa una mente entrenada, que actúa con eficiencia.

El pescador ineficiente es un chiki runa que perdió el equilibrio con la naturaleza. La adquisición de la capacidad de pescar, con la ayuda del Rayu runa significa la recuperación del equilibrio personal y su aceptación en la sociedad.

Figura 50. Kuyllur y Duziru. Por Universidad de Cuenca, UNICEF, DINEIB. (2018).

Este diseño representa el poder, la fuerza, la valentía y la sabiduría. Esta figura se utiliza cuando una persona va a la guerra, a la cacería, o participa en los rituales y ceremonias. La mujer utiliza la representación de los luceros. El mito se refiere a los trabajos que debieron realizar Kuyllur y Duziru para salvar a la humanidad. Los primeros ancestros de la humanidad son los astros que viven en el Awa Pacha. La mitología confirma que, al principio, todos los seres tenían características humanas. Algunos desarrollaron características benéficas, convirtiéndose en seres inmortales. Por eso, adquirieron aspecto celestial y luminoso, como el sol, la luna y las estrellas. Otros, ocasionaban la destrucción de la humanidad, razón por la cual fueron convertidos en piedra, hasta su nuevo despertar.

Figura 51. Amazanka. Por Universidad de Cuenca, UNICEF, DINEIB. (2018).

Este diseño es usado por los/as niños/as, para recibir el poder, el conocimiento y la inteligencia del Amazanka, a fin de resistir las caminatas por la selva, por donde ha caminado el Amazanka. En el mundo Kichwa Amazónico, Amazanka es el más poderoso espíritu de la naturaleza; él controla el bosque y a sus habitantes, distingue la abundancia y la escasez. Los seres humanos no deben exterminar los animales, de lo contrario pueden ser víctimas de la reacción de Amazanka. Este mito es una figura de la función equilibrarte de cerebro humano que controla las actividades de la persona: su mala utilización puede desequilibrar las relaciones interpersonales y ambientales.

Figura 52. Búho Bullukuku. Por Universidad de Cuenca, UNICEF, DINEIB. (2018).

Este diseño es usado especialmente por los niños/as, para recibir el poder, el conocimiento y la inteligencia del búho. En este mito, el búho representa el buen comportamiento. Antes de aplicar una sanción, advierte las consecuencias que podrían sobrevenir.

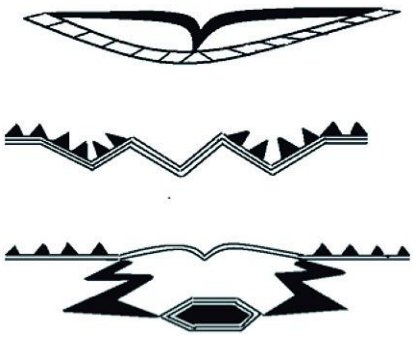


Figura 53. Anka, ñanpi, yawati. Por Universidad de Cuenca, UNICEF, DINEIB. (2018).

El diseño de aves y animales son representadas en el rostro de las personas para adquirir sus poderes y destrezas en la cotidianidad. El diseño contiene tres motivos: la figura del águila en la frente de una mujer simboliza el liderazgo; la figura de la nariz significa caminos o montañas por las que hay que atravesar y enfrentar los obstáculos de la vida; el diseño ubicado en la quijada, simboliza a la tortuga que tiene larga vida.

Figura 54. Charapa. Por Universidad de Cuenca, UNICEF, DINEIB. (2018).

Es de uso exclusivo del varón. Se diseñan en ocasiones de singular importancia comunitaria, dirigidas a la solución de los problemas. El Kichwa Amazónico, considera a la tortuga como el más paciente de todos los animales de la selva, que consigue una larga vida. Las personas que se pintan con diseños de tortuga, generalmente son de carácter fuerte.

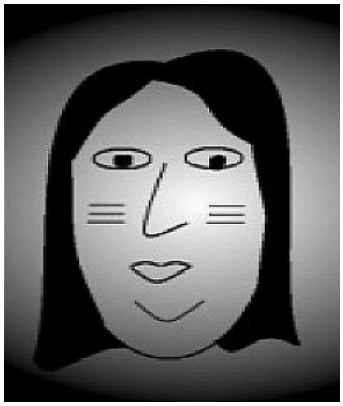


Figura 55. Nunkulli. Por Universidad de Cuenca, UNICEF, DINEIB. (2018).

El diseño simboliza la fertilidad femenina. La mitología confirma la existencia de una energía que vitaliza la tierra, simbolizada por la mujer Nuñillo, Ella favorece la prosperidad de los cultivos.

La mujer que tiene paju (energía que se trasmite a través de las generaciones) de la siembra, se pinta tres líneas con achiote en las mejillas y una línea en el mentón, en representación de las estacas de la yuca. Se pinta así cuando va a la siembra. La naturaleza posee energías hostiles al ser humano. Las mujeres se diseñan el rostro con achiote para protegerse y a la vez invocar la energía vital de Nungulli.

- **COLORES LOCALES:**

  Color Blanco: Impuesto por la religión al igual que la cruz. Para la cosmovisión Kichwa el color blanco u otro color claro espanta a los animales de la selva. Se usa en las blusas de algodón de las mujeres, así como también en la pintura de las mukawas.

  Azul Marino: Se usa en el kurubalun o pantalón corto, de color azul, impuesto por los españoles como distintivo étnico y también en la pampallina o falda de la mujer.

  Negro: Color del Wituk (pepa natural) que se usa para pintar el rostro y el cabello de las mujeres.

  Rojo: Se usa para las makikutuna o blusa de la mujer. Se encuentra casi siempre presente en los collares de pepas naturales, gracias a la pepa de Huayruro. También en el color del barro, y en el color del achiote para la pintura facial.

- **VESTIMENTA:**

Los vestidos ancestrales de la mujer están conformados por la makikutuna y la pampallina. La makikutuna es una blusa de mangalarga, confeccionada con tela floreada. Los colores son el rosado, rojo, blanco. Los diseños tienen figuras de líneas, círculos o flores. En el borde del cuello y de la manga lleva dos cintas de diferentes colores que pueden ser rojos, verdes

amarillos, azules y blancos; las cintas tienen que ser las mismas tanto en el cuello como en la mano. En el busto debe haber pinzas para que no sea apretada. Por lo general, estas blusas son flojas.

La pampallina es una tela de forma rectangular que mide aproximadamente 1.50 metros de largo y 80 cm de ancho. Envuelta al cuerpo constituye una falda exterior de la mujer que le cubre hasta la rodilla. En la cintura se sujeta con el chumpi. El color de la falda es invariable, azul marino.

El chumpi es una faja con la que se sostiene a la pampallina. Puede ser de lana o de fibras naturales. Lo propio del pueblo Kichwa Amazónico es utilizar el chumpi de pita. Su tejido mide aproximadamente 5 cm de ancho y 80 cm de largo. Lleva adornos de semillas de la selva y de plumas coloridas de aves.

El hombre lleva pantalón corto, kurubalun, de color azul marino, que le llega hasta la pantorrilla, impuesta por los españoles como distintivo étnico

- **ACCESORIOS:**

Collares elaborados por las mujeres con semillas del monte que se ensartan en piola de pita para verse más hermosas. En cambio, los hombres en sus collares cuelgan los dientes de boa y bufeo para tener suerte en la cacería; también se cuelgan los dientes de puma que significa que son hombres fuertes capaces de matar a cualquier animal.

Figura 56. Vestimenta de la mujer Kichwa. Por Etnias del Mundo. Elaborado por Luzdary Chico (2018).

4. Innovación y desarrollo tecnológico.

Se realiza través de asistencia técnica que parte de estudios preliminares y de factibilidad. De acuerdo a las técnicas y materiales del sector se desarrolla diseño y se evalúa, llegando a la producción de prototipos que serán validados por la comunidad y ajustados a las necesidades locales.

Táctica:

- Realización de bocetos de nuevos productos buscando aportar nuevas aplicaciones.
- Cada idea se debe consultar con los artesanos para evaluar su viabilidad. Sin olvidar principios como la excelencia, autenticidad, innovación y comerciabilidad; a ello se suman dos condiciones de evaluación: el respeto por el medio ambiente y la responsabilidad social.
- El resultado de este trabajo, debe estar enfocado a la generación de empleo, para así dinamizar la economía local, preservar el oficio y las tradiciones. Los artesanos deberán poder realizar la fabricación del producto de manera autónoma; las materias primas, insumos, herramientas, etc., deben ser del dominio de la comunidad.

EN LA CULTURA KICHWA:

Se pueda trabajar con las artesanas para la innovación tecnológica de herramientas tales como los hornos de secado de artesanía, así como las herramientas básicas que dan forma a la cerámica (espátulas de calabaza, piedras y hoja de maíz). Por otro lado en la bisutería se puede mejorar los acabados para que el producto sea de mejor calidad y de más durabilidad. Ya que los hilos son muy débiles y los nudos requieren de mayor firmeza y durabilidad.

Idear nuevos productos con las técnicas que conocen sobre cerámica, bisutería y tejido, aprovechando sus aptitudes para crear productos de uso urbano adecuados a los requerimientos, gustos y necesidades de la actualidad. Y además reinventar productos y

acabados para espacios interiores a partir del talento del tallado en madera como la chonta y la balsa.

5. **Definir la calidad del producto es decir su durabilidad.**

   El diseñador debe promover una conciencia altruista para con los consumidores, evitando satisfacer las ambiciones económicas de empresas que promueven la continua compra de nuevos objetos que terminan su ciclo de vida prematuramente.

   Táctica: Impulsar la búsqueda de la excelencia artesanal, concebida como un proceso de superación continua, de permanente creación y recreación de las artesanías. La excelencia artesanal hace referencia a artesanías de elevada calidad; esto supone múltiples criterios referidos a: destrezas y conocimientos del artesano/a, utilización de materiales de calidad, técnica, detalles del proceso y acabado, creatividad, innovación, expresión de la identidad de un pueblo, y la posibilidad de comercialización.

EN LA CULTURA KICHWA:

Crear soluciones para la comercialización de la producción en cerámica, para que las artesanas pueden ofrecer estas artesanías sin problema, ya que actualmente por el hecho de ser delicadas se está perdiendo su elaboración. Mitigar los problemas en bisutería con pepas naturales ya que estas tienen muy poco tiempo de durabilidad ya que no poseen recubrimientos que les permita soportar las inclemencias del clima. Así mismo los mismos factores para el uso de estos materiales en el caso de las nuevas invenciones A+D.

6. **Definición de los materiales.**

   Proponer materiales acordes a las posibilidades técnicas de la comunidad, así como el costo, la finalidad y la apariencia final requerida del producto.

   Táctica: Para determinar materiales hay que reducir y facilitar al máximo los requerimientos de mantenimiento y conservación del objeto diseñado.

EN LA CULTURA KICHWA:

En este caso hay que buscar proveedores de materia prima como el barro, semillas naturales, el shilquillu (laca natural), así como la chambira, priorizando la adquisición desde familiares, así como de comunidades originarias para abrir más fuentes de ingresos para la propia cultura. Establecer de acuerdo a los principios establecidos para una convivencia en armonía, el principio de solidaridad, para convenir acuerdos permanentes de abastecimiento de la materia prima que por lo general se obtiene de las fincas en comunidades alejadas del casco urbano.

7. **Establecer la estética del producto de acuerdo al uso del objeto.**

   Buscar una adecuada percepción de los valores estéticos en los productos A+D, en relación con los fines previstos sean estos, utilitarios o meramente decorativos.

   Táctica: Resaltar los principios de interrelación hombre - naturaleza, preservación cultural y aplicación de procesos de desarrollo dentro de la cosmovisión indígena.

EN LA CULTURA KICHWA:

Se puede hacer uso de los motivos e iconografía establecida anteriormente, para evitar la repetición desgastada de diseños, que muchas veces no tienen razón de ser sino que más bien se hacen esporádicamente y al azar. Mejorar los acabados en cerámica, para volverlos más pulidos y trabajados, trabajar con proporción y coherencia de colores.

8. **Asesoría en diseño**

   Desarrollar procesos de posproducción para asesorar a los artesanos y mejorar la calidad de sus productos (Empaque, embalaje, etiquetado e imagen corporativa), así como de sus espacios físicos o locales de venta con los beneficios del visual merchandising.

   Enfocarse en el desarrollo de colecciones y líneas de productos, con la implementación de identidad gráfica, empaque y exhibición.

   Táctica: Involucrar el trabajo de un diseñador gráfico que se encargue del empaque, embalaje, etiquetado e imagen corporativa para los productos o producto A+D.

Como diseñadores de interiores proponer espacios adecuados, haciendo uso del visual merchandising que se adecuen a los recursos y contexto de los artesanos.

EN LA CULTURA KICHWA:

El centro de artesanías Agua Viva ha considerado necesario la implementación de empaque, embalaje, etiquetado e imagen corporativa, sin embargo la mayoría de artesanos/as aún no sabe de los beneficios de manejar recursos publicitarios ni de los beneficios del visual merchandising.

Figura 57. Recursos publicitarios del Centro Artesanal Agua Viva. Por Luzdary Chico (2018).

DESPUÉS

-En el proceso de consolidación y sostenibilidad de la vinculación A+D-

1. **Continuidad de Proyectos**

   Seguimiento continuo de proyectos de diseño principalmente en la co-creación de nuevas oportunidades creativas que contribuyan al mejoramiento de su labor artesanal través de la potenciación de resultados anteriores.

   Táctica: Conocer los resultados de aceptación del producto durante el tiempo que ha estado en el mercado. Investigar los aspectos positivos y negativos que se les ha presentado a los artesanos tanto en la conceptualización, elaboración y comercialización del producto.

2. **Sensibilización**

   Sensibilizar a la sociedad nacional acerca de la diversidad cultural a través de la comercialización de artesanía como factor de identidad, pertenencia y progreso.

   Táctica: Promover en el artesano el sentido de propiedad y amor sobre sus productos así como la importancia de su labor para la sociedad y el estado. Para que estos últimos comprendan, asuman, difundan, la diversidad cultural ecuatoriana y su valor invaluable para la sociedad.

3. **Diseño participativo**

   Pasantías de estudiantes o profesionales en los campos artesanales ya sea con fines educativos, de investigación, de motivación u otras razones. De esta manera intentamos llenar los vacíos académicos y promovemos la práctica del diseño en entornos reales.

   Táctica: Proponer desde la academia, proyectos de diseño que cohesionen el saber de las comunidades artesanales con la experticia del diseño, de forma participativa.

   Fortalecer el sentido social sobre los estudiantes de diseño para que se vuelvan seres humanos y profesionales activos, predispuestos ayudar a la sociedad desde su práctica profesional.

   Propiciar encuentros con los artesanos, en primer lugar en las aulas universitarias y en segundo lugar en los entornos artesanales donde se trabaja la producción. Esto permitirá

una relación de enseñanza – aprendizaje de manera equitativa y justa, donde ambos sectores sientan un verdadero proceso de participación.

4. **Promoción y Divulgación**

   Promoción significa "poner en movimiento", es decir realizar acciones que permitan potencializar el valor de las artesanías y de los/as artesanos que las producen. Su función es establecer una relación entre artesanos-población a fin de difundir y posicionar la producción artesanal de los primeros y el disfrute de las expresiones estéticas, utilitarias, culturales, artísticas e identitarias de la artesanía por parte de la población. Esta área condensa las acciones institucionales con énfasis en el componente económico, productivo y comercial de la artesanía, teniendo presente que el valor agregado de la misma está dado por su bagaje cultural e identitario.

   Táctica: Utilizar el internet como vitrina aliada para difundir la labor artesanal. Pudiendo ser estas las redes sociales o páginas web, haciendo uso de los resultados de la estrategia de asesoría en diseño. Enseñarles a los artesanos el uso de estas herramientas, indicarles la importancia de su uso y seguimiento.

5. **Desarrollo Integral del Talento Humano**

   Fortalecer las capacidades personales, comunitarias, organizacionales y colectivas de las sociedades artesanales en estudio para autogestionar sus propios emprendimientos civiles. Motivar la participación colectiva de toda las artesanas Kichwa e incentivar su capacidad de dialogo y gestión como nuevos entes dinámicos dentro de la sociedad en general.

   Táctica: Organizar cursos-talleres destinados a la conservación de técnicas y procesos artesanales, vinculando los aportes conseguidos por parte del diseño interior para involucrar a los artesanos en los procesos actuales del mercado y la demanda urbana.

Programar capacitaciones, conferencias, seminarios, y consultorías para la enseñanza, actualización y mejoramiento en las técnicas artesanales según los resultados obtenidos de la aplicación de la presente guía de diseño.

Se puede hacer uso de:

Material técnico pedagógico para artesanos

Guías de diseño y experiencias

Publicaciones institucionales

Eventos; comerciales o de promoción

Presentaciones visuales

6. Solución de problemas evidentes

Se trata de identificar en el contexto artesanal, las falencias a nivel de diseño interior y que podamos solucionarlas desde nuestros conocimientos.

Táctica: Se puede aplicar recursos del visual merchandising, escaparatismo, módulos, espacios efímeros para los locales de venta y por otro lado también mejorar las condiciones físicas y ergonómicas en los talleres de producción.

EN LA CULTURA KICHWA:

Autogestionar planes de reconstrucción y planificación en diseño interior para los centros artesanales Kichwas que forman parte del malecón turístico Boayacu Puyo, y que por condiciones de estudio es el campo artesanal más adecuado para la aplicación de la presente guía de diseño estratégico. Artesanas que demandan de atención inmediata para seguir subsistiendo de esta labor, y a las que les hace falta un lugar estable, seguro y adecuado para comercializar sus productos artesanales. Demostrar a través de la adecuación de espacios que es necesario incrementar y democratizar a nivel territorial los recursos para la producción artística y cultural.

6.8. Metodología, plan de acción.

METODOLOGÍA

Grupo cultural Kichwa: se seleccionó de manera arbitraria, es decir no obedece a una fórmula estadística, pero sí a criterios cualitativos como: seleccionar ciudades donde haya mayor producción de artesanía, una ruta de comunidades y ciudades de acuerdo a una logística viable y de costo accesible para los momentos de la investigación, estudio de los niveles de aceptación y valor de la artesanía de dicha cultura.

Selección de estrategias: De los trabajos y experiencias de (Turok, 1988) y (Jiménez , 1982) se buscó una clasificación de factores que inmiscuyesen a tareas propias del diseño interior, además se complementó con la experiencia de trabajos (AXIS Arte PUCP, 2011), (Craft Revival Trust, Artesanías de Colombia S.A. y la UNESCO., 2005) y (Organización de las Naciones Unidas para la Eduaciòn, la Ciencia y la Cultura, 2009) , eligiéndose como fuente importante las estrategias de interacción dadas por (Malo, Omar, Giordano, Jaramillo, & Soto, 1990) y de esta manera agrupar todas aquellas acciones que tienen un supuesto impacto en la efectividad del negocio de artesanía y sobre todo en el objetivo primordial de revalorización cultural.

Medición de variables:

Las estrategias son sin duda un camino corto o inteligente de emprender actividades para sobrellevar situaciones o enfrentarse a ellas. De esta manera se trabajará sobre varias estrategias adecuadas para cada momento de la intervención en el proceso de interacción de Diseño Interior con Artesanía. El impacto o el nivel de resultados positivos y negativos estarán determinadas por las experiencias al momento de la aplicación de la presente guía.

-CONCLUSIONES-

- Se ha identificado que el diseño interior con la artesanía tiene implicaciones en la cultura que por las relaciones de sociedad y academia así como de sociedad y cultura mantienen valores que convergen en objetivos comunes. Entonces es factible hablar de una guía estratégica de diseño que vincula al diseño interior con la artesanía con el fin de crear productos y soluciones A+D que revaloricen la culturas, y a su vez beneficien la labor de los artesanos y la experiencia de los diseñadores.
- Una guía que aporta la práctica del diseño interior que mucha ausencia había tenido en el campo artesanal. Y que a través de esta herramienta didáctica, que contempla tácticas para su mejor aplicación, se proveerá al diseñador de un recurso para las nuevas experiencias en el mundo artesanal.
- Las estrategias se han pensado en primer lugar para la cultura Kichwa ejemplificando el estado actual de su artesanía, así como los vacíos en los que el diseñador puede trabajar y cómo hacerlo. Sin embargo la guía no se rige a la sola aplicación para esta cultura sino que deja las puertas abiertas para que el diseñador tome de ejemplo y a su vez aplique y desarrolle cada estrategia según las características y condiciones de la cultura que pretenda abordar.
- De acuerdo con lo observado se concluye que la comunidad de artesanos Kichwa de Pastaza son un grupo trabajador que se han acostumbrado al modo de vida que llevan, sin embargo tienen problemas importantes como la carente innovación, desarrollo tecnológico y espacios adecuados para la comercialización artesanal. Todo esto conlleva a que su producción no logre marcar aspectos de valor importantes para la sociedad tanto local como nacional e inclusive internacional.
- La cultura Kichwa puede revalorizarse a través del mejoramiento artesanal que constituye un proceso largo desde la conceptualización, producción y consolidación de

productos A+D. Ya que es una cultura originalmente artesanal que hasta la actualidad trabaja y subsiste de esta labor, pero que sobre todo están interesados en el mejoramiento de su producción.

-RECOMENDACIONES-

- Como diseñadores interioristas debemos ejercer responsabilidad social desde nuestra práctica, por lo mismo se recomienda dejar de concebir proyectos como meros ejercicios académicos y proporcionarle a nuestra profesión nuevos rumbos que contemplen soluciones sociales y nuevos campos de investigación.
- La presente propuesta está creada para que los diseñadores interiores hagan uso de ella, para a futuro poder reconocer las falencias así como los aciertos de las estrategias planteadas. Y por supuesto conocer las experiencias adquiridas y el o los producto A+D.
- El Diseñador de interiores que intervenga en el campo artesanal, debe tomar en cuenta la importancia de la relación objeto – entorno ya que aunando a su funcionalidad requiere de la expresión y del carácter distintivo de su proveniencia, ya que no puede estar desligado de su tradición y del recorrido histórico del lugar ya que formará parte de un patrimonio, y deberá ser puente de continuidad que de unidad a los procesos de desarrollo cultural, por lo que el diseñador involucrado en esta acción deberá profundizar en la historia y en los testimonios culturales del pasado y del presente, de tal manera que pueda incorporar a su obra un carácter distintivo acorde con el ambiente ecológico cultural en el que se desarrolla su acción de diseño.

-BIBLIOGRAFÍA-

Allende, J. (2001). EL IMPACTO DEL AVANCE DE LAS CIENCIAS SOBRE LA SOCIEDAD EN LAS PRIMERAS DECADAS DEL SIGLO XXI. EL CONTEXTO PARA LA EDUCACION. En UNESCO, *Análisis de prospectivas de la educación en la región de América Latina y el Caribe* (pág. 486). Santiago: Andros Ltda.

Asociación Interprofesional de Artesanos. (s.f.).

AXIS Arte PUCP. (2011). *1er Encuentro de Artistas, Artesanos y Diseñadores: Creando Desarrollo.* Lima.

Barnett, R. (s.f.). *Los límites de la competencia: El conocimiento, la educación superior y la sociedad.*

Bonsiepe, G. (2012). *Diseño y crisis.* Valencia: Camp Gràfic.

Bonsiepe, G. (s.f.). *Las 7 columnas del diseño.*

Bonsiepe, G. (s.f.). *Las 7 columnas del diseño.*

Brunner, J. J. (2001). GLOBALIZACION Y EL FUTURO DE LA EDUCACION:TENDENCIAS, DESAFIOS, ESTRATEGIAS. En UNESCO, *Análisis de prospectivas de la educación en la región de América Latina y el Caribe* (pág. 486). Santiago: Andros Ltda.

Chalkho, R., & Doldan , J. (2014). Los vínculos entre arte, artesanía y diseño. En U. d. Palermo, *Reflexión Académica en Diseño y Comunicación* (pág. 207). Argentina: Imprenta Kurz.

Charvet, E. S., Oviedo, A., Moncada, M., & comentarios y aportes del equipo tècnico del MC. (2011). *Políticas para una Revolución Cultural.* Quito.

CODENPE. (2012). *NACIONALIDAD KICHWA DE LA AMAZONÍA.*

Colaboradores de Wikipedia. (2018). *Posmodernidad.* Wikipedia, La enciclopedia libre.

Coll Serrano, V., Rausell Köster, P., & Abeledo Sanchís, R. (2015). *La cultura como factor de innovación socio-económica en el medio rural:el caso del clúster de artesanía artística de La Città Europea dei Mestieri d'Arte (CITEMA).*

Correa Quezada, R., Bonilla De Gracia, J. A., Tandazo Arias, T., Ochoa Moreno, W. S., Castro, L. M., Noriega Armijos, V., . . . Izquierdo. (2018). *Realidad Nacional.* Loja: Editorial de la Universidad Tecnica Particular de Loja.

Craft Revival Trust, Artesanías de Colombia S.A. y la UNESCO. (2005). *Encuentros de Diseñadores con Artesanos.* Nueva Delhi: Facet Design.

Cruz, I. (2004). Culturas y Pueblos Aborìgenes. En R. Alarcòn, D. Araujo, & e. otros, *Enciclopedia Ecuador a su alcance* (pág. 771). Bogotà: Planeta Colombian S.A.

Encalada Vásquez, O. (2003). *Diccionario de la artesanía ecuatoriana.* Cuenca: Gráficas Hernández.

Espada, A. (2010). Acerca de la historia del diseño en Colombia. Una mirada al tema de la identidad y el diseño artesanal en el paìs. En A. M. Guzmàn Donsel, & F. Garcìa Quintero, *Diseño, artesanìa e identidad* (pág. 134). Popayàn: Axis Mundi.

FONART. (2009).

Forès Tomàs, C. (2017). *CARTOGRAFÍAS DEL DISEÑO DESDE LA ACCIÓN SOCIAL.* Creative Commons.

Fundación Española para la Innovación de la Artesanía y Ministerio de Cultura y Deporte. (2011). *ARTESANÍA ESPAÑOLA DE VANGUARDIA Innovación y diseño en las industrias artesanas contemporáneas.* España.

Galbusera Testa, C. (2015). El Diseño de Interiores en la era de la globalizaciòn. Nuevos espacios para nuevas modalidades sociales. En C. d. Comunicación, *Escritos en la Facultad* (pág. 153). Buenos Aires: Artes Gráficas Buschi S. A.

Gimenez Montiel, G. (2005). *Teoría y análisis de la cultura.* Mexico.

Gimènez, G. (s.f.). *LA CULTURA COMO IDENTIDAD Y LA IDENTIDAD COMO CULTURA.* Mèxico.

González Miranda , C. (2015). *El diseño como soporte de la identidad en la Cultura Clásica Contemporánea.* Màlaga.

Greffe, X. (2011). *En Ciudades creativas, economía creativa, desarrollo urbano y políticas públicas, ed. F. Manito, Ciudades Creativas, Economía Creativa, Desarrollo Urbano y Políticas Públicas.* Barcelona: Fundación Kreanta.

Guzmàn Donsel, A. (2010). Reflexiones sobre la enseñanza del diseño artesanal en la institución universitaria colegio mayor del Cauca. En A. M. Guzmàn Donsel, & F. Garcìa Quintero, *Diseño, artesanìa e identidad* (pág. 134). Popayàn: Axis Mundi.

Hernàndez Giròn, J. d., Domìnguez Hernàndez, M. L., & Caballero Caballero, M. (2007). *Factores de innovación en negocios de artesanía de México.*

Jiménez , M. (1982). *Huáncito la alferería en una comunidad purépecha.* Mèxico: UAM Azcapotzalco.

King, A. (1991). *Cultura, Globalization and the World-System.* Basingstoke: Macmillan.

Leiva, E. (2013). *APLICACIÓN DE DISEÑO PARTICIPATIVO Y ANIMACION SOCIO CULTURAL A UNA PROPUESTA DE PRODUCTOS ARTESANALES BASADOS EN LA CULTURA DE LA COMUNA DE ZULETA.* Quito.

Lladrò. (2018). *Historia.* España.

Malo, C., Omar, A., Giordano, D., Jaramillo, D., & Soto, A. (1990). *Diseño y Artesanìa.* Cuenca.

Meier, P. (1982). *El artesano tradicional y su papel en la sociedad contemporànea.* Cuenca: CIDAP.

Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador. (2014). *ECUADOR, TERRITORIO DE LAS ARTES Y CREATIVIDADES 2014-2017.*

Ministerio de Cultura y Patrimonio. (s.f.). *Patrimonio Cultural.*

Ministerio de Industrias y Productividad. (2017).

Moreta, M. (25 de Julio de 2016). Artesanías de Pastaza se promocionan para preservar su legado. *El Comercio*.

Nemer, J. A. (2009). Artesanía y diseño: desafíos y logros. En l. C. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, *Taller A+D. Encuentro de Santiago de Chile* (pág. 86). Santiago.

Organización de las Naciones Unidas para la Eduaciòn, la Ciencia y la Cultura. (2009). *Taller A+D Encuentro en Santiago de Chile.* Santiago.

Paladines, C. (2007). La odisea de la modernización en el Ecuador: dos momentos de su desarrollo. *Estudios de filosofía práctica e historia de las ideas*, 129-140.

Pèrez Porto, J., & Gardey, A. (2011).

Quispe Colca, D. A. (s.f.). *Curso: Sociologìa de la cultura andina.* Universidad Nacional del Antiplano.

Ricard, A. (2003). Diseño: ¿el arte de hoy? En A. Calvera, *Arte ¿? diseño* (pág. 247). Gustavo Gili.

Robles, E. (2003). Cultura y era tecnològica. *Razòn y Palabra*.

Sànchez, J. (1997). *Globalizaciòn, gobernabilidad y cultura.* Quito: Abya-Yala Editing.

Sosa, A. L. (2004). Provincias: gente, culturas y escenarios naturales. En R. Alarcòn, D. Araujo, & e. otros, *Enciclopedia Ecuador a su alcance* (pág. 771). Bogotà: Planeta Colombian S.A.

Soto Soria, A. (1990). La aplicaciòn del diseño en el medio ambiente artesanal. En C. Malo, O. Arroyo, D. Giordano, D. Jaramillo, & A. Soto, *Diseño y Artesanìa* (pág. 270). Cuenca: CIDAP.

Soto Soria, A. (1990). La aplicaciòn del diseño en el medio artesanal. En C. Malo, A. Omar, D. Giordano, D. Jaramillo, & A. Soto, *Diseño y Artesanìa* (pág. 271). Cuenca.

Turok, M. (1988). *Cómo acercarse a la artesanía.* Mèxico: Plaza y Valdès.

-REFERENCIA DE FIGURAS-

Figura 5
Gimenez, G. (2005). *Proceso de codificación en el ámbito de la cultura [Diagrama].*

Figura 6
Yantalema, B. (s.f.). *Poca apreciación de las artes [Diagrama]*. Recuperado de http://contenidos.culturaypatrimonio.gob.ec/wp-content/uploads/SENPLADES-Ecuador-Territorio-de-las-Artes.pdf

Figura 7
Yantalema, B. (s.f.). *Disminución de la participación ciudadana en las artes [Diagrama]*. Recuperado de http://contenidos.culturaypatrimonio.gob.ec/wp-content/uploads/SENPLADES-Ecuador-Territorio-de-las-Artes.pdf

Figura 8
Universidad Católica Santiago de Guayaquil. (s.f.). *El diseñador en el mundo laboral [Diagrama]*. Recuperado de http://www.universia.com.ec/estudios/universidad-catolica-santiago-guayaquil/diseno-interiores/st/173106

Figura 10
Orcajo, P. (2011). *Taller de la firma Lladró [Fotografía]*. Recuperado de https://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/dms/mecd/cultura-mecd/areas-cultura/principal/novedades/artes/2011/artesania-espanola-de-vanguardia/Estudio_artesania_espanola.pdf

Figura 11
Orcajo, P. (2011). *Producción en Porcelana [Fotografía]*. Recuperado de https://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/dms/mecd/cultura-mecd/areas-cultura/principal/novedades/artes/2011/artesania-espanola-de-vanguardia/Estudio_artesania_espanola.pdf

Figura 12
Lladró. (s.f.). *Escultor modelando [Fotografía]*. Recuperado de https://www.lladro.com/es_def/know-how

Figura 13
Lladró. (s.f.). *Escultor pintando [Fotografía]*. Recuperado de https://www.lladro.com/es_def/know-how

Figura 14
Lladró. (s.f.). *The Masquerade Iii Candle Holder. By Jaime Hayon. Golden Lustre [Fotografía]*. Recuperado de https://www.lladro.com/es_def/candelabro-the-masquerade-iii-lustre-oro-8411.html

Figura 15

Lladró. (s.f.). *Freeze Frame Butterflies Ceiling Lamp (CE), By Bodo Sperlein [Fotografía]*. Recuperado de https://www.lladro.com/es_def/l-mpara-de-techo-freeze-frame-mariposas-ce.html

Figura 16

Lladró. (s.f.). *The Guest by Tim Biskup Figurine. Large Model. Limited Edition [Fotografía]*. Recuperado de https://www.lladro.com/es_def/figura-the-guest-by-tim-biskup-grande-serie-limitada.html

Figura 17

Lladró. (s.f.). *Christmas Ornament 5 by Friends with You. Golden Lustre and White [Fotografía]*. Recuperado de https://www.lladro.com/es_def/adorno-de-navidad-5-by-friends-with-you-lustre-oro-y-blanco.html

Figura 18

Orcajo, P. (2011). *Conjunto de silla, lámpara y alfombra [Fotografía]*. Recuperado de https://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/dms/mecd/cultura-mecd/areas-cultura/principal/novedades/artes/2011/artesania-espanola-de-vanguardia/Estudio_artesania_espanola.pdf

Figura 19

Orcajo, P. (2011). *Línea de Productos Artesanía y Diseño [Fotografía]*. Recuperado de https://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/dms/mecd/cultura-mecd/areas-cultura/principal/novedades/artes/2011/artesania-espanola-de-vanguardia/Estudio_artesania_espanola.pdf

Figura 20

La Alpujarreña. (s.f.). *Bellas muchachas del pintoresco barrio del Albayzín, trabajando en la fábrica de Alfombras La Alpujarreña. Granada, 1922 [Fotografía]*. Recuperado de http://www.alpujarrena.com/alpujarrena/clasico.pdf

Figura 21

La Alpujarreña. (s.f.). *Artesana tejiendo [Fotografía]*. Recuperado de http://www.alpujarrena.com/alpujarrena/sobre_alpujarrena.htm

Figura 22

La Alpujarreña. (s.f.). *Variedad de colores [Fotografía]*. Recuperado de http://www.alpujarrena.com/alpujarrena/sobre_alpujarrena.htm

Figura 23

La Alpujarreña. (s.f.). *Hotel Palace Madrid [Fotografía]*. Recuperado de http://www.alpujarrena.com/alpujarrena/alfombras-a-medida

Figura 24

La Alpujarreña. (2018). *Muestra de alfombras del catálogo ALP 2018 [Fotografía]*. Recuperado de http://www.alpujarrena.com/alpujarrena/ALP%20CATALOGO%202018.pdf

Figura 25

Artesanías de Colombia. (2008). *Estrategia para el trabajo con comunidades indígenas y artesanales [Diagrama]*. Recuperado de http://www.artesaniasdecolombia.com.co/Documentos/Contenido/11306_metodologia-de-diseno-por-referentes.pdf

Figura 26

Agua Viva (2016). *Reconocimientos y participación en la Feria en Cuenca del Centro de artesanías Agua Viva [Ilustración]*. Recuperado de https://www.facebook.com/elvia.santi.58

Figura 29

Eco Amazónico. (2018). *Chozas artesanales destruidas por las lluvias [Fotografía]*. Recuperado de https://www.facebook.com/ecoamazonicopuyo/videos/292930374630098/

Figura 30

Hakhu Amazon Design. (s.f.). *Choker Kasha elaborado por la artesana – artista Nina Gualinga [Fotografía]*. Recuperado de https://hakhu.net/collections/ishkay-pacha/products/kasha

Figura 31

Mullos Art. (2018). *Collar elaborado por la artesana – artista Vanessa Cerda [Fotografía]*. Recuperado de https://www.facebook.com/photo.php?fbid=274023953351303&set=t.100022311002225&type=3&theater

Figura 32

Pastaza Travel. (s.f.). *Asociación Artesanal Kichwas de Pastaza Agua Viva [Fotografía]*. Recuperado de https://pastaza.travel/servicios-turisticos/tienda-artesanal-agua-viva/

Figura 34

Mag Faby. (2018). *Mujeres artesanas Uru Warmi [Fotografía]*. Recuperado de https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1760026930770797&set=a.198258036947702&type=3&theater

Figura 35

Uru Warmi. (2018). *Momentos de la producción de cerámica [Ilustración]*. Recuperado de https://www.facebook.com/uru.warmi.7

Figura 36

Sarayaku Defensores de la Selva. (2018). *En Quito en el stand de artesanías del pueblo kichwa de Sarayacu [Fotografía]*. Recuperado de https://www.facebook.com/defensoresdelaselva/photos/a.455180184541293/1952024058190224/?type=3&theater

Figura 37

Sarayaku Defensores de la Selva. (2018). *Patricia Gualinga lideresa del pueblo kichwa de Sarayacu y su padre Sabino Gualinga [Ilustración]*. Recuperado de https://www.facebook.com/defensoresdelaselva/photos/a.1954402357952394/1954452104614086/?type=3&theater

Figura 38

CONAIE. (s.f.). *Mapa de los territorios de las nacionalidades de Pastaza [Fotografía]*. Recuperado de http://www.territorioindigenaygobernanza.com/ecu_14.html

Figura 39

Santi, S. (2011). *Organizaciones de base, segundo y tercer grado [Diagrama]*. Recuperado de https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1308/1/Tesis.Analisis.Planteamiento.de.la.CTI.Kichwa.de.Pastaza.pdf

Figura 40

Santi, S. (2011). *Ubicación de la nacionalidad Kichwa de Pastaza por cantones [Diagrama]*. Recuperado de https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1308/1/Tesis.Analisis.Planteamiento.de.la.CTI.Kichwa.de.Pastaza.pdf

Figura 44

Andy Alvarado, P, Calapucha Andy, C, Calapucha Cerda, L. (2018). *Reflejo del sol [Imagen]*. Recuperado de http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/25660

Figura 45

Andy Alvarado, P, Calapucha Andy, C, Calapucha Cerda, L. (2018). *Las semillas [Imagen]*. Recuperado de http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/25660

Figura 46

Andy Alvarado, P, Calapucha Andy, C, Calapucha Cerda, L. (2018). *La anaconda [Imagen]*. Recuperado de http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/25660

Figura 47

Andy Alvarado, P, Calapucha Andy, C, Calapucha Cerda, L. (2018). *Lumu Tarpuna [Imagen]*. Recuperado de http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/25660

Figura 48

Andy Alvarado, P, Calapucha Andy, C, Calapucha Cerda, L. (2018). *El Kuraka [Imagen]*. Recuperado de http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/25660

Figura 49

Andy Alvarado, P, Calapucha Andy, C, Calapucha Cerda, L. (2018). *El Rayu [Imagen]*. Recuperado de http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/25660

Figura 50

Andy Alvarado, P, Calapucha Andy, C, Calapucha Cerda, L. (2018). *Kuyllur y Duziru [Imagen]*. Recuperado de http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/25660

Figura 51

Andy Alvarado, P, Calapucha Andy, C, Calapucha Cerda, L. (2018). *Amazanka [Imagen]*. Recuperado de http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/25660

Figura 52

Andy Alvarado, P, Calapucha Andy, C, Calapucha Cerda, L. (2018). *Búho Bullukuku [Imagen]*. Recuperado de http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/25660

Figura 53

Andy Alvarado, P, Calapucha Andy, C, Calapucha Cerda, L. (2018). *Anka, ñanpi, yawati [Imagen]*. Recuperado de http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/25660

Figura 54

Andy Alvarado, P, Calapucha Andy, C, Calapucha Cerda, L. (2018). *Charapa [Imagen]*. Recuperado de http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/25660

Figura 55

Andy Alvarado, P, Calapucha Andy, C, Calapucha Cerda, L. (2018). *Nunkulli [Imagen]*. Recuperado de http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/25660

Figura 56

Etnias del Mundo. (2018). *Vestimenta de la mujer Kichwa [Ilustración]*. Recuperado de http://etniasdelmundo.com/c-ecuador/kichwa/

-ANEXOS-

KICHWAS

GUIA ESTRATEGICA A+D

AUTORA
LUZDARY CHICO

FACULTAD
Diseño Arquitectura y Artes

Guía estratégica de diseño
enfocada en la interacción del diseñador interiorista
con el artesano en el caso de la nacionalidad Kichwa de Pastaza.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

UNIVERSIDAD TÉCNICA
DE AMBATO

ÍNDICE

1 INTRODUCCIÓN ..... *P. 04*
2 ESTRATEGIA Y TÁCTICA ..... *P. 05*
3 PUNTOS DE INTERACCIÒN Y VINCULOS A+D ..... *P. 06*
4 OBJETIVOS DE LA GUÍA ..... *P. 08*
5 ALCANCE ..... *P. 09*
6 INSTRUCCIONES DE USO ..... *P. 10*
7 USUARIO DE LA GUÍA ..... *P. 11*
8 BENEFICIARIOS DE LA GUÍA
a) Artesanos kichwa ..... *P. 12*
b) Cultura de la nacionalidad Kichwa ..... *P. 13*
9 METODOLOGÍA
A) ANTES ..... *P. 15*
B) DURANTE ..... *P. 32*
C) DESPUES ..... *P. 57*
10 RECOMENDACIONES ..... *P. 62*

1 INTRODUCCIÓN

La presente guía es el resultado de un proceso investigativo en el que se refleja las oportunidades de trabajo a partir de estrategias que vinculan el diseño interior con la artesanía para generar soluciones direccionadas al bienestar del diseñador y el artesano así como de la revalorización de su cultura. Esta Guía se elabora como una herramienta para el diseñador de interiores en la que se plantean estrategias y tácticas que conducen a los actores principales (artesano, diseñador) a concebir diseño participativo para generar productos afines al diseño interior.

Por otro lado el hecho de tomar como ejemplo la cultura de la nacionalidad Kichwa nos permite mostrar al usuario los alcances y posibles limitantes que podrá encontrarse al momento de la interacción con la cultura que elija. Son estrategias distribuidas metodológicamente por momentos, mismas que no representan una camisa de fuerza para el diseñador, más bien será él quien elija las estrategias que mejor convengan según sea el caso y el momento en el que se encuentre.

2 ESTRATEGIA Y TÁCTICA

Una estrategia se compone de una serie de acciones planificadas que ayudan a tomar decisiones y a conseguir los mejores resultados posibles. Es un plan para dirigir un asunto. La estrategia está orientada a alcanzar un objetivo siguiendo una pauta de actuación. Una estrategia comprende una serie de tácticas que son medidas más concretas para conseguir uno o varios objetivos.

3 PUNTOS DE INTERACCIÒN Y VINCULOS A+D

Puntos de interacción o encuentro

Tipo: Innovación de productos

Nivel 3 de innovación (física y esencialmente)

Vínculos A+D

Tipo: Innovación de procesos

Nivel 2 de innovación (técnica y no considerablemente)

4 OBJETIVOS DE LA GUÍA

1.-Establecer estrategias con sus respectivas tácticas que permitan la viabilidad de su aplicación.

2.-Plantear estrategias ejemplificando el caso de la artesanía de la cultura Kichwa para que los usuarios tengan una referencia y puedan desarrollar la aplicación de la guía estratégica con otras culturas artesanales.

3.- Vincular los procesos del diseño interior con la artesanía para que los usuarios puedan guiar sus proyectos a favor de la revalorización cultural.

5 ALCANCE

La presente Guía A+D tiene un alcance nacional e internacional porque presenta una primera posibilidad para el diseñador interiorista que conciba la idea de interactuar con artesanos pertenecientes a culturas artesanales. Y porque se usan estrategias que engloban aspectos generales que fácilmente se podrán aplicar a las culturas. Sin embargo esta herramienta no representa una camisa de fuerza para el diseñador más bien es el resultado de un trabajo investigativo que servirá para futuras aportaciones a través de la aplicación de esta guía, así como de la suma de estrategias que se irán descubriendo con cada proyecto realizado.

Debe ser utilizado específicamente por diseñadores de espacios interiores pues estos profesionales poseen conocimiento sobre técnicas y herramientas para el desarrollo de diferentes alternativas que generan soluciones creativas y oportunas, es decir que el diseñador se convierte en el director de una obra en la que el guion se realiza en base a una relación enseñanza-aprendizaje con el artesano.

Entonces, el alcance se establece según la cultura y los resultados de la aplicación de la presente guía estratégica de tal manera que permite que cada proyecto sea motivo de análisis y reflexión para futuras investigaciones, como continuación al planteamiento de estrategias que vinculen el diseño interior con la artesanía.

6 INSTRUCCIONES DE USO

Seleccionar la cultura

Según la existencia de producción artesanal y sus niveles de aceptación y valor para la sociedad.

El alcance y factibilidad que obedece a factores de logística y costo accesible para los momentos de interacción e investigación.

1

2

Definir el objetivo del proyecto de vínculación

Que estén ligados en beneficio de los artesanos y la revalorización de su cultura

Estudio y aplicaciòn de estrategias

Según sea el caso aplicar las estrategias que se consideren oportunas y necesarias.

3

7 USUARIO DE LA GUÍA

Pensamiento
Crítico - Social

Desafios
Globalización
Sociedad en crecimiento
Democracia

Capacidades
Investigación
Vinculación con la sociedad
Uso de tecnologías

Diseñador de Interiores

Posibilidades
Arte e ingenio capaz de trabajar para proyectos de vivienda; renovación y remodelamiento de locales comerciales; mobiliario y acabados; asesorías y empresas multidisciplinarias, entre muchas otras actividades.

Resultados
Aprendizaje permanente
Promoción y difusión
Desarrollo social, equitativo y sustentable

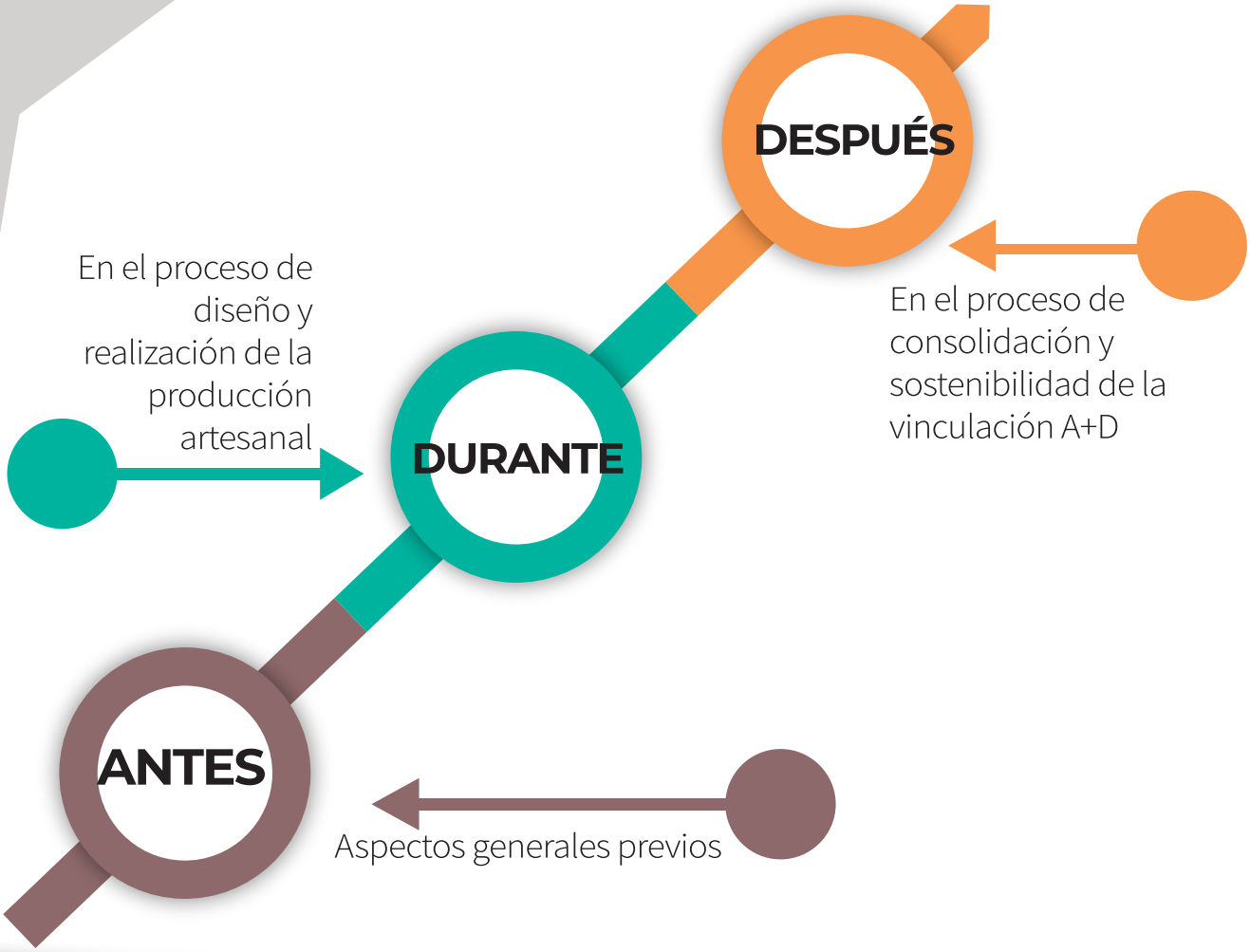
8 BENEFICIARIOS DE LA GUÍA

a) Artesanos Kichwa

b) Cultura de la nacionalidad Kichwa

no están preparados para competir con la industria.

9 METODOLOGÍA



9A ANTES

Aspectos generales previos

1.1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL PAÍS.

¿Qué se debe conocer?

el estado actual del ámbito nacional en el campo de la cultura, las artes y las creatividades de las:

¿Dónde buscar?

Buscar información en instituciones representativas del país a cargo de la cultura ecuatoriana como:

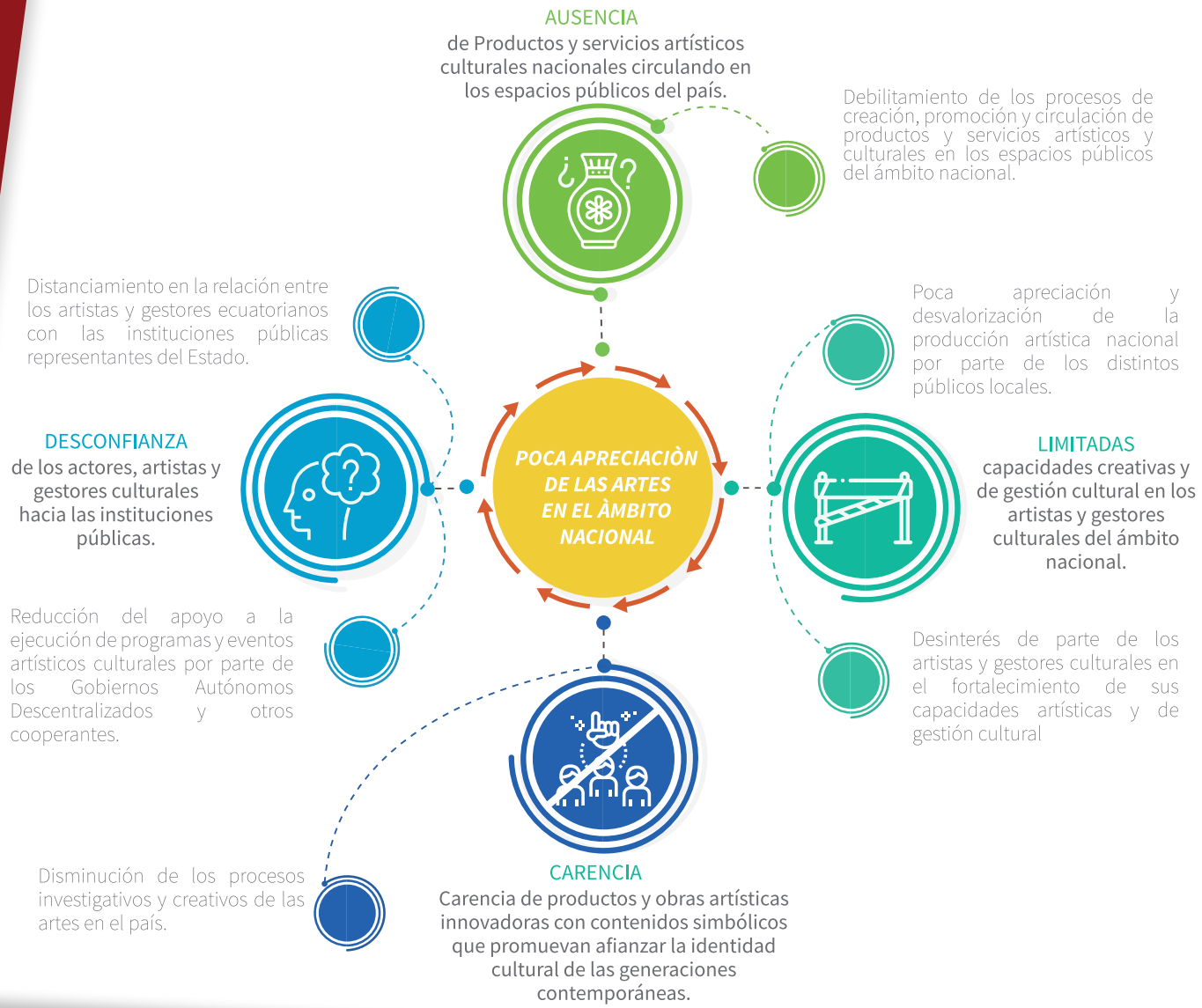
- Ministerio de Cultura y Patrimonio
- La Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión
- El Centro Interamericano de artesanías y artes populares

También en las instituciones de educación superior, de donde nacen proyectos innovadores, donde se crean experiencias y productos con fuertes bases culturales.

Centro Interamericano de artesanías y artes populares

Institución pionera en el continente en vincular el trabajo de diseño con la artesanía.

Motiva a Los artesanos Kichwa seguir creando e innovando su artesanía, que les reconoce su trabajo y les brinda espacios, como ferias, para la venta y exposición de sus productos. La Asociación Artesanal Kichwas de Pastaza Agua Viva a través de una de sus representantes Elvia Santi es quien ha recibido reconocimientos por su larga labor artesanal con identidad kichwa por parte del CIDAP y el MCYP.


AUSENCIA
de Productos y servicios artísticos culturales nacionales circulando en los espacios públicos del país.
Debilitamiento de los procesos de creación, promoción y circulación de productos y servicios artísticos y culturales en los espacios públicos del ámbito nacional.
Distanciamiento en la relación entre los artistas y gestores ecuatorianos con las instituciones públicas representantes del Estado.
Poca apreciación y desvalorización de la producción artística nacional por parte de los distintos públicos locales.
DESCONFIANZA
de los actores, artistas y gestores culturales hacia las instituciones públicas.
POCA APRECIACIÒN DE LAS ARTES EN EL ÀMBITO NACIONAL
LIMITADAS
capacidades creativas y de gestión cultural en los artistas y gestores culturales del ámbito nacional.
Reducción del apoyo a la ejecución de programas y eventos artísticos culturales por parte de los Gobiernos Autónomos Descentralizados y otros cooperantes.
Desinterés de parte de los artistas y gestores culturales en el fortalecimiento de sus capacidades artísticas y de gestión cultural
Disminución de los procesos investigativos y creativos de las artes en el país.
CARENCIA
Carencia de productos y obras artísticas innovadoras con contenidos simbólicos que promuevan afianzar la identidad cultural de las generaciones contemporáneas.

1.2 DIFERENCIACIÓN DE CAMPOS ARTESANALES

Se trata de elegir el campo artesanal más adecuado para emprender proyectos de intervención del diseño en la artesanía, así como de la disponibilidad de los mismos.

Táctica: Recorrer varios sectores artesanales de un grupo cultural definido, e identificar el contexto social que le rodea.

MEDIO URBANO

Exponentes:
Nina Gualingua y Leo Cerda representantes del proyecto Hakhu y a Vanessa Cerda de Mullos Art

- Ubicados en la periferia de las ciudades o que forman parte del casco urbano.
- viven y contextualizan su artesanía para los usos del tipo urbano luchando contra los resultados del modernismo.
- Labor artesanal ha sido aprendida de generación en generación, en talleres familiares o del autoaprendizaje
- Este medio es el más recomendable para que la creatividad del diseñador busque formas de intervención.
- Se pueden localizar a los artesanos-artistas quienes gracias a la enseñanza que han recibido en escuelas, universidades o de manera autodidacta han podido desarrollar un trabajo muy personal y sofisticado
- Por lo general tienen una visión más amplia del negocio artesanal. el diseñador poco o nada tiene que intervenir

Se encuentra en ciudades pequeñas de una provincia

Las técnicas artesanales y la producción artesanal mantienen muy de cerca sus formas originales

Las personas no han experimentado una vida muy sofisticada, por lo tanto las artesanías tradicionales funcionan sin problema.

Los artesanos urbanos o artesanos diseñadores muchas veces buscan mano de obra en este medio debido a los bajos costos salariales.

Las comunidades cercanas a la urbe porque son de fácil acceso, por tener vías carrosables y cuentan con los servicios básicos como luz y agua entubada

Es el caso de la parroquia Madre Tierra donde se ubica la Asociación Centro de artesanías Agua viva que está formado por 12 personas quienes son parte de un "ayllu" o familia y que se dedican a la venta y elaboración de artesanía por casi 11 años.

Artesanias dirigidas a consumidores cercanos o para uso personal. Su artesanía es netamente tradicional

La acción de diseño en este medio es un poco más complicada,

Se puede efectuar pedidos de diseño personalizados a un artesano o a un grupo de artesanos

Esta acción también propicia un cambio en las formas tradicionales del quehacer artesanal y aumentará la línea de productos.

Este medio se puede ubicar por sus formas de subsistencia ancestral. Donde las asociaciones y comunidades Kichwas cuentan con las bondades de la naturaleza, y las hacen parte de sí.

Es el ejemplo del proyecto Uru Warmi ubicado en la parroquia Canelos que es creado, dirigido, y fortalecido por el Vicariato Apostólico de Puyo y que está conformado por mujeres y hombres indígenas

Este medio depende mucho de la ecología de su entorno

. Su producción artesanal se basa en términos de subsistencia, ya que realizan artesanía para su uso exclusivo

Se encuentra por tanto en lugares muy alejados, en el interior de la selva amazónica y tropical del continente.

su artesanía por su valor tradicional y original suele y está presente en mercados mucho más alejados a nivel nacional e internacional

una artesanía que no encuentra su sitio en los usos de la vida contemporánea, es una artesanía que solo se admira por su factor decorativo, **se recomienda la no intervención indiscriminada del diseñador en este medio.**

Un ejemplo es el pueblo Kichwa de Sarayacu, que tienen varias salidas artesanales y. Su artesanía es muy tradicional y ancestral pero que gracias a las experiencias y conocimientos adquiridos por los líderes de este pueblo han sabido manejarse muy bien a nivel de marketing y comunicaciones

1.3 CONOCIMIENTO DE LA SITUACIÓN CULTURAL.

Posibilitará el diseño e implementación de planes estratégicos que den solución a las necesidades del desarrollo artesanal comunitario.

Táctica: Indagar la estructura socio-cultural de la comunidad guiándose por sus principales representantes, así como de los gobiernos que rigen sus territorios.

Los Kichwas de Pastaza representan el 32 % del total de habitantes de la provincia de Pastaza convirtiéndose así en la población más numerosa después del pueblo mestizo. Habitan el centro sur de esa provincia, a lo largo de los ríos Arajuno, Curaray, Bobonaza, Pindo, Anzu y Puyo; y en zonas urbanas.

Caracteristicas del pueblo kichwa.

01 IDIOMA

Su idioma ancestral es el Runa Shimi o lengua de la gente; como su segunda lengua es el castellano, empleada para la relación con la sociedad blanca mestiza.

02 CONTROL

La Asociación Kichwa es la forma institucional que rige legalmente las comunas, los centros, asociaciones y federaciones.

03 ESTRUCTURA FAMILIAR

La familia ha sido tradicionalmente el centro para la socialización, mediante la transmisión de costumbres y tradiciones de la cultura, de generación en generación, que es el conocimiento necesario para sus actividades de subsistencia, técnicas de agricultura, pesca, caza, trabajo de cestería, cerámica, medicina tradicional, etc.

04 EDUCACIÓN

La educación que reciben en su mayor parte es laica y aplicada en base al Sistema de Educación Intercultural Bilingüe, con el objetivo de la revitalización del idioma materno y su propia identidad cultural.

05 ACTIVIDADES ECONÓMICAS

Las principales actividades económicas y de subsistencia tradicional se basan en la agricultura itinerante de roza y quema en las purinas o huertas de la selva; en la caza, la pesca, la recolección, y el intercambio de productos y artesanías.

06 FESTIVIDADES

.La fiesta de la Jista es la más importante para la redistribución de recursos materiales y simbólicos entre los Runas y los no Runas, es decir en el espacio intraétnico, pero también en el interétnico.

En la cosmovisión indígena no existe la concepción de propiedad privada sobre la tierra a la que se la concibe como un elemento consustancial a la existencia del ser humano, o incluso como a una madre, porque es dadora de vida, sin ella no se podrá vivir y por ello hay que cuidarla y respetarla.

1.4 INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS EN TORNO A LOS MATERIALES Y TÉCNICAS CON LOS QUE TRABAJAN LOS ARTESANOS.

Investigar los oficios que desempeñan, las materias primas con las que trabajan y las facilidades que se tienen en torno a esos aspectos, para determinar cuál sería la mejor forma de acercarse a ella, y qué tipo de proyecto sería el más adecuado para desarrollar en conjunto.

TÁCTICA

Visitar lugares de elaboración de la artesanía para hacer un registro de materiales y procedimientos. Además se puede usar la herramienta de foto – diario que permite el registro fotográfico del paso a paso de la producción artesanal.

Técnica artesanal de cerámica negra.

Se trata de negrear la cerámica con el objetivo que sirvan como productos que se usan en la cocina como ollas, jarras, platos, tazas para líquidos calientes y fríos.

En epocas pasadas solo se elaboraban ollas pero con el paso del tiempo y gracias a la influencia del mestizaje, se ha visto la necesidad de hacer nuevos objetos como tazas, jarras, y platos.

A este tipo de artesanías no se les da un acabado iconogràfico, dado que son usados en la cocina, y no lo necesitan. Aunque actualmente se los vende como productos decorativos y algunos ya muestran ciertas figuras sencillas.

Se debe conocer el objeto elaborado con suficiente maestría para que no quede a medio hacer, ni que se quiebre.
Consiste en darle color negro a la arcilla local, cocida con el humo de leña seca especial.

Técnica artesanal en cerámica de barro

Materiales

Piedras de colores naturales que se usan para pintar. Hay el rojo (pucallpa), el blanco (ruyajallpa) y el negro (yanalallpa), menos comunes son el rosado y el ocre.

Barro que debe ser virgen y se lo extrae de la orillas del rìo, si ha sido expuesto a contaminación no sirve, ya que la ceràmica se quiebra y no toma forma.

Tablas de piedra para acentar la masa de barro, hay redondas y cuadradas.

Espátulas que sirven para dar forma a la cerámica, ya que no utilizan maquinas giratorias, todo es manual. Tambien se usa la càscara de calabaza.

Piedras que sirven para pulir el barro y dar mejores acabados al producto final. Tambien se usa la hoja de maìz al igual que los dedos.

Shilquillo o laca natural que usan en la amazonia. Sirve para dar brillo a la artesanía.

Piedras con huecos que sirven para contener la pintura e irla diluyendo según sea necesario, con la fricción entre piedras.

Pinceles elaborados con el cabello de niños que resultan más fuertes al de las mujeres que suele horquillarse. Sujetan con hilo o el mismo cabello de las ceramistas, pequeños mechones de cabello a delgados palos de madera.

Técnica artesanal en cerámica de barro

Técnica

Primero se da forma al barro según el objetivo que se tenga. Usan la sarapanga (hoja de maíz) para rascar el barro.

Con la ayuda de las espátulas y piedras de rio seleccionadas dan formas más pulidas y estilizadas al objeto.

Usan hornos artesanales o colocan los objetos directamente sobre la leña para endurecer el barro y hacerlo sólido, también lo dejan secar al sol.

Pukallpa la tierra roja que le da la tonalidad rojiza a los objetos.

Cubren la cerámica con pintura roja como base para lo que será la pintura más detallada.

Luego pintan con piedras naturales arenosas como la yanallpa o tierra negra y yurak allpa o tierra blanca. Con los pinceles de pelo humano o akchatashka delinean los vistosos diseños como la charapawasha o carapacho de tortuga, arañatuglla o tela araña, panga que son las hojas, ukumbiwasha o lomo de boa de tierra, turuamarunwasha o lomo de boa de lodo entre algunos diseños de los animales y plantas que habitan la selva y se plasman en las mokawas.

Los diseños son empíricos y al azar, casi nunca se repiten.

Finalmente cubren con la resina de un árbol llamado shillquillu que es una laca o brillo natural, y dejan secar.

Técnica artesanal de bisutería en semillas naturales.

Existe una gran variedad de semillas entre las más conocidas tenemos:

Huayruro: Son rojas con manchas negras, muy vistosas que se usaban con la creencia de que daban buena suerte, evitaban el mal de ojo y hechizos.

Achira: Es una pepa negra esférica. Su flor y en general la planta es comestible, hay de varios colores como anaranjadas, rojas, rosas o con pintas aleopardadas según la especie.

Pepa de corazón de mono, pepa de ojo de venado y pepa de jaboncillo: son planas y circulares parecidas entre sí pero varían en el tamaño y quizá un poco en el color.

Shiguango: parecidas a la achira pero más pequeñas.

Pita y Chambira: Es el hilo para unir las semillas. De color café claro. Se elabora a partir de cocinar la hoja de chambira, luego se seca y a través de manos expertas enrollan las hojas sobre las piernas de las artesanas hasta formar el hilo. La diferencia entre la pita y la chambira es que son de diferentes plantas y además que la pita es una fibra más suave para trabajar.

Otros materiales : Hilo, agujas, taladro y asas.

Tecnica artesanal: Lo primero es agujerar las semillas con un taladro, separar las semillas. Después pasar las semillas por el hilo (chambira) de forma que vaya la idea general. Finalmente asegurar también usando hilo y semillas.

TRES TIPOS DE CERÀMICA ANCESTRAL

MOKAWAS

Recipiente hondo para beber la chicha. No existe un diseño previo para realizarlas. Las mujeres solo empiezan a pintar y el resultado final son los conceptos que mantienen de su entorno natural.

SUPAI

Espìritus de la selva que los habitantes de las comunidades conocen y de las que nacen importantes mitos. Por lo general son considerados los protectores de las comunidades, de los animales y de las actividades de hombres y mujeres kichwas.
Algunos de los espiritus son :
Juri juri Warmi, Palu Supai Runa, Indi Warmi (mujer sol), Killa Runa(hombre luna)

TINAJAS

Grandes contenedores para fermentar la chicha

9B DURANTE

En el proceso de diseño y realización de la producción artesanal

2.1 PLAN DE TRABAJO

Elaborar un plan de trabajo que permita establecer los condicionamientos y la secuencia que deberán tener todas las acciones desde las conceptualización hasta la realización del producto A+D.

Táctica

- Establecer objetivos con claridad, donde se determine cuál es la acción del diseño y el por qué se va a desarrollar.
- Analizar los recursos con los que se contará y calcular los tiempos de tal manera que se consiga un proyecto lógico y factible.
- Hacer uso de un cronograma de actividades

2.2 ANÁLISIS DE TENDENCIAS Y MERCADO OBJETIVO

PROPOSITO

Reconocer y definir tendencias en la producción artesanal así como el mercado, grupo, o clientes al que se destinará el producto.

TURISTAS NACIONALES CARACTERISTICAS
Comprende un grupo amplio conformado por turistas de la región Sierra, Costa e insular de nuestro país.
GUSTOS
Prefieren artesanía de colores vivos y lo más natural y tradicional posible.
SENSIBILIDAD
Buscan productos que les cuenten algo de la cultura Kichwa. Con fuertes características de identidad Kichwa.
POSICIÓN SOCIOECONÓMICA
Son clientes que hacen el papel de turistas, quienes por ende tienen posibilidades de hacer un viaje y comprar artesanía. Se trata de una clase social media- alta.
REQUERIMIENTOS ECOLÓGICOS
Actualmente la artesanía no está pensada para superar las barreras de durabilidad. Sino que se realiza artesanía que es propia de un sector y los materiales, producción y objetivo principal es para utilizarse en la región amazónica. Esto se debe a que la mayor parte de artesanía tuvo y tiene fines utilitarios, además de ser tradicional y también por factores de la carente innovación en el sector artesanal
CONDICIONES CLIMÁTICAS DE PUYO
Clima: 18 °C a 28 °C
Altitud: 925 m
Humedad: bochornoso, opresivo o insoportable 6 % del tiempo

2.3 DETECCIÓN DE MOTIVOS DEL ENTORNO E ICONOGRAFÍA.

Es muy importante conocer los símbolos, formas y figuras que las culturas poseen, así como el porqué de su uso para poder enfrentarse a la innovación sin olvidar su origen. Se trata de extraer del entorno, todos aquellos elementos inspiradores que motivarán la producción artesanal.

TÁCTICA

Indagar primordialmente en la flora y fauna, ecología de la región, devenir histórico, arquitectura, los objetos que se producen e incluso en él o los colores locales. Podemos encontrar fuentes de inspiración también en la cosmovisión indígena, en las actividades cotidianas y su entorno ancestral.

•ICONOGRAFÍA DE LAS MUKAWAS

En general las artesanas usan formas geométricas relacionadas con la definición del espiral (línea curva que describe varias vueltas alrededor de un punto, alejándose cada vez más de él). Pero en este caso se trabaja sobre formas rectas que se repiten a partir de una primera forma para ir repitiéndose alrededor de esta e ir aumentando en tamaño. Por otro lado estas formas geométricas parten de fuentes de inspiración como lo son animales, plantas o formas del entorno natural.

LAS MOKAWAS

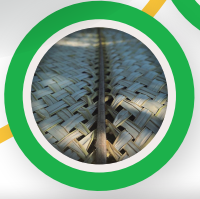
Las mukawas son recipientes de barro de diferentes tamaños, confeccionados por las mujeres para su esposo; se usan especialmente para tomar la chicha de yuca. Se caracterizan por su contextura sumamente fina y frágil y por llevar diseños geométricos muy especiales, portadores de significados diferentes, puntas de lanzas inspiradas en la habilidad de los hombres en la cacería, animales, entre otras

Lomo de boa de tierra
ukumbiwasha

Lomo de boa de lodo
turuamarunwasha

Tela de araña
arañatuglla

Caparacho de tortuga
charapawasha

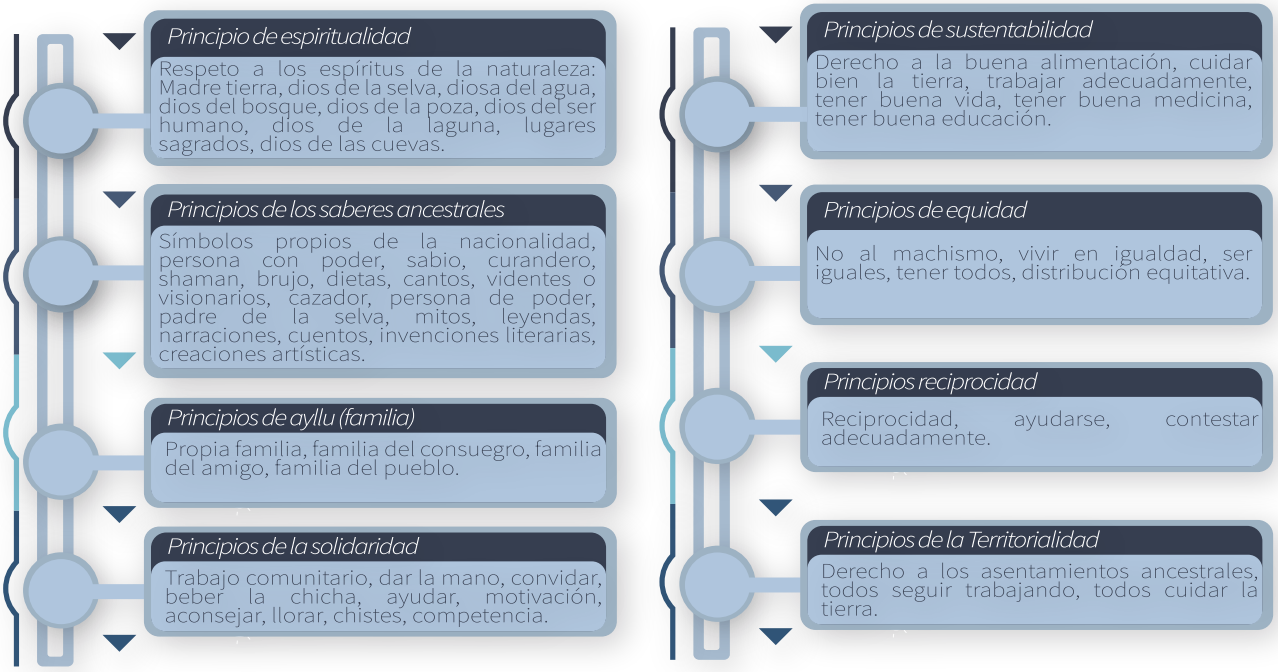


Hojas
pangas

HISTORIA KICHWA

El mito, la leyenda, la arqueología y la historia indican que los Kichwa migraron a su área actual desde el este y / o el sureste. Las cerámicas encontradas en Charapa Cocha, en el Río Pastaza, son identificadas por los Canelos Kichwa como hechas por sus antepasados y parecen ser una transición de otras telas Tupí de bandas rojas a cerámicas históricas y contemporáneas de Canelos Kichwa.

Fuentes importantes de inspiración basadas en los principios establecidos para una convivencia en armonía



SUMAK KAWSAY (BUEN VIVIR)

Representa la vida en armonía entre los miembros del ayllu (la familia), entre los ayllu de las comunidades y con los ayllu del Pueblo Runa de Pastaza. También representa a la existencia armónica entre los ayllu con la naturaleza, con los dioses y espíritus protectores de la vida que están en el Sumak Allpa.

Kawsak Allpa

Es la tierra fértil, con grandes bosques, colinas, llanuras, bosques, inundables, saladeros de fauna y los supay que habitan en ella.

Kawsak Yaku

son los ríos y lagunas con aguas limpias, con diversidad de peces y abundancia de peces, tortugas, lagartos, delfines y son las moradas de los dioses conocidos como Yaku Runa, Yaku Mama, Porahua, Atakapi, Runa Lagartu, Yaku Puma, entre otros.

Kawsak Sacha

son los bosques biodiversos, con abundantes recursos de flora y fauna, con saladeros de animales y es la morada de Amazanka y otros dioses. Esta zona es de propiedad colectiva de las comunidades y en donde no se realiza ninguna actividad de explotación de recursos. Es una zona de conservación de los recursos genéticos del bosque y del agua y un espacio para la comunicación con los dioses.

Sacha Runa Yachay

son todos los conocimientos, técnicas y tecnologías heredados de los ancestros y antepasados para lograr el Sumak Allpa o tierra sin mal y el Sumak Kawsay.
. La Purina es una estrategia ancestral de control del territorio comunitario, de manejo sostenible de recursos, de socialización de las nuevas generaciones.

Ayllukuna Kawsana Allpa

Es la zona de asentamientos de los ayllu y los espacios sociales que incluyen casas comunales, centros educativos, centros de salud, puertos principales, pista y caminos vecinales. Al entorno de las viviendas están también las tierras para cultivo de la chacra y el manejo de los ushun y los purun.

Llakta Mayan Sacha

Se sitúa al entorno de la zona de Ayllukuna Kawsana Allpa.En esta zona se aplican técnicas sustentables de aprovechamiento de la flora y la fauna y normas de uso de los recursos, colectivamente construidas y socialmente aceptadas, que determinan épocas, cantidades y las especies que se pueden cazar, pescar y recolectar.

Ayllukuna Purina

Es la zona estacional de caza, pesca y recolección.
En esta zona se socializa a los niños y adolescentes, los conocimientos ancestrales para el control territorial y el manejo de los recursos por parte de sus padres. También es una zona para el intercambio de bienes con miembros de comunidades vecinas y permite el control del ingreso de extraños al territorio comunitario.

SÍMBOLOS FACIALES Y SUS SIGNIFICADOS

Los diseños faciales practicados por los kichwas de la Amazonía están conectados con su cosmovisión. Cada diseño se relaciona con las energías y habilidades de los animales, las plantas y los fenómenos naturales. Los mitos recogen esta especial relación, dándole sentido a las actividades cotidianas y sus proyecciones.

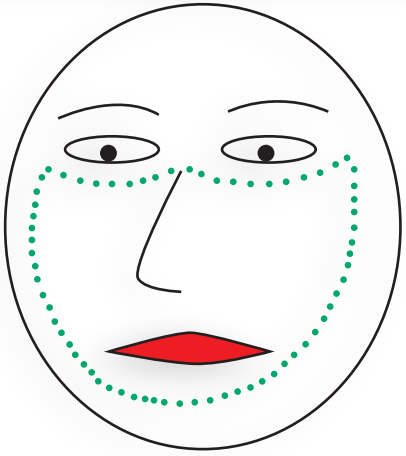
Reflejo del sol

Este diseño representa el reflejo luminoso del sol, en las montañas, ríos y caminos. Es de uso exclusivo de la mujer en los eventos culturales de la comunidad. Al aplicarse este diseño a la cerámica, solamente constan las montañas. También en las demás artesanías, como en el matiri, instrumento donde se transporta los dardos de las bodoqueras. El pingullo es un instrumento musical propio de la Amazonía que se adorna con el diseño de las montañas.

La mujer se pinta este diseño para obtener la energía de las montañas y la luminosidad del sol. el sol controla el tiempo y provee la luz.

Las montañas significan el poder, porque es allí donde habitan los espíritus de la naturaleza. Las montañas son diseños que utilizan los hombres y las mujeres,. El diseño del sol y de las montañas armoniza con los tres espacios cosmovisivos: la figura de la frente es el Awa Pacha donde habita el sol, el de las mejillas es el Kay Pacha donde están las montañas y el mentón es el Uku Pacha. Las figuras de los extremos de los ojos y del mentón complementan al diseño para que resalten la belleza de la mujer

Las Semillas



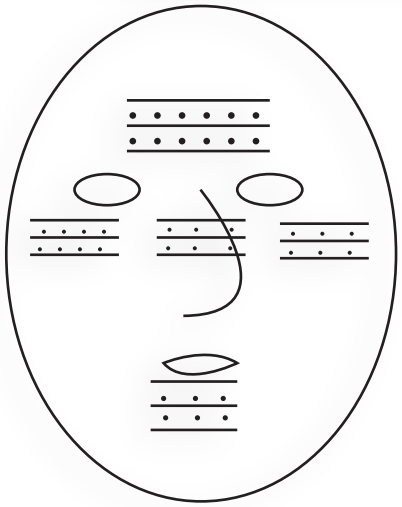
Esta pintura facial representa a las semillas que la mujer siembra en su huerta, a la vez manifiesta la buena cosecha que obtendrá de sus cultivos. La mujer lleva este diseño solo en ocasiones de siembra.

Este diseño está relacionado con el Kay Pacha y el Uku Pacha. Por esta razón la figura se diseña desde las mejillas hasta el mentón.

La Anaconda

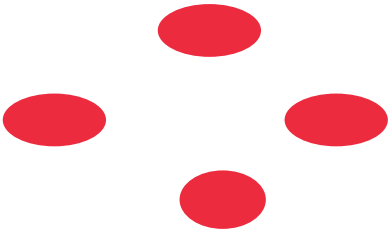
El diseño de la anaconda representa la energía vital de la creación. Es llevado por los Yachak (jefes de las comunidades) en eventos ceremoniales y culturales de la comunidad. La figura de la anaconda está presente en los hallazgos arqueológicos. Se encuentra en los petroglifos y en las piezas cerámicas. Tanto hombres como mujeres adornan su rostro con este diseño. Los guerreros lo usan para beneficiarse de su protección. El diseño de la Anaconda es utilizado por el varón, cuando realiza los rituales de la ayawaska, junto al yachak.

El kuraka



El diseño denominado kuraka permite representar la relación de equilibrio del hombre con la naturaleza, cuyos poderes se manifiestan en la selva. Son los yachak quienes perciben mejor esta armonía. Es utilizado en la selva, durante las caminatas (purinas), cuyo objetivo es visitar a las familias, al son del tambor, pingullo y la turumpa.

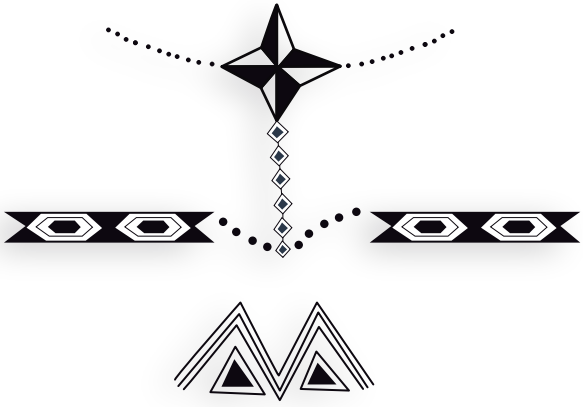
Lumu Tarpuna



Este diseño representa la siembra de la yuca que la mujer realiza en su huerta. Es de uso exclusivo de la mujer. Para sembrar la yuca, antiguamente, se pintaban las puntas de los canutos de la yuca con achiote, antes de sembrar. Las mujeres, también, se pintaban la cara y las uñas de los dedos, con cuatro puntitos de achiote.

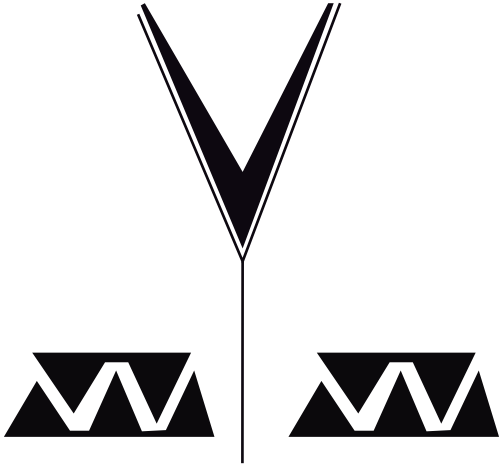
El Rayu

La figura del hombre Rayu, Expresa el poder del líder. El mito refleja los dos extremos de la vida, afectados por la abundancia y la escasez. La abundancia es la resultante de las bondades de la naturaleza.
La adquisición de la capacidad de pescar, con la ayuda del Rayu runa significa la recuperación del equilibrio personal y su aceptación en la sociedad.



Este diseño representa el poder, la fuerza, la valentía y la sabiduría. Esta figura se utiliza cuando una persona va a la guerra, a la cacería, o participa en los rituales y ceremonias., la luna y las estrellas.

Kuyllur y Duziru



Este diseño es usado por los/as niños/as, para recibir el poder, el conocimiento y la inteligencia del Amazanka, a fin de resistir las caminatas por la selva, por donde ha caminado el Amazanka. En el mundo Kichwa Amazónico, Amazanka es el más poderoso espíritu de la naturaleza; él controla el bosque y a sus habitantes, distingue la abundancia y la escasez.

Amazanka

Búho Bullukuku

Este diseño es usado especialmente por los niños/as, para recibir el poder, el conocimiento y la inteligencia del búho. En este mito, el búho representa el buen comportamiento. Antes de aplicar una sanción, advierte las consecuencias que podrían sobrevenir.

Charapa

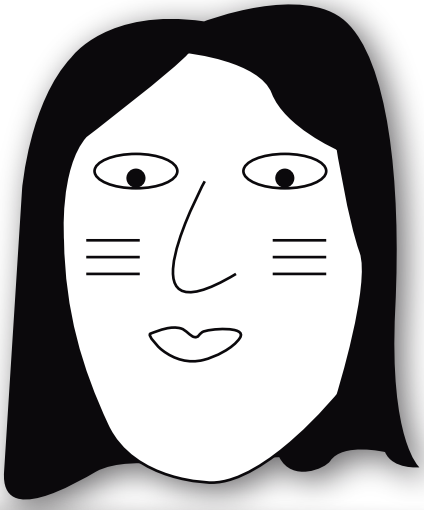
Es de uso exclusivo del varón. Se diseñan en ocasiones de singular importancia comunitaria, dirigidas a la solución de los problemas. El Kichwa Amazónico, considera a la tortuga (Charapa) como el más paciente de todos los animales de la selva, que consigue una larga vida. Las personas que se pintan con diseños de tortuga, generalmente son de carácter fuerte.

Anka, ñanpi, yawati

El diseño de aves y animales son representadas en el rostro de las personas para adquirir sus poderes y destrezas en la cotidianidad. El diseño contiene tres motivos: la figura del águila en la frente de una mujer simboliza el liderazgo; la figura de la nariz significa caminos o montañas por las que hay que atravesar y enfrentar los obstáculos de la vida; el diseño ubicado en la quijada, simboliza a la tortuga que tiene larga vida.

Nunkulli

El diseño simboliza la fertilidad femenina.
La mujer que tiene paju (energía que se trasmite a través de las generaciones) de la siembra, se pinta tres líneas con achiote en las mejillas y una línea en el mentón, en representación de las estacas de la yuca. Se pinta así cuando va a la siembra. Las mujeres se diseñan el rostro con achiote para protegerse y a la vez invocar la energía vital de Nungulli.



Colores Locales

Color Blanco: Impuesto por la religión al igual que la cruz. Para la cosmovisión kichwa el color blanco u otro color claro espanta a los animales de la selva.Se usa en las blusas de algodón de las mujeres, así como también en la pintura de las mukawas.

Azul Marino: Se usa en el kurubalun o pantalón corto, de color azul, impuesto por los españoles como distintivo étnico y también en la pampallina o falda de la mujer.

Negro: Color del Wituk (pepa natural) que se usa para pintar el rostro y el cabello de las mujeres.

Rojo: Se usa para las makikutuna o blusa de la mujer. Se encuentra casi siempre presente en los collares de pepas naturales, gracias a la pepa de Huayruro. También en el color del barro, y en el color del achiote para la pintura facial.

VESTIMENTA

Los vestidos ancestrales de la mujer están conformados por la makikutuna y la pampallina. La makikutuna es una blusa de mangalarga, confeccionada con tela floreada. Los colores son el rosado, rojo, blanco. Los diseños tienen figuras de líneas, círculos o flores. En el borde del cuello y de la manga lleva dos cintas de diferentes colores que pueden ser rojos, verdes amarillos, azules y blancos; las cintas tienen que ser las mismas tanto en el cuello como en la mano. En el busto debe haber pinzas para que no sea apretada. Por lo general, estas blusas son flojas.

La pampallina es una tela de forma rectangular que mide aproximadamente 1.50 metros de largo y 80 cm de ancho. Envuelta al cuerpo constituye una falda exterior de la mujer que le cubre hasta la rodilla. En la cintura se sujeta con el chumpi. El color de la falda es invariable, azul marino.

El chumpi es una faja con la que se sostiene a la pampallina. Puede ser de lana o de fibras naturales. Lo propio del pueblo Kichwa Amazónico es utilizar el chumpi de pita. Su tejido mide aproximadamente 5 cm de ancho y 80 cm de largo. Lleva adornos de semillas de la selva y de plumas coloridas de aves.

El hombre lleva pantalón corto, kurubalun, de color azul marino, que le llega hasta la pantorrilla, impuesta por los españoles como distintivo étnico

ACCESORIOS Collares elaborados por las mujeres con semillas del monte que se ensartan en piola de pita para verse más hermosas. En cambio, los hombres en sus collares cuelgan los dientes de boa y bufeo para tener suerte en la cacería; también se cuelgan los dientes de puma que significa que son hombres fuertes capaces de matar a cualquier animal.

2.4 INNOVACIÓN Y DESARROLLO TECNOLÓGICO.

Se realiza través de asistencia técnica que parte de estudios preliminares y de factibilidad. De acuerdo a las técnicas y materiales del sector se desarrolla diseño y se evalúa, llegando a la producción de prototipos que serán validados por la comunidad y ajustados a las necesidades locales.

Realización de bocetos de nuevos productos buscando aportar nuevas aplicaciones.

Cada idea se debe consultar con los artesanos para evaluar su viabilidad.Sin olvidar principios como la excelencia, autenticidad, innovación y comerciabilidad; a ello se suman dos condiciones de evaluación: el respeto por el medio ambiente y la responsabilidad social.

El resultado de este trabajo, debe estar enfocado a la generación de empleo, para así dinamizar la economía local, preservar el oficio y las tradiciones. Los artesanos deberán poder realizar la fabricación del producto de manera autónoma; las materias primas, insumos, herramientas, etc., deben ser del dominio de la comunidad.

EN LA CULTURA KICHWA

Se pueda trabajar con las artesanas para la innovación tecnológica de herramientas. Por otro lado en la bisutería se puede mejorar los acabados, Ya que los hilos son muy débiles y los nudos requieren de mayor firmeza y durabilidad.

Idear nuevos productos con las técnicas que conocen para crear productos de uso urbano. . Y además reinventar productos y acabados para espacios interiores a partir del talento del tallado en madera como la chonta y la balsa.

2.5 DEFINIR LA CALIDAD DEL PRODUCTO ES DECIR SU DURABILIDAD.

¿Qué hacer?	Táctica	En la cultura Kichwa
El diseñador debe promover una conciencia altruista para con los consumidores, evitando satisfacer las ambiciones económicas de empresas que promueven la continua compra de nuevos objetos que terminan su ciclo de vida prematuramente.	Impulsar la búsqueda de la excelencia artesanal, concebida como un proceso de superación continua, de permanente creación y recreación de las artesanías. La excelencia artesanal hace referencia a artesanías de elevada calidad; esto supone múltiples criterios referidos a: destrezas y conocimientos del artesano/a, utilización de materiales de calidad, técnica, detalles del proceso y acabado, creatividad, innovación, expresión de la identidad de un pueblo, y la posibilidad de comercialización.	Crear soluciones para la comercialización de la producción en cerámica, para que las artesanas pueden ofrecer estas artesanías sin problema, ya que actualmente por el hecho de ser delicadas se está perdiendo su elaboración. Mitigar los problemas en bisutería con pepas naturales ya que estas tienen muy poco tiempo de durabilidad ya que no poseen recubrimientos que les permita soportar las inclemencias del clima. Así mismo los mismos factores para el uso de estos materiales en el caso de las nuevas invenciones A+D.

2.6 DEFINICIÓN DE LOS MATERIALES

Proponer materiales acordes a las posibilidades técnicas de la comunidad, así como el costo, la finalidad y la apariencia final requerida del producto.

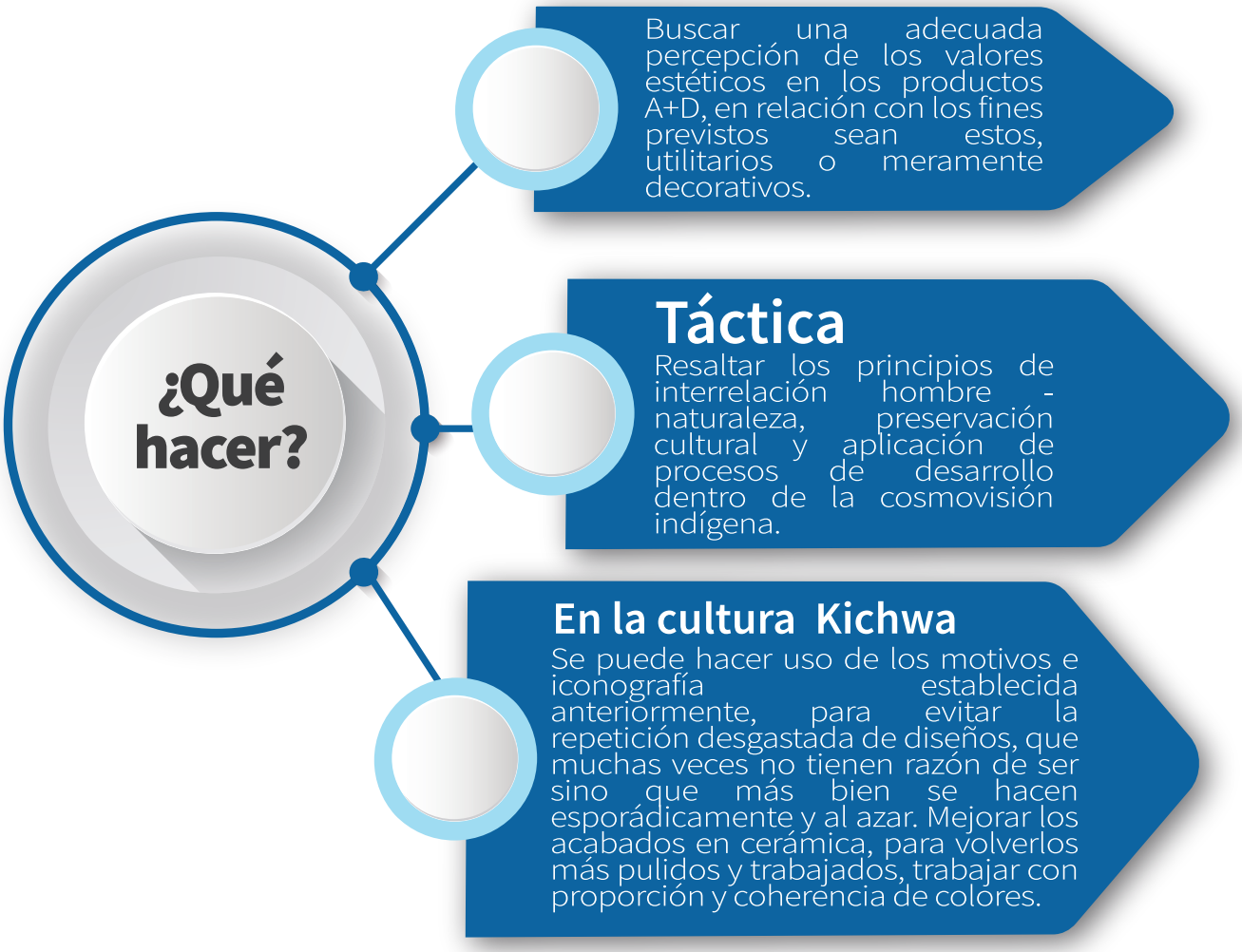
Táctica

Para determinar materiales hay que reducir y facilitar al máximo los requerimientos de mantenimiento y conservación del objeto diseñado.

En la cultura Kichwa

En este caso hay que buscar proveedores de materia prima como el barro, semillas naturales, el shilquillu (laca natural), así como la chambira, priorizando la adquisición desde familiares, así como de comunidades originarias para abrir más fuentes de ingresos para la propia cultura. Establecer de acuerdo a los principios establecidos para una convivencia en armonía, el principio de solidaridad, para convenir acuerdos permanentes de abastecimiento de la materia prima que por lo general se obtiene de las fincas en comunidades alejadas del casco urbano.

2.7 ESTABLECER LA ESTÉTICA DEL PRODUCTO DE ACUERDO AL USO DEL



2.8 ASESORÍA EN DISEÑO

¿Qué hacer?

Desarrollar procesos de posproducción para asesorar a los artesanos y mejorar la calidad de sus productos (Empaque, embalaje, etiquetado e imagen corporativa), así como de sus espacios físicos o locales de venta con los beneficios del visual merchandising. Enfocarse en el desarrollo de colecciones y líneas de productos, con la implementación de identidad gráfica, empaque y exhibición.

En la cultura Kichwa

El centro de artesanías Agua Viva ha considerado necesario la implementación de empaque, embalaje, etiquetado e imagen corporativa, sin embargo la mayoría de artesanos/as aún no sabe de los beneficios de manejar recursos publicitarios ni de los beneficios del visual merchandising.

Táctica

Involucrar el trabajo de un diseñador gráfico que se encargue del empaque, embalaje, etiquetado e imagen corporativa para los productos o producto A+D. Como diseñadores de interiores proponer espacios adecuados, haciendo uso del visual merchandising que se adecuen a los recursos y contexto de los artesanos.

9C DESPUÉS

En el proceso de consolidación y sostenibilidad de la vinculación A+D

3.1 CONTINUIDAD DE PROYECTOS

¿Qué hacer?

Seguimiento continuo de proyectos de diseño principalmente en la co-creación de nuevas oportunidades creativas que contribuyan al mejoramiento de su labor artesanal través de la potenciación de resultados anteriores.

Táctica

Conocer los resultados de aceptación del producto durante el tiempo que ha estado en el mercado. Investigar los aspectos positivos y negativos que se les ha presentado a los artesanos tanto en la conceptualización, elaboración y comercialización del producto.

3.2 SENSIBILIZACIÓN

01

¿Qué hacer?

Sensibilizar a la sociedad nacional acerca de la diversidad cultural a través de la comercialización de artesanía como factor de identidad, pertenencia y progreso.

01

Táctica

Promover en el artesano el sentido de propiedad y amor sobre sus productos así como la importancia de su labor para la sociedad y el estado. Para que estos últimos comprendan, asuman, difundan, la diversidad cultural ecuatoriana y su valor invaluable para la sociedad.

3.3 DISEÑO PARTICIPATIVO

¿Qué hacer?

Pasantías de estudiantes o profesionales en los campos artesanales ya sea con fines educativos, de investigación, de motivación u otras razones. De esta manera intentamos llenar los vacíos académicos y promovemos la práctica del diseño en entornos reales.

Táctica

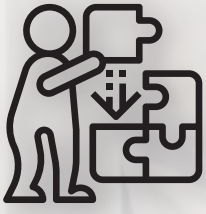
Proponer desde la academia, proyectos de diseño que cohesionen el saber de las comunidades artesanales con la experticia del diseño, de forma participativa.

Fortalecer el sentido social sobre los estudiantes de diseño para que se vuelvan seres humanos y profesionales activos, predispuestos ayudar a la sociedad desde su práctica profesional.

Propiciar encuentros con los artesanos, en primer lugar en las aulas universitarias y en segundo lugar en los entornos artesanales donde se trabaja la producción. Esto permitirá una relación de enseñanza – aprendizaje de manera equitativa y justa, donde ambos sectores sientan un verdadero proceso de participación.

3.4 PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN

Promoción significa “poner en movimiento”, es decir realizar acciones que permitan potencializar el valor de las artesanías y de los/as artesanos que las producen.



Su función es establecer una relación entre artesanos-población a fin de difundir y posicionar la producción artesanal de los primeros y el disfrute de las expresiones estéticas, utilitarias, culturales, artísticas e identitarias de la artesanía por parte de la población.

Esta área condensa las acciones institucionales con énfasis en el componente económico, productivo y comercial de la artesanía, teniendo presente que el valor agregado de la misma está dado por su bagaje cultural e identitario.

Utilizar el internet como vitrina aliada para difundir la labor artesanal. Pudiendo ser estas las redes sociales o páginas web, haciendo uso de los resultados de la estrategia de asesoría en diseño. Enseñarles a los artesanos el uso de estas herramientas, indicarles la importancia de su uso y seguimiento.

3.5 DESARROLLO INTEGRAL DEL TALENTO HUMANO

¿Qué hacer?

Fortalecer las capacidades personales, comunitarias, organizacionales y colectivas de las sociedades artesanales en estudio para autogestionar sus propios emprendimientos civiles.
Motivar la participación colectiva de toda las artesanas Kichwa e incentivar su capacidad de dialogo y gestión como nuevos entes dinámicos dentro de la sociedad en general.

Táctica

Organizar cursos-talleres destinados a la conservación de técnicas y procesos artesanales, vinculando los aportes conseguidos por parte del diseño interior para involucrar a los artesanos en los procesos actuales del mercado y la demanda urbana.

Programar capacitaciones, conferencias, seminarios, y consultorías para la enseñanza, actualización y mejoramiento en las técnicas artesanales según los resultados obtenidos de la aplicación de la presente guía de diseño.

Se puede hacer uso de:
Material técnico pedagógico para artesanos
Guías de diseño y experiencias
Publicaciones institucionales
Eventos; comerciales o de promoción
Presentaciones visuales

3.6 SOLUCIÓN DE PROBLEMAS EVIDENTES

¿Qué hacer?

Se trata de identificar en el contexto artesanal, las falencias a nivel de diseño interior y que podamos solucionarlas desde nuestros conocimientos.

Táctica

Se puede aplicar recursos del visual merchandising, escaparatismo, módulos, espacios efímeros para los locales de venta y por otro lado también mejorar las condiciones físicas y ergonómicas en los talleres de producción.

En la cultura Kichwa

Autogestionar planes de reconstrucción y planificación en diseño interior para los centros artesanales kichwas que forman parte del malecón turístico Boayacu Puyo, y que por condiciones de estudio es el campo artesanal más adecuado para la aplicación de la presente guía de diseño estratégico. Artesanas que demandan de atención inmediata para seguir subsistiendo de esta labor, y a las que les hace falta un lugar estable, seguro y adecuado para comercializar sus productos artesanales. Demostrar a través de la adecuación de espacios que es necesario incrementar y democratizar a nivel territorial los recursos para la producción artística y cultural.

10 RECOMENDACIONES

• Estudiar las estrategias de antemano para resolver cuales son las más convenientes para el caso. De otra forma si se considera necesario emplear todas, respetar cada momento estratégico (antes, durante y después) del proceso de interacción A+D.

• Formar un grupo interdisciplinario profesional (Diseñador de espacios arquitectónicos, Diseñadores gráficos, Licenciados en Marketing y Licenciados en comunicación) que complementen el proceso de diseño y participen en distintos momentos de vinculación.

• Buscar alianzas con entidades públicas como el Ministerio de Cultura, Casa de la Cultura y el CIDAP para promocionar y financiar la aplicación de esta guía estratégica.

• Asociarse con grupos artesanales organizados que se encuentren en proceso de desarrollo y que busquen salidas importantes de su producción al mercado.

Kichwas
Cultura ancestral.