

Identidad, cultura e innovación en las artesanías: un camino para el desarrollo sustentable y el Buen Vivir

Diana Ferro

Universidad Andina Simón Bolívar (Ecuador)
dianaferromon@yahoo.com

Fecha de presentación: 20 de diciembre de 2014 • Fecha de aceptación: 10 de octubre de 2015

Artículo de investigación

Resumen

Este artículo analiza las transformaciones culturales en la globalización y, en este contexto competitivo, reflexiona sobre la importancia de fortalecer la identidad cultural como estrategia de desarrollo; se analiza el valor de la artesanía como expresión simbólica de una cultura y sus diferentes dimensiones; se plantean directrices de innovación, tanto en el diseño de producto como en los procesos basados en la filosofía del Buen Vivir que van acordes con conceptos integrales de desarrollo sustentable.

Palabras clave: identidad cultural, desarrollo sustentable, innovación, artesanías, diseño.

JEL: I31 Bienestar general, calidad de vida, felicidad; J23 Determinación del empleo, creación de empleo; L26 Emprendedores.

Abstract

This article analyzes the cultural changes in globalization, and in this competitive environment, reflects on the importance of strengthening cultural identity as a development strategy; the value of craftsmanship as a symbolic expression of a culture and its different dimensions is analyzed; guidelines arise innovation, both in product design and processes based on the philosophy of Good Living that are consistent with comprehensive concepts of sustainable development.

Keywords: cultural identity, sustainable development, innovation, crafts, design.

JEL: General well-being, quality of life, happiness; J23 Determination of employment, job creation; L26 Entrepreneurs.

Resumo

Este artigo analisa as mudanças culturais na globalização, e neste ambiente competitivo, reflète sobre a importância de fortalecer a identidade cultural como estratégia de desenvolvimento; o valor do artesanato como uma expressão simbólica de uma cultura e suas diferentes dimensões é analisada; orientações surgem inovação, tanto em design e processos baseados na filosofia do Bom Viver, que são consistentes com os conceitos abrangentes de desenvolvimento sustentável do produto (educação, experiência), deixando a outra parte da variação em mudanças nos resíduos.

Palavra chave: identidade cultural, desenvolvimento sustentável, inovação, artesanato, projeto.

JEL: I31 Bem-estar general, qualidade de vida, felicidade; J23 Determinação do emprego, criação de emprego; L26 Empresários.

Introducción

El presente estudio nace del cuestionamiento relacionado con el crecimiento económico mundial basado en el aumento del consumo indiscriminado; se centra en la insatisfacción, en *el renacimiento kitsch* (Baudrillard 2009), en la ruptura del diálogo con la tierra, en la deshumanización de los procesos de producción y en la confusión del concepto de identidad.

Desde esta realidad, se plantea una alternativa sustentable y da importancia a la identidad cultural como motor de desarrollo. Es un reto que esta valoración vincule conceptos de gestión e innovación y analice que, dentro de un contexto global, nos hemos visto en desequilibrio entre el extractivismo y la generación de iniciativas sustentables que aporten al crecimiento humano y al fortalecimiento cultural del nuestro país.

La cultura ha tomado como base conceptos antropológicos desde sus profundos estudios e interpretaciones. Se construye en los orígenes ancestrales, se manifiesta como parte de la cultura popular, se altera con los colonialismos, se confunde con los folclorismos, se dispersa frente a los simulacros del consumo y la sociedad de masas y se obliga a transmutar frente a la globalización. Los seres humanos en este pertenecer y no pertenecer van creando un sentido de identidad como parte de su supervivencia.

Desde el sentir creador, en el actual contexto global y competitivo, se reaviva el valor primario de las manos artesanas que, a través del trabajo interdisciplinario, va en busca de innovación de productos y procesos. Para lograrlo, se ha investigado sobre las reconfiguraciones de la cultura y la identidad, se ha analizado los contextos de este sector productivo, para luego plantear un sistema circular en el que se incorporan conceptos integrales, se diseña un modelo de gestación para nuevas artesanías generadoras de valor que permitan nuevas opciones de crecimiento acordes con los sistemas sustentables y con la filosofía del Buen Vivir.

La cultura, la identidad y sus reconfiguraciones en el espacio y el tiempo

A través del tiempo el significado de cultura se ha ido transformando, la antropología social o cultural (Guerrero 2002) la define como un conjunto de rasgos materiales o espirituales evidentes en grupos humanos que se reafirman cotidianamente, que incluyen “los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias” (Instituto Coordinador del Patrimonio Cultural 2011, 10).

La antropología simbólica describe la cultura como “una ciencia interpretativa que busca significaciones” (Geertz 1973, 20), no una ciencia experimental. De esta manera, Geertz se apoya en Max Weber que define al hombre como “un animal inserto en tramas de significación que él mismo ha tejido” (Geertz 1973, 20). Los aspectos culturales como el arte, la ciencia, la política, las leyes y las creencias hacen que las personas se vinculen social y espiritualmente y, estos aspectos son estudiados a través de métodos etnográficos como la *descripción densa* que parte de jerarquías de estratificación, desde lo interpretativo, microscópico y abstracto (Geertz 1973). Se relaciona con la hermenéutica, que parte del análisis de los factores que intervienen en interpretar al mismo ser humano (Mayos Solsona 1991).

Desde la semiología, término creado por Ferdinand de Saussure (1857-1913), como ciencia que estudia los signos en el núcleo de los grupos sociales (Zecchetto 2002), o desde la semiótica que depende de la “realidad de la comunicación” (Charles Peirce en Zecchetto 2002, 4), se comprende que cada acto simbólico ha sido generado por un grupo de personas para quienes la comunicación es un acto de traducción que se estructura en el universo de signos o semiósfera como sistema de signos de comunicación verbal y no verbal de una cultura. Este es un sistema propio que reconoce a los marginales y desechados (Lotman 2000) correspondientes a la otredad con un cambio de enfoque diferente a las posiciones dominantes.

En cada colonialismo las posiciones dominantes y dominadas son marcadas, se genera una asimetría de poder (Karl Marx y Max Weber en Guerrero 2002) y hegemonía que es el poder de la clase dominante que somete a las masas bajo su propia aceptación (Antonio Gramsci en Zubietta 2000). Paralelamente, en estos procesos de dominación se construye la cultura popular

que puede responder de forma *contra* hegemónica (Guerrero 2002) a través de la elaboración de su propia cultura dentro de su condición social y económica, en un afán de pertenecerse, de sobrevivir. En este espacio se reviven los imaginarios, se conservan tradiciones, se reconstruyen signos, se crea una dimensión política propia.

La cultura popular ecuatoriana, que conserva tradiciones como las técnicas artesanales, aparece en sus orígenes con una filosofía andina que comparte con países como Bolivia y Perú y que aún se manifiesta en algunos pueblos indígenas; esta cosmovisión corresponde al *Sumak Kawsay*, término kichwa que significa Buen Vivir, filosofía del ser humano que busca la armonía con la historia, la comunidad y la naturaleza; principios afines al concepto de sostenibilidad sobre lo que se hablará más adelante.

A nivel simbólico se han hecho estudios arqueológicos sobre una cosmovisión milenaria plasmada en el *Código de Wiraqocha* (Zadir 1990). Este código es la idea ordenadora del universo, riquezas escondidas que se encuentran en la memoria andina que trasciende las colonizaciones. Sin embargo, la cultura popular está tentada de caer en dos posturas culturales de manipulación hegemónica, que corresponden al folclorismo y, por otro lado, a la cultura de masas y consumismo.

El folclorismo de la cultura desea regresar a un pasado inmóvil y convertir la cultura en una pieza de museo; según Blache: “La vertiente folklórica se muestra como un intento melancólico por sustraer lo tradicional al reordenamiento industrial del mercado simbólico y custodiarlo como reserva imaginaria de discursos políticos nacionalistas” (1988, 25). En el caso de manifestaciones como la elaboración de artesanías que se realizan en serie, estas pierden su significado y el saber ancestral se transgrede al servicio del capitalismo mientras los verdaderos actores se vuelven invisibles.

La cultura de masas y el consumismo o la cultura de los simulacros (Baudrillard 1990), términos que corresponden al poder de las clases dominantes, que, según la Escuela de Fráncfort, ejercen dos tipos de dominio: el primero, persuadiendo a las masas sobre el sistema correcto social que es el ideológico; el segundo, a través de los medios masivos hacia el consumismo (Zecchetto 2002).

Según García Canclini (1995), la cultura de masas construye estratégicamente realidades a través de los medios masivos; el poder hegemónico se aprovecha de los símbolos de la cultura popular (Guerrero 2002); exalta el

espectáculo y el sensacionalismo; aniquila las diferencias de pensamientos; crea una fábrica de nuevos héroes, ídolos, y las mercancías se convierten en dioses. Karl Marx habla del *fetichismo de la mercancía* (*El capital*, tomo I, capítulo I apartado 4), que corresponde a un fenómeno psicológico y social que convierte las mercancías en objetos sagrados con voluntad propia. Echeverría también habla de este poder como el fracaso del laicismo, los objetos son dioses (cit. en Morello 2009, 423 y 424). En este contexto de la cultura de masas y posmodernismo, se sostiene que solo queda “la propuesta barroca: exaltar el vacío, mantener la simulación” (Echeverría cit. en Morello 2009, 434).

Paralelamente, el poder del capital necesita de objetos consumibles que se “multiplican indefinidamente para llenar las *realidades ausentes*” (Baudrillard 1990, 224) bajo un sistema de manipulación de signos. El mito del consumo está por encima de la conciencia (Baudrillard 2009), la dependencia tecnológica,¹ “una carrera sin sentido, un final tétrico provocado por una explosión interna ante la falta de referencias a la que está sometido el hombre moderno. Dios ha muerto, Marx ha muerto, el hombre ha muerto, la economía ha muerto, solo prevalece el caos de las apariencias” (Alan Sokal y Jean Bricmont en Baudrillard 2009, 115), el mundo de pantallas y el concepto de el gran hermano (término utilizado en la novela *1984*, de George Orwell 1949), creados en gran parte para alimentar la concentración de poderes a través de las necesidades del usuario contemporáneo que vive el fenómeno del narcisismo virtual (mito de Narciso a su realidad virtual del siglo XXI, Moreno 2009) que refleja un vacío identitario.

Este exceso de necesidades generadas por el consumismo desequilibra los sistemas naturales y sociales, los estresa, los caotiza, los vuelve dependientes en una *modernidad líquida* (Bauman 2003), referente a la inestabilidad y a la vulnerabilidad de la actual sociedad. Echeverría (1998) sostiene que el objetivo del consumo irracional es satisfacer al *espíritu del capitalismo* perpetuando la insatisfacción, así siempre existirá la escasez. Esta situación solo podrá cambiar si la cultura se reencuentra consigo misma y empieza a repensar conceptos sustentables.

1. Ha servido para alimentar el consumo mundial y el deterioro del planeta la totalidad de las condiciones sociales y la necesidad de su cambio (cit. en Zecchetto 2002, 37).

La apropiación desigual de bienes, la presión globalizadora, la resistencia y la necesidad de permanecer, como en el caso de la cultura popular, generan nuevos patrones que dan como resultado la hibridación cultural, como sostiene García Canclini (1990). Esta hibridación no solo va al ámbito simbólico de la cultura sino a variables tangibles económicas, sociales y productivas que se alteran y se mimetizan constantemente. De esta forma se obliga a resignificar la identidad en el espectro de una cultura híbrida.

Para hablar de identidad es necesario entender su significado. No siempre los entornos o manifestaciones culturales forman parte de la identidad, pues esta corresponde a un aspecto de territorialidad simbólica (Grimson 2009, 13), es un sentido interior de pertenencia que puede ser “inclusión y exclusión al mismo tiempo” (Cucho 1999, 108). Es complejo encontrar el límite entre cultura e identidad, más que hablar de culturas se deben conocer, las configuraciones culturales y más que identidades, se expresan categorías de identificación (Grimson 2009, 27).

Las configuraciones aparecen de la segmentación social que abarca aspectos geográficos, demográficos y socioeconómicos, con ciertas condiciones que excluyen a los otros miembros; las categorías de identidad se entenderían desde un sentido relacional. Según Barth (1969), esta concepción relacional es la mediación de dos conceptos: la identidad objetiva que deriva de un grupo social y la subjetiva que es el sentir interior de cada ser humano (Cucho 1999). Según Echeverría (1998), el concepto de identidad es aún más complejo, pues depende de las transformaciones de la modernidad pues ella misma es un proceso dinámico que está anclado también a los conflictos del sujeto en una constante *resustancialización*.

En el documento *Políticas para una revolución cultural* (Sylva, Oviedo y Moncada 2011), se expresa que Ecuador ha vivido una crisis simbólica que ha dificultado la construcción de una identidad nacional, que es la consecuencia de varios factores como el reconocimiento ambiguo histórico y ancestral, el racismo impuesto por el colonialismo que excluye al indio y al afrodescendiente, la influencia del primer mundo, la supremacía masculina, la dominación de grupos de poder. La identidad nacional se ve afectada también por la desintegración nacional, que ha sido ocasionada por aspectos como: el regionalismo, la falta de reconocimiento a la interculturalidad, las divisiones entre lo rural y lo urbano y, la desconexión con la naturaleza.

El deseo colectivo por adquirir una identidad que puede transformar una cultura, según Sylva, Oviedo y Moncada, es un “proceso de multiplicación de identidades” (2011, 37), y un nuevo reconocimiento de la cultura ecuatoriana como cultura megadiversa donde se parte del reconocimiento del mestizaje (Echeverría 1998), el conocimiento político, social y económico a lo largo de la historia, la valoración del entorno físico y el análisis crítico de la contemporaneidad.

Pero, desde un sentir mayor, Huanacuni expresa que “Existe una identidad cultural que emerge de una profunda relación con el entorno, con la Madre Tierra, con el lugar que habitamos. [...] También existe una identidad natural que emerge de la complementación con la comunidad de la vida” (2010, 15) y nace del despertar y el reencuentro con la cosmovisión ancestral.

El crecimiento económico y el desarrollo sustentable

El concepto del crecimiento económico de un país se enfoca en las cifras, y persigue aumentar la capacidad de consumo y se mide en la capacidad de endeudamiento de la población, pero, si se consume más, ¿por qué no existe mayor bienestar? La revolución del bienestar (Baudrillard 2009, 40) parte de un principio de igualdad en el que los seres humanos encuentran la felicidad.

El pensamiento neoliberal asume que el crecimiento económico per se ayuda a la mejora de la situación social, estimulando al libre mercado, pero este mito del crecimiento genera estructuras desequilibradas: así como reproduce la riqueza también reproduce la pobreza. En este entorno en función del capital, los conceptos de sustentabilidad pueden ser utilizados como instrumentalización de la naturaleza (Dávalos 2009).

Como respuesta al sistema capitalista se revive desde la política a la cosmovisión ancestral de vida plena o *Sumak Kawsay* que, desde sus bases filosóficas, es acorde con el principio del bien común, esta filosofía corresponde a “saber vivir en armonía y equilibrio; en armonía con los ciclos de la Madre Tierra, del cosmos, de la vida y de la historia, y en equilibrio con toda forma de existencia en permanente respeto” (Huanacuni 2010, 32), siendo acorde a las bases de la sustentabilidad. Este concepto no puede ser manipulado como elemento de poder que se vincula a un simulacro de socialismo, esta filosofía

deberá ser interiorizada como un despertar en el reconocimiento de identidad de los ecuatorianos y base fundamental para un verdadero crecimiento.

El desarrollo sustentable debe ser un “proyecto alternativo macroeconómico” (Girardi 1999, 74) que comparte principios de la cosmovisión ancestral del *Sumak Kawsay*, y se desarrolla con la unión de pequeñas iniciativas que buscan la descentralización y la “democracia comunitaria” (Universidad de Guadalajara 1999, 130). El trabajo con conciencia local fortalece la identidad integrando una visión global; es aquí cuando se habla de la glocalización (Robertson 2003), de esta forma se evita el aislamiento y se estimula el crecimiento territorial en un entorno híbrido.

“Para el capitalismo, el capital es lo más importante; para el socialismo, el bienestar del ser humano es lo más importante. Para los pueblos originarios que plantean el sistema comunitario, la vida es lo más importante” (Huanacuni 2010, 33); es esta es la relación que existe entre *vida plena* y el desarrollo sustentable considerando la interdependencia entre las dimensiones del ser humano y su entorno.

La artesanía, su contexto, su relación con el desarrollo sustentable

La artesanía corresponde al conjunto de conocimientos que han sido heredados y responde a las necesidades de las comunidades, es un soporte simbólico de costumbres, creencias y rituales, es una forma de vida. Las técnicas artesanales corresponden a lo material del patrimonio inmaterial, son importantes en la preservación del patrimonio cultural (Instituto Coordinador de Patrimonio 2011) y se fundamentan en la cosmovisión de los pueblos.

Ecuador, antes de los años 1960, era un país artesanal y las artesanías fueron una importante fuente de ingresos (Naranjo 2007). Con el boom petrolero nació la idea de la industria y el progreso, los campesinos y artesanos migraron a las ciudades en busca de oportunidades laborales. Pero la industria no tuvo el impacto que se esperaba y la oferta laboral fue limitada, los artesanos se convirtieron en obreros y aquellos que no consiguieron trabajo alimentaron los cinturones de pobreza disminuyendo la producción artesanal y agrícola (Uquillas 2007). Paralelamente, Ecuador se convirtió en un país

importador con escasa producción nacional, tanto industrial como artesanal, y se vio en desventaja con otros países latinoamericanos.

A pesar de tener el apoyo de leyes, Ley de Defensa del Artesano; Ley de Fomento Artesanal; Ley de Equidad Tributaria; Ley de Seguridad Social; Ley de Cooperativas y Reglamento General; Ley de Promoción de la Inversión y de la Participación Ciudadana, además de la Ley de la Economía Popular y Solidaria (MIPRO IPANC 2011),² de organizaciones como la Junta Nacional de Defensa del Artesano, de cámaras y federaciones, del Cidap, de instituciones públicas; el sector artesanal ecuatoriano ha tenido un crecimiento lento a nivel de exportaciones (Proecuador 2013), además de encontrarse con apenas el 1,9% de participación del mercado de artesanías de Latinoamérica y el Caribe, considerando los sombreros de paja toquilla con el 43% sumando a los productos de tagua con el 40% (Proecuador 2013).

Los artesanos ecuatorianos tienen la presión de competir con grandes volúmenes sacrificando márgenes unitarios (MICIP 2001), sacrificándose ellos mismos. De acuerdo con el concepto desarrollista (Benítez 2009), deben luchar en un mercado competido en el que las artesanías se convierten en un *commodity*, cualquier producto que carece de diferenciación. Como consecuencia, se disminuye su calidad por enfocarse a una producción masiva, pierden identidad, dejan de ser una forma de vida para convertirse en una actividad que ni siquiera cubre las necesidades básicas, como en el caso de las tejedoras de sombreros de paja toquilla del Azuay que reciben menos de diez dólares por un trabajo de varios días con el riesgo de que desaparezca y, con ello la pérdida del patrimonio cultural.

Para continuar con el análisis de los conceptos de sustentabilidad, este estudio llega a la esencia de la artesanía que comparte los principios del *Sumak Kawsay*; abarcando transversalmente las siguientes dimensiones:

- *Económica y productiva*: se enfoca en el desarrollo económico de pequeñas células productivas que forman redes; se basa en la economía social solidaria, principio bajo el cual se promulgó en Ecuador la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria que corresponde a una economía alter-

2. El IPANC es el Instituto Iberoamericano del Patrimonio Natural y Cultural. El Ministerio de Industrias y Productividad firmó un convenio de cooperación para el proyecto MIPRO IPANC para el período 2009-2010. Se puede consultar sobre el proyecto en la siguiente dirección: <<http://www.ipanc.org/es/acciones-y-proyectos/artesania-patrimonial/capitacion-artesanal.html>>.

nativa con prácticas igualitarias y autogestionarias, y en la autogeneración de trabajo, que construye cadenas de producción con otros sectores como el turismo y el comercio a través de un trabajo global.

- *Social*: se refiere a un sistema que “promueve las formas de organización social basadas en la asociación y el cooperativismo” (Benítez 2009, 7), permite el mejoramiento integral de las comunidades, se basa en conceptos de equidad: el cambio de estructuras verticales a horizontales; se aplica la democracia comunitaria con el fin de la humanización de los procesos.
- *Ambiental*: la artesanía por su ritmo de producción está en concordancia con los sistemas ecológicos que, por no poseer procesos industriales, está en armonía con la Madre Tierra y se aleja del antropocentrismo y trabaja sobre los principios de respeto a la naturaleza.
- *Cultural y espiritual*: por el carácter simbólico esta dimensión se torna básica sobre los conceptos de identidad, considerando la valoración de los conocimientos y tradiciones; el cuidado del patrimonio inmaterial; las manifestaciones artísticas; el asentamiento de las bases filosóficas; el reconocimiento de la diversidad y la pluriculturalidad que permiten el etnodesarrollo que fortalecen los valores identitarios.³

A partir del sentir del artesano, de fortalecer sus capacidades y aumentar su autoestima y la conciencia de mantener viva la artesanía enfocada al desarrollo sustentable, se tendrá que replantear una estrategia desde la gestión para incorporarla de forma adecuada al mundo global a través de la innovación considerando que sus principios filosóficos queden intactos.

Por lo tanto, la artesanía debe poseer *innovación en valor* (Kim y Mauborgne 2005), que se involucra en un sistema productivo, en las cadenas de valor, que se complementa con el concepto de clúster (Porter 1990) o conglomerados, que corresponde a un mismo lugar, ya sea físico o virtual, realizado de forma estratégica de interacción entre los involucrados, como parte del planteamiento de desarrollo territorial y la integración de actores estratégicos aliados a sistemas de economía social solidaria.

Para plantear una estrategia de innovación es necesario acercarse al mercado, entender cuáles han sido los aciertos y fracasos que ha tenido la arte-

3. Análisis de varias lecturas y entrevistas (MIPRO IPANC 2011, Malo 2008, Colombia 2013, Carrera 2012, Benítez 2009, Girardi 1999, Universidad de Guadalajara 1999).

sanía ecuatoriana a nivel local e internacional, fuera del contexto político. Según el levantamiento de información, la artesanía ecuatoriana tiene como fortalezas: la habilidad y los conocimientos de las técnicas tradicionales, diversidad de materiales únicos debido a la riqueza cultural; oportunidades: la necesidad de identificarse, de la humanización de procesos, la reorientación al desarrollo sostenible; debilidades: falta de diseño, problemas de empaquetado, baja calidad, productos poco funcionales, falta propuestas nuevas, falta de diferenciación, falta de información del origen; amenazas: productos de mejor calidad y diseño de otros países; productos industriales con precios muy bajos como los productos chinos o indios, mayor capacidad de producción y costos eficientes, mejores formas de promoción y comercialización.

Figura 1

Características de la artesanía con contenido cultural y volumen de producción



Fuente: Carrera 2012.
Elaboración propia.

Según este estudio, la artesanía ecuatoriana, se dirige a tres tipos de mercados referentes al consumidor final: mercado local, turístico y de exportación; cada uno tiene diferentes nichos y cubre diferentes necesidades. Para comprender esta estructura se ha desarrollado un esquema sobre el mercado y el tipo de artesanía, y se ancla al contenido identitario y cultural que corresponde al argumento de este estudio. Con este esquema se descubre el mercado y la necesidad base para crear la innovación.

Con base en el levantamiento de información, al igual que su alcance, se considera el tercer nivel que es la artesanía contemporánea, o neoartesanía, que es el resultado de la hibridación cultural, para incursionar en un concepto con alto contenido estético, funcional y simbólico cuidando los preceptos de sustentabilidad.

Propuesta de innovación y generación de valor en las artesanías

Para lograr este reto, los artesanos se deben apoyar en un equipo interdisciplinario formado por: diseñadores; grupo de investigación como antropólogos y arqueólogos que argumente de forma sólida los conocimientos culturales; biólogos, que exploren materias primas que no afecten al ecosistema; técnicos industriales, que apoyen en la optimización y eficiencia de procesos; mercadólogos conscientes y administradores de procesos, entre otros.

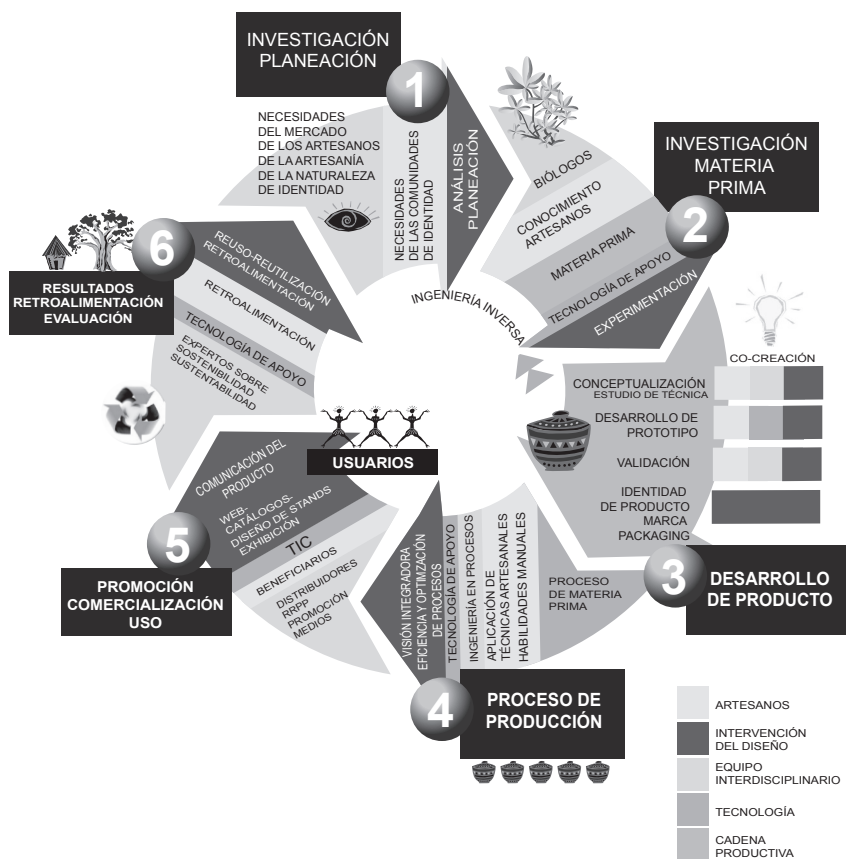
Sin embargo, el diseño integral como disciplina proyectual debe enfocarse en el concepto de metaproducto, “como el sistema con el que se relaciona y lo multiplica”, basado en el concepto de metalenguaje de Roland Barthes (IMDI 2005, 9). Es decir, que esta disciplina no solo ve el producto de forma independiente, sino que se introduce en todos los procesos del sistema productivo, la cadena de valor y su contexto.

Aplicación de la innovación en procesos sustentables

La innovación se introduce en los procesos con los principios de sustentabilidad, vistos anteriormente en las mismas dimensiones:

Figura 2

Etapas del proceso para la aplicación de la innovación en procesos sustentables



Fuente y elaboración: Diana Ferro.

- *Económicos y productivos:* la tecnología se replantea como tecnología de apoyo, elimina los procesos manuales que no agregan valor, se potencian la creatividad y habilidad y el saber hacer de los artesanos. El control de costos operativos y el diseño de flujos de trabajo hacen un proceso eficiente, que es un proceso sustentable que también es rentable, y mejora

los volúmenes de producción sin deshumanizar los procesos, mejorando los márgenes de venta, a favor de los artesanos.

- *Sociales*: el artesano no es mano de obra, es el gestor más importante en el proceso, se revaloriza la autoestima grupal. En estos sistemas de gestión se aplica la seguridad industrial.
- *Ambientales*: la innovación sostenible se fundamenta en la economía circular o la filosofía de la Cuna a la Cuna (Braungart y McDonough 2005); es repensar al producto en función de los ciclos naturales, apoyados en la eficiencia energética.
- *Culturales y espirituales*: la artesanía es el medio de una historia que contar, se pueden despertar historias dormidas que no se manifestaron en las artesanías y se empieza la creación de nuevas formas de plasmar un sentir, una tradición, una vivencia a través de reconfiguración de la identidad.

Propuesta de un sistema de intervención multidisciplinaria para la innovación

Este sistema circular se basa en las cadenas de valor y producción, pero aumenta su espectro como un sistema sustentable en el que el ser humano es importante.

- *Primera etapa: Investigación y planeación*
Se levanta la información considerando el objetivo principal que es la *incorporación de la identidad cultural*; se definen las necesidades de los artesanos, de los usuarios y el mercado. Se definen sentires, se trabaja la *emocionalidad* que define los parámetros iniciales respetando las bases filosóficas.
- *Segunda etapa: Investigación de la materia prima*
Los conocimientos del artesano son básicos respecto a la técnica y el origen de la materia prima. Se experimentan nuevas aplicaciones y se proponen opciones amigables con el medioambiente, como materia prima alternativa o reciclada.

- *Tercera etapa: Desarrollo de producto*

Esta etapa se ha dividido en 4 subetapas:

- *Conceptualización*: a través de la co-creación del artesano que se apoya en el diseñador, se genera el proceso creativo que nace de los conocimientos, la experiencia y el análisis de la información recogida, partiendo de tres condicionantes, la funcionalidad, la estética, y la simbología. Se planteará al final un ejemplo de conceptualización.
- *Generación de prototipo*: se realiza una muestra de cómo sería el objeto partiendo de planos bidimensionales.
- *Validación del producto*: se hacen pruebas de funcionalidad y calidad, y pruebas de aceptación y validación de significados con los usuarios.
- *Identidad gráfica de producto y empaque, envase, y embalaje*: el producto debe protegerse y también generar una imagen que hable él.

- *Cuarta etapa: Proceso de producción*

En esta fase los artesanos aplican sus técnicas, cuidando la materia prima y dando los acabados expresando su talento y creatividad.

- *Quinta etapa: Promoción, comercialización y uso*

En este caso se aplican las estrategias del *marketing mix* (Kotler y Armstrong 2003) como son: plaza, innovación de distribución; promoción o la comunicación integral de marketing; precio, resulta muy importante dentro de la estrategia de innovación en valor, se vincula a la optimización de costes para poder generar en el consumidor la satisfacción de recibir un producto a través de un intercambio económico justo respaldado en una ética integral.

- *Sexta etapa: Resultados, evaluación y retroalimentación*

En esta fase se analizan los resultados que van directamente a los beneficiarios y que generan un círculo virtuoso. El final del proceso se considera el inicio del siguiente círculo, pues la experiencia corresponde a los insumos iniciales.

En este proceso se concibe una artesanía con resignificación que funde elementos esenciales de la cultura y los une a una nueva estética y necesidades contemporáneas, y se genera un objeto rico en identidad que aporta con valor agregado, que permite mejorar las condiciones de los artesanos.

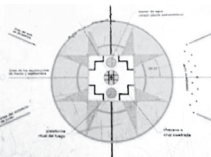
Figura 3
Modelo de conceptualización para la incorporación de la identidad cultural en las neoartesanías

CONCEPTUALIZACIÓN: OLLA DE CERÁMICA

INFORMACIÓN

SIMBOLOGÍA DE LA ESTRELLA QUITU-CARA

Corresponde a la estrella sagrada de Itchimbia loma sagrada de adoración al sol. Los ancestros realizaban las celebraciones de los solsticios y equinoccios.



Sobre estas formas se observan conceptos básicos de diseño que permiten la concentración, el sol como el centro de luz y además el equilibrio de los objetos, sobre gradaciones de color que permiten reforzar la intensidad del centro como parte de la evocación hacia los seres espirituales.

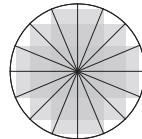
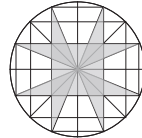


Fotografía: Diana Ferro Museo de La Florida

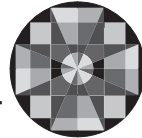
(Interpretación de simbología en Parque Itchimbia)

ABSTRACCIÓN
 FORMA
 CONNOTACIÓN

COLORES
 SIGNIFICACIÓN
 SÍMBOLOS

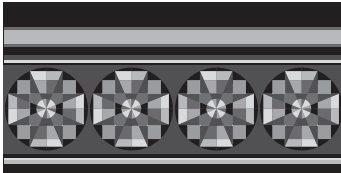


fusión de la Estrella con geometrización de la Chacana o Cruz Andina



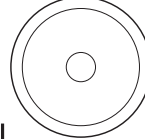
RESIGNIFICACIÓN

INTERPRETACIÓN COMPOSICIÓN



CONDICIONES

**Funcional
 Estética
 Simbólica**



CONCEPTO

El resultado es una olla de cerámica con resistencia eléctrica. Este producto artesanal, con tecnología industrial que se enfoca en la funcionalidad, maneja conceptos estéticos de cromática y composición; y parte de símbolos importantes de la ciudad. Se mantiene el concepto de la olla de cerámica para cocinar como en tiempos ancestrales.



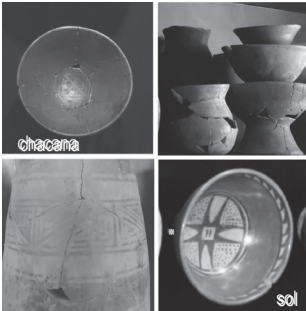
Elaboración, concepto y diseño: Diana Ferro

Fuente y elaboración: Diana Ferro.

Figura 4
El pensamiento de La Florida: información referencial

Vestigios arqueológicos
de La Florida, Quito

Enterramientos del Periodo de Integración
pertenecientes a la cultura
Negativo del Carchi o Capullí



fotografía: Diana Ferro
Museo de La Florida y Museo Olga Fish

CONCEPTUALIZACIÓN:
JUEGO DE TÉ

RITUAL



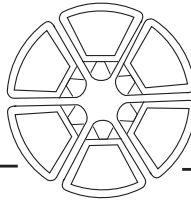
FORMA
CONNOTACIÓN

ABSTRACCIÓN

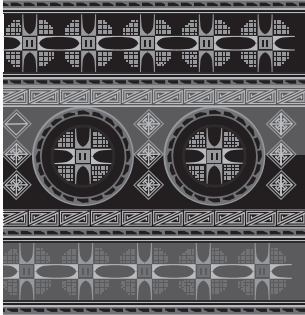
COLORES
SIGNIFICACIÓN
SÍMBOLOS



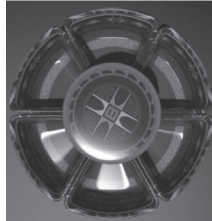
La idea de la
circularidad como
un universal
simboliza la
eternidad, sin
principio ni fin.
"Todo nace y
muere para volver
a nacer"
(Molestina 2006,
385)



RESIGNIFICACIÓN
INTERPRETACIÓN COMPOSICIÓN



CONCEPTO



El resultado es un
juego de té.
Con un concepto
integrador desde
la idea circular, el
sol es el centro de
todo.

El ritual
contemporáneo
tomar café o té
como símbolo de
fortalecimiento de
lazos afectivos,
despertando
símbolos
ancestrales.

CONDICIONES

Funcional
Estética
Simbólica



Fuente teórica: *El pensamiento simbólico
de la Florida* (Molestina, 2006)
Elaboración, concepto y diseño: Diana Ferro

Fuente y elaboración: Diana Ferro.

Consideraciones finales

La resignificación de la identidad debe enfocarse en la *cohesión de identidad*, para lograr construir un fortalecimiento local acoplándose al Buen Vivir, sobre las bases del respeto integral.

En esta investigación se criticó la cultura de masas, el consumismo, el folclorismo, como parte de los simulacros donde se manipula al ser humano y pierde su capacidad de creación.

La manera de actuar frente al sistema económico mundial no es aislarse, sino trabajar de manera local con pensamiento global (glocalización) para lograr un desarrollo territorial, así como la aplicación de la economía social solidaria que se ajusta a las dimensiones del desarrollo sustentable, según la filosofía del Buen Vivir y así reconstruir la identidad.

Se ha manifestado cómo deben manejarse las interacciones de los grupos multidisciplinarios, y la intervención del diseño en los procesos; adicionalmente, se generó un modelo de conceptualización para involucrar la identidad cultural en artesanías contemporáneas, con las condiciones: funcional, estética y simbólica, y lograr un producto competitivo en el mundo globalizado, sin perder los valores éticos ni filosóficos de las artesanías valorando las manos que las hacen.

Se deben tomar las herramientas contemporáneas, de manera que sirvan al ser humano y no que este sea esclavo de ellas. La tecnología debe perseguir un mundo mejor que optimice los recursos de la tierra, no que los deteriore o los aniquile.

La confusión de identidad es la ausencia de sí mismo, por eso es necesario llegar al origen para encontrar *la célula madre*, como dice Baudrillard (1990). Para volver al pensamiento del Buen Vivir se debe crear un plan inverso, regresar y dialogar con el pasado, con la tierra, y con el cosmos. Volver al contacto con las manos, con la naturaleza, con la comunidad. Buscar la creación, en un despertar profundo, reconectarnos con nuestra identidad.

Referencias

- Barth, Frederick, comp. 1969. *Los grupos étnicos y sus fronteras*. México DF: Fondo de Cultura Económica.
- Barthes, Roland. 1980. *Mitologías*. México DF: Siglo XXI.
- Baudrillard, Jean. 1990. *El sistema de los objetos*. México DF: Siglo XXI.
- . 2009. *La sociedad de consumo, sus mitos y sus estructuras*. Madrid: Siglo XXI.
- Bauman, Zygmunt. 2003. *Modernidad líquida*. México DF: Fondo de Cultura Económica.
- Benítez, Surnai. 2009. *Dinámica de la artesanía latinoamericana como factor de desarrollo económico, social y cultural*. UNESCO. <<http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002212/221298s.pdf>>.
- Blache, Martha. 1988. “Folklore y cultura popular”. *Revista de Investigaciones Folclóricas*, No. 3: 23-34.
- Braungart, Michael, y William McDonough. 2005. *De la cuna a la cuna*. Madrid: McGraw-Hill.
- Carrera, Fausto. 2012. Consulta: septiembre de 2013. <<http://blog.faustocarrera.com/>>.
- Colombia. *Artesanías de Colombia*. Consulta: septiembre de 2013. <<http://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/Movil/Publicacion.jsf?contenidoId=82>>.
- Cuche, Denys. 1999. *La noción de las culturas en las ciencias sociales*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Dávalos, Pablo. 2009. “Reflexiones sobre el Sumak Kawsay (el Buen Vivir) y las teorías del desarrollo”. Consulta: septiembre de 2013. <www.puce.edu.ec/documentos/CuestionessobreelSumakKawsay.pdf>.
- Echeverría, Bolívar. 1998. *La modernidad de lo barroco*. México DF: Era.
- . 2001. *Definición de cultura*. México DF: Universidad Nacional Autónoma de México / ITACA.
- Ecuador. *Ley de Economía Popular y Solidaria. Registro Oficial, Suplemento (ROS)*, No. 648, 16 de marzo de 2011.
- García Canclini, Néstor. 1990. *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México DF: Grijalbo.
- . 1995. *Consumidores y ciudadanos*. México DF: Grijalbo.
- Geertz, Clifford. 1973. *La interpretación de las culturas*. Nueva York: Basic Books.
- Girardi, Giulio. 1999. *Entre la globalización y el desarrollo local sostenible: para la refundación de la esperanza*. Quito: Abya-Yala.
- Grimson, Alejandro. 2009. *La vida política en los barrios populares de Buenos Aires*. Buenos Aires: Prometeo.
- Guerrero, Patricio. 2002. *La cultura: estrategias conceptuales para entender la identidad, la diversidad, la alteridad y la diferencia*. Quito: Abya-Yala.

- Huanacuni, Fernando. 2010. *Buen Vivir; Vivir Bien. Filosofía: políticas, estrategias y experiencias regionales andinas*. Lima: Coordinadora Andina de Organizaciones Indígenas.
- Instituto Coordinador de Patrimonio. 2011. *Introducción al patrimonio cultural*. Ministerio Coordinador de Patrimonio. <http://biblioteca.culturaypatrimonio.gob.ec/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=210124&shelfbrowse_itemnumber=221008>.
- Instituto Metropolitano de Diseño e Innovación (IMDI). 2005. *En torno al producto*. Buenos Aires: Centro Metropolitano de Diseño.
- Kim, Chan, y Renée Mauborgne. 2005. *La estrategia del océano azul*. Bogotá: Norma.
- Kotler, Philip, y Gary Armstrong. 2003. *Fundamentos de Marketing*, 6a. ed. México DF: Prentice Hall.
- Lotman, Yuri. 2000. *Semiótica de las artes y la cultura*. Madrid: Cátedra.
- Malo, Claudio. 2008. *Artesanías, lo útil y lo bello*. Cuenca: CIDAP / Universidad del Azuay.
- Marx, Karl. 1873. *El capital: el carácter fetichista de la mercancía y su secreto*, tomo I. México DF: Siglo XXI.
- Mayos Solsona, Gonzalo. 1991. *El abismo y el círculo hermenéutico*. Barcelona: Universidad de Barcelona.
- Milla Uribe, Zadir. 1990. *Introducción a la semiótica del diseño precolombino*. Lima: Amaru Wayra.
- Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Competitividad (MICIP). 2001. *Exterior Benchmarking del turismo ecuatoriano*. Quito: MICIP.
- Ministerio de Industrias y Productividad e Instituto Iberoamericano de Patrimonio Natural y Cultural. 2011. *Estudio propuesta para el posicionamiento de la artesanía patrimonial del Ecuador: informe final*. Quito: El Conejo.
- Molestina, María. 2006. *El pensamiento simbólico de La Florida*. Consulta: febrero de 2015. <<https://bifea.revues.org/3931>>.
- Morello, Gustavo. 2009. “El barroco y la modernidad latinoamericana: una lectura a la obra de Bolívar Echeverría”. En Carlos Cabrera, comp., *Sociedad, cultura y literatura*. Quito: FLACSO / Ministerio de Cultura.
- Moreno, Enriqueta. 2009. “El narcisismo: del mito de Narciso a su realidad virtual en el siglo XXI”. *Revista de Psicoanálisis*, No. 57: 191-205.
- Naranjo, Marcelo. 2007. *La cultura popular en el Ecuador*; tomo XI. Cuenca: CIDAP.
- Orwell, George. 1949. *1984*. Londres: Harvill Secker.
- Porter, Michael. 1990. *Ventaja competitiva de las naciones*. Buenos Aires: Vergara.
- PROECUADOR. 2013. “Análisis del sector artesanías”. Quito: Ministerio de Relaciones Exteriores.
- Robertson, Roland. 2003. *Glocalización: tiempo-espacio y homogeneidad-heterogeneidad*. Madrid: Trotta.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. 2013. *Plan Nacional de Desarrollo/Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017, versión resumida*. Quito: SENPLADES.

- Sylva, Erika, Alexis Oviedo y Martha Moncada. 2011. *Políticas para una revolución cultural*. Quito: Ministerio de Cultura del Ecuador.
- Universidad de Guadalajara. 1999. *Desarrollo sustentable: ¿realidad o retórica?* Quito: Abya-Yala.
- Uquillas, Alfredo. 2007. *El fracaso del neoliberalismo en el Ecuador y alternativas frente a la crisis*. Consulta: diciembre de 2013. <<http://www.eumed.net/libros/>>.
- Zadir, Milla Euribe. 1990. *Introducción a la semiótica del diseño andino precolombino*. Lima: Amaru Wayra.
- Zecchetto, Victorino. 2002. *La danza de los signos: nociones de semiótica general*. Quito: Abya-Yala.
- Zubieta, Ana María. 2000. *Cultura popular y cultura de masas: conceptos recorridos y polémicas*. México DF: Paidós.

Entrevistas (2013)

- Alomía, Andrea. Gerente general de Galerías Ecuador.
- Altamirano, Vicente. Arqueólogo. Director del Museo La Florida.
- Cano, Pilar. Gerente general de Olga Fisch Folklore.
- Carrasco, Diego. Coordinador Texturas y Colores, Quito Turismo.
- Carrera, Fausto. Fundador de la primera escuela de diseño de Quito, Escuela Metropolitana de Diseño.
- Kowii, Ariruma. Director del Área de Estudios Culturales, UASB-E.
- Valdez, Tatiana. Técnica, MIPRO, Dirección de Artesanías y Pymes.