

EL DISEÑO EN LA ARTESANÍA

Ponente Oscar Guayabero, paradiseñador del FAD

Intentaré explicar brevemente qué podemos aportar desde el diseño a la artesanía. Pero para hacerlo, y siguiendo el proceso estricto del diseño, empezaré por preguntarme qué conceptos básicos sobre la artesanía y su naturaleza conozco:

Artesanía y diseño

¿Que es la Artesanía?

Si buscamos en la RAE y buscamos este término aparece lo siguiente:

- Clase social constituida por los artesanos
- Arte u obra de los artesanos.

• *¿Y qué es un Artesano/a?*

- Pertenciente o relativo a la artesanía.
- Persona que ejercita un arte u oficio meramente mecánico. Modernamente, para referirse a quién hace por su cuenta objetos de uso doméstico imprimiéndoles un sello personal, a diferencia del obrero fabril.

En este caso, parece pues que más que un sistema de producción se trata de una actitud más que de un proceso.

Entonces.... ¿Qué pinta un artesano en tiempos de IKEA?

Los consumidores han abandonado el mueble castizo y se ha incorporado el diseño contemporáneo; de ahí, por ejemplo ha surgido el llamado fenómeno Zara. Las familias ya no buscan el mueble para toda la vida que tenían nuestras abuelas, sino que la compra de estos objetos domésticos se base principalmente en razones económicas, ergonómicas, sostenibles o estéticas. Entonces.... ¿Qué argumentos somos capaces de lanzar desde la artesanía?.

Veamos algunos de estos argumentos

- 1) El producto se ha elaborado esgrimiendo un **esfuerzo personal**. El tiempo de fabricación invertido en esa pieza aporta un valor añadido al producto.
- 2) Otra argumentación puede ser el valor vernáculo, es decir, una cierta **pasión etnográfica**. Esto funciona en artesanías lejanas dotadas del exotismo que aporta la distancia. Cuando viajamos fuera de nuestro país de vacaciones, tendemos a adoptar lo que se podría denominar "cara de Livingston". Es decir, tratamos de buscar aquella pieza magnífica y única que sólo puede elaborar el artesano local que

vive alejado del mundo actual. Pero ese efecto no pierde por completo en nuestro propio territorio. Por este motivo, las instituciones públicas tratan de impulsar y reforzar este sentimiento a través de las ferias historiadas (La Feria de Artesanía, ...)

- 3) La otra línea de argumentación sería que ya no se trata de objetos, sino de auténticas **obras de arte**. Pero.... ¿es esto en serio? ¿Nos queremos comparar entonces con el arte? ¿Aguanta la artesanía esa comparación? Según una teoría de Mario Merz, para considerar a los productos artesanos como obras de arte, habría que varemar estos productos bajo los principios del arte contemporáneo.
- 4) Otro argumento a tener en cuenta es el **efecto decorativo**. Pero el efecto IKEA nos deja poco margen para colocar botijos sobre la chimenea.

Creo, y quizás me equivoque, que la artesanía ha de recuperar un argumento básico. La funcionalidad. En este sentido podríamos diferenciar entre los siguientes productos:

Artesanía Aspirina.

Dicen que a las puertas de una cueva neolítica se encontró una especie de asiento natural y a sus pies se encontraron diversas piedras talladas y en el interior de la cueva habían algunas pinturas de cacerías. Esta imagen representa para mí la esencia de aquello que llamamos diseño, es decir, los seres humanos tenemos la capacidad de manipular nuestro entorno para que nos sea más cómodo (por ejemplo, para refugiarnos de la lluvia, protegernos del frío, dormir, sentarse, etc,...)



Por otro lado, es interesante ver como los objetos de nuestro alrededor, no sólo nos ayudan, sino que nos cambian. Un ejemplo claro es que la invención y el uso de la cerámica hizo que nuestro cerebro pudiera crecer pues al cocer los alimentos en vasijas de cerámica, éstos se ablandaban y de este modo la estructura de la mandíbula fue haciéndose cada vez más pequeña y dejó paso al cerebro.

Otro ejemplo evidente es la capacidad de almacenar cosas y transportarlas, hecho que supuso un salto cualitativo tan importante en el hombre como el de la postura erecta. En el momento en que soy capaz de construir una bolsa (parece ser que las primeras eran de hojas y material vegetal) puedo coger más de una fruta y entonces puedo acumularlas y llevarlas conmigo. Es más, las puedo cambiar con alguien que ha acumulado a su vez peces u otros alimentos. Y de este modo tan simple, aparece el tiempo libre.

En este sentido, el diseño puede aportar una metodología definida.

- Problema
- Definición del problema
- Elementos del problema
- Recopilación de datos
- Análisis de datos
- Creatividad
- Materiales y Tecnología
- Experimentación: pruebas, ensayos
- Modelos: muestra definitiva

- Verificación
- Dibujos Constructivos
- Solución

Como conclusión podemos decir que los productos aspirina son aquellos que compramos/adquirimos porque van a satisfacer una necesidad que tenemos en ese momento (me duele la cabeza, me tomo una aspirina)

Por ejemplo, volvamos a la cueva: Parece ser, que si uno se sienta en una piedra situada a las puertas de la cueva, se puede apreciar un asiento que, no es que tenga la mejor de las vistas para poder detectar a posibles enemigos o animales peligrosos, sin embargo tiene una magnífica vista de un valle y del mar al fondo y es el lugar desde donde se ve la puesta de sol. ¿No os parece intrigante?

Podríamos especular con que, ¿quizás aquel hombre de Neandertal o de Cromagnon tuviera “inquietud estética”? Si eso es cierto, ya podemos olvidarnos de las teorías solo funcionalistas de los objetos.

Se debe tener en cuenta que con los objetos no solo podemos solucionar problemas prácticos, sino que podemos comunicar un modelo de belleza o cualquier otra cosa. Por ejemplo, se han encontrado en cuevas neolíticas peces agrupados que se utilizaban como collares, es decir, como artículos meramente decorativos y ornamentales. Probablemente se utilizasen como símbolo de poder en los jefes de grupo.

- En este caso, ya no hablaríamos de productos aspirina, sino de **objetos Chip**. Como el chip de un ordenador, estos objetos contienen información codificada que únicamente se puede descodificar cuando se utilizan. Por lo tanto, éstos no tienen un único discurso de venta, sino que, en función de cada experiencia personal, cultura, etc... tendrá una lectura propia.

Es entonces cuando la artesanía puede ser útil en un amplio sentido de la palabra. Por un lado, ofreciéndonos un servicio eficaz y por otro, haciendo una verdadera terapia.

Cabe destacar que en algunas ocasiones, el error nos ofrece oportunidades. Nos abre huecos. Hace de los objetos algo más humano. En estos casos, el error genera una pieza única ya que no hay dos errores iguales. Podría ser interesante no trabajar en serie y así aportar un valor en base al resultado obtenido.

Estrategias

La cadena de valor del producto

- 1) Fase de marketing inicial
- 2) Detención de nuevos usos
- 3) Oportunidades de mercado
- 4) Estudio de tendencias

1. Fase de Diseño

Procesos de creación

Adaptación técnica

Conexión entre las ideas y las posibilidades materiales

Incorporación de avances tecnológicos

2. Fase de Producción

Estudio de los sistemas productivos

Elección de materiales

Control de calidad

3. Fase de construcción final

Montaje final del producto

Creación de una imagen del producto

- Nombre
- Packaging. Este debería cumplir varias funciones:
 - o Función de proteger la pieza
 - o Facilitar el uso
 - o Seducir
- Imagen gráfica

4. Fase de marketing final

Elección del los puntos de venta

Promoción

Publicidad

5. Distribución

Elección del sistema de distribución

Qué tipo de tiendas, donde y porqué

Incorporación de sistemas alternativos

- Internet
- Venta por catálogo
- Venta directa

6. Fase de análisis de resultados

Cuantificación de resultados

Análisis de los resultados

Detección de errores

Conclusiones para el futuro