

SERIE   
Magíster  
VOLUMEN 214

**«Neoartesanía»  
quiteña:  
una propuesta  
sustentable**

*identidad cultural e innovación  
frente al mito del crecimiento*

---

*Diana Ferro*



UNIVERSIDAD ANDINA  
SIMÓN BOLÍVAR

Ecuador

*25 años*



CORPORACIÓN  
EDITORIA NACIONAL

«Neoartesanía» quiteña:  
Una propuesta sustentable  
*Identidad cultural e innovación  
frente al mito del crecimiento*

SERIE   
*Magíster*  
VOLUMEN 214

UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLÍVAR, SEDE ECUADOR  
Toledo N22-80 • Apartado postal: 17-12-569 • Quito, Ecuador  
Teléfonos: (593 2) 322 8085, 299 3600 • Fax: (593 2) 322 8426  
[www.uasb.edu.ec](http://www.uasb.edu.ec) • [uasb@uasb.edu.ec](mailto:uasb@uasb.edu.ec)

CORPORACIÓN EDITORA NACIONAL  
Roca E9-59 y Tamayo • Apartado postal: 17-12-886 • Quito, Ecuador  
Teléfonos: (593 2) 255 4358, 255 4558 • Fax: ext. 12  
[www.cenlibrosecuador.org](http://www.cenlibrosecuador.org) • [cen@cenlibrosecuador.org](mailto:cen@cenlibrosecuador.org)

Diana Ferro

**«Neoartesanía» quiteña:  
una propuesta sustentable**  
*Identidad cultural e innovación  
frente al mito del crecimiento*



UNIVERSIDAD ANDINA  
SIMÓN BOLÍVAR  
Ecuador



CORPORACIÓN  
EDITORIA NACIONAL

Quito, 2017

**«Neoartesanía» quiteña: una propuesta sustentable**  
*Identidad cultural e innovación frente al mito del crecimiento*

Diana Ferro

SERIE   
*Magister*  
VOLUMEN 214

Primera edición:  
Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador  
Corporación Editora Nacional  
Quito, 31 de agosto de 2017

Coordinación editorial:

*Quinche Ortiz Crespo*

Armado:

*Juan A. Manangón*

Impresión:

*Ediciones Fausto Reinoso*

*Av. Rumipamba E1-35 y 10 de agosto, ofic. 103, Quito.*

ISBN Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador:  
978-9978-19-809-4

ISBN Corporación Editora Nacional:  
978-9978-84-974-3

Derechos de autor:  
Inscripción: 051832  
Depósito legal: 005944

---

Título original: *Estudio de la identidad cultural, aplicada al diseño de productos, como fuente de ventaja competitiva para el sector artesanal de la ciudad de Quito*

Tesis para la obtención del título de Magister en Dirección de Empresas

Programa de Maestría en Dirección de Empresas, 2013

Autora: *Diana Ferro Monroy* (correo e.: [dianaferromon@yahoo.com](mailto:dianaferromon@yahoo.com))

Tutor: *Andrés Abad*

Código bibliográfico del Centro de Información: T-1388

---

La versión original del texto que aparece en este libro fue sometida a un proceso de revisión de pares ciegos, conforme a las normas de publicación de la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, y de esta editorial.

# Índice

## **Introducción / 11**

### *Capítulo I*

#### **La cultura y la identidad, discusiones teóricas / 15**

La cultura / **15**

Cultura desde la antropología simbólica / **16**

Semiología y cultura / **17**

El ser humano, sus dos dimensiones y la construcción de su cultura / **18**

Cultura popular / **19**

Folclorización / **21**

La cultura de masas, el consumo, los nuevos mitos y los simulacros / **22**

Cultura urbana / **25**

Hacia una reconstrucción de la cultura latinoamericana / **26**

Identidad cultural / **27**

Identidad nacional / **29**

### *Capítulo II*

#### **El desarrollo sustentable, la artesanía y el diseño / 31**

Sustentabilidad, frente al mito del crecimiento / **31**

Vida plena y el desarrollo sustentable / **32**

Competitividad y el desarrollo sustentable / **33**

La artesanía y su representación humana y cultural / **34**

La artesanía, el producto industrial y sus construcciones simbólicas en la cultura / **37**

La artesanía, el camino para el desarrollo sustentable / **38**

El diálogo entre la artesanía y el diseño / **40**

El diseño como parte de la construcción del desarrollo sustentable / **40**

*Capítulo III***Análisis de las artesanías ecuatorianas, del sector, su situación coyuntural y competitividad en los mercados / 43**

Breve análisis de la industria, el diseño y la artesanía en Ecuador / 43

Los artesanos y el funcionamiento del sector artesanal ecuatoriano / 44

El mercado de las artesanías y sus exportaciones / 49

Contenido cultural, producción y mercado / 54

Análisis del sector artesanal de la ciudad de Quito / 59

Quito y su identidad / 65

*Capítulo IV***Propuestas y directrices para el desarrollo de la neoartesanía en Quito / 69**

Planteamiento y escenarios para generación de valor a través de la identidad / 69

Las dimensiones en el desarrollo sustentable de una propuesta urbana / 71

Neoartesanía, objeto evolutivo y reflejo de identidad / 72

Propuesta de un sistema de intervención de diseño en el desarrollo de la neoartesanía / 73

Modelo de conceptualización para la incorporación de la identidad cultural en las neoartesanías / 79

**Conclusiones / 81****Lista de referencias / 83**

*Dedico esta obra a mi hija Rafaela, a mi familia, a mis hermanos,  
y aquellos inconformes, buscadores de la verdad,  
que diseccionan lo que se atraviesa a su paso para encontrarla,  
como mi maestro Fausto Carrera, incansable buscador  
que hoy se hospeda en otra dimensión del universo.*





Mi agradecimiento especial a quienes estuvieron en el desarrollo de este proyecto: a mi tutor Andrés Abad; a Wilson Araque, director del Área de Gestión; a Luz Eugenia Monroy, mi madre; a Inés María Félix y Fausto Carrera; a mis entrevistados Alfredo Fuentes, Luis Vallejo, Diego Carrasco, Vicente Altamirano, Ariruma Kowii, Tatiana Valdez, Pilar Cano y Andrea Alomía; a Alberto Tassara y Luis Moreno que colaboraron en la revisión del texto; a Andrés Espinosa y Ricardo Molina, en la realización del *rendering* de los objetos, y a mis lectores Efraín Naranjo y Mariana Lima.



# Introducción

El presente estudio de la identidad cultural analiza como esta puede mutarse y resignificarse para ser factor de innovación y lograr que las artesanías y sus gestores, puedan permanecer con el sublime sentir del *querer hacer*, e impulsen al desarrollo sustentable frente a las grandes contradicciones desarrollistas de la industrialización y el consumo excesivo de la posmodernidad. Para lograrlo se propone la intervención de las tecnologías y herramientas proyectuales del diseño que generen nuevas significaciones en los objetos artesanales, analizando las diversas dimensiones sociales, económicas, ambientales y espirituales ajustadas a la hibridación cultural. Paralelamente se hace un análisis sobre la realidad ecuatoriana y los procesos idóneos para lograr que las propuestas sean reales. Este proyecto tiene como alcance la ciudad de Quito, debido al contexto urbano donde se presenta la mayor disminución de producción de artesanías.

El capítulo I se enfoca en el referencial teórico, se hace un recorrido conceptual con el fin de definir la identidad cultural y, para lograrlo, se estudia el concepto de cultura desde sus inicios, varios argumentos como el *iluminista* y otros referenciales universales; se consideran los estudios de la antropología cultural y sus nuevos pensamientos antropológicos sobre *alteridad* y las transformaciones sociales.

Después se abordan temas relacionados con la antropología simbólica, sus exponentes más relevantes como Geertz (1973) que explica la descripción densa y sus características como método etnográfico, se recorren pensamientos de otros teóricos sobre la estructuración simbólica y se plantean criterios de Lotman (2000) y Leach (1998). El *lenguaje* y el *metalenguaje* (mito), propuesto por Barthes (1980) que posteriormente es anclado al desarrollo de *producto* y al *metaproducto* y la construcción de cultura por medio de la creación de significaciones del ser humano; se hace referencia a Echeverría y a otros autores.

Para comprender las mutaciones que tiene la cultura, se exploran las concepciones de cultura popular, el término hegemonía de las clases dominantes de Gramsci (cit. en Zubieta 2000) y el pensamiento de Certau (cit. en Zecchetto 2002); se exponen las ideas minimalista y maximalista sobre la autenticidad de la cultura popular, considerando que es un tema complejo que aparece

desde el origen de las naciones. Acerca de la folclorización se manifiesta la *puesta en escena* de García Canclini (2001) y otras críticas de este fenómeno contemporáneo como expresión contradictoria de la cultura.

Se estudia a la cultura de masas como amenaza a la cultura popular debido al consumo irracional y factores negativos de la globalización. Se realiza una crítica sobre el poder y la manipulación mediática que atrapa a las identidades y se argumenta con la postura contra *barroca* de Echeverría, la posición de Morin y de Stavenhagen (cit. Guerrero 2002b). Se estudia la manipulación del sistema de signos y la sociedad de consumo (García Canclini 2009) (Baudrillard 1990) y su conexión con la simbología de los objetos, los nuevos mitos y el mundo de simulacros.

Desde aquí nace el primer cuestionamiento que genera el desafío de este proyecto que es el enfrentamiento de los conceptos simbólicos de los objetos industriales con los objetos artesanales dentro de un entorno mutado, ávido de identidad y supervivencia, un mundo industrial y tecnológico, cada vez más deshumanizado.

Posteriormente se analizan las vías para la construcción de una cultura latinoamericana en la posmodernidad, se parte de García Canclini (1990) con su aporte de las *Culturas híbridas*, el mestizaje de Echeverría (1998), entre otros estudios. Se describe a la cultura urbana con Foucault, Echeverría y Carlos Monsiváis (cit. en Zubieta 2000) que se conecta con la construcción de la propuesta de este proyecto basada en la innovación de artesanías urbanas como objeto-fusión alternativo para la supervivencia identitaria cultural de las artesanías.

Finalmente se llega al concepto de identidad, en el que se plantean: la territorialidad simbólica de García Canclini (2009); la teoría relacional de Barth (cit. en Cucho 1999); *la teoría de los campos* y el *habitus* de Bourdieu (cit. en Cucho 1999); *la inclusión y exclusión* de Cucho (1999), y el reconocimiento de *mestizaje* de Echeverría. Para finalizar, se acude al documento *Políticas para una revolución cultural del Ministerio de Cultura* (Sylva, Oviedo y Moncada 2011), que se considera un estudio importante para la construcción de una identidad nacional ecuatoriana.

En el capítulo II, se inicia hablando acerca de la sustentabilidad frente al mito del crecimiento, y como se compara la competitividad. Se relaciona a la artesanía con el diseño y su representación humana, se lo valida como parte del patrimonio cultural inmaterial dentro de las técnicas artesanales tradicionales y se describen dichas técnicas, se hace una división general, por una parte, sobre la artesanía *rural* y la artesanía *urbana* y, por otra, se detalla la relación con las transformaciones culturales como son la influencia de la tecnología y la globalización. Se analiza a la artesanía desde las dimensiones: económica, social, ambiental y cultural, en el que se plantea el concepto de la vida plena o *sumak kawsay*, y a la artesanía como el camino para el desarrollo sustentable.

Se realiza una comparación simbólica de la artesanía y el objeto industrial a partir de las concepciones de Malinowski (cit. en Echeverría 2001) y Baudrillard (1990), argumentando a la artesanía y sus sistemas como objetos trascendentes para el ser humano. Se involucra al diseño desde un criterio conceptual, metódico y funcional para lograr la fusión entre identidad cultural, innovación, mercado y desarrollo.

El capítulo III, se enfoca en las artesanías ecuatorianas dentro del sector, su situación coyuntural y la competitividad en el mercado. Se inicia con un breve análisis respecto a la industria, a la artesanía y el diseño, y cómo el *boom petrolero* de los 70 afectó al sector productivo del país. Después se realiza un levantamiento de las artesanías ecuatorianas desde el contexto histórico y su referente dentro del concepto de identidad ecuatoriana.

Se obtiene información relevante del sector artesanal ecuatoriano, sus leyes, sus controversias, sus involucrados, su funcionamiento y su estructura. Se plantean los problemas conceptuales, estructurales y los factores que afectan a los artesanos que han provocado que las artesanías tiendan a desaparecer. Después se realiza un análisis de competitividad considerando el tipo de demanda tanto interna como externa, la evolución de las artesanías exportables, y la participación en el mercado. Se manifiestan las tendencias de gustos y preferencias del mercado local, se evalúan a las artesanías desde una nueva clasificación acerca de: capacidad de producción, mercado y contenido cultural, y dónde están las artesanías ecuatorianas dentro de esa clasificación. A partir de esta información se construyen los parámetros para plantear las estrategias en el cuarto capítulo.

El siguiente tema del capítulo III, se refiere a las artesanías quiteñas y el sector artesanal de la ciudad de Quito que corresponde al alcance de este proyecto. Parte de un recorrido histórico de Quito como ciudad artesanal, las artesanías quiteñas y su contexto, y las circunstancias locales que han afectado a la disminución de la producción actual. Se determinan los involucrados del sector en Quito, y con un acercamiento al concepto de *cluster* de Porter (1998) a través de un diagrama que incluye la cadena de valor, se explican las actuales relaciones entre los actores y sus intentos fallidos dentro de una situación actual compleja. Se buscan datos estadísticos sobre las actividades artesanales de la ciudad, analizando el porcentaje de población dedicada a esta actividad y cuánto representa económicamente. Para cerrar este capítulo se hace un análisis de los quiteños frente a su identidad, se consulta con *quiteñólogos*,<sup>1</sup> respecto a mitos, tradiciones, artesanías e identidad quiteña; y las iniciativas tanto de instituciones públicas como privadas para el desarrollo de las artesanías.

1. Investigadores sobre la historia, los mitos y las tradiciones de Quito.

En el capítulo IV se trabajan las propuestas y directrices. Se empieza con posibles escenarios para la generación de valor a través de la identidad, como es la redefinición de los actuales actores y la necesidad de generar redes artesanales. Luego se propone un sistema de intervención del diseño, en el que participan nuevos actores y procesos para la creación de la *neoartesanía*, que como objeto simbólico y evolutivo refleja la identidad cultural de la ciudad, se adapta a las necesidades de la cultura híbrida y mantiene su esencia básica en busca del bienestar de los artesanos y el desarrollo sustentable.

Finalmente, se propone un modelo de conceptualización de diseño de una neoartesanía, ejemplificando, mediante el análisis semiótico de los vestigios arqueológicos de las culturas preincásicas Florida y Quito-Cara, asentadas en Quito, una propuesta de hibridación entre identidad, artesanía contemporánea, funcionalidad de producto, estética y carga simbólica.

## CAPÍTULO I

# La cultura y la identidad, discusiones teóricas

*Todo pueblo tiene derecho y siempre debe tener una historia legítima; para ello debe saldar cuentas con el pasado, conociendo y valorando las experiencias acaecidas por más dolorosas que estas hayan sido para que no se conviertan en sombras de su propia existencia, e impidan iniciar un nuevo camino, la búsqueda de un nuevo amanecer.*

Runakuna (cit. en Lozano 1991, 18)

### LA CULTURA

Etimológicamente, la palabra cultura proviene del latín *colere* (Guerrero 2002b, 36) que significa cultivar en sentido agrícola. El hombre interviene en este proceso y transforma lo que recibe de forma natural, como cuando cultiva la tierra. El diccionario de la Real Academia Española (Decimocuarta Edición 1914), define cultura como: «Resultado o efecto de cultivar los conocimientos humanos y de afinarse por medio del ejercicio de las facultades intelectuales del hombre». Considerando que en la época iluminista (Siglo XVIII), desde el sentido elitista, el significado de cultura se relacionaba con cultivar los conocimientos, el espíritu y el saber, es decir una persona instruida era una persona culta (Zecchetto 2002). En el Siglo XIX en Alemania se distinguían los dos términos: al ser culto que era el ser creador desde el sentido del alma, y en contraposición colocaba a los civilizados que se regían a las normas morales impuestas por la sociedad; entonces los civilizados no eran necesariamente cultos (Echeverría 2001).

A través del tiempo este término ha sufrido diferentes significaciones, actualmente el diccionario de la Real Academia Española lo define como: «Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.» (2001). La UNESCO, en el año de 1982, lo define como: «complejo de características espirituales, materiales, intelectuales y emocionales distintivas de una sociedad



o grupo social. Incluye, no solo las artes, las letras sino también las formas de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias»<sup>2</sup> (Instituto Coordinador de Patrimonio 2011, 10).

La antropología cultural o social (Guerrero 2002b) reformula los conceptos de cultura, analizando a grupos sociales rurales, urbanos, subalternos o marginales; comunidades, reales y virtuales. Y considera, en parafrasis, que la cultura es el conjunto de rasgos, materiales y no materiales o espirituales, que se van transformando a medida que existen influencias externas o cambios en el entorno y se reafirman constantemente con la vida cotidiana.

Según Guerrero (2002a), inicialmente, se menciona a la antropología como el estudio de los otros u otredad para luego pasar a la ciencia de nosotros mismos o mismidad y en esta fusión se constituye el término *alteridad*, que define el encuentro, el diálogo, para construir un sentido colectivo, de ser y estar en el mundo. Por esta razón, la antropología cultural no analiza solamente las culturas primitivas o exóticas (2002a), sino que estudia a las sociedades cambiantes y alteradas, reacias a referentes pasados, dependientes de la tecnología; que se relacionan con el entorno, con la vida, con las construcciones simbólicas y nuevos paradigmas.

## CULTURA DESDE LA ANTROPOLOGÍA SIMBÓLICA

Geertz define a la cultura como «una ciencia interpretativa que busca significaciones» (1973, 20) y elimina la idea de que sea una ciencia «experimental que busca leyes» (20). Bajo esta premisa, Geertz se apoya en el concepto de Max Weber que define al hombre como «un animal inserto en tramas de significación que él mismo ha tejido» (20). Además, considerando al comportamiento humano, no se encuentra en la mente, sino que es una acción simbólica.

Para lograr una correcta interpretación de las significaciones de una cultura, Geertz toma el término de Gilbert Ryle, la descripción densa como método etnográfico, en la que dice que la cultura no está solo en el comportamiento de las personas, sino que analiza aspectos mucho más profundos «estructuras de significación socialmente establecidas» (26) en un determinado momento y espacio formado por un grupo de individuos, y define el objeto de la etnografía: «una jerarquía estratificada de estructuras significativas atendiendo a las cuales se producen, se perciben y se interpretan, los hechos» (26). «La necesidad de que la teoría permanezca más cerca del terreno estudiado de lo que permanece en el caso de ciencias más capaces de entregarse a la abstracción imaginativa» (35).

2. <<http://www.unesco.org/new/es/unesco/>>.

Este concepto difiere de una descripción superficial, «donde los lugares de estudio no son los objetos de estudio» (33), no se generaliza a través de casos particulares sino que se estudian los casos particulares y se generalizan dentro de ellos. Por tanto, la antropología interpretativa no analiza las «diversas culturas, sino las diversas clases de individuos en el seno de cada cultura» (58).

En consecuencia, el investigador, en la descripción densa, está en frente de estructuras de significación con *jerarquías estratificadas*. Para Geertz, la etnografía es una descripción densa con tres características: interpretativa, sobre el discurso dicho como precedero lo reinterpreta y analiza; microscópica, que analiza desde la antropología el cambio social, el poder, la religión; y análisis abstracto, desde conocimientos abundantes que contienen conocimientos pequeños, dentro de contextos domésticos.

Para Geertz, la cultura sería un sistema simbólico y ahí se encuentran aspectos como la religión, la ciencia, la ley, la moral, la política, el arte, que hacen que las personas se comuniquen y se vinculen social y espiritualmente, y estos aspectos pueden ser estudiados a partir de la descripción densa como método etnográfico. Como complemento, la interpretación de la cultura corresponde a un estudio *hermenéutico*<sup>3</sup> que para comprender las significaciones profundas se debe considerar, además, la metamorfosis de los propios estudios.

## SEMIOLÓGÍA Y CULTURA

El término semiología fue creado por Ferdinand de Saussure (1857-1913), como la ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social, y la relaciona con la psicología social, que parte de la lingüística para luego trasladarla a otros campos de la cultura. Al mismo tiempo, Charles Peirce (1839-1914), desde la lógica filosófica, concibió a la semiótica como el estudio de los signos y como objeto de investigación, la semiosis, que es el proceso de significación donde participan: un signo, su objeto y su interpretante, considerando abarcar a todos los fenómenos de la semiosis como parte integrante del conocimiento (Zecchetto 2002). La semiótica viene a ser una ciencia que depende de la «realidad de la comunicación» (4), es decir que cada acto simbólico, u objetos como símbolos han sido generados por un grupo de seres humanos que se comunican en un entorno cultural.

3. La hermenéutica parte del análisis de los factores que intervienen en interpretar al mismo ser humano. Sus exponentes más relevantes: Gadamer, filósofo alemán y Ricoeur, francés quien expuso la interdependencia de la explicación y comprensión de los fenómenos creando el círculo hermenéutico (Mayos Solsona 1991).

Yuri Lotman (2000), establece el concepto de *semiósfera* que es el universo de símbolos de la cultura en donde la comunicación es un acto de traducción que así misma se estructura. Para Lotman, la comunicación tanto verbal y no verbal de una cultura depende del sistema de signos que se crea en ella. Se puede decir que cada grupo cultural establece una estructura de códigos, y aunque los signos pueden ser iguales en varias culturas lo importante es su significación, es decir que en la única forma que los seres humanos se comunican con otras culturas es a través de la capacidad de descifrar los signos con la significación común y de esa forma se integran en esa semiósfera.

Las señales con sus significados parten de la necesidad de comunicación, tienen una naturaleza animal común a las especies, incluyendo la especie humana (Leach 1998). Desde este punto de forma instintiva o *genética*,<sup>4</sup> establecen códigos, que aunque nunca hayan compartido vivencias o entornos similares de construcción de significaciones permiten el establecimiento de un lenguaje.

Para complementar, sobre el sentido semiótico de la cultura, Barthes (1980) habla del mito o metalenguaje, como la segunda lengua que habla de la primera que es la lengua (lenguaje-objeto), de este modo se ancla la antropología simbólica y sus estudios profundos,<sup>5</sup> considerando que se motiva a descifrar, por sobre el lenguaje, un sistema mayor de significación. Además, Pierce (cit. en MacCannell 1990, 89) sobre el análisis del entendimiento del significado que parte de la «diferencia humana absoluta»<sup>6</sup> que nace del análisis de Rousseau (1984, 92), y se generan el lenguaje y la metáfora. Este planteamiento de metáfora en relación con los símbolos, se genera en la creación de realidades<sup>7</sup> para enfrentar, inclusive sus propios miedos frente a la naturaleza y a los otros seres humanos.

## EL SER HUMANO, SUS DOS DIMENSIONES Y LA CONSTRUCCIÓN DE SU CULTURA

El ser humano, y su instinto vive en dos realidades con lo adquirido y con lo construido (Zecchetto 2002, 26); «lo objetivo y lo simbólico» (Malo 2006) y tiene que vivir en estos dos mundos que interactúan y conviven: «ho-

4. Podría existir una relación entre memoria genética, genética compartida, o sentimiento común genético, dentro de la capacidad de comprensión de código común sin un establecimiento simbólico.
5. Como la descripción densa, dentro de un método etnográfico.
6. Choques, frustraciones, desigualdades, experiencias desconocidas, apareamiento de ideas, sentimientos alterados.
7. Que nacen del arte y la creatividad, y luego, haciéndolas tan creíbles para sí mismas, que se convierten en religión, política y estructura social.

mogeneidad por un lado, ruptura por otro ¿Cuál de las dos prevalece entre el universo del ser humano y el universo del animal, de la naturaleza, del otro?» (Echeverría 1998, 130). Estos mundos corresponden a lo natural y a lo cultural.

Lo natural es lo determinado (Zecchetto 2002, 26), el mundo de los seres vivos, de los sistemas físicos del entorno. Lo cultural nace con el ser humano: «La aparición del ser humano en el planeta significó precisamente un trozo de naturaleza que se dio cuenta de sí misma, que adquirió conciencia de su diferencia» (26). Entonces, es la creación del hombre, la interpretación de su entorno, la manipulación de la naturaleza y la estrecha relación entre creencias religiosas, rituales, sus imaginarios colectivos y sus mitos.

Como animal el ser humano hace lo mismo que hacen los animales, su organismo es igual que el de los mamíferos, responde de la misma manera, pero el ser humano se cree asimismo que actúa de forma diferente. Somete a la naturaleza para conseguir recursos que sustrae, a la vez produce objetos que le son útiles para su supervivencia y para su «socialidad» (Echeverría 1998, 130) a través de símbolos que no solo corresponden al lenguaje, sino también se representan en la creación de espacios y objetos, en un gran intento de fusionar estas dos realidades o dimensiones. Entonces la cultura tiene una relación con la reproducción individual hacia un nuevo proceso: la *reproducción social* y da como resultado un proceso político que adapta su propia forma de convivir para «producir y consumir» (131), y «trabaja y disfruta las figuras de su identidad» (132).

El ser humano, desde su condición de animal imperfecto, «por su reproducción metafísica y política» (132) vive una vida dual y conflictiva «en el hecho de que el ser humano no se subsume sin resistencia a la espontaneidad del mundo, como el animal, sino que se desprende de ella, se pone frente a ella, exigiendo, luchando, violentando y siendo violentado —en medio de ese gran dualismo habita la idea de cultura—» (Simmel, *Philosophische Kultur* 1923, 195 cit. en Echeverría 1998, 132), y lo hace en busca de su supervivencia.

## CULTURA POPULAR

Lotman (2000) habla de la presencia del otro, el que está fuera de la semiósfera y corresponde a otro mundo y contradice al mundo habitual. De esta forma, las culturas crean un sistema propio formado por los *marginales* y *desechados*, y la existencia de ese otro, transforma los modelos culturales de estáticos a modelos dinámicos; como a partir del enfoque deconstructivista de Derrida (cit. en Zecchetto 2002, 29), que para comprender un fenómeno social es necesario salirse del centro y poner atención a los márgenes, cambiando el punto de vista fuera de las posiciones dominantes.

La clase dominante corresponde a la cultura dominante, como señalan Carlos Marx y Max Weber, pero lo que realmente existe es asimetría de poder entre grupos sociales entre clase dominante y popular. La clase popular o subalterna no logra ser dominada culturalmente, pues constituye una nueva cultura en situaciones desiguales con su propia dimensión política y autenticidad (Guerrero 2002b, 65). Pero considerando el término *hegemonía* como un término de dominación dado por el filósofo marxista Antonio Gramsci (Zubieta 2000), entendido como la capacidad de la clase dominante de lograr, para sus propios intereses, un sometimiento bajo consentimiento y aceptación de las masas, esta hegemonía es desafiada por las clases subalternas conscientes, logrando así la contra hegemonía, esta representa a la cultura popular.

El concepto de cultura popular (Guerrero 2002b, 67) presenta dos concepciones contradictorias: el primer concepto es minimalista, se la plantea como un subproducto de la clase dominante, como un reflejo sin legitimidad social discriminada. El segundo concepto es maximalista, considerando un carácter cultural más fuerte que el de la clase dominante, una capacidad creadora mayor e independiente.

Las culturas populares se «construyen en los procesos de dominación», como dice Michael de Certeau (cit. en Zecchetto 2002, 68); para García Canclini se estructuran por «un proceso de apropiación desigual de los bienes económicos y culturales de una nación o etnia por parte de sus sectores subalternos y por la comprensión, reproducción y transformación, real y simbólica, de las condiciones generales propias de trabajo y de vida» (García Canclini 1995, 44). La cultura popular no se puede definir por sus propiedades intrínsecas sino por medio de su relación con las culturas dominantes.

La cultura popular, formada por grupos marginados, grupos subalternos, presenta enfrentamientos de ideologías, discursos contrarios que se evidencian a través de las expresiones cotidianas que pueden representar una lucha cultural, muchas veces a través de lo grotesco, pintoresco, a través de las expresiones de la calle o a través de lo ritual; aunque no siempre estas manifestaciones serán manifestaciones de lucha, tendrán un apego hacia pertenecerse, hacia reconstruirse como una necesidad de *sobrevivencia creativa* que fluye sin ser planificada. Cada grupo humano es generador de cultura y es su respuesta a su condición social o económica.

La cultura popular tiene un origen construido desde los pueblos ancestrales, antes del colonialismo. Las culturas ancestrales en Ecuador están en concordancia con las culturas precolombinas de otros países andinos, como Bolivia y Perú. Culturalmente permanece como base la filosofía del *buen vivir*

o *sumak kawsay*,<sup>8</sup> que aún se refleja en pueblos indígenas. Otros aspectos como manifestaciones simbólicas que representan una cosmovisión se han despertado frente a investigaciones como el *Código de Wiraqocha*,<sup>9</sup> y otros estudios arqueológicos y antropológicos. Entonces, las culturas populares resultan ser la transmutación del origen, de la colonización y de la contemporaneidad, hoy con identidad reconfigurada, posiblemente indefinida.

## FOLCLORIZACIÓN

Existe una validación de lo popular por parte de la cultura intelectual llamada *puesta en escena de lo popular*, según García Canclini (1990), que identifica como postura folclorista. Este reconocimiento de la cultura popular quiere regresar al pasado inmóvil para convertirlo en *objeto* que está lejano de la realidad, de lo que verdaderamente constituye la cultura popular. «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» (Blache 1999, 25).

Según Juan Villoro: «América Latina puede ser vista desde Europa y Estados Unidos de América (EUA) como una reserva fascinante por su atraso, por preservar un mundo adánico, convulso y experimental, un laboratorio de las desmesuras» (2011, 20), se puede aducir que esa *fascinación* es el concepto de obligar a las culturas latinoamericanas a destacarse por ese concepto salvaje y subdesarrollado.

El folclor puede ser acogido por ciertos personajes superficiales, con el fin de convertirlo en objeto de venta, pero están lejanos de comprender su contenido sagrado y profundo. Los verdaderos actores se vuelven invisibles y en el caso de manifestaciones culturales como la elaboración de la artesanía, el propio artesano se pierde a sí mismo, sin comprender el valor simbólico de sus objetos.

8. Término kichwa que significa *buen vivir* que considera al ser humano un ser inserto en comunidad, que busca el equilibrio y desarrollo sustentable acorde con la naturaleza, siendo un componente integrado a ella.
9. Realizado por Zadir Milla Euribe, códigos comunes de los Andes milenarios, tiempos anteriores al dominio inca. El código de Wira Qocha, plantea al hombre como un ser simbólico que ha construido su cultura a través de códigos de carácter trascendente como el planteamiento de los tres mundos: *Hanan Pacha*, mundo de arriba; *Kay Pacha*, mundo de aquí; y *Uqu Pacha*, mundo de adentro. Wira Qocha es el concepto ordenador de la cosmovisión andina del Tawantinsuyu, es el sistema de leyes del universo andino, que se evidencia a través representaciones de arte y diseño. Se manifiesta la unidad y el pensamiento creativo andino que guarda a la vez misterios, creencias, mitos y realidades (Milla 2008).

Entonces la folclorización podría convertir a la cultura en un espectáculo, simplemente consumible, un objeto de fachada, vacío, desprovisto de argumentos, en el que se cuestiona el interés de la cultura hegemónica en rescatar los saberes ancestrales que pueden ser usados con fines consumistas.

## LA CULTURA DE MASAS, EL CONSUMO, LOS NUEVOS MITOS Y LOS SIMULACROS

Dentro de las teorías de la comunicación, se analizan los elementos que hacen funcionar la circulación de mensajes y la ciencia pragmática que tiene la finalidad de cuestionar el uso del lenguaje y comprender los contextos comunicativos que están estrechamente relacionados con los medios masivos. La Escuela de Frankfurt<sup>10</sup> sostenía que la cultura de masas se caracterizaba por el poder de las clases dominantes que ejercen un doble dominio: el ideológico, persuadiendo a la sociedad sobre el modelo social correcto; y el poder a través de los medios masivos desde el concepto industrial, al consumismo (Zecchetto 2002, 34).

Las culturas de masas se caracterizan por construir estratégicamente versiones de la realidad por medio del ocio y el esparcimiento; García Canclini (1995), afirma que el entretenimiento colabora con el poder, los espectadores son consumidores, se generan dos efectos: la manipulación y la alienación. Se podría resaltar aquí también la teoría de Gramsci (cit. en Zubieta 2000) que habla de la hegemonía como parte de la imposición de poder en el que las grandes masas las aceptan como un acuerdo implícito, una manipulación inadvertida y silenciosa.

Según Edgar Morin (cit. Guerrero 2002b, 69), «la cultura de masas es el resultado de un proceso similar al de la producción industrial masiva y seriada», considerando la *industria cultural* como producto del poder que ejercen los medios masivos que difunden las formas culturales dominantes. Para Stavenhagen no es una cultura de masas, «sino una cultura producida para las masas» (69) donde los dueños del poder roban los símbolos de la cultura subalterna y los deforman haciéndolos instrumentos útiles para promover el consumo. Los *mass media* y sus mensajes son «verdaderos amplificadores de los signos de estos tiempos» (70), al exaltar una falsa espectacularidad se construye una fábrica de nuevos sueños, ídolos, héroes, rituales y mitos.

10. «La Escuela de Frankfurt se originó en el Instituto de Investigaciones Sociales de esa ciudad alemana, y con sus publicaciones entró en el escenario en la década de 1930. Sus integrantes emigraron de Alemania con la llegada del nazismo al poder. [...] Sus principales pensadores son: Max Horkheimer (1895-1973), Adorno Theodor W. (1903-1969), Marcuse Herbert (1898-1979)» (cit. en Zecchetto 2002, 37).

Jorge Carvalho lo dice más radicalmente: (cit. en García Canclini 2001, 328): «Todas esas promesas de felicidad de la industria cultural [...] son básicamente la experiencia de lo transitorio: ayudan a las personas en una vida cada vez más acelerada y cambiante, como ocurre en la moderna urbe industrial, a liberarse del peso y de la responsabilidad de la memoria».

La cultura de masas intimida silenciosamente a la cultura popular, confunde identidades; hipnotiza mientras entretiene; genera necesidad de estatus, riqueza e imagen pudiendo complacerse solo bajo los mismos canales de ilusión; crea estereotipos que deben seguirse para alcanzar el éxito; homogeniza y estandariza hábitos, aniquila las diferencias de pensamiento; se soporta en el conflicto, en el dolor y en los sentimientos de otros, en el sensacionalismo, en el *fetichismo de la mercancía*,<sup>11</sup> la hermosa y falsa fachada que oculta procesos injustos y desigualdades sociales.

Echeverría afirma que para Latinoamérica por su condición económica, la propuesta capitalista ha sido inalcanzable, por eso solo queda «la propuesta barroca: exaltar el vacío, mantener la simulación» (cit. en Morello 2009, 434). En la cultura de masas se vive la *estética barroca* que fusiona los límites entre la ilusión y la realidad, comunicando que “el capitalismo es un soporte indispensable para la vida civilizada” (435).

Es evidente la manipulación a través del poder mediático y tecnológico; por un lado, lo que se plantea en la teoría de la *agenda setting*;<sup>12</sup> y por otro, la nueva sociedad dependiente de pantallas,<sup>13</sup> se incluye la situación del usuario contemporáneo respecto a las redes sociales en las que se evidencia del narcisismo<sup>14</sup> virtual.

El consumo «es una actividad de manipulación sistemática de signos» (Baudrillard 1990, 224), «los objetos en el consumismo se multiplican indefinidamente para llenar las *realidades ausentes*» o como dice Echeverría (1998),

11. Término dado por Karl Marx (*El Capital*, tomo I, capítulo I apartado 4: «El carácter fetichista de la mercancía y su secreto»). Se refiere a un fenómeno social y psicológico donde las mercancías tienen voluntad propia como objeto sagrado, como habla también Echeverría frente al fracaso del laicismo y los objetos de consumo convertidos en dioses (cit. en Morello 2009, 423 y 4).
12. «La teoría del establecimiento periodístico de temas de discusión, también conocida como *teoría de la agenda-setting*. La capacidad de los *mass media* para graduar la importancia de la información que se va a difundir [...] Del mismo modo, la decisión de qué temas incluir y excluir de la agenda, Más claramente, influye en la opinión pública y sus pensamientos, aquello que no está, nunca sucedió» (McCombs 1996, 17).
13. Sobre la sociedad de pantallas y su relación con el *gran hermano*, –término utilizado en la novela *1984*, de George Orwell–, sus dos formas de manipulación: una, a través del placer de la observación de la intimidad del otro; y, la otra, el control a través de los mensajes repetitivos.
14. Enriqueta Moreno, «El narcisismo del mito de Narciso a su realidad virtual en el siglo XXI», *Revista del psicoanálisis*. ejemplar dedicado a: *Psicoanálisis y perversiones*, 191-205. En <<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3095055>>.



su objetivo es perpetuar la escasez y la insatisfacción y de esa manera se satisface al *espíritu del capitalismo*. Este espíritu del capitalismo que pretende acudir al *laicismo*,<sup>15</sup> no lo logra pues necesita de «objetos sobrenaturales», «seres dotados de poder» (cit. en Morello 2009, 423 y 4) para no morir, es decir los objetos convertidos en dioses, en simulacros,<sup>16</sup> donde renacen nuevos rituales del consumo, como los nuevos mitos de la *tecnosfera*.<sup>17</sup>

«El mundo del consumo es un mundo de creencia y esperanza sobre los productos, objetos, cuerpos y bienes. Es un pensamiento mágico en el sentido en que el mito triunfa sobre lo racional, la creencia sobre el hecho, la ilusión sobre la verdad» (Baudrillard 2009, 115). Para Morin (cit. en Dieguez 2000), estos nuevos mitos son los *neomitos*. La postmodernidad borra los antiguos, que aunque algunos pueden permanecer en ciertas comunidades, se crean nuevas mitologías en torno a la urbe, nuevos *paradigmas vivos* (Dieguez 2000).

El mito<sup>18</sup> contemporáneo<sup>19</sup> o mito del consumo, es un mito que está por encima de la conciencia (Baudrillard 2009), en lo inexplicable, en el aumento de la superficialidad y extrema veneración a la tecnología,<sup>20</sup> un mito sin historia, *un signo flotante*, un mundo de simulacros. Esta dependencia de la sociedad de consumo, las masas imposibilitadas de verse a sí mismas, la identidad se evapora condensándose en otra, *líquida*,<sup>21</sup> o como «el mundo virtual<sup>22</sup> que no necesita

15. Reemplazar la idea de Dios por la política, donde la abundancia y la libertad fueran laicas para que dios ya no normara sobre el ser humano con la amenaza de perder el *cupo en el cielo*.
16. Aduciendo al concepto barroco de Echeverría, y los objetos de la simulación que habla Baudrillard (1990).
17. «Los nuevos lenguajes no están enmarcados solo por la semiósfera sino también por la *tecnósfera* [...] se asume un nuevo significado de la cultura con los nuevos símbolos de las experiencias mediáticas» (Zecchetto 2002, 36).
18. Según Barthes «el mito es un *sistema de comunicación*, un mensaje» (Barthes 1980, 199) el mito es considerado como el meta lenguaje, «o sistema que multiplica al lenguaje» (199).
19. Desde el punto de vista semiótico, el mito contemporáneo en «nuestra sociedad es el campo privilegiado de las significaciones míticas» (Barthes 1980, 232).
20. Es curioso, triste y cuestionable que en los hogares más humildes, se imponen con mayor poder y fuerza las pantallas de televisión HD, tan veneradas y trascendentes tal cual imágenes religiosas fusionadas en las paredes, objetos más valorados que sus mismos habitantes.
21. El término líquido es utilizado por Zygmunt Bauman en varias de sus obras refiriéndose a la inestabilidad, a la fragilidad y vulnerabilidad que desestabiliza a la sociedad en la actualidad, como en el caso de su libro, *Modernidad líquida*. «Surfeamos en las olas de una sociedad líquida siempre cambiante –incierta– y cada vez más imprevisible, es la decadencia del *estado del bienestar*» (Bauman 2003).
22. «Los avances tecnológicos auguran 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, *Imposturas intelectuales*, Barcelona, Paidós, 1999 (cit. en Baudrillard 2009, 115).

identidad, se transforma en cualquier cosa» (Baudrillard 2009, 90), «sin responsabilidad hacia el otro, se reduce al vínculo sin rostro» (Bauman 2003, 10).

¿Existe una salida?, ¿cuáles resultan ser nuestras identidades verdaderas frente a los nuevos mitos?, ¿qué hacer en el mundo donde, a toda costa, se busca la supervivencia? Estamos construyendo un mundo ambicioso, tan lleno de objetos e hiperconectado que lo hace más cercano a lo que considerábamos inalcanzable, pero nos aleja más de nosotros mismos.

## CULTURA URBANA

Según Foucault, la urbe «es un entramado microscópico de redes de vigilancia y poder» por donde también circulan «seres anónimos que construyen la cotidianidad» (cit. en Zubieta 2000, 91). En el centro, *la city*, el lugar de la actividad incansable «el abismo en que brota y comienza a realizarse la jerarquía del dominio» (Echeverría 1998, 153), mientras que afuera quedan los restos del pasado, dominados, desinstalados, los rurales, los otros.

La vida de la ciudad hace que cada persona controle sus instintos de anarquía para así adaptarse a la relación con los demás, la conveniencia<sup>23</sup> ocupa el lugar de la ley. «La ciudad es una metáfora viva entre el Estado y el capital» (Zubieta 2000, 92), lo popular se vuelve urbano porque se acomoda a las normas y leyes explícitas e implícitas de convivencia. Pero a través del concepto de barrio que despierta la cultura popular de la urbe, resurge el «arte de coexistir con los otros» (Monsiváis cit. en Zubieta 2000, 256). Se expone la interrelación entre la intimidad del hogar que es el *adentro*, con la vida de la ciudad, *el afuera*.

La urbe se caracteriza por su crecimiento demográfico, predominio tecnológico y publicitario, la veneración al consumo, la invisibilidad de los campesinos que migran, la diferencia social y económica reflejada en la arquitectura, los pobres urbanos lejanos de la conciencia de su identidad buscan su lugar a través de su ansiedad por consumir simulacros de productos,<sup>24</sup> las congestiones humanas, nuevos rituales de *shopping*, fútbol y *macdonalización*,<sup>25</sup> esa mezcla que caracteriza a una ciudad posmoderna y cosmopolita que trata de exaltar su progreso y esconder su pobreza. Para Echeverría: «El nuevo señor

23. Acuerdo colectivo para que la vida en común sea posible.

24. Constituye el *renacimiento del Kitsch* (Baudrillard 2009) en la cultura urbana, porque los mercados evolucionan y deben extralimitar su producción generando simulacros.

25. Concepto elaborado por G. Ritzer referente a la globalización (2006).

urbano confecciona el mundo a su medida y de inventarse una identidad, que es acorde con sus ambiciones» (1998, 153).

La ciudad se torna el lugar imprescindible para el ser *civilizado* pues en la posmodernidad, es la civilización (Echeverría 2001). La ciudad es el lugar armado geoméricamente (Zubieta 2000), vestida de códigos comunes que pretenden hablar el mismo lenguaje entre urbes, este es el lenguaje de la globalización. La ciudad es el laboratorio de la hibridación cultural donde mueren y despiertan trozos de identidad de algunos seres anónimos que se han permitido ser ellos mismos, sobreviven al tiempo y su velocidad a través de la cotidianidad; la cultura popular que no se desprende de las calles de la ciudad y lucha por sobrevivir.

## HACIA UNA RECONSTRUCCIÓN DE LA CULTURA LATINOAMERICANA

Latinoamérica, como economía no industrializada que ha pretendido emerger, ha sido afectada por la presión globalizadora, interconectada y capitalista; además de la apropiación desigual del consumo que genera una sociedad de nuevos patrones culturales. Estos cambios dan como resultado la cultura híbrida, como sostiene García Canclini en su obra *Culturas híbridas* (1990).

Visto como un espectador, la hibridación toma en cuenta lo lúdico y lo racional, el mito y la tecnología, lo tradicional y lo moderno considerando, además, la *desterritorialización* como parte de estas nuevas estructuras de la cultura, es decir, corresponde a las rupturas simbólicas en el contexto actual, y además, la ruptura de las divisiones entre la cultura élite (cultura), la cultura popular, la cultura de masas y las fronteras de distintas temporalidades históricas.

La reorganización de la cultura no es un proceso lineal. «Lo popular y lo culto, lo nacional y lo extranjero, aparecen solo como escenarios» (García Canclini 2001, 328), entonces las culturas híbridas son tan solo la zona de cambio con una visión transdisciplinaria, no solo bajo lo simbólico sino también bajo otras variables como las variables económicas, materiales y productivas que se reconstruyen, se mimetizan, se separan, se alteran.

Esta mezcla de los elementos (propios y extranjeros, tradicionales y modernos) produce una nueva dinámica postmodernista en Latinoamérica que lleva a cambiar el concepto de nación por *nomadismo*, cosmopolitismo abstracto que representa no de dónde es, sino de dónde viene y a dónde va (García Canclini 2009, 3). Este concepto de nomadismo es también marcado por la constante migración e inmigración en los países latinoamericanos, pues ya no coincide el territorio con lo nacional. El avance de la tecnología y la interconectividad permite traspasar las fronteras culturales generando comunidades

virtuales, pero convierten a muchos en extranjeros de su propia tierra, lo que da como consecuencia la resignificación de la identidad.

Impulsados a transformar las amenazas en oportunidades y sobrevivir en las estructuras económicas desiguales, los latinoamericanos están obligados a innovar, reestructurando los conceptos opuestos; es decir que la inequidad se puede convertir en un factor motivante, unido a la necesidad de supervivencia de las subculturas, muchas veces reivindicándose con el pasado, con las tradiciones vernáculas o ancestrales como parte de los imaginarios nacionalistas.<sup>26</sup>

La hibridación o el *mestizaje* (Echeverría 1998) desean apropiarse de la identidad del otro como necesidad de expansionismo o notoriedad en su círculo de convivencia. Y las constantes inmigraciones, que pueden ser solo subjetivas, provocan una nueva necesidad de apropiación que se vuelve contraria desde la nostalgia hasta el encuentro consigo mismo y gracias a ese punto de cuestionamiento, nace el deseo imperante de redefinirse. Para efecto de este estudio se analizan las nuevas realidades para convertirlas en oportunidades, se busca construir y fortalecer la identidad como factor importante para el desarrollo sustentable.

## IDENTIDAD CULTURAL

El concepto de identidad es un concepto polisémico y se analizó por primera vez en los años 50 en los EUA, cuando investigadores trataban la problemática de la integración social de los inmigrantes al definir las causas que determinaban su comportamiento (Cucho 1999).

Las costumbres, los entornos y otros aspectos de la cultura, no siempre forman parte de la identidad. La identidad corresponde a un aspecto de *territorialidad simbólica*, a un sentido subjetivo de pertenencia. Para entender el concepto, se puede hablar de lo opuesto, sentirse *extranjero* dentro de su propia tierra, como dice Grimson en el texto *Extranjeros en la antropología y la comunicación* (cit. en García Canclini 2009, 13).

Para comprender a la identidad se debe ver la relación con la cultura, pues se puede vivir en ella, pero no sentirse perteneciente a ella. Todorov sostiene que «siempre existe la posibilidad de rechazar las determinaciones de nuestra propia cultura, pero lo cierto es que la mayor parte de los seres humanos más que con esas determinaciones, viven dentro de ellas» (cit. en García

26. Se da un ejemplo, considerando la realidad de las tecnologías de la información, el artista popular que antes era ignorado por la élite ahora puede visibilizarse, construyendo nuevas dimensiones culturales que toman fuerza y sobrepasan los límites populares (García Canclini 2009).

Canclini 2009, 14). La identidad es «inclusión y exclusión al mismo tiempo» (Cuche 1999, 108).

Es difícil delimitar los conceptos entre cultura e identidad, es preferible hablar de configuraciones culturales más que de culturas y de categorías de identificación más que de identidades, Grimson (2009, 27). Estas configuraciones culturales nacen de una segmentación social como: nivel económico, edad, género, educación, sector de vivienda, donde existe una condición como miembro de un grupo que excluye a otros; y las categorías de identificación se construyen de forma más compleja como una manifestación relacional.

Frederik Barth (1969), pionero en exponer esta concepción *relacional*, se diferencia de las posiciones: *objetivistas*, que se dan a la identidad como una herencia social, y *subjetivistas*, que corresponden a una apreciación interior y personal; esta concepción se basa en la mediación de los dos conceptos considerando lo social y lo individual (Cuche 1999).

Pierre Bourdieu (cit. en Cuche 1999), desde el punto de vista relacional en su *teoría de los campos*, argumenta que la vida se desarrolla en diferentes campos como el político, económico, científico, etc. y la escala o jerarquía en cada uno de ellos, se obtiene con conquistar la mayor cantidad del *capital* en cada escala común y así se desarrolla un *habitus*<sup>27</sup> diferente. El *habitus* «funciona como la materialización de la memoria colectiva que reproduce en los sucesores, lo que adquirió de los antecesores» (104), esto sucede cuando las estructuras sociales se interiorizan y se convierten en una estructura individual.

La teoría relacional corresponde a una construcción de la identidad individual desde lo social. Se puede explicar, entonces, la razón de las similitudes no así, las diferencias, esto corresponde a pertenecer y no pertenecer; como la inclusión y la exclusión de la que habla Martínez Ulloa (2003), y solo desde el punto comparativo, sobre la existencia del otro y lo ajeno, se puede lograr el reconocimiento de la propia identidad.

Cuando se habla de identidad no se puede afirmar que es la esencia física o simplemente algo heredado, pues es un proceso en constante construcción en relación con los otros y consigo mismo. Es cierto que el ser humano nace en un grupo social determinado; pero a medida que la persona crece, estructura su espacio social e individual, tiene necesidades personales, cuestionamientos,

27. Bourdieu, cuando se refiere a cultura desde la antropología recurre al término *habitus*. Que «son sistemas de disposiciones duraderas y trasmisibles, estructuras estructuradas predispuestas a funcionar como estructuras estructurantes, es decir, en tanto los principios generadores y organizadores de prácticas y de representaciones que pueden ser objetivamente adaptadas a su objetivo sin suponer una meta consciente de fines y el dominio expreso de las operaciones necesarias para alcanzarlos» (cit. en Cuche 1999, 88).

validaciones y hasta busca conveniencias; se identifica con otros o se excluye, se autodefine, consciente o no, desde un sentir profundo y subjetivo.

Para Echeverría (1998), es aún más complejo, pues la identidad o mismidad está anclada a los conflictos del mismo sujeto que se encuentran al vaivén de la misma modernidad con sus fracasos y transformaciones que no terminan por definirse. La identidad solo puede ser, si ella misma es un proceso dinámico, «que al llevarla de una sustancialización a una resustancialización, se obliga a atravesar por el riesgo de perderse a sí misma, enfrentándola con la novedad de la situación y llevándola a competir con otras identidades recurrentes» (137) y deberá seguir siendo la misma. Para reconstruir la identidad latinoamericana se debe partir del reconocimiento del mestizaje que enfrenta su pasado y su futuro.

Según Huanacuni: «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 eso forma parte principalmente del despertar de la cosmovisión ancestral.

A través del deseo explícito u oculto de construir una determinada identidad podría llegarse a modificar una cultura e inclusive hacer que se desvanezca; es decir el deseo colectivo por obtener una identidad puede transformar una cultura. Aquí se enfrentan: la capacidad de convencimiento que tienen los poderes (políticos, sociales, económicos) frente a la capacidad crítica y la autodefinición individual que se resiste a ser alterada o alienada. La identidad es lo que hace a una persona ser única entre las demás y al mismo tiempo, es el sentir de pertenencia y el reconocimiento a un determinado lugar o grupo social. Las unidades de identidad personal que resultan comunes constituyen la identidad cultural.

## IDENTIDAD NACIONAL

En el documento *Políticas para una revolución cultural del Ministerio de Cultura* (Sylva 2011), se sostiene que el Ecuador ha sufrido una crisis simbólica que ha obstaculizado la construcción de su identidad nacional. La herencia colonial; el escaso y ambiguo conocimiento y reconocimiento histórico propio y ancestral; el racismo impuesto por el colonialismo que históricamente excluye al indio y al afrodescendiente considerados como el *otro*; la influencia del primer mundo y el capitalismo dependiente; el peso del catolicismo; la dominación de las élites de la sociedad; la supremacía masculina, y el crecimiento de los imaginarios destructivos han anulado la autoestima.

Otros aspectos que han promovido la desintegración nacional y el carácter unitario del Estado son: el regionalismo, la ruptura del vínculo del ser humano con la naturaleza, el no reconocimiento de la interculturalidad como un tipo de Estado de diversidad etnocultural; las divisiones entre lo urbano y rural, la división de ciudades grandes y pequeñas, sus altos contrastes y la falta de hegemonía estatal orientada a la cohesión de identidad.

La creación de *Políticas para una revolución cultural*, se sustenta en la Constitución, en los art. del 56-60, que aclaran los derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades, y se refieren al reconocimiento de la diversidad cultural del país.<sup>28</sup> El deseo de nueva identidad corresponde a un rico «proceso de multiplicación de identidades» (Sylva, Oviedo y Moncada 2011, 37), y un nuevo reconocimiento de la cultura ecuatoriana como cultura megadiversa. Las apropiaciones por nuevos cruces de patrones de etnia, clase género, edad, estilos de vida generan la riqueza cultural de la sociedad ecuatoriana sobre un carácter de transición.

Es decir, la identidad no es impuesta, la identidad debe corresponder a la búsqueda de sí mismo dentro de la diversidad en un territorio físico y emocional a través del conocimiento ancestral ecuatoriano y latinoamericano; la conciencia del desarrollo político, económico y social a lo largo de la historia; el análisis crítico de la contemporaneidad; la comprensión de la memoria colectiva y las vivencias afectivas. A partir de estas ideas se puede construir reflexivamente una identidad siendo la base del desarrollo sustentable.

28. Ecuador, *Constitución de la República del Ecuador*, 2008, el inc. 1 del art. 56, menciona la necesidad de: «mantener, desarrollar y fortalecer libremente su identidad, sentido de pertenencia, tradiciones ancestrales y formas de organización social» (*Constitución de la República del Ecuador* 2008).

## CAPÍTULO II

# El desarrollo sustentable, la artesanía y el diseño

*Entre el tiempo sin tiempo del museo y el tiempo acelerado de la técnica, la artesanía es el latido del tiempo humano. Es un objeto útil pero que también es hermoso; un objeto que dura pero que se acaba y se resigna a acabarse [...]. La artesanía nos enseña a morir y así nos enseña a vivir.*

Octavio Paz (1988, 130)

### SUSTENTABILIDAD, FRENTE AL MITO DEL CRECIMIENTO

El paradigma del crecimiento se refiere a las cifras económicas, en cuanto la capacidad de endeudamiento y el aumento del consumo, pero ¿sí se consume más, por qué no existe mayor bienestar? *La revolución del bienestar* (Baudrillard 2009, 40), parte de un principio democrático que es heredado de cualquier revolución que plantea la igualdad de los seres humanos, sus capacidades, responsabilidades y oportunidades. Esta igualdad concreta, ante signos evidentes, busca la felicidad. Pero el sistema y el mito del crecimiento se enmarcan en estructuras desequilibradas donde existe la reproducción de la riqueza y al mismo tiempo, la reproducción de la pobreza.

La felicidad no se construye con el crecimiento económico, aunque los conceptos de desarrollo humano estén basados en él, esto pues es parte del pensamiento neoliberal, que asume que, mágicamente, el progreso económico ayudará a la mejora social; además la competencia que permite el libre mercado, dentro de los conceptos capitalistas, marca más fuertemente las desigualdades. El argumento del neoliberalismo, que habla del progreso y la libertad, se basa en la acumulación desigual de capital, la explotación, la inconformidad y la fragmentación social.

Aún más grave, dentro de los conceptos del capitalismo en nombre del *desarrollo sustentable*<sup>29</sup> se muestran contradicciones que se convierten en

29. Utilizado por primera vez en 1987 en la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y Desarrollo, conocida como Comisión Brundtland, lo define como «aquél que puede lograr sa-



oportunismos, como la *instrumentalización de la naturaleza* (Dávalos 2009), la falta del manejo ético, el concepto errado de modernización, encaminado a posturas egoístas y de poder.

## VIDA PLENA Y EL DESARROLLO SUSTENTABLE

Como respuesta al agotamiento del sistema del capitalismo, se despierta la cosmovisión ancestral del *sumak kawsay*<sup>30</sup> o vida plena, «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), sobre una forma de vida ética, que ahora se convierte también en una forma política frente al ahogo neoliberal.

Pero es necesario que el concepto de *sumak kawsay* tampoco se convierta en un instrumento de poder, vinculado a un simulacro de socialismo dentro de la posmodernidad. Se debe pues redefinir el significado de poder dentro del desarrollo y pensar en la *plurinacionalidad*,<sup>31</sup> el *sumak kawsay* no puede ser usado ni impuesto, debe ser interiorizado como base filosófica sobre el actuar responsable de todos los involucrados dentro del reconocimiento de la diversidad. Así se manifiesta, el *etnodesarrollo*,<sup>32</sup> como oposición al etnocentrismo colonialista que sigue arrasando con el valor de las etnias propias y como consecuencia, ha marginado, ha afectado a la libertad y la calidad de vida, ocasionando la destrucción cultural, provocando, además, confusión identitaria reduciendo el autoestima.

El desarrollo sustentable constituye el desarrollo solidario, donde los beneficiarios son los mismos poseedores de necesidades y son los protagonistas que generan respuestas a la comunidad futura. Se relaciona, pues, con los desarrollos locales como un «contrapoder popular» (Girardi 1999, 64) con

tisfacer las necesidades y las aspiraciones del presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades y aspiraciones» (cit. en Ministerio de Industrias y Productividad –MIPRO– e Instituto Iberoamericano del Patrimonio Natural y Cultural –IPANC– 2011, 47). Posteriormente se consideraron las “dimensiones sociales y económicas con la conservación y gestión de los recursos como el fortalecimiento de grupos principales, a nivel de etnias, género, etc. dirigiendo el concepto de sostenible a sustentable.

30. Se basa en un nuevo enfoque como parte del discurso político indígena especialmente del Ecuador y Bolivia (Dávalos 2009).

31. Como aceptación de las alteridades radicales en un Estado Plurinacional (Dávalos 2009).

32. En oposición al etnocentrismo europeo que en el colonialismo arrasó con el valor de las etnias propias afectando a la libertad, calidad de vida y destrucción cultural, afectando a la identidad. Nace por la idea primera de que los artesanos no son pobres, deben valorarse a sí mismos.

ética y autonomía, con «perspectiva de una alternativa global» (70). Entonces sobre una prospectiva, las bases para proyectar una nueva filosofía de civilización no es aislarse de la mundialización ni alejarse de los mercados, sino que consiste en un proceso solidario, consciente que debe competir a través de la ética y la equidad.

El desarrollo sustentable busca ser un «proyecto alternativo macroeconómico» (74), que se enriquece de principios filosóficos indígenas como es el *sumak kawsay*, y se construye con la multiplicación de las iniciativas locales que favorecen a la descentralización y la «democracia comunitaria» (Universidad de Guadalajara 1999, 130). A esto se le suma el concepto de la *glocalización* (Robertson 2003) que corresponde a actuar de forma local con pensamiento global para el desarrollo territorial, unido al fortalecimiento de la identidad.

«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), esta es la relación que existe entre *vida plena* y el desarrollo sustentable, con el concepto *ayllu*<sup>33</sup> correspondiente al nivel de conciencia superior acerca de la vida, la relación y la interdependencia que abarcan todas las dimensiones del ser humano.

## COMPETITIVIDAD Y EL DESARROLLO SUSTENTABLE

Después de haber analizado los temas anteriores, se cuestiona el concepto de la *competitividad* como paradoja y contradicción: entre la necesidad imperante por sobrevivir en un mundo de libre mercado, y la deshumanización dentro del contexto del consumo, para así replantear propuestas coherentes. Sobre los conceptos de competencia, en este caso se puede relacionar el concepto de *ventaja competitiva* planteado por Porter (1985), no en el ámbito de empresa multinacional sino en el de sector o territorio.

En este contexto la ventaja competitiva tiene dos fuentes: una enfocada a los costes, es decir, precio bajo en el mercado considerando bajos costes de producción para un producto aceptable y, la otra, enfocada a la diferenciación; es decir que el servicio o producto, posee una característica que no puede ser imitada por la competencia y esto hace que los consumidores tengan una apreciación mayor de valor y también puedan pagar más por esta característica diferenciadora. Estas dos fuentes se convierten en estrategias añadiendo el *en-*

33. Es un término aymara que se traduce como *unidad y estructura de vida* (Huanacuni 2010, 35).

*foque*, la dirección de los esfuerzos hacia el grupo objetivo. Las estrategias, en el actual modelo económico, necesitan acaparar mercados y a toda costa luchar por ser el primero sobre los demás.<sup>34</sup>

En esta lucha a muerte del mercado en economías capitalistas, aparece otro tipo de estrategias como la estrategia del *Océano Azul* (Kim y Mauborgne 2005), un concepto que obliga a pensar, no en la competencia a la que los autores llaman el océano rojo, sino en una estrategia diferente, la del *océano azul* que se genera a partir de la innovación en valor.<sup>35</sup>

La ventaja competitiva o innovación en valor, de forma aislada, no funcionan para alcanzar un desarrollo sustentable; por esta razón se debe manejar otros conceptos en interacción como la participación de involucrados en un territorio o un sector productivo llamado *cluster* (Porter 1991) que se origina de los «distritos industriales» (Marshall 1957), como parte del planteamiento de *desarrollo territorial* que debe partir desde las bases. La interacción dentro del *cluster* debe integrar a varios actores como son el sector privado, el sector público y grupos organizados como comunidades, siendo estos el motor de una interacción positiva.

Significa que el desarrollo sustentable es posible si se piensa en el desarrollo territorial, y el concepto de competencia de mercado involucra más allá de la innovación y creación de ventaja competitiva, la idea enfocada al mercado se torna pequeña frente a una nueva alternativa macroeconómica, sobre el concepto *sumak kawsay*, de respeto, armonía, cooperativismo y asociatividad que permite a los artesanos verse como una unidad dentro de un proyecto de desarrollo sustentable.

## LA ARTESANÍA Y SU REPRESENTACIÓN HUMANA Y CULTURAL

### La artesanía

La artesanía es el objeto que va más allá del objeto *hecho a mano*, más que el conjunto de técnicas y más que un medio de supervivencia. La artesanía es el objeto «útil y bello» (Malo 2008) que además de ser una forma de vida, es el compendio de conocimientos tradicionales aprendidos entre generaciones, que se convierte en soporte simbólico de valores, creencias, actitudes y responde a las necesidades de las comunidades que representan identidades.

34. El más fuerte se come al débil.

35. Siendo un concepto evolutivo sobre la ventaja competitiva basada en la diferenciación, pero al mismo tiempo en la disminución de costes, cambiando el enfoque hacia los no clientes. (Kim y Mauborgne 2005).

## La artesanía como parte del patrimonio cultural

La UNESCO define al patrimonio cultural como: «El conjunto de bienes que caracterizan la creatividad de un pueblo y que distinguen las sociedades o grupos sociales unos de otros, dándoles su sentido de identidad, sean estos heredados o de producción reciente»<sup>36</sup> (UNESCO cit. en Instituto Coordinador de Patrimonio 2011). Pueden estimarse bienes materiales, inmateriales y de la naturaleza, que corresponden a la herencia cultural, a la fuente de conocimientos históricos, a la memoria colectiva, con el objetivo de forjar la sociedad presente y futura.

Las técnicas artesanales tradicionales corresponden a lo material del patrimonio inmaterial, se manifiestan a través de los objetos artesanales que representan un papel importante en la preservación del patrimonio, pues ellos reflejan creencias, rituales, y costumbres, y tienen valores: formal, de uso, histórico, estético, económico y valor simbólico que fundamenta la cosmovisión de los pueblos.

Las técnicas artesanales tradicionales que constan en las listas del Patrimonio Inmaterial (Instituto de Patrimonio Cultural 2010) son: alfarería, cestería, cerrajería, cestería, ebanistería, herrería, hojalatería, instrumentos musicales de viento, instrumentos musicales de percusión, orfebrería, peletería, indumentaria cotidiana artesanías en semillas, mazapán, pirotecnia, talabartería, imaginería, textilera y otros.

Las artesanías como materialidad entendida en el saber hacer (Instituto Coordinador de Patrimonio 2011) son bienes inmateriales culturales que se heredan a las nuevas generaciones.

## División de las artesanías

El estudio *Propuesta para el posicionamiento de la artesanía patrimonial del Ecuador: Informe final* (MIPRO e IPANC 2011), clasifica a las artesanías de la siguiente manera:

Artesanía indígena, corresponde a la manifestación tangible de la cultura de las comunidades étnicas que han logrado mantenerse al margen del colonialismo, en un inicio, y ahora de la globalización. «Son bienes útiles, rituales y estéticos» (Artesanías de Colombia 2013) que satisfacen las necesidades de

36. Esta definición que consta en la Convención Mundial sobre la Protección del Patrimonio Cultural y Natural de 1972, fue ratificada por 186 Estados del mundo y es el concepto de patrimonio cultural más difundido y ampliamente aceptado.

la comunidad, utilizan la materia prima de su entorno y el conocimiento de la técnica artesanal que es transmitida de generación en generación.

Artesanía tradicional popular, estas artesanías son realizadas por comunidades o por un determinado pueblo, han surgido a través del colonialismo y se manifiestan en las comunidades mestizas y afroamericanas, que han sido influenciadas por Europa y África. Sus conocimientos son heredados, donde existe también la fusión con las materias primas propias, también conocidas como rurales. Estas artesanías, en un inicio, fueron elaboradas para solventar las necesidades de los artesanos, ya sea como objetos utilitarios de uso doméstico, herramientas para el trabajo y la labranza; vestimentas, adornos u otros objetos para rituales o fiestas populares. Debido a la práctica del trueque, se realizaban excedentes de artesanías para obtener otros productos que eran necesarios. Con la llegada del colonialismo y su obligatoriedad de asistir a los ritos religiosos cristianos, los campesinos llegaban a la población más cercana para asistir a la misa dominical; entonces se crearon los fines de semana las ferias y mercados para intercambiar productos.

Actualmente los campesinos compran y venden lo que necesitan; llevan también sus artesanías como medio de subsistencia, para luego ser vendidas muchas veces a los comercializadores, como es el caso de los sombreros de paja toquilla, que luego son revendidos ya sea en ferias de las ciudades como Quito, o a las casas exportadoras (Malo, 2008).

Artesanía contemporánea o neoartesanía, son las artesanías que están influenciadas por la globalización, la tecnología y la cultura urbana. También se la conoce como *artesanía posindustrial*, *artesanía contemporánea* (Carrera 2012) esta artesanía nace de un proceso formal que se inclina hacia la utilización de tecnología sin perder su esencia artesanal. Basada en principios estéticos, académicos y universales concentrándose en la calidad y el diseño.

Es posible tener otros tipos de divisiones,<sup>37</sup> pero más allá de la forma en que puedan clasificarse, las artesanías surgen de la cultura, como el reflejo, como significado que se extiende hacia varias dimensiones como seres que poseen vida e historia y estas son las artesanías *patrimoniales*.

37. Existen otros conceptos como son las artesanías efímeras (Malo 2008), como los juegos pirotécnicos o los ramos del domingo de Ramos, que tienen una vida corta. Y a partir de la división de la artesanía propuesta por Barroso (cit. en Carrera 2012), se realiza un análisis respecto a la producción, el contenido cultural y los nichos de mercado. También de acuerdo a su función pueden ser decorativas, utilitarias o simbólicas. «Conjuntamente el Ministerio de Cultura con el CIDAP, proponen otro tipo de artesanías como la artesanía artífice que sería la constructora de patrimonio, la artesanía urbana diferente a la neoartesanía, se consideraría como experimental y otra que queda en cuestionamiento que es la artesanía elaborada de productos reciclados, que por su alto nivel creativo y su gran número de propuestas, no se la puede colocar simplemente como manualidad» (Vallejo, entrevista, 2013).

## LA ARTESANÍA, EL PRODUCTO INDUSTRIAL Y SUS CONSTRUCCIONES SIMBÓLICAS EN LA CULTURA

Bronislaw Malinowski, antropólogo polaco, desde una visión funcionalista, explica que «todas las necesidades fisiológicas y espirituales se satisfacen por medio de artefactos» (cit. en Echeverría 2001). Y corresponden a lo más tangible de cada cultura, y cada uno de estos objetos involucra conocimiento, tanto en su creación como en su uso, y se vinculan a un sistema de valores espirituales, económicos y morales. Así que tienen la misma importancia la costumbre y el artefacto, se reproducen recíprocamente, y determinan la existencia de la cultura.

La historia de los objetos nace desde que el ser humano debió resolver problemas básicos relacionados con su supervivencia como la alimentación: desarrollaba herramientas de caza, contenedores de agua, etc., y al mismo tiempo trataba de adaptarse y defenderse frente a un medio en el que él se vio en desventaja (Salinas 2001). Tuvo que crear un diálogo y se conectó con la tierra y con el cosmos, fue generando significados espirituales a los objetos y los objetos se cargaron de significado por quienes los elaboraban. Después se creyó más fuerte que su entorno y con su afán de dominarlo y dominar a otros, decidió explotarlo. Con el nacimiento de la industrialización y la producción masiva, olvidó la importancia de las relaciones entre naturaleza, comunidad y seres humanos desprendiéndose de la riqueza simbólica del objeto.

Según Baudrillard, «el objeto actual se ahoga en la funcionalidad y se muere por falta de significación, porque lo que le falta al hombre es significado» (1990, 94). Pero por más que el objeto se vea vacío los objetos siempre comunican una condición, así sea simplicidad, pobreza, desigualdad, poder o estatus, aquí se generan los mitos del consumo aplicado a los objetos (Baudrillard 1990). La industrialización se enfoca en la producción en serie de productos a bajo costo, al consumo masivo, a los volúmenes de venta, pero cuando la competitividad desenfrenada se convierte en el factor de riesgo para las grandes industrias, los mitos y símbolos deben manipularse para así volver a los objetos necesarios de ser poseídos.

El ser humano en la modernidad se hunde en el objeto, y los objetos son los que le dan sustento de lo que es dentro de una sociedad y están ellos por sobre el ser humano. El objeto como tal puede tener una falsa funcionalidad; como dice Baudrillard (1990, XLIII), «el producto no viene dado por su uso técnico sino por su *no* disonancia con el orden simbólico general»; esto se refleja, por ejemplo, en el renacimiento *kitsch* de las culturas urbanas, el simulacro de lo que no es, pero que quiere ser y que para ser consumidos deben tener una vida corta, deben ser nuevamente deseados y consumidos para luego ser desechados y reemplazados, casi como el ser que se convierte en esos mismos objetos. Bajo esta condición la persona se vuelve obsesiva por el objeto porque

se ha olvidado de quién es ella; así se evidencia la deshumanización<sup>38</sup> por la degradación del modernismo, el espíritu del nuevo mito, el nuevo *dios consumo*.

La artesanía como el objeto antiguo «nos acerca a la divinidad, a la naturaleza de los orígenes [...] es como el embrión, la célula madre» (Baudrillard 1990, 93) Es un objeto vivo que evoluciona, muere, pero queda en la memoria. La artesanía, sobre su contenido simbólico es una forma de vida, una práctica de la sabiduría ancestral en conexión con la tierra y el cosmos, un reflejo del hacer, del crear y recrear la realidad.

Es el arte en la expresión, funcionalidad y significado, es la manifestación creativa entre un mundo espiritual y físico, es visibilizar lo invisible; desde el pensamiento y el sentir más profundo, es la creación en comunidad. A través de la artesanía se multiplican los vínculos y relaciones conectándose con otros significados, y así se van configurando otros *mitos* en los que el ser humano, su comunidad, la naturaleza, su historia, su espíritu y sus afectos, son más importantes.

## LA ARTESANÍA, EL CAMINO PARA EL DESARROLLO SUSTENTABLE

De la forma en que la artesanía es estigmatizada como un *souvenir*, a los artesanos se los estigmatiza como: campesinos, individuos pertenecientes a la *base de la pirámide*, que luchan por su subsistencia en su cosmovisión de atraso y poca educación; otros, como indígenas o minorías étnicas (que desde su nombre ya son discriminados). Pues es imposible considerarlos como generadores de crecimiento: ¿cómo ser un país desarrollado vendiendo recuerditos?

Desde el concepto *desarrollista*<sup>39</sup> se los excluye del sistema monstruoso de producción internacional, pues son incapaces de competir en el mar de los grandes tiburones con líneas productivas gigantes y tecnología mega desarrollada.<sup>40</sup> Ecuador, desde su propio análisis, desde su identidad, desde su naturaleza, está bajo otras circunstancias ajenas a esa realidad.

La concepción real se debe enfocar en nuevas conciencias que estén vinculadas al ser humano, a la naturaleza, a la comunidad, al concepto *sumak kawsay*. Y considerando lo anteriormente dicho, los artesanos y la artesanía como

38. El exceso del consumo tecnológico se basa en la obsolescencia programada, el uso y el desecho, el exceso de producción de objetos tecnológicos, el ser humano produce y produce pero no existe y los objetos desechados se multiplican deteriorando el planeta.

39. Basado en indicadores económicos (Benítez 2009, 3).

40. Si nuestras industrias ecuatorianas no lo logran, menos aún nuestros artesanos.

forma de vida, se convierten en articuladores y en la esencia del desarrollo sustentable que se mueven transversalmente en las siguientes dimensiones:

### **Económica y productiva**

Tiene su base en el desarrollo económico promovido por células productivas, que juntas generan redes; igualmente, en la *Economía Social Solidaria*<sup>41</sup> que corresponde a una economía alternativa con prácticas igualitarias y autogestionarias. Se sustenta sobre lo *glocal*, la autogeneración de empleo, constituyendo nuevas cadenas productivas conjuntamente con otros sectores como el comercio y el turismo, aportando así a los índices PIB.

### **Social**

No solo se refiere a la calidad de vida de los artesanos productores, sino que, por el propio sistema, la artesanía «promueve formas de organización social basadas en la asociación y el cooperativismo» (Benítez 2009, 7), repercute en el mejoramiento integral de las comunidades. También se basa en conceptos de equidad. Esto significa cambiar la estructura vertical, se humanizan los procesos y se aplica la *democracia comunitaria* en las estructuras de organizacionales, de esta manera se elimina el concepto de que el artesano es mano de obra.

### **Ambiental**

La artesanía debido a su ritmo productivo, no masivo, va acorde a los ritmos de los sistemas ecológicos, sistemas circulares. El hecho de no poseer procesos industriales, permite el respiro del mundo y su entorno, en armonía con la *madre tierra* y en el distanciamiento del antropocentrismo, se trabaja sobre los principios de respeto al planeta y la prospectiva de las nuevas generaciones.

### **Cultural y espiritual**

Desde el carácter simbólico de la cultura; la preservación de los conocimientos considerados como riqueza; la conexión de las necesidades sociales,

41. Bajo este principio se ha creado en Ecuador la *Ley de Economía Popular y Solidaria*.



emocionales y afectivas; también el reconocimiento de la diversidad y la pluriculturalidad, permiten el etnodesarrollo que fortalece los valores identitarios.<sup>42</sup>

Los sistemas de desarrollo artesanal van acordes al desarrollo sustentable, permiten un equilibrio entre el ser humano, la naturaleza, la producción, la cultura y la sociedad. Sobre la consciencia de mantener la artesanía viva como parte importante para el desarrollo es necesario considerar que debe adaptarse a los vertiginosos cambios de la globalización y la modernidad.

## EL DIÁLOGO ENTRE LA ARTESANÍA Y EL DISEÑO

El artesano es un creador innato que se desarrolla en su comunidad y lo que realiza lo hace a partir de sus necesidades y su cultura, formado empíricamente, con su atención y experiencia en el manejo de materiales y procedimientos que ha aprendido de generaciones anteriores.

El diseñador nace con la industria y su creatividad se enmarca en la resolución de problemas con base en objetivos, entra en los procesos, considera la eficiencia de los recursos. Parte de la necesidad y la demanda del consumidor, da prioridad a la funcionalidad y al aspecto emocional solo si posee un argumento. A través de la conceptualización el diseñador designa jerarquías de acuerdo a los objetivos planteados, maneja métodos de creación y tecnologías, analiza la respuesta y se involucra en las necesidades del otro para satisfacerlas a través del objeto o la imagen (Acha 1997). En este proyecto de investigación se plantea la fusión del artesano y el diseñador para alcanzar objetivos de desarrollo sustentable, en el que ambos pueden unir fuerzas y reactivar la artesanía local.

## EL DISEÑO COMO PARTE DE LA CONSTRUCCIÓN DEL DESARROLLO SUSTENTABLE

El filósofo en diseño, Víctor Papanek, en su libro, *Diseñar para el mundo real: Ecología humana y cambio social* (1977), sostiene que el diseño debe estar comprometido a defender la ecología y la sociedad, además debe comprometerse con el mantenimiento de las estructuras comunitarias y culturales.

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

Se puede hablar de diseños inclusivos para las poblaciones vulnerables, el diseño accesible, incluyente dentro de la misma adversidad. El diseño no debe propiciar la violencia, el engaño, la manipulación ni la desigualdad.

El diseño debe cuestionar su objetivo inicial: la producción en serie y el consumismo, que puede afectar a la desigualdad social, la discriminación y la inequidad. De esta manera, constituye una herramienta poderosa que debe ser utilizada de forma consciente.

El diseñador responsable se basa en el respeto al ser humano, a la sociedad diversa; a vivir los procesos de los problemas sociales, ambientales y ayudar a su solución; a reforzar el sentido de identidad; a aprender a ver el mundo desde la perspectiva del otro para traducir sus códigos, y ser verdaderos intérpretes de significados adaptándose a las necesidades de su entorno.



## CAPÍTULO III

# **Análisis de las artesanías ecuatorianas, del sector, su situación coyuntural y competitividad en los mercados**

### BREVE ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA, EL DISEÑO Y LA ARTESANÍA EN ECUADOR

Antes de los años 60, Ecuador era un país artesanal, la artesanía sobresalía en las actividades productivas (Naranjo 2007). Con el *boom petrolero* nació la idea de la industrialización y el desarrollo económico del país. Esta situación impulsó a los campesinos artesanos a migrar a las ciudades en busca de mejores oportunidades, pero como consecuencia, la población creció en las urbes aumentando los cinturones de pobreza. Esta situación migratoria afectó a las actividades artesanales, reduciendo las labores artesanales y su capacidad de generar productos a mano, además que se presentó otro fenómeno, el descenso de la producción agrícola (Uquillas 2007).

Hubo grandes expectativas frente a la nueva situación del país, donde se pensó que el Ecuador entraría en una nueva etapa de crecimiento. Por esta razón, se vio la necesidad de preparar diseñadores para esta nueva industria; entonces para el año de 1984 se inauguró la primera escuela de diseño industrial en el país, la Universidad Católica, sede Ibarra (Carrera 2012). El sueño del país de ser industrializado, a causa de los ingresos del petróleo y el aumento del PIB, se convirtió en lo contrario: un país importador, con poca industria y escasa producción nacional (incluyendo la agricultura). Estos factores afectaron a la identidad nacional y a la credibilidad del ecuatoriano en su propio país.

Entonces el diseño, según Carrera, que había dado sus primeros pasos tuvo que frenar. La *desindustrialización*<sup>43</sup> estancó el campo de acción de los diseñadores y se convirtió en una profesión ajena a la realidad del país donde el crecimiento de la industria no era paralela a la cantidad de profesionales. Muchos artesanos campesinos se convirtieron en obreros, hicieron su vida en las ciudades, afectando a la disminución de producción artesanal.

43. Crisis industrial que afecta al PIB (Uquillas 2007).

## LOS ARTESANOS Y EL FUNCIONAMIENTO DEL SECTOR ARTESANAL ECUATORIANO

### La artesanía ecuatoriana

Ecuador se caracteriza por su gran diversidad y riqueza étnica, cultural y natural y las artesanías se nutren con las materias primas de la naturaleza y los conocimientos de cada comunidad, que aportan con mayor riqueza y variedad: las culturas indígenas y las afroecuatorianas (MIPRO e IPANC 2011). Hay artesanías para uso propio como las vestimentas tradicionales, que reafirman la identidad de los grupos étnicos.<sup>44</sup>

Las primeras artesanías ecuatorianas para la comercialización a escala mundial fueron los sombreros de paja toquilla originalmente realizados en Montecristi y Jipijapa en la provincia de Manabí, conocidos como *Panama hat*, por venderse en Panamá durante la construcción del Canal. Posteriormente se realizaron en Cuenca, siendo esta zona, actualmente, la mayor productora de sombreros. En el año 1946 llegó a ser el segundo mayor rubro de exportación del Ecuador, y en la actualidad se encuentra como el primer producto artesanal de exportación (Pro Ecuador 2013).

Otras artesanías importantes en Ecuador han sido las cerámicas, desarrolladas desde la época precolombina, que a lo largo del tiempo se han ido perfeccionando: sus técnicas, calidades y formas que han dependido de su uso: doméstico, ceremonial o religioso.<sup>45</sup> También los textiles ecuatorianos están entre las artesanías más comercializadas en el mundo, sobre todo por algunas comunidades de Imbabura como la de Otavalo.<sup>46</sup>

Las joyas son otro tipo de identificador, dentro de las culturas, como costumbre ancestral de adornarse, y también han tenido un peso simbólico respecto a la pertenencia de un lugar o posición social. Las joyas están hechas

44. Existen comunidades indígenas donde aún se utilizan ponchos, sombreros elaborados en las propias localidades, con bordados para sus trajes de uso diario. Aunque normalmente son utilizadas en días especiales, como festividades católicas, fusionadas con elementos de culturas precolombinas, como por ejemplo las fiestas de San Juan, y que también coinciden con el *Inti Raymi*. En otras festividades, como el *Corpus Christi*, en Cotopaxi y Tungurahua, se realizan trajes artesanales con gran cantidad de detalles y son utilizados por los danzantes (Malo 2005).
45. Diferentes técnicas se han desarrollado destacándose las cerámicas de cera en la provincia de Loja, Chordeleg en Azuay, Pujilí en Cotopaxi, Samborondón en la provincia del Guayas.
46. Se utilizan como materia prima: el algodón, la lana de oveja, de alpaca y llama. Las indumentarias artesanales se han constituido en moda y algunas de estas técnicas se las utiliza para confeccionar ropa urbana, y otras aplicadas a la alta costura como son las macanas de Gualaceo (Malo 2005).

de diferentes materiales, y se destacan las realizadas con oro, plata y piedras; asimismo con diversos materiales naturales como semillas, tagua, conchas, et-cétera. (Malo 2005).

Las artesanías han representado para Ecuador un referente de cultura y tradición, siendo en su pasado una fuente importante de ingresos. Pero los artesanos han tenido que adaptarse a grandes cambios desde *el boom petrolero*, la industrialización, la importación de productos, la globalización, la competencia internacional, entre otros factores, que han motivado a la disminución e inclusive a su desaparición.

### Características del sector

El sector a través de la historia, se fue diferenciando por el apareamiento de la industria fabril (MIPRO e IPANC 2011, 53). A medida que avanzaba la industria se hacía más notoria la diferencia, el artesano pasó a hacer un pequeño productor o se convirtió en clase obrera y minimizó su potencial en generación de patrimonio artesanal.

Un artesano es catalogado por ejercer un oficio artesanal con tecnología artesanal, se considera que su actividad puede ser de producción o de servicios (MIPRO e IPANC 2011). Y de acuerdo a la *Ley de Defensa del Artesano* (LDA) el artesano es aquel que posee una inversión máxima de US \$ 87.500 dólares, 60.000 de facturación anual, posee 15 operarios y hasta cinco aprendices (Cerda, entrevista con autora 2013).

La *Ley del Artesano* (LDA) aparece en 1953, reconoce a la clase artesanal por su influencia social y económica en el país, que constituye el fin de la lucha conjunta de la clase obrera y los artesanos. La Junta Nacional del Artesano (JNDA),<sup>47</sup> es creada con personería jurídica de derecho público, con el objetivo de aplicar la LDA<sup>48</sup> (MIPRO e IPANC 2011).

Posteriormente se crea otra ley fundamentada en la anterior, que es la *Ley de Fomento a la Pequeña Industria y a la Artesanía*, por parte del Ministerio de Industrias y Comercio a través de la Dirección de Artesanía y Pequeñas Industrias, con el fin de promover el desarrollo económico de los artesanos, ley

47. La misión de la JNDA es «ser una institución que implementa y coordina la Política Artesanal que se aplica en todo el Estado y la sociedad, con un sistema integral de formación, capacitación y desarrollo profesional que incorpora innovación, ciencia y tecnología y la calificación de los talleres artesanales».

48. Ecuador. *Ley de Defensa del Artesano*, creada por el Congreso Nacional el 27 de octubre de 1953 (JNDA 2012), y publicada en el *Registro Oficial*, No. 356, en 1953.

que luego se llamaría *Ley de Fomento Artesanal*<sup>49</sup> y, por medio de la definición del alcance normativo, refuerza la asociación subsectorial (MIPRO e IPANC 2011, 62), se crean las cámaras, las federaciones y las uniones de artesanos con el fin de acoger y agremiar a través de una persona jurídica vinculada con la JNDA.

Desde 1973 se han aplicado dos leyes para los artesanos como sujetos socioeconómico y cultural, considerándolos, no solo a los artesanos patrimoniales,<sup>50</sup> sino también a aquellos relacionados con oficios artesanales. A través de la *Ley de Fomento Artesanal*, se crea el «Comité Interinstitucional de Fomento Artesanal, como instancia de exención y exoneración a favor de los artesanos» (MIPRO e IPANC 2011, 64), que está integrado por delegados del: MIPRO, Ministerio de Finanzas, Planificación y Desarrollo Social, de JNDA, BNF, Confederación de Artesanos profesionales, Federación Nacional de Cámaras de Artesanos y el Director Nacional de Artesanías del MIPRO.

Por concepto, una estructura organizacional debe ser de apoyo para los artesanos, que les permita sentirse respaldados, saber en qué territorio se encuentran, conocer claramente sus beneficios y las condiciones que tienen que cumplir para poder acceder a ellos. Pero existen numerosos conflictos debido a cambios y reformas a las leyes; a las contradicciones de los beneficios de las calificaciones que han confrontado la situación de las instituciones; la competencia interinstitucional por la multiplicidad de organizaciones como cámaras, federaciones, etc. (evidenciados a través de las entrevistas con autora: Valdez, MIPRO; Cerda, Cámara Artesanal de Quito, y Barba, JNDA).

A pesar de que los artesanos tienen respaldo legal,<sup>51</sup> estos documentos legales no especifican la relevancia que se da a los artesanos patrimoniales, no contienen programas específicos de desarrollo por lado del Estado (MIPRO e IPANC 2011).

Actualmente el esfuerzo de las entidades, como la JNDA, como primer organismo público de respaldo a la actividad artesanal, no ha realizado ningún tipo de programa específico dirigido a las artesanías patrimoniales, con el fin de destacar la identidades locales de las artesanías, a excepción de estimular las ferias conjuntamente con el Gobierno Nacional (Barba, entrevista 2013), el Ministerio de Relaciones Exteriores promueve la exportación con Pro Ecuador

49. Inicialmente dictada el 15 enero de 1965, mediante Decreto Supremo No. 52. como *Ley de Fomento a la Pequeña Industria y a la Artesanía*, que luego fue reformada por el art. 8.

50. El artesano patrimonial es el artesano creador, realizador y portador de saberes y técnicas artesanales que corresponden al patrimonio cultural.

51. Los artesanos cuentan con recursos legislativos descritos en (MIPRO e IPANC 2011, 36): «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 Solidaria*.

y otros como el MIPRO a través de ferias, pero no existe un programa integral de rescate de las técnicas artesanales.

La entidad pública ecuatoriana que ha trabajado en el desarrollo de las artesanías es el CIDAP,<sup>52</sup> que se ha encargado de importantes investigaciones respecto al arte popular, a las artesanías ecuatorianas y otros proyectos vinculados con países latinoamericanos, además de iniciativas conjuntas con instituciones del Estado, como el Ministerio de Cultura, el MIPRO, El Ministerio de Relaciones Exteriores, etcétera.

De acuerdo a la entrevista realizada a Luis Vallejo, Director Nacional de Diseño y Artes Aplicadas del Ministerio de Cultura (2013), comenta que a través del análisis de la problemática de este sector, se ha visto la necesidad de generar, un Plan Nacional de Artesanías y la adscripción del CIDAP a un Ministerio.

### ***Problemática conceptual***

- En las leyes y códigos del Estado, el artesano es catalogado por su tecnología artesanal y se lo observa desde la condición de microempresario o pequeña empresa desligada de la identidad nacional como gestor de patrimonio inmaterial.
- La *Ley de Fomento* no se maneja sobre planes específicos de las artesanías relacionados a innovación, que se vincule a las condiciones del mercado.
- La *Ley de Defensa del Artesano* se torna muy general respecto a capacitación, financiación y promoción.
- Debería existir concordancia entre las leyes artesanales con la Constitución Política del Estado respecto a “la protección de los derechos culturales y a los de la defensa de los pueblos y comunidades, así como de las técnicas y conocimientos tradicionales” (MIPRO e IPANC 2011, 80).
- No existe concordancia respecto a las ramas artesanales de productos tangibles respecto y a las técnicas artesanales como patrimonio cultural.<sup>53</sup>

### ***Problemática estructural***

- No existe un ente cohesionador del sector de artesanías que se encargue de poner en orden las leyes y reglamentos, los beneficios, obligaciones y calificaciones.

52. Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares. Cuenca.

53. Datos obtenidos por (MIPRO e IPANC 2011), a través de las entrevistas: Valdez, MIPRO; Cerda, Cámara Artesanal de Quito; y Barba, JNDA; Alomía, Galerías Ecuador.



- No existe un organismo central que se dedique al desarrollo del artesano patrimonial y que trabaje en cada ciudad con los artesanos, que integre: las relaciones laborales, la capacitación, la promoción, etcétera.
- Se evidencian contradicciones y conflictos entre instituciones relacionadas.<sup>54</sup>

### **Los artesanos desde su condición económica, social y cultural actual**

En Ecuador el 60% de la población se dedica a la labor artesanal,<sup>55</sup> o aplica tecnología artesanal, porcentaje que corresponde a

casi 700 mil unidades económicas que emplean entre 1 y 9 personas, sin discriminar si son operarios o aprendices [...]. Casi 245 mil unidades artesanales emplean a 1'222.365 de personas con un promedio de casi cinco personas por unidad, no obstante es un rango que, como se acaba de anotar, va de uno a nueve. La manufactura en unidades artesanales significa 25,98% del total de ingresos productivos al país (Instituto de Investigaciones Socioeconómicas del Ecuador, Quito 2010 cit. en MIPRO e IPANC 2011, 37).

Según el informe (JNDA 2012, 9) son alrededor de 400.000 artesanos calificados,<sup>56</sup> eso significa que la diferencia no está bajo el amparo de las leyes antes mencionadas.

Los artesanos están dispersos, muchos de ellos, que se encuentran en el área rural, combinan su actividad con otras actividades como la agricultura (Malo 2008). «Es una realidad, la artesanía patrimonial se está perdiendo, existen muy pocos artesanos y ha disminuido el relevo generacional», «esto puede ser a que no existe motivación, pues no resulta ser muy atractivo como medio de sustento» (Valdez, entrevista con autora, 2013). Los jóvenes prefieren dedicarse a otras actividades diferentes, ya no tienen interés en aprender (Naranjo 2007).

### **Situaciones que han bloqueado el crecimiento de los artesanos**

- Desmotivación de las nuevas generaciones para hacerse cargo de los oficios heredados, disminución de relevo generacional.

54. A través de entrevistas: Valdez, MIPRO; Cerda, Cámara Artesanal de Quito; y Barba, JNDA; Alomía, Galerías Ecuador.

55. Sin distinción específica respecto a la artesanía y técnicas artesanales tradicionales.

56. Esto corresponde a todas las ramas artesanales pues no existe información estadística correspondiente a los artesanos que realizan artesanías.

- Baja valoración y autovaloración de su oficio.
- Bajo nivel tecnológico que reduce su competitividad.
- Escasos conocimientos de administrativos y cálculo de costos.
- Capacidad de respuesta baja.
- Limitaciones económicas (actividad de supervivencia).
- Bajos niveles de escolaridad.
- Informalidad tributaria y contable.
- Desconocimiento de leyes.
- Capacidad baja de negociación y dependencia de los intermediarios.
- Poca capacidad y conocimiento para llegar a los mercados.
- Conocimientos escasos dentro de la cadena productiva como: transporte, embalaje, manipulación del producto, etcétera.
- Incapacidad de manejar todos los procesos, desde la producción hasta la comercialización.
- Falta de innovación de producto, muchos productos son copias.
- Los cambios económicos y políticos surgidos en el país.
- El desplazamiento a las ciudades.
- Desaparición de la materia prima.
- El desconocimiento de los cambios de preferencias del mercado.
- Falta de políticas públicas ordenadas.
- Cadenas de valor fragmentadas.
- Dificultad de acceso a créditos.
- Prioridad de precio sobre la calidad.<sup>57</sup>

## EL MERCADO DE LAS ARTESANÍAS Y SUS EXPORTACIONES

### Tipo de demanda

Las artesanías ecuatorianas tienen los siguientes tipos de mercados considerando los clientes finales:

- Mercado de exportación: los clientes extranjeros y nacionales que están en el exterior.

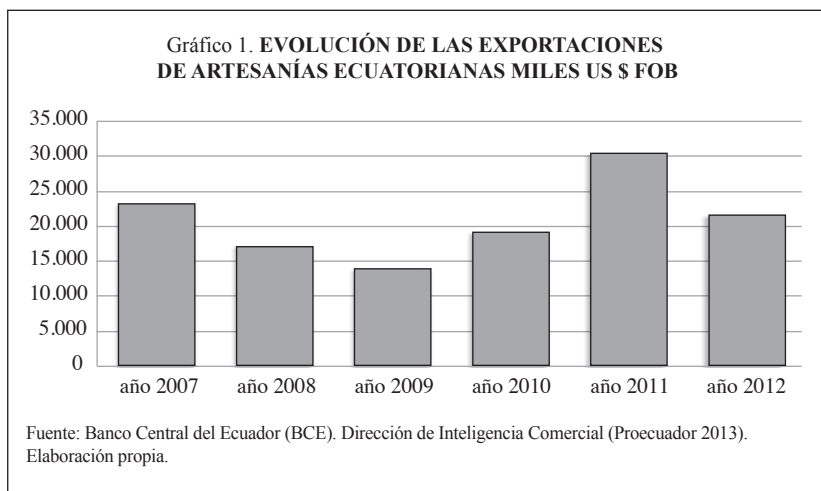
57. Datos levantados a través de (MIPRO e IPANC 2011) y las entrevistas: Valdez, MIPRO; Cerda, Cámara Artesanal de Quito; y Barba, JNDA; Alomía, Galerías Ecuador, Carrera, Escuela Metropolitana de Diseño 2013; Kowii; UASB-E).

- Mercado turístico: los clientes extranjeros y nacionales que visitan el país o las ciudades.
- Consumo local: los clientes nacionales o locales.

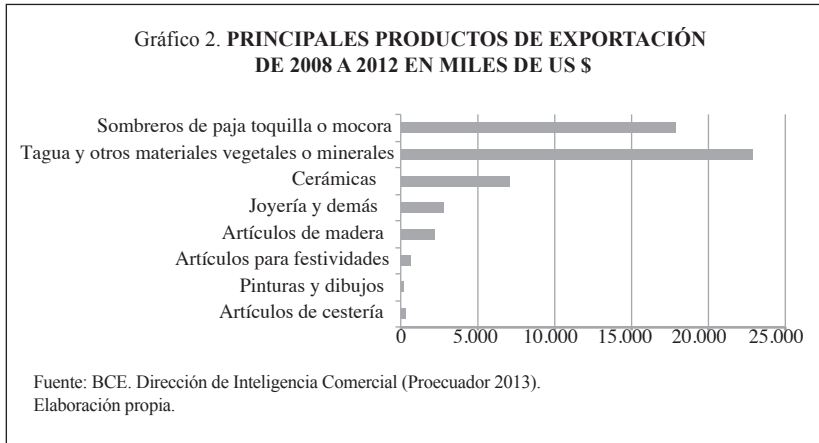
Se han segmentado estos grupos bajo otros conceptos sobre el tamaño de los mercados y la valoración de los productos artesanales con contenido cultural.

### **Análisis del mercado de exportación**

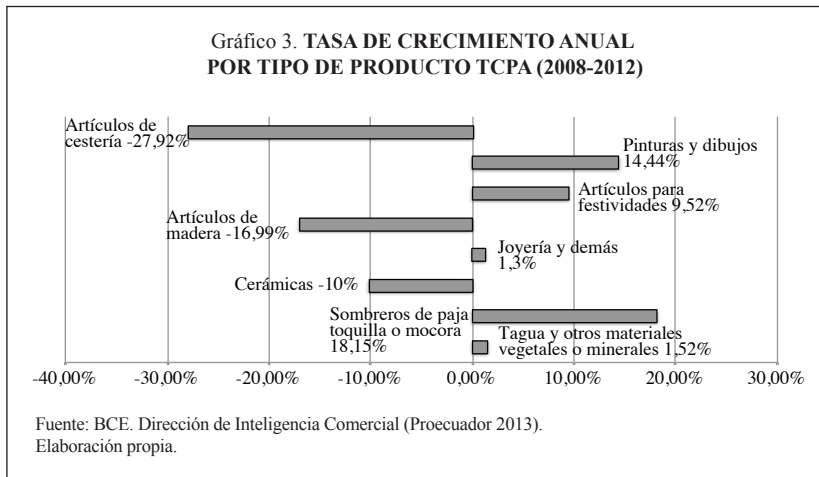
De acuerdo al estudio realizado por Pro Ecuador (2012) y el Ministerio de Relaciones Exteriores respecto al sector de artesanías ecuatorianas se analiza la evolución de las exportaciones frente a los otros países latinoamericanos y del Caribe; también es necesario entender cuáles son los principales países compradores. Según el análisis del Sector Artesanías realizado por Pro Ecuador (2012), entre los productos que compiten a escala internacional están: tagua, bisutería y adornos; sombreros de paja toquilla; cerámica, barro loza y porcelana; joyería; artículos de madera, balsa y afines, y artículos de cestería.



En el gráfico 1, se observa una tasa de crecimiento promedio anual (TCPA) del 11,8%, considerando el último año (2012) en que se ha presentado mayor valor sobre las exportaciones.



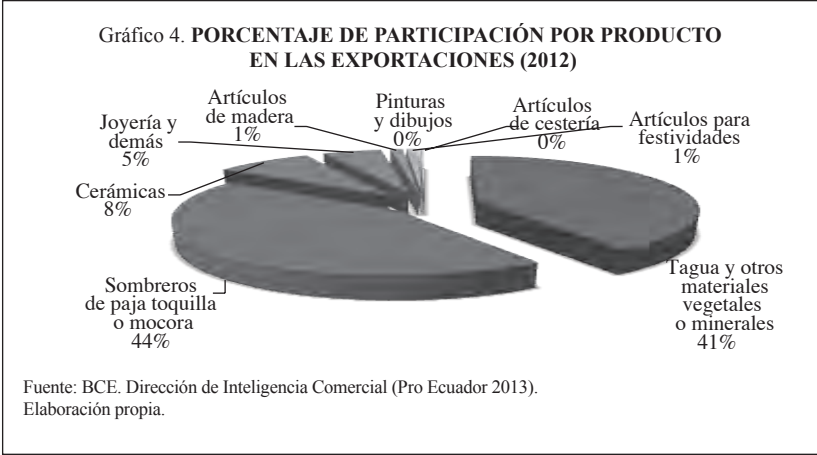
En el gráfico 2, se observa que desde 2008, los productos que más han generado ingresos son los productos de tagua, principalmente, los botones.<sup>58</sup>



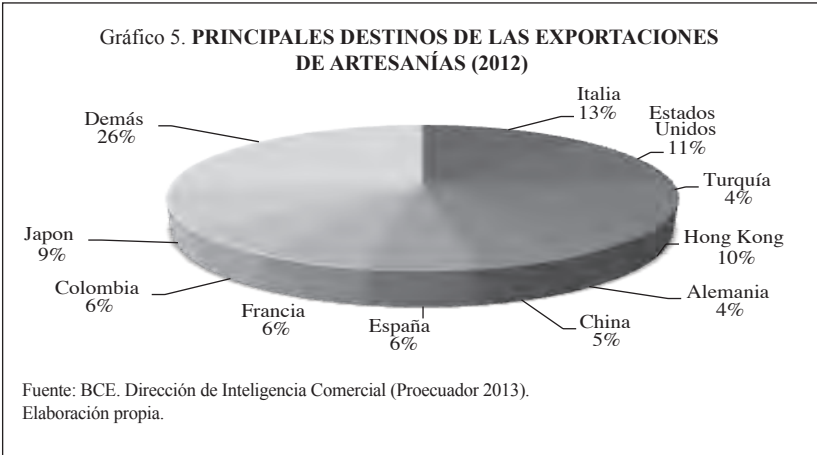
Según el gráfico 3, los productos con mayor tasa de crecimiento desde 2008 hasta 2012, corresponden a los sombreros de paja toquilla<sup>59</sup> con el 18,15%, considerando que los demás han decrecido respecto a los años anteriores.

58. Los botones de tagua llevan procesos industriales por lo que no deberían considerarse artesanías.

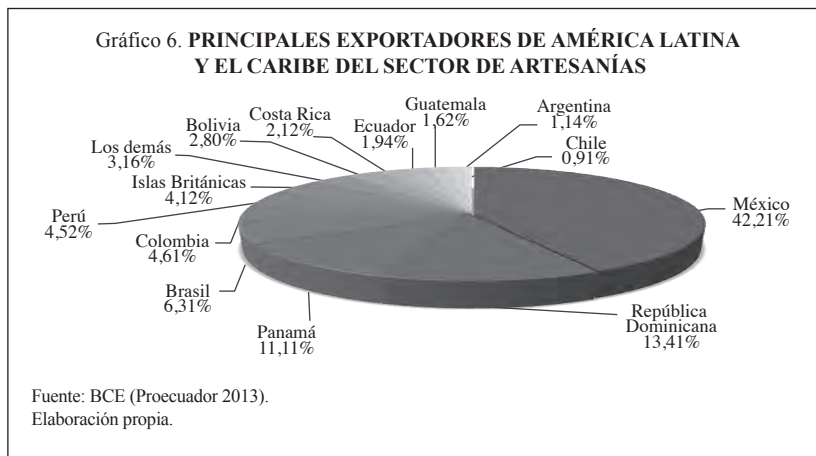
59. Los sombreros se exportan también como cascos o tejidos trenzados, sin terminados.



En el año 2012, los sombreros de paja toquilla tuvieron una participación del 43,79% en relación al año anterior que fue del 35,5% (Proecuador 2012).



Se observa que los principales compradores son: Italia, EUA y Hong Kong, si hacemos referencia a los productos, pueden ser los mayores compradores de sombreros de paja toquilla y botones de tagua.



El país que más exporta es México, principalmente con artesanías tradicionales de barro, madera, cerámica, alambre, cobre, textiles, etc. (Proecuador 2012). México, mundialmente, es conocido por ser un gran productor de artesanías que se destacan por su gran contenido cultural, calidad y diversidad. En Sudamérica el principal exportador es Brasil, con el 6,31%, seguido de Colombia, con el 4,61%.

Ecuador se encuentra con el 1,9%, del mercado exportador latinoamericano y caribeño, considerando que el rubro más alto de las exportaciones, hasta 2012 (Proecuador 2012), corresponde a los botones de tagua que se fabrican de forma industrial. Es decir, que con el resto de artesanías considerando a los sombreros de paja toquilla, es menor al 1% de participación del mercado en artesanías no industrializadas.

## Preferencias de consumo

### *Mercado de exportación*

De acuerdo al estudio realizado por (Proecuador 2013) las características que valoran más los clientes extranjeros, que compran artesanía importada de los países latinoamericanos, son:

- El diseño.
- El origen, es decir su capacidad de interpretar la cultura.
- Los símbolos de una cultura.
- La creatividad del artesano.

- La calidad.
- La exclusividad.
- Que reflejen técnicas tradicionales y materiales originales.
- Que tengan certificaciones ambientales y de responsabilidad social.
- La utilidad del producto.

Los productos que más se compran son los adornos para hogares para usar como vestimenta o adornos personales.

### ***Mercado turístico***

El tipo de cliente del mercado turístico compra en su mayor parte *suvenir* de poco tamaño, pues se le dificulta llevar objetos grandes o en grandes cantidades, considerando también que hay turistas que no tienen mucho presupuesto.

Existe otro tipo de visitante que valora productos con las características antes descritas y su deseo de compra está por sobre otras condiciones. «Este turista es principalmente europeo y tiene una edad sobre los 30 años».<sup>60</sup>

### ***Mercado nacional***

Este mercado es variado, pero lo que más busca es diseño y que sus productos artesanales tengan evolución que «no sean siempre los mismos» (Carrasco, entrevista con autora 2013). Los clientes nacionales que escogen artesanías de diseño y originalidad, normalmente las utilizan para decoración de su casa o bien para enviar de regalo sobre todo al exterior.<sup>61</sup> El mercado, medio y bajo, no tiene un conocimiento real del valor de las artesanías y siempre está inclinado por el precio, «la cultura del regateo» (Kowii 2013).<sup>62</sup>

## CONTENIDO CULTURAL, PRODUCCIÓN Y MERCADO

El mercado, a pesar de tener una tendencia masiva debido a la competitividad, no puede estandarizarse, cada producto tiene un nicho de mercado independientemente a si es rentable o no. Cada producto se posiciona de acuerdo a su naturaleza, que se conecta con los gustos y preferencias del consumidor,

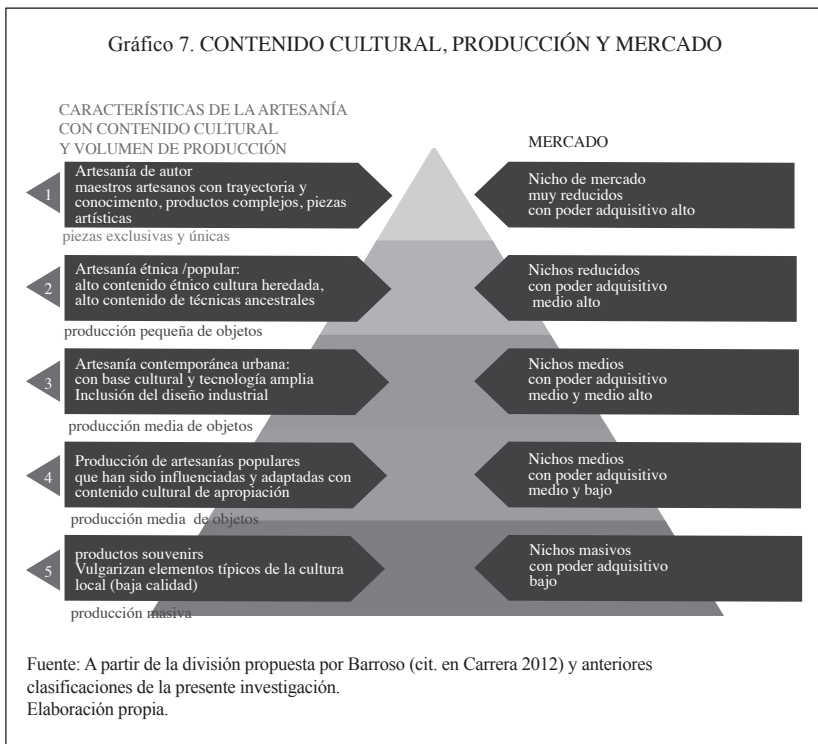
60. Entrevistas a: Alomía, Galerías Ecuador; Cano, Olga Fisch; Carrasco, Quito Turismo.

61. *Ibid.*, 35.

62. «Afecta tanto a los artesanos, que inclusive las agencias de turismo recomiendan a los turistas regatear» (Kowii, entrevista, 2013).

con la accesibilidad a los puntos de venta o los productores, con el servicio, con la capacidad del producto de satisfacer sus necesidades y con el precio.

Sobre la base de las anteriores clasificaciones de las artesanías, más los conceptos de clasificación de Barroso sobre una pirámide de consumo (cit. en Carrera 2012), se realizó una pirámide que permite analizar los productos artesanales de acuerdo a su producción, que van de mayor a menor; considerando en la punta de la pirámide al mercado de mayor valor, pero reducido en tamaño, hasta llegar al mercado masivo, y donde cada tipo de artesanía tiene su correspondencia con un tipo de mercado.



### ***El primer nivel: Artesanía de autor***

El cliente valora el trabajo realizado por el maestro artesano, pues la pieza que realiza es una pieza única que contiene un alto contenido cultural, y



por sus mismas características es un producto que es trabajado a detalle, con técnica y concepto artístico.<sup>63</sup>

### ***Segundo nivel: Artesanía étnica y popular***

Con alto contenido cultural, valorada por sus técnicas ancestrales y por el uso de materia prima oriunda del sitio donde se produce. En este nivel los nichos masivos parecieran el único camino para los artesanos; es decir, obligan a los artesanos a bajar sus precios pues el nicho que valora su producto y que está dispuesto a pagar más, es muy reducido.

### ***Tercer nivel: Artesanía contemporánea urbana***

También se la conoce como neoartesanía, corresponde al resultado de la hibridación cultural, se la puede considerar desde un aspecto experimental que tiene una base de estudios de diseño y tecnología. Su mercado es un mercado potencial que tiene expectativas, quiere una artesanía útil y contemporánea con alto contenido estético. Aquí se deben excluir de las manualidades, que son muy propias de las urbes, pero lejanas de conocimiento local.

### ***Cuarto nivel: Producción de artesanías populares***

Son una mezcla entre la artesanía étnica popular y la artesanía *folclorizada*. Se adapta y apropia de ciertas cosas que el mercado solicita, a pesar de basarse en técnicas artesanales puede apropiarse de otras culturas, perdiendo su sentido de identidad. Su calidad es baja debido a los costos y a la competencia. Tienden a ser repetitivas y poco innovadoras.

### ***Quinto nivel: Productos souvenir***

Esta artesanía pierde completamente su origen cultural aunque se justifique, es una artesanía basada en estereotipos, es un producto folclorizado, que se caracteriza por tener el nombre o lugar o el país de origen, toma símbolos trillados y cae en juego con la copia,<sup>64</sup> se pierde su sentido estético y de

63. «No se puede marcar una diferencia entre artista y artesano, pues hay artesanos que son artistas y artistas que han aprendido las técnicas y se vuelven maestros artesanos» (Cano, entrevista, 2013). «Existen artesanos que se demoran meses en fabricar una pieza para un coleccionista que es capaz de pagar cualquier suma de dinero» (Carrasco, entrevista 2013).

64. Según entrevista (Valdez 2013), encontró productos *souvenir* en una feria de Loja, en la que se veía borrado el nombre de Perú y se cambiaba por Loja. «Las artesanías se compran al por mayor en Perú y solo aquí las marcan como Ecuador. Pues son más baratas que las que

calidad, es producida en grandes volúmenes, y su único fin es convertirse en un souvenir de poca utilidad. También se la conoce como *industrianía* (Barroso 1999) o artesanía *basura* (Carrera, entrevista 2013). El mercado es masivo, aunque realmente quien compra, es el turista que visita un país o la región, su precio es bajo.

Es sorprendente como los nuevos mitos y la tentación de caer en los mercados masivos convierten a aquellas artesanías, que en un inicio tuvieron un concepto *sagrado* (Kowii, entrevista 2013) en objetos de consumo convirtiéndose en productos *commodity*.

Ecuador a pesar de su potencial, se encuentra en el nivel uno, dos, cuatro y cinco, con poca participación y según lo analizado en el informe (proecuador 2013), no tiene desarrollo en el nivel tres. Esto significa que las artesanías han tenido un estancamiento a nivel de innovación, y al no tener diferenciación están sujetas a competir en los mercados masivos en donde las ganancias únicamente se obtienen de los volúmenes altos sacrificando los márgenes unitarios, considerando que la capacidad de producción de los artesanos es limitada.

Se puede decir que en los dos primeros niveles encontramos la artesanía patrimonial en su estado más puro. El desafío es que desde el concepto de patrimonio como técnica tradicional, ya sea en el uso de materia prima, en técnica o simbolismo, evolucionen a nuevos conceptos redescubriendo y potenciando las materias primas del entorno perfeccionando con más fuerza la técnica, despertando la historia hacia un redescubrimiento de identidad y así a reconstruir un nuevo patrimonio.

### ***Diagnóstico de la artesanía ecuatoriana***

Artesanía débil: se han expresado anteriormente los problemas internos que viven los artesanos y el sector, de esta manera se observa que afecta al producto y sus procesos dando como resultado artesanías débiles con:

- Poca innovación en diseño.
- Baja calidad en materias primas.
- Problemas de empaquetado.
- Escaso sentido simbólico y reflejo identitario.
- Procesos no eficientes que afectan a los costos, a los precios y sobre todo al margen de utilidad, los precios están determinados por lo anteriormente planteado y también por el mercado.

realizan los ecuatorianos» (Alomía, entrevista 2013). En la feria artesanal de Quito se ven las *chivas*, que también son vistas como artesanías colombianas.

Artesanía amenazada por: la globalización, el juego de la oferta y demanda, tanto local como mundial y la competencia internacional; así la artesanía ecuatoriana se ve amenazada por:

- Productos de mejor calidad de otros países.
- Productos con apariencia artesanal realizados industrialmente con precios muy bajos.<sup>65</sup>
- Diseños innovadores y conceptualizados de otros países.
- Capacidad más grande de producción de otros países con costos más competitivos.
- Mejores formas de distribución y comercialización.
- La tendencia del mercado masivo a convertir todos los productos en *commodities*,<sup>66</sup> que no pueden competir por baja capacidad de producción de los artesanos.
- La homogenización de conceptos de estética.
- Los nuevos gustos y preferencias del cliente.
- La prioridad de los productos tecnológicos e industriales por sobre los hechos a mano en mercados con esas tendencias.

Artesanía con potencial: Ecuador por ser un país multiétnico y megadiverso, posee cualidades que otros países no tienen por su riqueza cultural como por su diversidad natural a nivel de materias primas y otros aspectos que convierten a la artesanía en una artesanía con los siguientes potenciales:

- La habilidad y los conocimientos de las técnicas tradicionales artesanales que poseen los artesanos mayores.
- El alto porcentaje de mano de obra.
- La capacidad de proporcionar un alto contenido simbólico y cultural.
- La utilización de diversidad de materiales únicos del entorno.
- La menor vulnerabilidad a las grandes caídas económicas.
- La diversidad cultural que genera nuevos saberes.
- La relación con el sector turístico como muestra de cultura y patrimonio intangible.

Las oportunidades de la artesanía sobre nuevos contextos: más allá de sus fortalezas, las artesanías pueden innovar y trascender considerando que la realidad de los mercados es una opción de crecimiento, pero redescubriendo las oportunidades ocultas atrapadas entre las líneas de la realidad:

- El cansancio del consumo industrial que prolonga la escasez.
- La necesidad de buscar una identidad e identificarse.

65. Como productos chinos o hindúes.

66. Productos sin valor agregado o diferenciación que compiten por precio en los mercados.

- El despertar hacia la humanización dentro de procesos integrados, dejar de ver al ser humano como una máquina.
- La reorientación de los conceptos hacia el desarrollo sustentable y el Buen Vivir en todas las dimensiones aprovechando los actuales recursos y la tecnología, reconectándose con la sabiduría ancestral sin perder el norte de la evolución.
- El despertar del mundo de los simulacros y construir un mundo de seres humanos conectados entre el crear, el sentir, generar, el compartir, el sentir, el crecer e innovar.
- La necesidad de encontrar significados reales en los productos como parte de las demandas sociales, simbólicas y estéticas.
- La necesidad de recuperar el autoestima y despertar la historia para construir un futuro con identidad que no pretenda ser una réplica de otros sistemas, sino una creación propia, al desarrollo sustentable, al desarrollo territorial.

## ANÁLISIS DEL SECTOR ARTESANAL DE LA CIUDAD DE QUITO

### Artesanías de Quito y sus alrededores

Antes de realizar el análisis del estado actual de las artesanías en Quito es importante hacer un recorrido histórico que nos permita ver los cambios sufridos por estas en el transcurso del tiempo. En la época colonial, Quito fue un «Emporio de artesanos y artesanías» (Naranjo 2007, 341).<sup>67</sup> Aún se reconoce a la *Escuela Quiteña*, que estuvo integrada por mestizos e indígenas, siendo importante, también, internacionalmente. La organización social dentro de los talleres artesanales era muy exigente, los aprendices ingresaban desde muy jóvenes para conocer el oficio y su mayor aspiración era convertirse en *maestros*. Se crearon gremios que pretendían el engrandecimiento intelectual, moral, social y económico, los veedores de los gremios ocupaban una autoridad mayor.

Con el nacimiento de la República, la actividad artesanal fue reconocida y respetada, proporcionaba ingresos importantes para los artesanos, a pesar de que los gremios fueron perdiendo fuerza. Para los años 50 y 60, fue cambiando

67. La nomenclatura de las calles se basaba en estas actividades artesanales, por ejemplo, la calle De las Herreras, De los Plateros o De los Sombrereros (Naranjo 2007, 341).

este panorama y tuvo un declive con la modernización de la producción,<sup>68</sup> es el caso del telar eléctrico que reemplazó al mecánico, los artesanos se vieron sustituidos por la máquina y ya no podrían poner en práctica sus habilidades manuales ni competir con precios (Naranjo 2007).

En Ecuador, con la promesa de desarrollo industrial del *boom petrolero* y las puertas abiertas a la importación, hicieron que artesanos como carpinteros, herreros, zapateros, y otros más, desaparecieran. Muchos de ellos se convirtieron en obreros y *mano de obra* para las industrias o tuvieron que dedicarse a otras actividades que les permitieran subsistir.

Según el levantamiento de información realizada (Naranjo 2007), con la introducción del aluminio y posteriormente del plástico, algunas artesanías se volvieron obsoletas. Las fibras sintéticas reemplazaron a las fibras naturales, ebanistas guitarreros se vieron amenazados por las guitarras chinas a precios muy bajos. La moda de las gorras y su bajo costo reemplazó al uso del sombrero, por lo que los sombreros también fueron dejándose de lado.

Las artesanía quiteñas y de lugares cercanos a Quito, que todavía sobreviven o están con riesgo de desaparecer (Naranjo 2007) son: cobijas y ponchos; bordados; sombreros; alpargatas; cedazos y otros objetos de crin de caballo; canastos; artesanías en cuero; talabartería; cerámica; madera: ebanistería, tallados en madera, bargueños, trompos y cajas de madera; pintura artesanal; orfebrería; cerería; figuras en mazapán; fuegos pirotécnicos; trabajo en piedra; el ajuar del Niño Dios; caretas; entre otros. Las artesanías que se siguen produciendo y consumiendo en Quito son aquellas relacionadas con ritos y fiestas de la cultura popular y son de consumo local, tenemos: los juegos pirotécnicos; los sombreros y zamarras para las fiestas del *chagra*; las velas para los eventos religiosos; el ajuar del Niño Dios, para diciembre. Es decir, se puede evidenciar que las fiestas y ritos siguen siendo parte de la identidad quiteña y sus creencias.

Considerando el factor utilitario de las artesanías, es evidente que han desaparecido casi por completo, pues han sido reemplazadas por productos industriales. Artesanías que son realizadas por maestros artesanos, como ebanistas en elaboración de guitarras y también la elaboración de bargueños, orfebres en la confección de joyas, entre otros, son de producción muy limitada y son pocos quienes las realizan.

Este estudio se realiza sobre las artesanías populares y se excluyen los trabajos realizados por artistas o diseñadores reconocidos que han tenido preparación académica y que posteriormente han aprendido a usar técnicas artesanales

68. La época de Galo Plaza, la misma que marca un proceso de modernización en diferentes ámbitos de la producción.

para la elaboración de productos<sup>69</sup> que representarían a un tipo de artesanía de autor o artesanía contemporánea o neoartesanía en baja escala. En Quito existen talleres de manualidades que no pueden ser consideradas artesanías debido a que están muy lejos de representar identidad cultural y aporte creativo, allí tenemos trabajos en cerámica, velas, objetos en madera y otros materiales como lana, papel, cartón, materiales reciclados, fomix, etcétera.<sup>70</sup> En conclusión, Quito tiene poca presencia de producción artesanal con contenido cultural propio, siendo más fuerte la comercialización de productos que vienen de otras provincias.

### Sector artesanal y aproximación al *cluster* actual en Quito

El análisis del sector artesanal de Quito se hizo partiendo del estudio del funcionamiento del sector artesanal ecuatoriano. Se utilizó el concepto de *cluster*<sup>71</sup> de Michael Porter (1998), que potencia el concepto de *cadena de valor*, colocando actores vinculados y delimitados entre sí, ya sea en un tipo de relación: social, económica, comercial, productiva, política.

Todas estas relaciones influyen en el éxito o fracaso del desarrollo socioeconómico del sector. El *cluster* (gráfico 8) está formado por:

- Las entidades públicas, como ministerios y otros, se involucran en áreas de: asesoramiento para calificación artesanal, capacitación, investigación, créditos, tributación, relaciones laborales, promoción a través de ferias locales y también ferias internacionales, asesoramiento para la exportación. Como se puede observar estas entidades no tienen actividades o funciones exclusivas respecto del sector, razón por la que existe un cruce de competencias. Existen pocas entidades relacionadas, como SRI, el Ministerio de Relaciones Laborales que tienen estrictamente definido su vínculo con los artesanos.

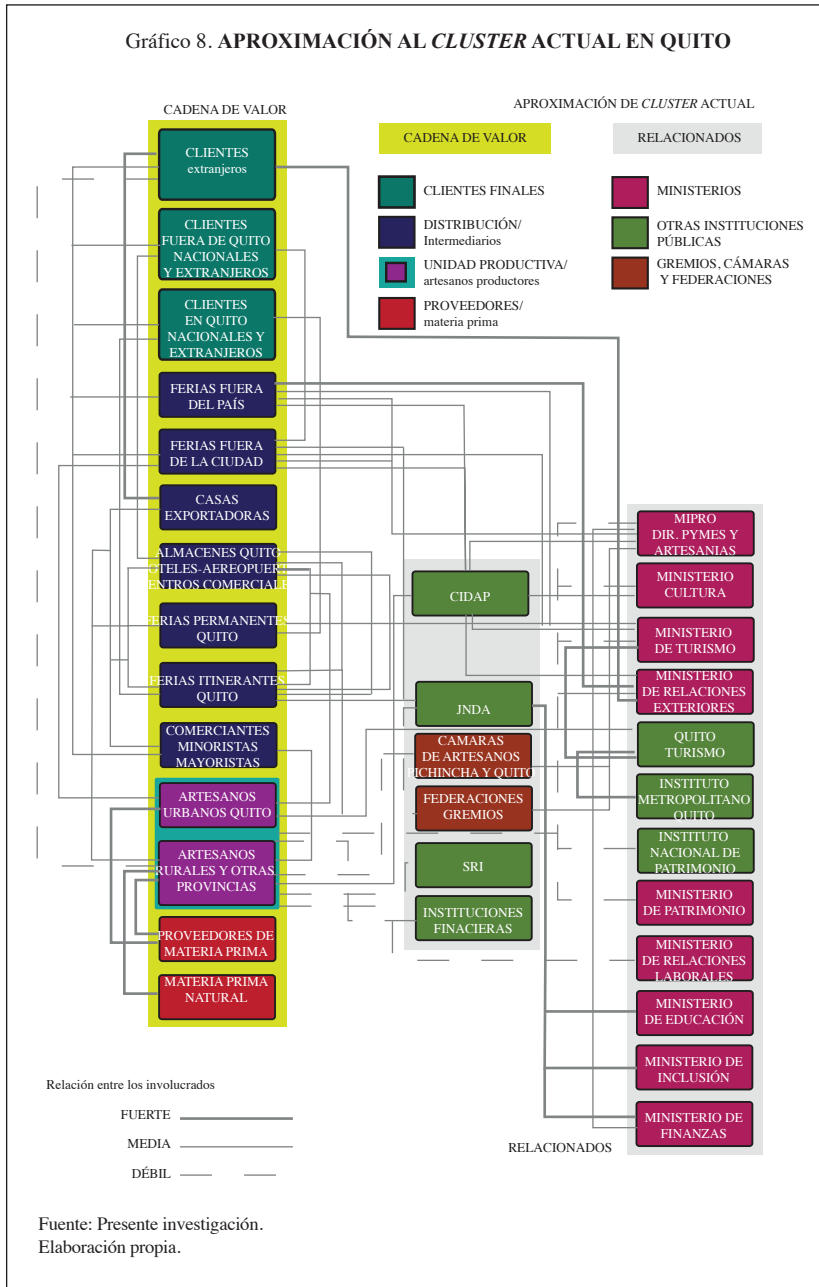
Todas las entidades públicas, a excepción del CIDAP, Ministerio de Cultura, Ministerio de Patrimonio, Instituto Nacional de Patrimonio, Quito Turismo, no ven a la artesanía de forma independiente de otras actividades artesanales.

69. Propuesta de joyería y figuras de mazapán realizadas por Oswaldo Guayasamín (Alomía, entrevista 2013).

70. Estudio de observación y entrevistas.

71. «Los *cluster* son concentraciones geográficas de empresas e instituciones que se interconectan entre sí (proveedores de servicios, suministradores especializados, universidades, institutos de normalización, asociaciones comerciales, etc.) un tipo de organización territorial, perteneciente a un campo o sector determinado, unidos por rasgos comunes y complementarios entre sí, favoreciendo la mejora de la productividad, el desarrollo de innovaciones, entre otras» (Porter 1998).

Gráfico 8. APROXIMACIÓN AL CLUSTER ACTUAL EN QUITO



- Las entidades privadas, como las cámaras, gremios y federaciones sirven de puente para llegar a las entidades públicas y pueden influenciar como voz de los artesanos; también asesoran para la calificación artesanal, ayudan a la promoción local, asesoran para la obtención de créditos y ayudan a la capacitación.
- Los microempresarios y empresarios del sector privado, como los artesanos productores, los intermediarios, proveedores. Caracterizados por estar dentro de la cadena de valor.

### ***Análisis de las relaciones***

Se observa que desde el punto de vista del artesano, sus relaciones son medias respecto a instituciones y comercializadores; y débiles frente a los clientes finales y algunas instituciones públicas. Esto hace que exista cierto tipo de aislamiento y necesidad de apoyo de parte de las instituciones y estructura para llegar al mercado. Quito, como ciudad es un espacio más para la comercialización que para la producción a pesar de que en la cadena de valor se encuentran los artesanos productores urbanos quiteños.

Este tipo de relaciones se vuelve compleja, como se ve en la gráfica, pues los artesanos no tienen una visión clara, no saben a quién acudir o en quién apoyarse.<sup>72</sup>

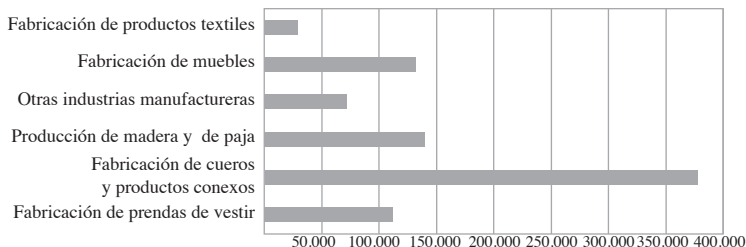
### **Levantamiento cuantitativo de los artesanos y su producción en Quito**

Se realizó un levantamiento de datos a partir de los resultados del Censo Nacional Económico 2010, con la novedad de que las actividades de producción de artesanías no se encuentran identificadas, por lo que se hizo un acercamiento a actividades relacionadas para poder realizar un análisis comparativo cuantitativo del sector artesanal de Quito con respecto a otras actividades, como se observa en el siguiente gráfico.

Respecto a los ingresos promedio anuales en manufactura (tabla 1) apenas se logró obtener una aproximación que corresponde al 2,2% de los ingresos promedio de la ciudad, y respecto al porcentaje de personal ocupado corresponde al 3,8% (tabla 2). Se asume que estos porcentajes son menores, pues muchas de estas actividades, que se han incluido para el análisis, no son de producción de artesanías. Como en el caso de la elaboración de prendas de vestir, y otras industrias manufactureras.

72. En este estudio no se han tomado en cuenta las instituciones educativas o de capacitación, debido a la falta de información; ni tampoco a organismos internacionales como la UNESCO.



Gráfico 9. **ACTIVIDADES DE MANUFACTURA EN QUITO (US \$)**

	Fabricación de prendas de vestir	Fabricación de cueros y productos conexos	Producción de madera y de paja	Otras industrias manufactureras	Fabricación de muebles	Fabricación de productos textiles
■ Serie I	113.423	377.981	140.118	72.331	131.899	28.813

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) 2010.  
Elaboración propia.

Tabla 1. **INGRESOS PROMEDIO ANUALES EN MANUFACTURA (US \$)**

Ingresos promedio anuales en manufactura	2'061.442,6
Ingresos promedio, mayormente relacionados con artesanías.	703.854,0
Ingresos promedio anuales en otras actividades.	31'432.252,1
Otros (agricultura, minas, organizaciones y órganos extraterritoriales).	30'389.998,1
Servicios	497.665,8
Comercio	544.588,2
Porcentaje del ingreso en manufacturas cercanas a artesanías.	2,2%

Fuente: INEC 2010.  
Elaboración propia.

Tabla 2. **PERSONAL OCUPADO EN MANUFACTURA**

Total personal ocupado en manufactura	63.151
Total personal ocupado en actividades cercanas a artesanías.	16.286
Total de personal ocupado en otras actividades.	426.521
Otros (agricultura, minas, organizaciones y órganos extraterritoriales).	18.592
Servicios	291.542
Comercio	116.387
Porcentaje de personal ocupado en actividades relacionadas con la artesanía.	3,8%

Fuente: INEC 2010.  
Elaboración propia.

Al no existir información cuantitativa de los artesanos: es decir, no saber quiénes son, dónde están o qué hacen, no se puede determinar su verdadera situación. Pero lo que se ve claramente es que Quito ha perdido su facultad de pueblo artesano, y se encuentra en riesgo de perder sus conocimientos de técnicas artesanales tradicionales, desvaneciendo así su riqueza cultural.

## QUITO Y SU IDENTIDAD

Quito como ciudad, se ha caracterizado por su arquitectura colonial patrimonial, siendo nombrada Patrimonio Cultural en 1978 por la UNESCO como primera ciudad patrimonial,<sup>73</sup> además de distinguirse por su cultura popular y tradicional, se posiciona como una ciudad turística y cultural a escala internacional.

Dentro de la ciudad, los quiteños construyen su identidad día a día, ¿pero de qué identidad se trata? Según una encuesta realizada acerca de las nuevas identidades de los quiteños<sup>74</sup> (Chiriboga 2009) los encuestados relacionan la ciudad con:

Es decir, que los quiteños relacionan a su ciudad principalmente con su arquitectura patrimonial, mientras que en segundo lugar se valora la tradición y la cultura. Otros aspectos dentro de esta investigación; respecto a la edad, los jóvenes reconocen más a la arquitectura colonial del Centro Histórico que aquellos que tienen sobre los 33 años que valoran más a la gente y su cultura. Respecto a estratos bajos, se identifica más a la arquitectura colonial del Centro Histórico, mientras que los estratos más altos valoran más la tradición y la cultura.

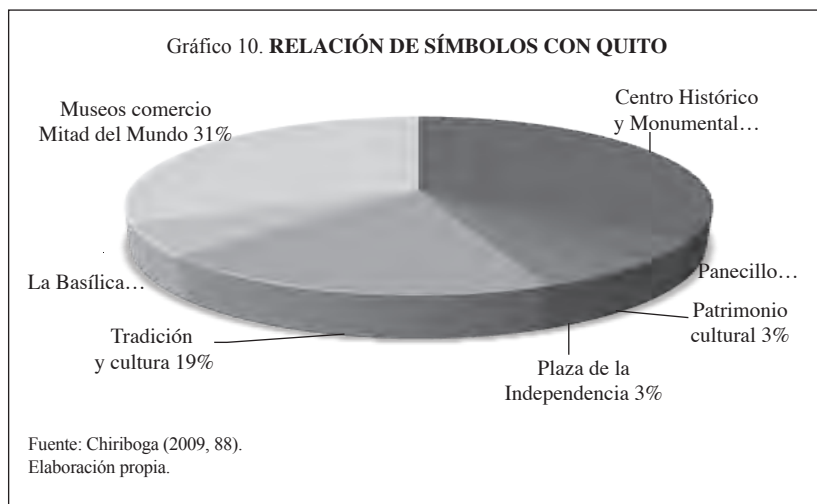
Según la entrevista realizada a Alfredo Fuentes<sup>75</sup> (2013), «existe una evidente falta de conocimiento por parte de los quiteños respecto a los orígenes de la ciudad, la mayoría se estancan en la vida colonial». Quito es una *ciudad milenaria* (Lozano 1991), llena de sabiduría en ciencias como la geometría, la astrología, las matemáticas, la arquitectura<sup>76</sup> con tradiciones religiosas profundas y un sentido estético elevado.

73. Conjuntamente con Cracovia, Polonia.

74. Realizada por Spectrum para la Corporación Instituto de la Ciudad de Quito, 2009.

75. *Quiteñólogo* reconocido, autor de *Quito: tradiciones, Abya-Ayala (1995) (1999)*, IV tomos y *El Sagrario (2011)*.

76. Evidenciado por la exactitud milimétrica de sus construcciones.



Sobre la identidad se debe a los estudios precoloniales considerando aquellos conceptos preincásicos, que se remontan al pasado a los orígenes desde los Quito-Caras.<sup>77</sup> Quito, antes de la llegada de los incas, era una ciudad ritual habitada por sacerdotes, que fue construida en forma de felino en posición de ataque (Lozano 1991). Los españoles, como forma de dominio, tomaron los templos que habían sobrevivido a la conquista Inca y construyeron las iglesias encima de ellos, poco se conoce de este valor de la ciudad como *ciudad sagrada* (Fuentes, entrevista 2013).

Quito es la ciudad *ombbligo del Mundo*, «cerrada sobre sí envuelta en neblina» (Milagros Aguirre, cit. en Chiriboga 2009, 87) «Quito tiene diferentes caras gracias a la literatura, Quito existe en páginas memorables, escritas desde el asombro de los viajeros y cronistas» (90). Además se presentan otros escritores como Abdón Ubidia en *Ciudad de Invierno* (2008); Javier Vásconez, *Ciudad lejana* (2003); Raúl Andrade Moscoso, cronista de Quito; *quiteñólogos* como: Edgar Freire Rubio, que escribió *Quito, tradiciones, testimonios y nostalgia* (1987); Ulises Estrella, que ha revivido las leyendas quiteñas.

Otras manifestaciones artísticas se han inspirado en las calles y en el encanto quiteño. Según el crítico Lenin Oña, «Quito es una ciudad que por sí misma provoca ser recreada por artistas» (Chiriboga 2009, 104) artistas como, Rafael Troya, Galo Galecio, Gilberto Almeida, Antonio Salas, Ramiro Jácome,

77. Estudios realizados por primera vez por el padre Juan de Velasco, que analiza los mitos de la creación de la ciudad de Quito.

Guayasamín, Oswaldo Muñoz, entre otros, que han reinterpretado a Quito en sus pinturas (Chiriboga 2009).

El Quito inspirador y romántico como urbe también ha sido impactado por la contemporaneidad. El Quito de *los otros* empieza a hablar el mismo idioma de las urbes del mundo. Es aquí donde nos encontramos con la dualidad de la cultura urbana modelo de ciudad metrópoli: tráfico, *malls*, *macdonalización*,<sup>78</sup> la cultura del barrio de las calles nostálgicas, de los juegos tradicionales, se quedó para la gente adulta, quien vivió a otro ritmo de vida y en otro tiempo. Las mezclas culturales se manifiestan en las calles donde aparecen jóvenes con sus propias culturas, las tribus urbanas, en fusión y apropiación de otras. Quito no puede perder su esencia, pues «Un pueblo que no tiene antecedentes le falta su alma» (Fuentes, entrevista, 2013). Quito necesita comunicar lo que es, una *ciudad milenaria, una ciudad sagrada, una ciudad rica y creativa*, Quito no es solamente el Centro Histórico, la Virgen del Panecillo o la Mitad del Mundo.

La identidad quiteña corresponde al sentimiento de pertenencia, de respeto y de compromiso, se sustenta en su historia, en el conocimiento de la evolución de sus manifestaciones artísticas y arquitectónicas, de sus ritos, su comida, de sus costumbres, de su cultura popular y de sus artesanías. El fortalecimiento de esta identidad es un trabajo colectivo en que las instituciones públicas representativas de la ciudad son responsables en gran parte, como las organizaciones sociales, las empresas, las instituciones educativas; sobre todo los pequeños núcleos sociales, como son las familias.

### **Iniciativas relacionadas a fortalecer la identidad cultural en los productos artesanales**

El CIDAP, de Cuenca, se ha destacado por la investigación, promoción y capacitación, hacia los artesanos. Ha realizado talleres con el fin de compartir y enriquecerse de conocimientos respecto a las técnicas artesanales, y otros, donde se han invitado a diseñadores con visión internacional con el fin de dar a los artesanos ciertas directrices frente a nuevas tendencias de los mercados, aplicando sus mismas técnicas (Serrano 2013).

En Quito desde hace 40 años, *Olga Fisch Folklore*, a través de su creadora Olga Fisch, investigadora y artista, de forma privada, redescubrió a las artesanías patrimoniales valorando y resaltando los valores tradicionales y culturales con efectos de comercializarlos de forma local especialmente para los turistas extranjeros (Cano, entrevista, 2013).

78. Concepto elaborado por G. Ritzer referente a la globalización (2006).

Con respecto a la artesanía urbana, en Quito, desde 2011, la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, Quito Turismo, vio la necesidad de apoyar al artesano mediante la participación en la Feria Texturas y Colores, que incluye cursos de capacitación frente a la nueva perspectiva de las artesanías, considerando que los productos deben tener diseño e innovación (Carrasco, entrevista, 2013). Siendo una primera iniciativa, desde la empresa pública, impulsar a los artesanos quiteños para que se desprendan de la idea de manualidad y también de la artesanía folclorizada e impulsarla para que sea rentable.

De acuerdo al estudio realizado, frente a las artesanías quiteñas está todo por desarrollar, considerando que Quito es una ciudad muy rica en tradiciones, expresiones culturales, en patrimonio material, y cabe resaltar, que Quito es la puerta de entrada de los turistas y visitantes. La ciudad se caracteriza porque su mayor actividad económica es la comercial, eso significa que posee una cultura de consumo, que si se ve como una oportunidad, servirá en el planteamiento de estrategias para la generación de valor bajo el concepto de identidad en las artesanías.

## CAPÍTULO IV

# Propuestas y directrices para el desarrollo de la neoartesanía en Quito

### PLANTEAMIENTO Y ESCENARIOS PARA GENERACIÓN DE VALOR A TRAVÉS DE LA IDENTIDAD

#### **Generalidades**

Después de hacer un análisis acerca de la cultura, la mutación e hibridación de las identidades; y con el levantamiento acerca de la problemática del sector de artesanías en Ecuador y Quito; se decide proponer las directrices que permitan reforzar la identidad a través de la intervención del diseño en la innovación de productos y procesos. Así se genera el factor de diferenciación o ventaja competitiva que se une a estrategias logrando una transformación productiva hacia el crecimiento sustentable del sector.

#### **Creación de redes artesanales**

Aunque no está dentro del alcance de este proyecto se propone la generación de una red artesanal. Uno de los grandes problemas que tiene el sector artesanal ecuatoriano es que no se encuentra definido, no hay un organismo integrador, considerando además que aún no existen políticas públicas claras.

El CIDAP es la institución que trabaja con los artesanos para proteger la cultura popular y la artesanía, en investigación, promoción y capacitación, que al concentrar sus actividades solo en la ciudad de Cuenca, no logra una integración en todo el país. Se tiene como referencia a *Artesanías de Colombia*, que es un organismo público que concentra las actividades y estrategias, desde la fijación de políticas, la capacitación, la comercialización, los aspectos legales de los artesanos, etc., integrando a los artesanos del país, pero se evidencia

que la estructura presenta problemas de cohesión por falta de participación y decisión de los artesanos.<sup>79</sup>

Sin embargo, estos referentes pueden servir de ejemplo para crear un organismo que funcione como integrador, bajo el sistema de *empresa social*, constituyéndose principalmente como una red de artesanos<sup>80</sup> creada por artesanos con apoyo público y privado y debe sustentarse en políticas públicas definidas.

### **Integración de nuevos involucrados para apoyo de las redes**

Para el desarrollo sustentable de la artesanía se necesita de nuevos involucrados comprometidos, como: los centros gubernamentales de desarrollo e investigación, todas las instituciones de educación,<sup>81</sup> la industria como socios conscientes, academias y profesionales de diseño integral, e investigadores independientes, empresas de comunicación y comercialización.

### **Redefinición del mercado**

Para iniciar una estrategia de cómo crear directrices que permitan reforzar la identidad cultural, se debe redefinir el mercado. Pensando en el objetivo principal que es el fortalecimiento de la identidad cultural quiteña, generar desarrollo y reactivación de la artesanía, se deben empezar a concentrar todos los mecanismos para llegar al cliente local; es decir, el ecuatoriano. Posteriormente, ir evolucionando a otros mercados. Es decir, ¿cómo puedo convencer a otros de lo que soy, si yo no puedo convencerme a mí mismo?

### **Integración a la cadena de valor**

Antes de pensar en involucrar al diseño como factor generador de innovación en el producto, se debe repensar el concepto de producto a *metaproducto*,<sup>82</sup> «como el sistema con el que se relaciona y lo multiplica» (IMDI 2005, 9). Esto

79. Participación de autora en mesas de trabajo sobre el futuro de las artesanías en Colombia, Expoartesanías de Colombia, diciembre 18 y 19 (2013) Corferias, Bogotá.

80. Las empresas sociales son empresas con fines de lucro, tienen como objetivo el bien comunitario.

81. La falencia de las instituciones educativas es que no se educa sobre bases sólidas frente a los conceptos de cultura, conocimientos ancestrales e identidad cultural, si fuese así existiría mayor valoración al país, a la región al territorio, a las culturas populares, y no solo visto desde la historia, sino también como patrimonios vivos y representaciones. Entrevistas con autora a: Valdez, Kowii, Carrera, Carrasco 2013.

82. Basado en el concepto de metalenguaje de Roland Barthes (cit. en IMDI 2005).

significa que el diseño no solo está en la innovación de productos sino también se involucra en todos los procesos dentro de la cadena de valor.

### **El equipo de apoyo**

El sistema de intervención se construye con grupos interdisciplinarios formados por: los artesanos como principales transmisores de experiencias y conocimientos; el equipo de diseño integral, apoyados por investigadores, como antropólogos, arqueólogos, en los que se soporten sólidamente todos los conocimientos culturales; además otro tipo de investigadores, biólogos, que conjuntamente exploren materias primas; técnicos en ingeniería mecánica y química con el objetivo de evolucionar y crear productos artesanales con conceptos de funcionalidad industrial.

## **LAS DIMENSIONES EN EL DESARROLLO SUSTENTABLE DE UNA PROPUESTA URBANA**

### **Económicos y productivos**

Desde el lado productivo se debe también involucrar tecnología de apoyo en las operaciones de producción, con el fin de disminuir los procesos que no agregan ningún tipo de valor y también potenciar lo más importante: el conocimiento, la habilidad y la creatividad de los artesanos. El diseñador se relaciona con estos procesos, pues el resultado se basa en un conocimiento de optimización y eficiencia, que permite también controlar los costos operativos, disminuir los cuellos de botella y desgaste humano y su seguridad industrial. Desde el desarrollo de la artesanía urbana, esta se caracteriza por ser flexible a la intervención de la tecnología.

Un proceso sustentable es un proceso eficiente, es rentable, desde ahí se podría construir la *innovación en valor* (Kim y Mauborgne 2005), pues permite que pueda existir mayor movilidad del precio, ser competitivo, mejorar los márgenes de venta, y además ampliar las estrategias de intermediación.

### **Sociales**

Dentro de los mismos procesos de producción, se debe reestructurar sistemas organizacionales importantes, como son la *asociatividad* y la *cooperati-*



*vismo*, en donde el artesano no es solo mano de obra, o un obrero, es sobre todo un gestor clave e indispensable, pues se transforma en la base. Este puede ser un planteamiento utópico, pues las personas de las ciudades se manejan bajo otros sistemas de organización, la gente de la urbe tiende al individualismo.

## **Ambientales**

Se debe plantear de forma clara que cada materia prima extraída del medio ambiente, como parte de los procesos, debe ser renovada; es decir, se deben generar zonas de cultivo, áreas de protección, etc. Dentro de una propuesta urbana, los materiales desechados podrían convertirse en materia prima, y bajo un planteamiento fuerte de nuevos conceptos involucrar identidad, que es el punto principal planteado.

Para lograr también la protección ambiental, los objetos deben enfocarse a salir del concepto suntuoso, deben ser funcionales y proyectarse a largo plazo o a ser reutilizados.

## **Culturales y espirituales**

La artesanía es un producto rico que es relevante por su proceso, esta es una diferencia grande con respecto a los productos industriales. Además, sobre el reordenamiento de los sistemas de organización se revalorizan los conceptos de autoestima grupal y se robustece el concepto de identidad, el espíritu del artesano y la creatividad. La artesanía se convierte en vehículo de una historia que contar (*storytelling*).<sup>83</sup> Dentro de la ciudad se debe resignificar y generar nuevas historias que nacen de los mitos ancestrales de la naturaleza, el origen, del Quito sagrado y se vuelcan en las calles y en los barrios, en lo doméstico de la ciudad. El diseñador aparece nuevamente como intérprete.

## **NEOARTESANÍA, OBJETO EVOLUTIVO Y REFLEJO DE IDENTIDAD**

El tipo de artesanía, resultado de la hibridación cultural, es la *neoartesanía*, correspondiente a la artesanía urbana o contemporánea, a partir de la división de la artesanía realizada respecto al mercado, a la producción y al

83. Una de las técnicas utilizadas para llegar a los usuarios.

contenido cultural. La *neoartesanía* tiene un alto contenido conceptual y simbólico, se adapta a las demandas y nuevas tecnologías, es un tipo de artesanía de fusión, que conserva las características relevantes de lo que es una artesanía por la intervención de grupos interdisciplinarios y de diseñadores integrales.

La artesanía urbana debe nutrirse de la identidad de la ciudad, pero también de su cultura ancestral y popular. La ciudad como centro, absorbe el conocimiento de técnicas de la artesanía rural. Se debe crear conceptualmente para que sea una artesanía que se soporte en el concepto sustentable y al mismo tiempo satisfaga las necesidades de los usuarios. Esta artesanía al ser una artesanía de fusión, puede generarse así misma con una propia identidad, objeto portador de estética, funcionalidad y simbolismo.

## PROPUESTA DE UN SISTEMA DE INTERVENCIÓN DE DISEÑO EN EL DESARROLLO DE LA NEOARTESANÍA

Al diseño se lo considera una disciplina proyectual que desarrolla una metodología para la solución de problemas. Bajo la premisa de que el objeto (producto) es un soporte de significados y connotaciones, y adoptando el concepto que Barthes maneja como mito entre el lenguaje y el metalenguaje (cit. en IMDI 2005), aparece entonces el producto como proyecto, inserto en el *metaproducto* o *metaproyecto*, como un sistema que estructura los procesos desde: la investigación, considerando los entornos naturales y humanos en los que se desarrolla; las tecnologías; los equipos multidisciplinarios; los mercados, los usuarios; hasta el resultado y su retroalimentación. De esta forma el objeto tiene una visión holística, en este caso neoartesanía, se convierte en un sistema.

Se debe entender que en el hecho de manejar conceptos y sistemas de generación de productos artesanales, lo más importante son las estructuras organizacionales horizontales, en este caso las redes. Partiendo de la base de que son los valores y la filosofía del desarrollo sustentable y del buen vivir.

### **Primera etapa: Investigación y planeación**

El diseño, al ser una actividad proyectual, define sus parámetros iniciales, que se enriquecerán con el artesano; esta primera fase conlleva la recopilación de insumos de información, planes y estrategias, considerando el objetivo principal que es la *incorporación de la identidad cultural* como condicionante principal.



- Antropólogos y otros investigadores, se necesitan bases de investigación importantes con el fin de decidir qué aspectos de la cultura se han perdido y son relevantes para fomentar la identidad.

## **Segunda etapa: Investigación de la materia prima**

La materia prima constituye un factor fundamental en este proceso, ha dado la base para el desarrollo de la técnica, reforzando la identidad y el origen de un producto artesanal. Es por eso que en un proyecto ambicioso, deben estar involucrados otros investigadores, como biólogos que trabajen conjuntamente con los diseñadores para manejar nuevas alternativas de materia prima, que permitan ser vinculadas a sistemas amigables con el medio ambiente. Dentro de estos procesos también debe involucrarse el reciclaje de objetos industriales y la búsqueda de nuevas técnicas y tecnologías que permitan su transformación.

## **Tercera etapa: Desarrollo de producto**

Esta etapa se ha dividido en cuatro subetapas:

### ***Conceptualización***

En este proceso de coreación, el diseñador aprende del artesano, conceptualiza conjuntamente con él, intercambia conocimientos y desarrolla un producto. Se consideran: la materia prima, la tecnología artesanal y las tecnologías de apoyo; además, *la función del objeto, la estética y el significado cultural*. Esta es la fase creativa más importante para la innovación del producto; en este caso se realizará una ejemplificación a través de un modelo de cómo generar el concepto.

### ***Generación de prototipo***

El diseñador, conjuntamente con el artesano, transforma los insumos y los interpreta, los plasma a través de diagramas gráficos bidimensionales y tridimensionales.

### ***Validación del producto***

El producto entra en una etapa de prueba de utilización, prueba de resistencia, prueba de gustos y preferencias, y sobre todo, la validación de significa-

dos: ¿qué comunica el producto?, ¿qué satisface emocionalmente el producto?, ¿qué aporta más allá de su uso y estética?

### ***Identidad gráfica de producto, envase y embalaje***<sup>84</sup>

El producto exalta sus características y aumenta su valor percibido a través de su imagen, necesita de un empaque que lo proteja, que comunique y que cuente una historia.

### **Cuarta etapa: Proceso de producción**

En esta fase se trabajan con mucho cuidado las técnicas artesanales, el uso delicado de la materia prima y los acabados. Como mencionamos antes, la tecnología de apoyo puede ayudar a optimizar ciertos procesos que no afecten a la esencia de la artesanía sobre todo el talento y a la creatividad del artesano.

### **Quinta etapa: Promoción, comercialización y uso**

Fuera del campo que maneja el diseñador centrado en la *neoartesanía* como producto se debe incorporar estrategias relacionadas al *marketing mix* (Kotler y Armstrong 2003) como son: *plaza*, desarrollo de canales de distribución, innovación de distribución; *promoción*, como parte del marketing integral de comunicación, aparecen la publicidad, las ventas directas, el marketing personalizado, *on-line*, etc.; *precio*, el precio es relevante dentro de una estrategia de valor, está vinculado con la optimización de costos y esto es lo que permite hacer que una idea bien conceptualizada se vuelva sostenible.

Respecto a la comunicación del producto, el diseñador aparece en este proceso, apoyado en las TIC, debe trabajar la imagen del producto para que pueda ser reconocido.

Para que el producto tenga más soporte significativo para los usuarios, el diseñador debe cumplir con el objetivo de transmitir los aspectos culturales como las técnicas, el origen y creador.

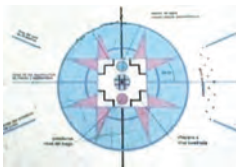
84. Se conoce en *marketing* como *packaging* correspondiente al empaque, envase, y embalaje.

Gráfico 12. **MODELO DE DESARROLLO DE NEOARTESANÍA**

**CONCEPTUALIZACIÓN: OLLA DE CERÁMICA**

**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.



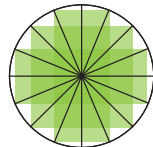
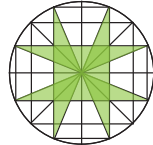
Sobre estas formas se observan conceptos básicos de diseño que permiten la concentración, el sol como el centro de luz y además el equilibrio de los objetos, sobre gradaciones de color que permiten reforzar la intensidad del centro como parte de la evocación hacia los seres espirituales.



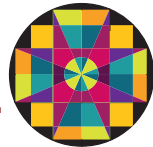
fotografía: Diana Ferro Museo de La Florida

(Intepretación de simbología en Parque Itchimbia)

FORMA  
CONNOTACIÓN  
**ABSTRACCIÓN**  
COLORES  
SIGNIFICACIÓN  
SÍMBOLOS

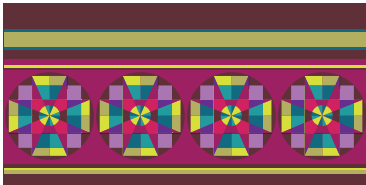


fusión de la Estrella con geometrización de la Chacana o Cruz Andina

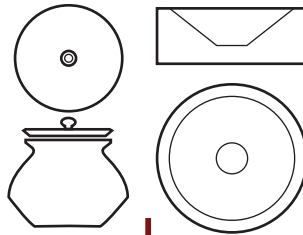


Funcional  
Estética  
Simbólica

**RESIGNIFICACIÓN**  
**INTERPRETACIÓN COMPOSICIÓN**



CONDICIONES



**CONCEPTO**

El resultado es una olla de cerámica con resistencia eléctrica. Este producto artesanal con tecnología industrial que se enfoca a 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

Gráfico 13. **MODELO DE DESARROLLO DE NEOARTESANÍA**

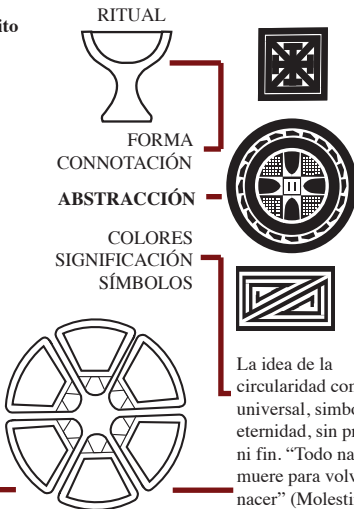
**CONCEPTUALIZACIÓN: JUEGO DE TÉ**

**REFERENCIAL GRÁFICO**

Vestigios arqueológicos de La Florida, Quito  
Enterramientos del Periodo de Integración  
pertenecientes a la cultura  
Negativo del Carchi o Capulí

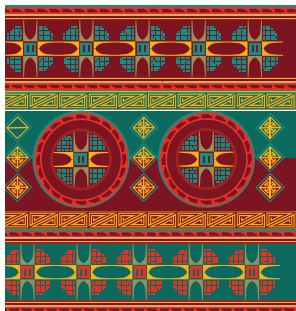


fotografía: Diana Ferro  
Museo de La Florida y Museo Olga Fish

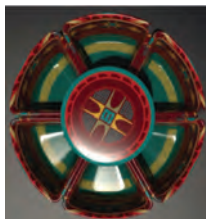


La idea de la circularidad como un universal, simboliza la eternidad, sin principio ni fin. "Todo nace y muere para volver a nacer" (Molestina 2006, 385)

**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

## **Sexta etapa: Resultados, evaluación y retroalimentación**

Al obtener y evaluar los resultados de un proceso, estos se convierten en insumo para iniciar uno nuevo, en este caso el diseñador debe tener una visión prospectiva frente al futuro de las artesanías después de su uso, pues esto permite tener también una correcta orientación a productos sostenibles. En esta fase se ven los resultados que favorecen a los beneficiarios y permiten que el ciclo se repita con más fuerza y conocimiento para que sea sustentable.

### **MODELO DE CONCEPTUALIZACIÓN PARA LA INCORPORACIÓN DE LA IDENTIDAD CULTURAL EN LAS NEOARTESANÍAS**

Se considera como el corazón del sistema, a la tercera etapa que corresponde a la fase de *la conceptualización* de la neoartesanía. Se desarrolla un modelo para la incorporación de identidad en el diseño, teniendo como base la investigación a partir de las siguientes propuestas.

En este proceso de conceptualización se gesta una neoartesanía con identidad como resultado de la hibridación cultural que toma elementos, símbolos y formas ancestrales que se funden con la estética y las necesidades contemporáneas. Para lograr una neoartesanía innovadora y sustentable se consideran las condiciones de funcionalidad, estética y significado. Se crea una convergencia, se incrementan los vínculos y relaciones para generar un relato contemporáneo, vigente y rico culturalmente.





# Conclusiones

En este estudio se recorrió el diálogo de autores, desde las concepciones más simples hasta las más profundas de la cultura como sistema de signos (Geertz 1973). Pensadores como Echeverría desde su crítica a lo barroco, que más que dar las respuestas abre nuevas interrogantes como motivación para seguir explorando sobre la cultura y las configuraciones de la identidad. Filósofos como Baudrillard (1990) que enfoca de un modo simbólico a los objetos como si estos fueran seres vivos e inspiran a la creación de objetos artesanales con mayor contenido de significación.

Conceptos como la *desterritorialidad* de García Canclini (2009) y la noción de extranjeros en la propia tierra, se relacionan con la *crisis simbólica* (Sylva, Oviedo y Moncada 2011) que se vive frente al criterio de identidad nacional. Ecuador es un país rico multiétnico y megadiverso, que se manifiesta en su mega diversidad de pensamientos y desacuerdos, los que se evidencian en este proyecto al hacer el levantamiento de información del sector artesanal. Esta crisis simbólica pretende crear identidades culturales que tienden al individualismo, percibiendo el primer problema de la *cohesión de identidad*.

Al relacionar esta identidad nacional con la de otros países altamente posicionados por sus artesanías como México (Proecuador 2011), se percibe su espíritu nacionalista que caracteriza a los mexicanos y corresponde al factor principal del éxito para el desarrollo artesanal de ese país. En países como Colombia, en el que su mayor consumo artesanal es local, se evidencia que tanto en la conformación de un organismo central como es Artesanías de Colombia, y en el interés del colombiano en consumir lo propio, nacen del factor de identidad nacionalista y amor a su país.

Sobre las artesanías quiteñas es necesario recalcar que al pensar en reconstruir la concepción de artesanía urbana como una oportunidad para salvaguardar a la artesanía y a los artesanos, no se pretende manejar la postura regionalista, pues ya se ha comprobado que no le hace bien al desarrollo del país. Para lograr construir una identidad local, se empieza por el respeto, la consideración del otro y la autovaloración basada en los conocimientos históricos.

A lo largo de esta investigación se hizo una crítica al consumismo, a la cultura de masas, al mundo de los simulacros. Esto no significa estar en contra

de la producción o el crecimiento económico, sino en contra de la manipulación de los seres humanos que se pierden a sí mismos y pierden la capacidad de creación.

Es por esta razón que por medio de este proyecto se plantea una solución reflexiva para actuar frente al actual sistema económico del mundo, desde una postura crítica, no de pretender buscar un aislamiento, sino de aprovechar esa interacción y trabajar sobre la territorialidad y la glocalización, como con las redes y sistemas de organización horizontales y comunitarios, considerando las dimensiones del desarrollo sustentable, sobre las bases filosóficas del buen vivir y así reconstruir la identidad.

Se ha manifestado cómo deben manejarse las interacciones y la intervención del diseño dentro del concepto de *metaproyecto*, además se ha planteado el modelo de conceptualización para la introducción del concepto de identidad cultural en productos contemporáneos, considerando las condiciones bases para una artesanía que sea: funcional, estética y simbólica, y también competitiva en el mundo de la globalización.

La falta de identidad es la ausencia interna del propio ser, por eso hay que reencontrarse, esta situación nos lleva a pensar en regresar al origen, a buscar la célula madre como dice Baudrillard (1990). Para reencontrarse debemos crear un *plan inverso* y tomar las herramientas y los recursos tecnológicos que tenemos. Necesitamos volver a dialogar con la tierra y con el cosmos, volver a la concepción de respeto a la naturaleza, volver a la comunidad real, al contacto físico con los otros seres y la naturaleza, a través del autoconocimiento y la creación y de esta forma reconectarnos otra vez con el espíritu, con nuestra identidad.

## Lista de referencias

- Acha, Juan. 1997. *Introducción a la teoría de los diseños*. México DF: Trillas.
- Artesanías de Colombia. 2013. Consulta: 10 de diciembre de 2013. <<http://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/Movil/Publicacion.jsf?contenidoId=82>>.
- 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». *Cultura y Desarrollo*, No. 6 (La Habana: UNESCO, Oficina Regional de Cultura para América Latina y el Caribe): 1-19.
- Blache, Martha. 1999. *Folklore urbano*. Buenos Aires: Colihure.
- Carrera, Fausto. 2012. Consulta: 9 de septiembre de 2013. <<http://blog.faustocarrera.com/>>.
- Chiriboga, Manuel. 2009. *Quito: Identidad, innovación y competitividad*. Quito: Corporación Instituto de la Ciudad de Quito.
- Cooper, Press. 2009. *El diseño como experiencia: El papel del diseño y los diseñadores en el siglo XXI*. Madrid: Gustavo Gili.
- Cuche, Denys. 1999. *La noción de las culturas en las ciencias sociales*. Trad. por Paula Mahler. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Colombia. Artesanías de Colombia. 2013. Consulta: 21 de septiembre de 2013. <<http://artesaniasdecolombia.com.co>>.
- Dávalos, Pablo. 2009. «Reflexiones sobre el sumak kawsay (el buen vivir) y las teorías del desarrollo». 1 de febrero de 2009. Consulta: 12 de febrero de 2013. <[www.puce.edu.ec/documentos/CuestionessobreelSumakKawsay.pdf](http://www.puce.edu.ec/documentos/CuestionessobreelSumakKawsay.pdf)>.
- Dieguez, Antonio Carlos. 2000. *El mito moderno de la naturaleza intocada*. Quito: Abya-Yala.
- Ecuador. Congreso Nacional. *Ley de Defensa del Artesano*. 1954.
- . *Registro Oficial*, No. 356, 5 de noviembre de 1953.
- . Instituto Coordinador de Patrimonio. 2011. *Introducción al patrimonio cultural*. Quito: Ministerio Coordinador de Patrimonio.
- . Instituto de Patrimonio Cultural. 2010. *Cajas de listas del patrimonio inmaterial*. Quito: Ministerio Coordinador de Patrimonio.
- . Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. 2005. *En torno al producto*. Buenos Aires: Instituto Metropolitano de Diseño e Innovación / Centro Metropolitano de Diseño.

- . Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. 2010. <ecuadorencifras.com>. Consulta: 19 de noviembre de 2013. <http://www.ecuadorencifras.com/siemprende/PreCec.nec.html>.
- . Intendencia de Estadísticas, Estudios y Normas de EPS y SFPS. 2013. *Ley de Economía Popular y Solidaria*. Quito: Dirección Nacional de Normas.
- . Junta Nacional de Defensa del Artesano (JNDA). 2012. *Rendición de cuentas*. Quito: JNDA
- . Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) Instituto Iberoamericano del Patrimonio Natural y Cultural (IPANC). 2011. *Estudio propuesta para el posicionamiento de la artesanía patrimonial del Ecuador: Informe final*. Quito: El Conejo.
- Echeverría, Bolívar. 2001. *Definición de cultura*. México DF: Universidad Nacional Autónoma de México.
- . 1998. *La modernidad de lo barroco*. México DF: Era.
- García Canclini, Néstor. 1995. *Consumidores y ciudadanos*. México DF: Grijalbo.
- . 1990. *Culturas híbridas*. México DF: Grijalbo.
- . 2001. *Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Buenos Aires: Paidós.
- . 2009. *Extranjeros en la tecnología y en la cultura*. Buenos Aires: Paidós.
- 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.
- Guerrero, Patricio. 2002a. *Antropología aplicada*. Quito: Abya-Yala.
- . 2002b. *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.
- Kim, W. Chan, y Renée Mauborgne. 2005. *La estrategia del océano azul*. Bogotá: Norma.
- Kotler, Philip, y Gary Armstrong. 2003. *Fundamentos de marketing*. Bogotá: Paerson Educación.
- Lotman, Yuri. 2000. *Semiótica de las artes y la cultura*. Madrid: Cátedra.
- Leach, Edmund. 1998. *Cultura y comunicación: La lógica de la conexión de los símbolos*. Madrid: Siglo XXI.
- Lozano, Alfredo. 1991. *Quito, ciudad milenaria: Forma y símbolo*. Quito: Abya-Yala / Centro de Investigaciones Ciudad.
- MacCannell. 1990. *La era del signo: Interpretación semiótica de la cultura moderna*. México DF: Trillas.
- McCombs, Maxwell. «Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo». En Jennings Bryant y Dolf Zillmann, coord., *Los efectos de los medios de comunicación: Investigaciones y teorías*. 13-34. Barcelona: Paidós.
- Malo, Claudio. 2006. *Arte y cultura popular*. Cuenca: Universidad del Azuay.
- . 2008. *Artesanías: Lo útil y lo bello*. Cuenca: CIDAP.
- . 2005. «Las artesanías y la expresión de la identidad ecuatoriana». En Presidencia de la República del Ecuador, *La participación de la sociedad ecuatoriana en la forma-*

- ción de identidad nacional*, 333-53. Quito: Presidencia de la República-Comisión Nacional Permanente de Conmemoraciones Cívicas.
- Marshall, Alfred. 1957. *Principios de economía: Un tratado de introducción*. Madrid: Aguilar.
- Martínez Ulloa, Jorge. 2003. «Inevitabilidad de la mezcla: Una estrategia para ser y parecer». *Revista Musical Chilena* 57, No. 199 (enero-junio), (Santiago: Universidad de Chile-Facultad de Artes): 78-83.
- Marx, Karl. 2000. *El capital*, t. I, cap. I, apartado 4, México DF: Fondo de Cultura Económica.
- Mayos Solsona, Gonzalo. 1991. *El abismo y el círculo hermenéutico*. Barcelona: Universidad de Barcelona.
- Milla, Zadir. 2008. *Introducción a la semiótica del diseño precolombino*. Lima: Asociación Amaru Wayra.
- Molestina, María. 2006. «El pensamiento simbólico de la Florida». *Bulletin de l'Institut Français d'Études Andines* 35, No. 3: 377-95.
- Morello, Gustavo. 2009. «El barroco y la modernidad latinoamericana: Una lectura a la obra de Bolívar Echeverría». En Carlos Arcos Cabrera, comp., *Sociedad, cultura y literatura*. 421-35. Quito: FLACSO / Ministerio de Cultura.
- Moreno, Enriqueta. 2009. «El narcisismo del mito de Narciso a su realidad virtual en el siglo XXI», *Revista del Psicoanálisis*, No. 57, *Psicoanálisis y perversiones*: 191-205. Consulta: 21 de diciembre de 2013. <<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3095055>>.
- Naranjo, Marcelo. 2007. *La cultura popular en el Ecuador*, t. XI, *Pichincha, II Parte*. Cuenca: CIDAP.
- Orwell, George. 1984. *2000*. Madrid: Babel.
- Papanek, Víctor. 1977. *Diseñar para el mundo real: Ecología humana y cambio social*. Madrid: Hermann Blume.
- Paz, Octavio. 1988. «La artesanía: Entre el uso y la contemplación». *Revista de Camacol* 11, No. 1 (marzo): 120-5.
- Porter, Michael E. 1985. *Ventaja competitiva*. Nueva York: Free Press.
- . 1998. «Clusters, y la nueva economía de la competencia». *Harvard Business Review*. 76, No. 6 (noviembre- diciembre de 1998), Cambridge: Harvard Business Publishing): 136-45.
- . 1991. *La ventaja competitiva de las naciones*. Buenos Aires: Javier Vergara.
- ProEcuador. 2013. *Análisis del sector artesanías*. Quito: Ministerio de Relaciones Exteriores (MRE).
- . 2012. *Análisis del sector artesanías*. Quito: MRE.
- Real Academia Española. 1914. *Diccionario de la lengua española*. 14a. ed.. Madrid: Espasa Calpe.
- . 2001. *Diccionario de la lengua española*. 22a. ed. Madrid: Espasa Calpe.
- Ritzer, George. 2006. *Macdonalización de la sociedad*. Buenos Aires: Ariel.
- Robertson, Roland. 2003. *Glocalización: Tiempo-espacio y homogeneidad-heterogeneidad*. Madrid: Trotta.
- Rousseau, Jean Jacques. 1984. *Ensayo sobre el origen de las lenguas*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

- Salinas, Oscar. 2001. *Historia del diseño industrial*. México DF: Trillas.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES). 2013. *Plan Nacional de Desarrollo / Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017. Versión resumida*. Quito: SENPLADES.
- Serrano, Pablo. 2013. Conferencia CROMIA. Festival de diseño, Cuenca, 5 de septiembre 2013.
- Sylva Charvet, Erika, Alexis Oviedo y Martha Moncada. 2011. *Políticas para una revolución cultural*. Quito: Ministerio de Cultura.
- 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*. 26 de febrero de 2007. Consulta: 4 de diciembre de 2013. <<http://www.eumed.net/libros-gratis/2007c/313/>>.
- Villoro, Juan. 2011. «Identidades fronterizas». En Néstor García Canclini, edit., *Conflictos interculturales*, 159-67. Barcelona: Gedisa.
- 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

- Alomía, Andrea. 2013. Gerente General de Galerías Ecuador (julio).
- Altamirano, Vicente. 2013. Arqueólogo. Director del Museo La Florida (septiembre).
- Barba, Lenin. 2013. Director técnico JNDA (julio).
- Cano, Pilar. 2013. Gerente General de *Olga Fisch Folklore* (julio).
- Carrasco, Diego. 2013. Coordinador Texturas y Colores, Quito Turismo (agosto).
- Carrera, Fausto. 2013. Investigador Fundador de la primera escuela de diseño de Quito, Escuela Metropolitana de Diseño (julio).
- Cerda, Alfredo. 2013. Presidente de la Cámara de Artesanos de Quito (mayo).
- Fuentes, Alfredo. 2013. Investigador y escritor de varios libros acerca de Quito (julio).
- Kowii, Ariruma. 2013. Director del Área de Estudios Culturales (agosto).
- Valdez, Tatiana. 2013. Técnica, MIPRO, Dirección de Artesanías y PYMES (junio).
- Vallejo, Luis. 2013. Director Nacional de Diseño Ministerio de Cultura (agosto).

# Universidad Andina Simón Bolívar

## Sede Ecuador

La Universidad Andina Simón Bolívar es una institución académica de nuevo tipo, creada para afrontar los desafíos del siglo XXI. Como centro de excelencia, se dedica a la investigación, la enseñanza y la prestación de servicios para la transmisión de conocimientos científicos y tecnológicos.

La Universidad es un centro académico abierto a la cooperación internacional, tiene como eje fundamental de trabajo la reflexión sobre América Andina, su historia, su cultura, su desarrollo científico y tecnológico, su proceso de integración, y el papel de la Subregión en Sudamérica, América Latina y el mundo.

La Universidad Andina Simón Bolívar es una institución de la Comunidad Andina (CAN). Como tal forma parte del Sistema Andino de Integración. Fue creada en 1985 por el Parlamento Andino. Además de su carácter de institución académica autónoma, goza del estatus de organismo de derecho público internacional. Tiene sedes académicas en Sucre (Bolivia), Quito (Ecuador), sedes locales en La Paz y Santa Cruz (Bolivia), y oficinas en Bogotá (Colombia) y Lima (Perú). La Universidad tiene especial relación con los países de la UNASUR.

La Universidad Andina Simón Bolívar se estableció en Ecuador en 1992. En ese año la Universidad suscribió un convenio de sede con el gobierno del Ecuador, representado por el Ministerio de Relaciones Exteriores, que ratifica su carácter de organismo académico internacional. En 1997, el Congreso de la República del Ecuador, mediante ley, la incorporó al sistema de educación superior del Ecuador, y la Constitución de 1998 reconoció su estatus jurídico, el que fue ratificado por la legislación ecuatoriana vigente. Es la primera universidad del Ecuador en recibir un certificado internacional de calidad y excelencia.

La Sede Ecuador realiza actividades, con alcance nacional e internacional, dirigidas a la Comunidad Andina, América Latina y otros ámbitos del mundo, en el marco de áreas y programas de Letras, Estudios Culturales, Comunicación, Derecho, Relaciones Internacionales, Integración y Comercio, Estudios Latinoamericanos, Historia, Estudios sobre Democracia, Educación, Adolescencia, Salud y Medicinas Tradicionales, Medio Ambiente, Derechos Humanos, Migraciones, Gestión Pública, Dirección de Empresas, Economía y Finanzas, Estudios Agrarios, Estudios Interculturales, Indígenas y Afroecuatorianos.



## Últimos títulos de la Serie Magíster

### Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador

- 200** Jairo Eras, ROMPIENDO BARRERAS: Propuesta de atención integral a las discapacidades
- 201** María Fernanda Racines, LOS PROYECTOS DE LEY TRIBUTARIOS «ECONÓMICOS URGENTES» EN ECUADOR
- 202** Mónica Ruiz, MEDIOS Y POLÍTICA EN PERÚ: El caso del diario *El Comercio* en las elecciones de 2011
- 203** Leidy Carolina Dorado Bravo, LA AMNISTÍA COMO ALTERNATIVA JURÍDICA AL PROCESO DE PAZ COLOMBIANO
- 204** María del Carmen Ramírez Soasti, LA PLAZA GRANDE DE QUITO: Fotografía y memoria
- 205** Raúl Moscoso, «CIUDADANOS UNIVERSALES» EN EL COMITÉ DEL PUEBLO
- 206** Gabriela Espinoza, ¿GALANTERÍA O ACOSO SEXUAL CALLEJERO?: Un análisis jurídico con perspectiva de género
- 207** María José Ramírez, LOS TRIBUTOS HETERODOXOS Y SU APLICACIÓN EN LA COMUNIDAD ANDINA
- 208** Lorena Campo, MEMORIAS EN MOVIMIENTO: Testimonios corporales sobre el diagnóstico del «trastorno bipolar»
- 209** Gustavo Andrade, LAS COMUNAS ANCESTRALES DE QUITO: Retos y desafíos en la planificación urbanística
- 210** María Elena Rodríguez, ¿QUÉ CONOCEMOS DEL DERECHO A LA SALUD?: Propuesta de marco conceptual en perspectiva crítica para Venezuela
- 211** Boris Hernández, SUMARIO ADMINISTRATIVO Y DEBIDO PROCESO
- 212** Verónica Juna, CÓMO MEJORAR EL ECOSISTEMA EMPRENDEDOR EN QUITO
- 213** Israel Celi, NEOCONSTITUCIONALISMO EN ECUADOR: ¿Judicialización de la política o politización de la justicia?
- 214** Diana Ferro, «NEOARTESANÍA» QUITEÑA: UNA PROPUESTA SUSTENTABLE. Identidad cultural e innovación frente al mito del crecimiento

Este estudio nace del cuestionamiento del ser, ávido de identidad, inmerso en las contradicciones del crecimiento económico, con una propuesta que se atreve a desafiar los paradigmas del desarrollo, y argumenta que los procesos de producción no industriales, como la artesanía, están vigentes y son sostenibles.

Para abordar el tema de la identidad cultural, se realiza un recorrido desde la hermenéutica, la antropología simbólica, la hibridación cultural, las masas y el consumo –un mito que perpetúa la escasez a la sombra de la manipulación– y, a la vez, se analiza el folclorismo y la cultura popular.

Las artesanías ecuatorianas en sus contextos históricos, económicos, sociales y humanos están en el centro de la investigación. La propuesta toma insumos identitarios y estudios arqueológicos para, a través de la intervención del diseño como disciplina proyectual, herramientas de gestión y una visión multidisciplinaria, desarrollar un proceso de resignificación e innovación, con el que se crea la «neoartesanía» como objeto-fusión que integra aspectos simbólicos, estéticos y funcionales en una dimensión sustentable.

Esta obra motiva a restablecer los diálogos perdidos con nosotros mismos, reconfigurar la identidad, valorar el origen, la tierra y el espíritu creativo del ser y sus afectos. Un renacer contemporáneo para la creación de un nuevo paradigma de crecimiento.



*Diana Ferro (Bogotá, 1973) es Licenciada en Comunicación Social (2009) por la Universidad Técnica Particular de Loja, y Magíster en Dirección de Empresas (2014) por la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, Quito. Tiene estudios de diseño en la Escuela Metropolitana, Quito, una Certificación Profesional en Design Thinking (2016) y otra como Profesora de Emprendimiento (2016) por la Universidad de Salamanca. Ha sido docente y coordinadora de la carrera de Diseño Gráfico (2012-2014) y directora del Área de Artes y Humanidades (2014) de la Universidad Israel, Quito. Se desempeña como gestora en proyectos de diseño, comunicación corporativa, marketing y emprendimiento, y es facilitadora en innovación, emprendimiento y educación popular.*

ISBN: 978-9978-84-974-3



9789978849743