

MEMORIAS

SEMINARIO TALLER HACIA UNA NUEVA JOYERIA EN
COLOMBIA



Programa Nacional de
JOYERIA Y ORFEBRERIA
2001-2002

William Monroy
Francisco Ruiz
Autores

**MINERCOL**
EMPRESA NACIONAL MINERA LTDA.
COMISIÓN NACIONAL DE REGALÍAS

 Ministerio de Desarrollo Económico
artesanas de colombia

Bogotá. 2002

PROGRAMA NACIONAL DE JOYERÍA

2001-2002

**CONVENIO MINERCOL LTDA. – ARTESANÍAS DE COLOMBIA
CON APOYO DE LA COMISIÓN NACIONAL DE REGALIAS.**

**Cecilia Duque Duque
Gerente General Artesanías de Colombia**

**Ernesto Orlando Benavides
Subgerente Administrativo y Financiero
Director Convenio Programa Nacional de
Joyería**

**Lyda del Carmen Díaz
Coordinadora Unidad de diseño**

**Gloria Ballesteros
Interventora Programa Nacional de
Joyería Minercol Ltda.**

**Eduardo Barroso
Karina Achõa
Bernardete Santos
Consultores**

**Sandra Strouss
Asesora Asuntos Internacionales
Programa Nacional de Joyería**

**William Monroy
Francisco Ruiz
Autores**

**PROGRAMA NACIONAL DE JOYERÍA
CONVENIO DE COOPERACIÓN
MINERCOL LTDA Y ARTESANÍAS DE COLOMBIA S.A.
APOYO COMISIÓN NACIONAL DE REGALÍAS**

MEMORIAS

**SEMINARIO TALLER HACIA UNA NUEVA JOYERIA EN
COLOMBIA**



MARCO CONCEPTUAL

El dinamismo de los mercados de bienes Simbolicos o de productos con alto valor agregado obliga a las empresas productoras a hacer un esfuerzo constante y permanente de renovación de su portafolio, con lanzamiento de nuevas líneas y colecciones que sean innovadoras en sus formas, materiales y usos. Para lograr estos resultados se hace necesario confrontar experiencia locales y foráneas, conjugando tradición con modernidad, referencias locales con un perspectiva global, con el respaldo de la información sobre demandas potenciales de mercado (interno y externo) y el soporte de especialistas en decodificación y análisis de referentes culturales.

En el Seminario - Taller "Hacia Una Nueva Joyería Colombiana" se buscó la precisión de los siguientes conceptos:

Proyecto de Diseño:

Es proponer, construir algo que no existe, es innovar formas y contenidos. Para ello se hace indispensable la apropiación y uso de herramientas conceptuales como orientadoras y punto de partida en la generación de los diferentes elementos estéticos.

Artista:

El artista tiene un compromiso consigo mismo y por ninguna razón debe hacer concesiones con nadie. El es un individuo inalienable, fiel a sus conceptos y a sus ideas.





Diseñador:

Al contrario, el diseñador tiene un compromiso con el cliente y su producto no esta determinado por sus gustos y conceptos personales. Sin embargo, como caso típico se puede dar la situación de que el perfil del cliente coincida con el perfil del diseñador, permitiendo de esta forma una concomitancia de gustos y conceptos.

Por lo anterior, el diseñador debe estar en capacidad de identificar y desmenuzar los conceptos que son propios de su cliente. El diseñador no tiene estilo propio, su estilo es marcado por sus nichos de mercado.



PROGRAMA NACIONAL
 DE JOYERÍA

2002

Diseño y Concepto:

- El diseño sin concepto no es diseño. Cuando se procede a diseñar se debe proceder necesariamente a la construcción de estructuras conceptuales que den soporte a las expresiones estéticas y para ello se requiere el intercambio de saberes, del debate y de la investigación.

OBJETIVOS

Crear, en los participantes, conciencia de la Necesidad de cambiar su modo de pensar y de hacer joyería, de ser efectivos y eficientes con propuestas innovadoras frente a los retos que imponen los actuales mercados cada vez más competitivos. Estos cambios deben ser direccionados por nuevas y continuas construcciones mentales, que reconozcan y valoricen los elementos más singulares de su propia cultura.



Trabajo de molde en cera.
Proyecto RAPGARTO, línea rap

- **Tomar** como reto la necesidad de producir y **ofrecer** productos para públicos no habituales. **Productos** innovadores que motiven la compra **por primera vez**.



Anillo de la línea rapera
Tema: Canteras llenas de luz

- **Abrir** las puertas de la percepción de elementos del cotidiano propios de los diferentes nichos de mercado. Colocándose en la "piel del comprador" con el fin de comprender con exactitud sus deseos, sus necesidades y producir de esta manera productos que satisfagan verdaderamente las necesidades del cliente.
- **Aproximar** a diseñadores y joyeros con el fin de promover procesos de reflexión, de motivación del trabajo colectivo, armónico y positivo en procesos de creación de productos dirigidos a los distintos nichos de mercado.
- **Desarrollar** nuevas líneas de joyería de calidad, dirigidas a un público consumidor cada vez más exigente y conectado con las tendencias globales.

JUSTIFICACION

Los joyeros vienen perdiendo mercado frente a la competencia mundial. Cotidianamente proyectan sus productos, sin considerar la reducción de costos, la minimización de los procesos de producción, la producción a escala y la agregación de valor.



ANILLO EN PLATA CON DIVERSIFICACION DE MATERIALES TALES COMO, MADERA, ACRILICO Y ORO; DANDOLE UN VALOR AGREGADO.

Actualmente, las empresas de éxito compiten en los mercados dinámicos con productos y servicios con fuerte personalidad, singulares, exclusivos y con historia. Estas novedosas propuestas son el resultado de los profundos cambios que se vienen presentando en las Leyes de la oferta y la demanda y al crecimiento exponencial de la oferta producto de los fenómenos de la globalización, que marcan como consecuencia una fuerte regulación de la demanda frente a la oferta.



DISEÑO CON BASE EN UN NUEVO CONCEPTO DE LA JOYERIA COLOMBIANA. ENERO DE 2001 BOGOTA D.C.

Para el caso particular, los participantes al seminario - taller de diseño reafirmaron la tendencia a la reducción de sus volúmenes de producción y de venta en los últimos diez años. Razón por la cual, son conscientes de la necesidad de buscar nuevas oportunidades de mercado, de superar los simples procesos empíricos, de tentativa - error y de ahondar con incorporar diseño y nuevas tecnologías en sus procesos productivos.



NUEVO DISEÑO Y TECNOLOGIA EN LOS PROCESOS PRODUCTIVOS

ESTRATEGIA METODOLOGICA

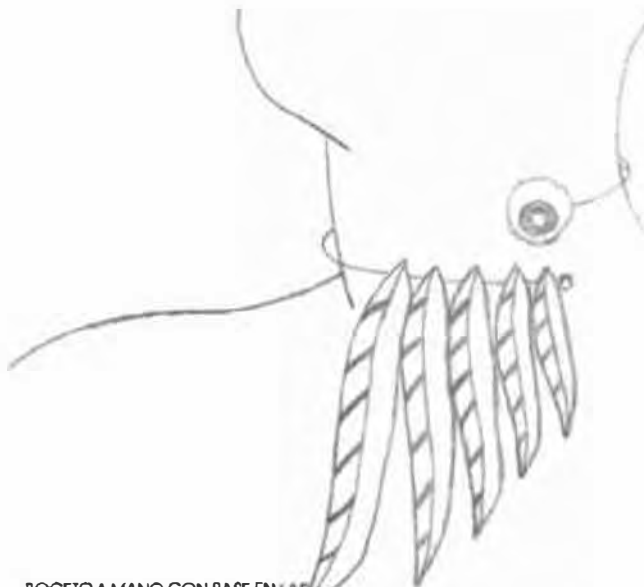
El seminario - taller se estructuró en la construcción de imaginarios que evocaran escenarios futuros. Diseñadores y joyeros se hicieron partícipes en los diferentes procesos conceptuales y estéticos compartiendo con gran interés sus puntos de vista.

Como técnicas aplicadas se pueden mencionar: Exposiciones desarrolladas por especialistas en identidad cultural colombiana, que referenciaron con exactitud la gran riqueza material e iconográfica del país; la "Lluvia de ideas" sin referentes y con ellos; la recopilación y lectura de los diferentes elementos semióticos de las culturas indígenas, de la colonia, del período republicano y contemporáneo, mediante visitas a espacios especializados y en el trabajo de campo nocturno por los diferentes hitos arquitectónicos y ciudadanos de la zona histórica de Bogotá; la presentación del video "Colombia Viva" y sus imágenes permitieron un recorrido por la diversidad y riqueza histórica, geográfica (fauna, flora, diversidad étnica, musical, entre otras) del país. La técnica de "lluvia de ideas" se aplicó por grupo y por subgrupos, permitiendo de esta manera la construcción de un todo conceptual.

En primer lugar, se le solicitó a los participantes definir en un marco de diez años el país con el que sueñan, un país en el futuro sostenido por su propio pasado y se propuso como desafío hacer compatible las tradiciones con la modernidad. En este ejercicio se intentó despertar en los integrantes el inconsciente del colectivo, los paisajes con más arraigo, la descripción de las características más positivas del colombiano, los iconos más representativos y el dibujo de una pantalla cromática que represente al país.

Con la presentación del video y en la confrontación con los resultados arrojados por la "Lluvia de ideas" sin referentes se permitió evaluar los resultados de la metodología del taller, arrojando como resultado una identificación precisa de los iconos nacionales. En el recorrido por la zona histórica, los joyeros que dominan la técnica de la filigrana, identificaron en los detalles de la arquitectura del período republicano formas y diseños que actualmente ellos vienen aplicando en la joyería. De la lectura semiótica concluyeron que en el período republicano, sobrevivían rasgos de la influencia árabe - española.

En segundo lugar, se dividió el grupo en tres equipos de trabajo. A cada equipo se le solicitó construir conceptos motivacionales, que les permitieran orientar e inspirar el desarrollo de sus trabajos. Mediante la técnica de "Lluvia de ideas", cada equipo propuso varios bocetos y por consenso de todo el grupo se seleccionaron tres. El primer concepto, se denominó "Huellas Revividas", en síntesis es la reconstrucción de los elementos con un fuerte significado histórico y cultural que fueron perdidos. El segundo concepto, se tituló "Canteras Llenas de Luz". En él se da una visión positiva y optimista de la riqueza y potencial del país. Y el tercer concepto se denominó "Las Entrañas del Paraíso" y es un intento de mirarse dentro de sí mismo, descubriendo y revelando cualidades escondidas, adormecidas o en gestación.



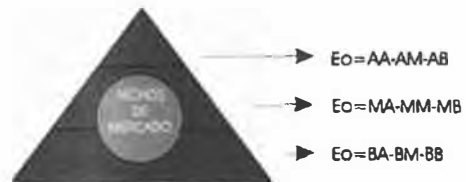
BOCETO A MANO CON BASE EN LAS PELLUMAS DEL CONDOR COLOMBIANO



PETROGIFO TOMADO COMO ICONO PARA EL DISEÑO DE LA PIESA "ARO CON DUE DE SOL"

En tercer lugar, en el interior de cada equipo de trabajo se definieron tres nichos de mercado y para cada nicho se aplicó un ejercicio de codificación respecto a los tipos de gustos, hábitos, estilos de vida, comportamientos, patrones estéticos, símbolos de identificación grupal, códigos sociales, aspiraciones y deseos. Como nichos de mercado se tipificaron en: Amas de Casa, Empleados de Despacho (oficinistas), Gays, los Vida Sana, Triunfadores, Parceros Carnavaleros y los After - Parties.

ESTRUCTURA SOCIOECONÓMICA



A partir de este momento los tres equipos se subdividieron por parejas, en su mayoría conformados por un diseñador y por un joyero y se les asignó como tarea proyectar líneas o colecciones de producto. Las propuestas de las parejas fueron compartidas con los otros miembros del equipo con el fin de fortalecer los conceptos ya desarrollados por las parejas y en la definición propia de los nichos de mercado.

2002

PROGRAMA NACIONAL
DE JOJERÍA

Las fases de conceptualización se construyeron en forma verbal y con la participación activa de los grupos de trabajo. A continuación, las propuestas se tradujeron en dibujos formales y finalmente del dibujo se pasó a la ejecución de las diferentes propuestas. Esta última etapa a pesar de las restricciones de tiempo y de algunos materiales tiene como fin la reproducción de las condiciones cotidianas de trabajo de los pequeños talleres, obligando a la consecución de soluciones innovadoras en la propia resolución de problemas técnicos.



AUDITORIO PLAZA DE LOS ARTEZANOS, ENERO 10 DE 2002

El producto final no debe ser visto como piezas terminadas para la comercialización, sino como simples eventos físicos de las posibilidades exploradas y de apertura a nuevas posibilidades.

HACIA UNA NUEVA JOYERÍA EN COLOMBIA



Fotos - Joyas

2002

LABORATORIO DE
DISEÑO BOGOTÁ

2003

 Ministerio de Desarrollo Económico
artesanías de colombia

CONCEPTO ENTRAÑAS REVELADAS DEL PARAISO



NICHO AMAS DE CASA

ICONO FLORES TROPICALES



NOMBRE ANIVERSARIO



CONCEPTO ENTRAÑAS REVELADAS DEL PARAISO



NICHO GAYS ICONO SIMBOLOS



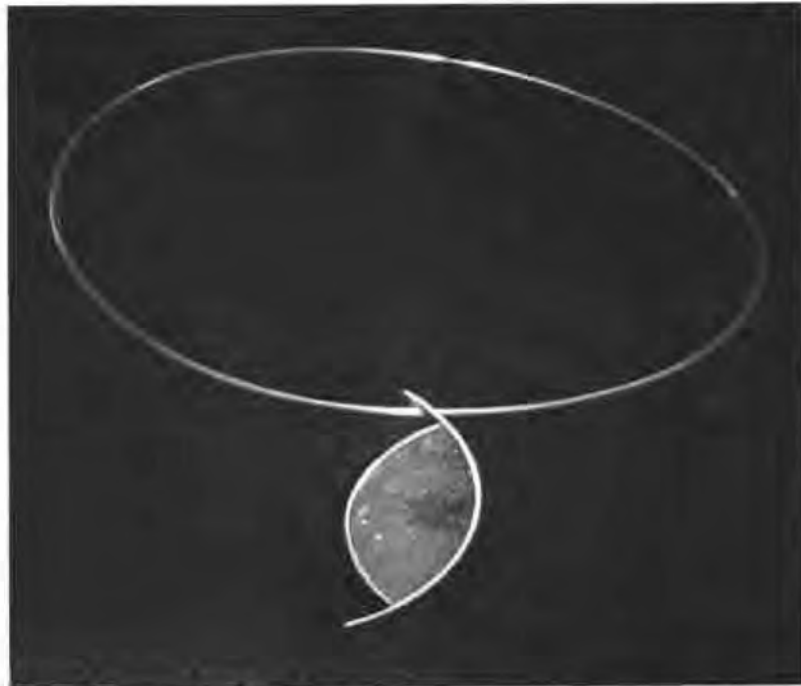
NOMBRE ADEREZO ROJO EBANO

CONCEPTO CANTERAS LLENAS DE LUZ



NICHO AFTER PARTIES

ICONO SAN AGUSTIN, SILLETEROS



NOMBRE LA NOCHE

CONCEPTO CANTERAS LLENAS DE LUZ



NICHO RAPEROS

ICONO LAGARTO



NOMBRE RAPGARTO

CONCEPTO HUELLAS REVIVIDAS



NICHO OFICINISTAS

ICONO PERSONAS QUE TRABAJAN EN OFICINAS,
Y PETROGRIFOS



NOMBRE ARO CON DIJE SOL

CONCEPTO HUELLAS REVIVIDAS



NICHO PARCEROS

ICONO HUELLAS IMPRECIIONES ATRAVEZ DEL TIEMPO



NOMBRE ADEREZO NARANJA

CONCEPTO

HUELLAS REVIVIDAS

NICHO

AMAS DE CASA

ICONO

ESMERALDAS

NOMBRE

DIJE



CONCEPTO Huellas revividas



NICHO Amas de casa
ICONO Cóndor



NOMBRE CONDOR

CONCEPTO HUELLAS REVIVIDAS



NICHO AMAS DE CASA

ICONO CAFÉ, CARACOL



NOMBRE DIJES CARACOL, CAFÉ Y HOJA, ARETES

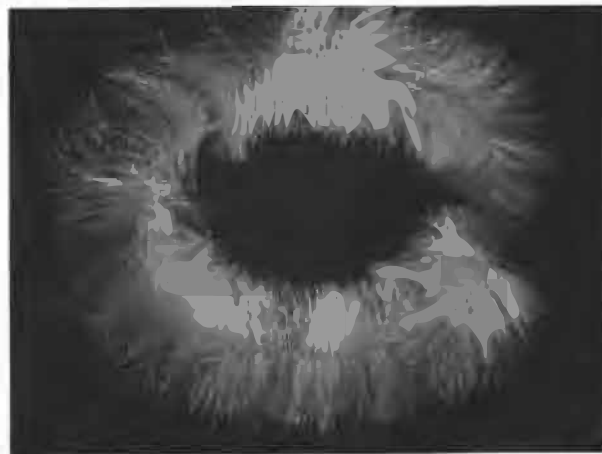
CONCEPTO CANTERAS LLENAS DE LUZ



BRAZALETE

NICHO CARNAVAL

ICONO ANACONDA



COLLAR

NOMBRE ANACONDA

PRESENTACIÓN

El Interdiseño “Hacia una Nueva Joyería Colombiana” es un Seminario – Taller en el que diseñadores internacionales, diseñadores nacionales y joyeros de siete localidades del país, analizaron y buscaron soluciones, mediante un proceso interactivo, buscando con ello una gama de propuestas innovadoras, con el fin de posesionar la joyería colombiana en los diferentes mercados, a través de procesos tecnológicos tradicionales y contemporáneos.

El Interdiseño originalmente es una metodología del Consejo Internacional de Sociedades de Diseño Industrial – ICSID- en el que los diseñadores analizan y buscan soluciones a problemas del diseño.

Artesanías de Colombia, como miembro activo del ICSID, realizó en el año de 1.994 un ajuste a la metodología, para la realización del “Interdesign Colombia 94 – La Artesanía en la Decoración de Interiores -“, en el que se involucró a los productores nacionales del sector artesanal en el proceso de trabajo del taller y se generó una relación interactiva entre diseñadores y artesanos, de acuerdo con la metodología de la Entidad.

La Dirección general del evento estuvo a cargo de Ernesto Orlando Benvides, subdirector administrativo y financiero de Artesanías de Colombia S.A. y de Lyda del Carmen Díaz, coordinadora de la Unidad de Diseño, de la misma entidad.

Para la coordinación general del Seminario – Taller se contó con el diseñador industrial, brasilero, Eduardo Barroso, quien fue director del ICSID en años anteriores. Como coordinadores de los grupos de trabajo hicieron presencia Karina Achõa y Bernardete Santos, docentes en diseño y joyería del Brazil y Fernán Arias, diseñador colombiano, miembro de la Unidad de Diseño de Artesanías de Colombia S.A. y asesor del Programa Nacional de Joyería.

Para el apoyo logístico se contó con miembros de la Unidad de Diseño de Artesanías de Colombia S.A. y asesores del Programa Nacional de Joyería, del Convenio Minercol Ltda y Artesanías de Colombia S.A.

El presente documento registra las intervenciones y el desarrollo del Seminario – Taller, el cual quedó consignado en cintas magnetofónicas, que se transcribieron en las presentes páginas.

INTRODUCCIÓN

“Colombia presenta hoy en día grandes diferencias de lo que fue hace unos diez años y estas diferencias obedecen al fruto de acciones concretas y singulares que ningún país de Sudamérica y quizás del mundo occidental haya vivido. No conozco programas y proyectos que tengan tanto impacto, como los que sean realizado en este país.

Experiencias como las de Expoartesanías, con más de cien mil visitantes, con volúmenes de ventas de más de dos millones de dólares, en tan solo diez días, vendiendo productos artesanales, eso le dice mucho al mundo. Proyectos como el de la Plaza de los Artesanos, son un buen referente para mi país, ya que experiencia como esta no existe. Los Laboratorios de Diseño que se planearon, gestaron y concretaron con Artesanías de Colombia, hoy ya suman tres y que actúan con eficacia en varios rincones del país. Una Escuela de Artes y Oficios **Santo Domingo** que nació dentro de Artesanías de Colombia, todos estos son ejemplos de una actitud constante, seria y determinada de la acción de Artesanías de Colombia, que por más de diez años, ha venido reconociendo las necesidades del país, con el fin de atenderlas con mucho compromiso y con mucha voluntad.

Se me ha asignado la Coordinación General del Seminario – Taller, “Hacia una Nueva Joyería Colombiana”, por el espacio de diez días y en ese lapso del tiempo se tendrá como resultado, no productos espectaculares, no productos para ganar premios en salones en joyería en Europa. Pero si un cambio de conciencia de la moda, una mudanza de la realidad, una nueva forma de ver que la única alternativa que tienen los países en desarrollo para ser competitivos, es reconociendo la capacidad de su gente y de tomar en sus manos su propio destino.

Durante los últimos diez años, el mercado fue regido por una sola Ley, La Ley de la oferta y la demanda. Es decir, había mucha gente dispuesta a comprar bienes y servicios y gente capaz de proporcionarlos y venderlos, la gente tenía la capacidad de producir, de proponer algo y de buscar quien le podía comprar su producto. Así vivimos hasta aproximadamente

el año de 1.990. A partir de este año el mundo cambio, cambio para siempre, la Ley cambio sus reglas de juego y paso a ser la Ley de la demanda y de la oferta.

La globalización y las nuevas reglas del mercado marcaron profundos cambios. Para la gente ya no es suficiente su capacidad de producir un producto y su habilidad para buscar quien lo compre. El nuevo orden impone un cambio de mentalidad, un cambio de aptitud frente al mercado, el productor debe identificar plenamente su mercado, conocer a fondo sus necesidades y a partir de esto estar en capacidad de desarrollar y producir el artículo.

Un tercio de la humanidad produce de todo, a precios impresionantemente bajos y con los cuales se hace difícil competir, para ello debemos resolver problemas estructurales. La única forma de sobrevivir es ofreciendo productos y servicios distintos, singulares, con alto valor agregado, esto significa incorporar elementos de nuestras raíces y de nuestra historia. Peter Truker decía: “La capacidad indiscutiblemente de una sociedad está en su capacidad de hacer compatible la tradición con la modernidad, pasando con futuro” y eso es lo que debemos hacer. Para proyectar el futuro debemos partir del pasado, buscar nuestras raíces, nuestra cultura, nuestra iconografía y a partir de estas estructuras conceptuales plasmar en la materia nuevos conceptos, nuevas líneas de productos y esta tarea le corresponde al diseño.

El Seminario – Taller “Hacia una Nueva Joyería Colombiana”, tiene que ser creativo, traer a la misma mesa de trabajo artesanos joyeros, diseñadores de Colombia de otros países, para que juntos trabajen propuestas de productos con identidad. Es un desafío serio, importante y seductor. No todos los días se cuenta con instituciones como Minercol Ltda, La Comisión Nacional de Regalías y Artesanías de Colombia S.A. dispuestas a invertir en este tema, a aportar recursos instrumentales, materiales y humanos para proponer productos innovadores.

Ustedes son personas privilegiadas y tienen el compromiso de ser multiplicadores de los resultados del presente Seminario – Taller, lo cual marca un desafío más, como lo es, el de llevar estas ideas a sus localidades, entornos y grupos de trabajo, con el fin de dar un salto a

la luz, con una idea que comienza con el reconocimiento de lo importante que son, de la singularidad de su cultura y del rescate de la autoestima perdida en los últimos 500 años de colonización.

No existe un país que ofrezca las mismas características de Colombia y ahí radica la verdadera riqueza del país. Lleguen a la siguiente conclusión: La riqueza no es exclusividad de la materia, la materia prima sin valor agregado no vale nada, la creatividad es el valor agregado que se le impone a la materia y esta imprime la característica de un bien precioso.

Por todo lo anterior, se hacen las siguientes recomendaciones: No hay que mirar el mercado como algo distante, hay que abordar el mercado con elementos fundamentales como lo son sus propias raíces, con el fin de lograr su supervivencia, nuevos mercados, personas cautivas a sus ideas y sus nuevos conceptos.

Como último desafío, no debemos proponer tan solo cosas nuevas, debemos proponer productos que sean capaces de seducir a la gente que nunca ha comprado joyería. Para esto debemos definir los límites de precio, traducir y conocer aspectos motivacionales. Debemos aplicar y proyectar no solamente con nuestra capacidad racional, sino también la no racional, en esto radica el desafío que nos proponemos.

Las personas que procedemos del Brasil esperamos responder con aptitud y dedicación a el desafío que nos hemos propuesto”.¹

Eduardo Barroso, (Enero 11 de 2.002).

¹ Barroso, Eduardo. Diseñador Industrial, Coordinador General del Seminario – Taller “Hacia una Nueva Joyería Colombiana”, Plaza de los Artesanos, Bogotá, D.C.

MARCO CONCEPTUAL

El dinamismo de los mercados de bienes simbólicos o de productos con alto valor agregado obliga a las empresas productoras a hacer un esfuerzo constante y permanente de renovación de su portafolio, con lanzamiento de nuevas líneas y colecciones que sean innovadoras en sus formas, materiales y usos. Para lograr estos resultados se hace necesario confrontar experiencias locales y foráneas, conjugando tradición con modernidad, referencias locales con una perspectiva global, con el respaldo de la información sobre demandas potenciales de mercado (interno y externo) y el soporte de especialistas en decodificación y análisis de referentes culturales.

En el seminario – taller “Hacia Una Nueva Joyería Colombiana” se precisaron los siguientes conceptos:

- Proyecto es proponer, construir algo que no existe, es innovar formas y contenidos. Para ello se hace indispensable la apropiación y uso de herramientas conceptuales como orientadoras y punto de partida en la generación de los diferentes elementos estéticos.
- El artista tiene un compromiso consigo mismo y por ninguna razón debe hacer concesiones con nadie. Él es un individuo inalienable, fiel a sus conceptos y a sus ideas. Al contrario, el diseñador tiene un compromiso con el cliente y su producto no esta determinado por sus gustos y conceptos personales. Sin embargo, como caso típico se puede dar la situación de que el perfil del cliente coincida con el perfil del diseñador, permitiendo de esta forma una concomitancia de gustos y conceptos.

- Por lo anterior, el diseñador debe estar en capacidad de identificar y desmenuzar los conceptos que son propios de su cliente. El diseñador no tiene estilo propio, su estilo es marcado por sus nichos de mercado.
- El diseño sin concepto no es diseño. Cuando se procede a diseñar se debe proceder necesariamente a la construcción de estructuras conceptuales que den soporte a las expresiones estéticas y para ello se requiere el intercambio de saberes, del debate y de la investigación.

OBJETIVOS

- Crear, en los participantes, conciencia de la necesidad de cambiar su modo de pensar y de hacer joyería, de ser efectivos y eficientes con propuestas innovadoras frente a los retos que imponen los actuales mercados cada vez más competitivos. Estos cambios deben ser direccionados por nuevas y continuas construcciones mentales, que reconozcan y valoricen los elementos más singulares de su propia cultura.
- Tomar como reto la necesidad de producir y ofrecer productos para públicos no habituales. Productos innovadores que motiven la compra por primera vez.
- Abrir las puertas de la percepción de elementos del cotidiano propios de los diferentes nichos de mercado. Colocándose en la “piel del comprador” con el fin de comprender con exactitud sus deseos, sus necesidades y producir de esta manera productos que satisfagan verdaderamente las necesidades del cliente.
- Aproximar a diseñadores y joyeros con el fin de promover procesos de reflexión, de motivación del trabajo colectivo, armónico y positivo en procesos de creación de productos dirigidos a los distintos nichos de mercado.
- Desarrollar nuevas líneas de joyería de calidad, dirigidas a un público consumidor cada vez más exigente y conectado con las tendencias globales.

JUSTIFICACION

Los joyeros vienen perdiendo mercado frente a la competencia mundial. Cotidianamente proyectan sus productos, sin considerar la reducción de costos, la minimización de los procesos de producción, la producción a escala y la agregación de valor.

Actualmente, las empresas de éxito compiten con los mercados dinámicos con productos y servicios con fuerte personalidad, singulares, exclusivos y con historia. Estas novedosas propuestas son el resultado de los profundos cambios que se vienen presentado en las Leyes de la oferta y la demanda y al crecimiento exponencial de la oferta producto de los fenómenos de la globalización, que marcan como consecuencia una fuerte regulación de la demanda frente a la oferta.

Para el caso particular, los participantes al Seminario – Taller de Diseño reafirmaron la tendencia a la reducción de sus volúmenes de producción y de venta en los últimos diez años. Razón por la cual, son conscientes de la necesidad de buscar nuevas oportunidades de mercado, de superar los simples procesos empíricos, de tentativa – error y de ahondar con premura en la información especializada, de incorporar diseño y nuevas tecnologías en sus procesos productivos.

ESTRATEGIA METODOLOGICA

“Esta es la labor que llevan a cabo esos abuelos, de decir las palabras, de orientar el trabajo, de orientar el trabajo del otro día. Palabras que se hacen obra, obra que se hace palabra al otro día”.

Fernando Urbina.

El Seminario – Taller se estructuró en la construcción de imaginarios que evocaran escenarios futuros. Diseñadores y joyeros se hicieron partícipes en los diferentes procesos conceptuales y estéticos compartiendo con gran interés sus puntos de vista.

Como técnicas aplicadas se pueden mencionar: Exposiciones desarrolladas por especialista en identidad cultural colombiana, que referenciaron con exactitud la gran riqueza material e iconográfica del país, a nivel de las culturas de los pueblos indígenas y a la presencia africana en Colombia; la “Lluvia de ideas” sin referentes y con ellos; la recopilación y lectura de los diferentes elementos semióticos de las culturas indígenas, de la colonia, del período republicano y contemporáneo, mediante visitas a espacios especializados y en el trabajo de campo nocturno por los diferentes hitos arquitectónicos y ciudadanos de la zona histórica de Bogotá; la presentación del vídeo “Colombia Viva”, sus imágenes permitieron un recorrido por la diversidad y riqueza histórica, geográfica (fauna, flora, diversidad étnica, musical, entre otras) del país. La técnica de “lluvia de ideas” se aplicó por grupo y por subgrupos, permitiendo de esta manera la construcción de un todo conceptual.

En primer lugar, se le solicitó a los participantes definir en un marco de diez años el país con el que sueñan, un país en el futuro sostenido por su propio pasado y se propuso como desafío hacer compatible las tradiciones con la modernidad. En este ejercicio se intentó despertar en los integrantes el inconsciente del colectivo, los paisajes con más arraigo, la descripción de las características más positivas del colombiano, los iconos más representativos y el dibujo de una pantalla cromática que represente al país. Con la presentación del vídeo y en la confrontación con los resultados arrojados por la “Lluvia de ideas” sin referentes se permitió evaluar los resultados de la metodología del taller, arrojando como resultado una identificación precisa de los iconos nacionales. En el recorrido por la zona histórica, los joyeros que dominan la técnica de la filigrana, identificaron en los detalles de la arquitectura del periodo republicano formas y diseños que actualmente ellos vienen aplicando en la joyería. De la lectura semiótica concluyeron que en el periodo republicano sobrevivían rasgos de la influencia árabe – española.

En segundo lugar, se dividió el grupo en tres equipos de trabajo. A cada equipo se le solicitó construir conceptos motivacionales, que les permitieran orientar e inspirar el desarrollo de sus trabajos. Mediante la técnica de “Lluvia de ideas” cada equipo propuso varios bocetos y por consenso de todo el grupo se seleccionaron tres. El primer concepto, denominó “Las Entrañas del Paraíso” y es un intento de mirarse dentro de si mismo, descubriendo y revelando cualidades escondidas, adormecidas o en gestación. El segundo concepto, se tituló “Huellas Revividas” en síntesis, es la reconstrucción de los elementos con un fuerte significado histórico y cultural que fueron perdidos. Y el tercer concepto se denominó “Canteras Llenas de Luz” en él se da una visión positiva y optimista de la riqueza y potencial del país.

En tercer lugar, en el interior de cada equipo de trabajo se definieron tres nichos de mercado y para cada nicho se aplicó un ejercicio de codificación respecto a los tipos de gustos, hábitos, estilos de vida, comportamientos, patrones estéticos, símbolos de identificación grupal, códigos sociales, aspiraciones y deseos. Como nichos de mercado se tipificaron en:

Amas de Casa, Empleados de Despacho (oficinistas), Gays, los Vida Sana, Triunfadores, Parceros, Carnavaleros y los After – Parties.

Apartir de este momento los tres equipos se subdividieron por parejas, en su mayoría conformados por un diseñador y por un joyero y se les asignó como tarea proyectar líneas o colecciones de producto. Las propuestas de las parejas fueron compartidas con los otros miembros del equipo con el fin de fortalecer los conceptos ya desarrollados por las parejas y en la definición propia de los nichos de mercado.

Las fases de conceptualización se construyeron en forma verbal y con la participación activa de los grupos de trabajo. A continuación, las propuestas se tradujeron en dibujos formales y finalmente del dibujo se pasó a la ejecución de las diferentes propuestas. Esta última etapa a pesar de las restricciones de tiempo y de algunos materiales tuvo como fin la reproducción de las condiciones cotidianas de trabajo de los pequeños talleres, obligando a la consecución de soluciones innovadoras y en la propia resolución de problemas técnicos.

El producto final no debe ser visto como piezas terminadas para la comercialización, sino como simples eventos físicos de las posibilidades exploradas y de apertura a nuevas posibilidades.

ELEMENTOS DE IDENTIDAD CULTURAL COLOMBIANA

HITOS DE LAS CULTURAS PRECOLOMBIANAS, ORFEBRES COLOMBIANOS.

Los participantes al Seminario – Taller visitaron las instalaciones del Museo del Oro del Banco de la República, quien preserva, investiga y cuenta con una colección de más de 33.800 piezas de orfebrería prehispánica, legado de las antiguas culturas como la Sinú, Tairona, Urabá, Muisca, Quimbaya, Calima, Cauca, Nariño, Tumaco, Tolima, San Agustín, Tierradentro y Malagana.

Los participantes se apropiaron de referentes socio – culturales de las sociedades indígenas que crearon un arte rico en variantes y en técnicas, que hoy codificamos como Orfebrería Precolombina, rica en elementos sacros y estéticos, que simbolizan en el oro y materializan en sus formas la energía creadora del Padre Sol, creador de vida. El oro metal sagrado que engalanaba a líderes políticos, servía de ofrenda a los dioses y a la llegada de los conquistadores europeos forjaron el mito del Dorado.

En el suroccidente colombiano las culturas Tumaco, Calima, Malagana, Cauca, San Agustín, Tierradentro, Nariño, Quimbaya y Tolima fueron las primeras en trabajar el metal precioso que encontraban en las vegas y meandros de los ríos. Hacia comienzos de nuestra era estos grupos sociales se agrupaban en aldeas rodeadas de cultivos de “Pan Coger”. Las redes de trueque hacían propicio el intercambio de ideas y técnicas entre las diferentes

regiones. El auge del Suroccidente decae hacia el año 1.000 D.C. y sus territorios fueron ocupados por otros pueblos. A la llegada de los conquistadores europeos la orfebrería que se destacaban eran las culturas del norte, Sinú, Urabá, Tairona y Muisca, destacándose grandes diferencias entre sí en sus diseños y compartiendo la preferencia por la fundición en la aleación de oro y cobre, llamada Tumbaga.

Los diseños de la orfebrería precolombiana, expuestos por el Museo del Oro, expresa con gran nitidez los conceptos del pensamiento indígena, los contenidos del Universo, tierra, astros, personas, animales, plantas, en perfecto equilibrio.

Los elementos recopilados y apropiados de las sociedades precolombinas y orfebres del país, ricos en formas y contenidos, permitieron a los participantes procesar contenidos que posteriormente fueron enriquecidos conceptualmente con la ponencia “El Mito y la Obra en el Pensamiento Indígena”, Presentada por el maestro Fernando Urbina Granjel.

EL MITO Y LA OBRA EN EL PENSAMIENTO INDIGENA

“Es un gran placer estar nuevamente con gente dedicada a la artesanía, por cuanto, el artesano es un hacedor fundamental, es alguien que en definitiva termina haciendo obra las palabras. Sobre esto expresamente es lo que quiero hablar de la mano de los sabedores indígenas amazónicos que me han enseñado muchas cosas a lo largo de los años.

Antes de iniciar, se hace necesario hacer algunas aclaraciones como marco teórico en relación con estas problemáticas. El sentido de la obra, del utensilio o de la artesanía indígena, se puede sintetizar rápidamente con algunos ejemplos míticos, con el fin de visualizar la dimensión del pensamiento indígena.

Los indígenas cuando tratan de explicar algo, habló de indígenas que están sumergidos aún en su cultura tradicional y los hay todavía, suelen referirse siempre para explicar un objeto, para darle la plena explicación a un objeto remontarse a su origen. Por ese camino echan mano siempre de los mitos, ya que los mitos son los instrumentos intelectuales que hablan específicamente, que tratan específicamente de orígenes. Los indígenas cuando quieren dar una explicación profunda y definitiva se remontan a los orígenes, porque el ser, los seres o los objetos desde ahí logran su plenitud de sentido.

Los indígenas amazónicos y específicamente los Huitotos y Muinanes, a cuya mitología me voy a referir, hablan de dioses creadores, de hacedores y se refieren a ellos con unas especificaciones interesantes.

En primer lugar, se tiene una deidad fundamental que es la imagen de la Gran Madre Universal, es el principio femenino que representa al ser creador. Toda creación en el fondo, toda auténtica creación en el fondo es femenina, o al menos, así es vista por los pueblos arcaicos, que ven siempre en el principio femenino el ejemplo típico de una creación, del ser creador que es capaz de crear un ser similar a él. Y este es el modelo básico. Por lo tanto, no es raro encontrar en todas las mitologías básicas la figura de un principio femenino, como el fundamental. Luego viene el otro, el masculino que generalmente depende del femenino para poder crear.

Una vez que esta gran madre creadora ha dado origen al universo básico o al menos a las dimensiones principales, a la tierra como dimensión fundamental y a lo que está encima, que brota de lo que está abajo y se coloca encima como un principio masculino. Los principios femenino y masculino se juntan y dan lugar a otro ser, a veces masculino, a veces femenino, que es un hijo encargado en definitiva de hacer visible la creación, que antes era invisible, que estaba como en el sueño, como en las palabras que no se habían materializado todavía, este tercer ser hace visible las cosas que sus padres habían soñado.

Nos encontramos con uno de los elementos más interesantes del pensamiento indígena en relación a los objetos, o, a los seres y que se aplica de una manera muy directa luego, en los procesos artesanales. Y es que este hijo, que va a hacer visibles las cosas que sus padres soñaron, está en un estado de agobio, en estado de pesadumbre, que a veces precede a toda creación. Y esa pesadumbre, ese agobio y ese dolor se le representa dentro de estas categorías selváticas, como los bejucos y las enredaderas que atenazan a las plantas jóvenes, que no las dejan crecer. Por lo tanto, este nuevo ser busca liberarse de esos bejucos, de esas cosas que le impiden ser y se libera de ellas. ¿Y cómo se libera de ellas?, convirtiendo esos pesares, esos dolores en seres que son visibles y que son útiles. El dolor de ese creador inicial lo convierte en los seres que hay en la naturaleza y en esos seres, vierten esa fuerza convirtiéndola en algo positivo.

De tal manera, que la obra del creador resulta del universo, aquello que va a encerrar, ese dolor, haciéndolo positivo. De una manera similar cuando los artesanos elaboran sus obras, elaboran por ejemplo un canasto, todas las pesadumbres, los dolores, las inconformidades las encierran en ese canasto convirtiendo ese dolor en algo positivo.

En definitiva, no solamente ese dolor, sino la alegría y todo lo que le acontece al hombre lo visualizan estos indígenas amazónicos como fuerzas, como unas fuerzas muy poderosas que se deben encerrar, que se deben aprisionar en las obras manuales que elaboran. Esa obra manual, resultará entonces, de gran perfección cuando el individuo se dedica a él de una manera impecable, cuando trata de hacerla lo mejor posible y encierra en ella toda esa fuerza que ha convocado con sus palabras. ¿Qué es esto de convocar con las palabras?, pues simplemente, los artesanos indígenas tradicionales cuando están haciendo, por ejemplo, una canoa, invocan la fuerza de la canoa, la canoa inicial, la canoa primordial, de la canoa que hicieron los dioses, o los héroes culturales antiguos. Esa fuerza está en las palabras, esa fuerza está en los mitos que narran la hechura de la canoa. Convocan esa fuerza y comienzan a meter en la canoa que están haciendo.

Se tiene conciencia entre estas comunidades indígenas que cuando se convoca esta fuerza y no se encierra en la obra, esa fuerza queda por ahí haciendo daño y se convierte en enfermedades. De ahí la predica indígena de que las palabras que se utilizan y no se vuelven obra se convierten en algo dañino. Este es el principio fundamental que anima la hechura de cualquier utensilio, dentro de los indígenas Huitotos y Muinanes que son los que más he trabajado, de la selva amazónica cuando se trata de elaborar objetos.

Se parte de la idea básica de que estos objetos encierran una fuerza, mucho mejor si queda encerrada y contenida, son útiles si esa obra es impecable. Al mismo tiempo, la impecabilidad de la obra, la dedicación, la concentración que se le ponga se va reflejando poco a poco en la vida del artesano, en la vida de su ejecutor, convirtiéndolo a su vez en un ser impecable, en un ser lleno de fuerza, de sentido y sobretodo de alegría.

Planteado lo anterior y no con la elocuencia suficiente de los abuelos indígenas cuando hacen referencia a estos temas, voy a presentar una serie de transparencias de la selva amazónica, de los entornos naturales y de las acciones culturales que llevan a cabo estos indígenas y que se van materializando poco a poco en obras que como ustedes verán reflejan esa misma naturaleza que los rodea, que se apoya en ellos, dándole un gran sentido y llenándolos de una extraordinaria identidad, ya que la identidad cultural que es la que nos interesa insistir, es el resultado de un compenetrarse muy a fondo con los entornos naturales y con las tradiciones culturales que permiten el manejo armónico de esos entornos, que al menos eso es lo que cuenta para las comunidades indígenas”.²

Presentación de Diapositivas y Contenidos: El conferencista a medida que presentaba las imágenes explicaba sus contenidos.

En esta serie de imágenes se hizo un recorrido por la diversidad y riqueza geográfica de la Selva Amazónica. De los elementos iconográficos, ricos en aspectos paisajísticos, se destacan:

El Río Caquetá, uno de los ríos grandes de la amazonía colombiana; islas del río Caqueta, en bajo Caqueta, cerca a la frontera con el Brasil; Pedregales del Río Caqueta, en el lecho del río en la época de verano, se descubre el arte rupestre del río Caqueta; Río Aduche, tributario del río Caqueta, donde habita la comunidad indígena de los Andoqui, una de las comunidades más tradicionales de la Amazonía colombiana; la selva inundada, característica principal de la Selva Amazónica, las inundaciones se presentan en la época de invierno. Los ríos Amazónicos son de aguas transparentes cuando bajan de los Andes, como el Caquetá y son traslúcidos, rojizos o amarillos cuando nacen en la planicie Amazónica; La Chorrera es una quebrada de aguas rojizas, en la localidad de Puerto Milano y es hábitat de la comunidad Huitoto. Este entorno se encuentra enclavado en la formación geológica de la

² Urbina G., Fernando. Filósofo y etnógrafo de la Universidad Nacional de Colombia, con amplia experiencia con comunidades indígenas y en el tema de petroglifos.

Chorrera y se encuentra conectada con la formación Araracuara, las dos estructuras geológicas son restos de antiguas formaciones rocosas y en ellas se hace presente el arte rupestre amazónico; el imperio de los Bejucos, son enredaderas que cubren los árboles y dan la apariencia de murallas que se tornan en paredes impenetrables.

Flora y Fauna.

En este aparte se hizo una travesía por la riqueza florística y animal de la Región Amazónica colombiana. La presentación no se ciñó a los elementos formales, al contrario enfatizó diversos aspectos míticos del pensamiento indígena entre los que se destacan:

Los bosques que ocupan los márgenes de los cursos de agua que pasan a través de los bosques de Bonnetia, son densos, diversos; variedad de palmas, algunas de las formas y diseños de la naturaleza son motivo de inspiración en la arquitectura indígena; La Estrella del Sur, típica flor de las regiones pedregosas de la Amazonía, es la flor del río Caquetá y del río Inírida; la diversidad de la flora y de la fauna, permite definir a las comunidades amazónicas como cazadoras y recolectoras y son factores fundamentales de su economía; el plumaje de las guacamayas lo utilizan en la confección de coronas.

La guacamaya cumple un papel importante en la mitología de las comunidades amazónicas. Cuando los sacerdotes cristianos predicaron el Evangelio, hablaban desde luego de las tres personas de la Santísima Trinidad, Padre, Hijo y Espíritu Santo. Para los indígenas les era difícil aceptar la existencia de estas tres personas, más cuando las tres personas pertenecían al género masculino y no hacía presencia el género femenino. Sorteado este escollo de género se pasó al plano representativo. Los sacerdotes enseñaban bajo la tradición cristiana que el Espíritu Santo se representaba en forma de paloma, y con ello se generó un nuevo escollo, ya que los indígenas no lograban comprender como un ser tan importante como lo es el Espíritu Santo, que es Dios, se representaba es un ser tan insignificante. Las

dificultades en el reconocimiento de esta representación son entendibles si se toma en cuenta la escasez de estos animales en la región amazónica, razón por la cual no son importantes.

Los indígenas de forma elegante solucionaron el problema y decidieron representar al Espíritu Santa como una Guacamaya, como una lora, representación que para los cristianos era un insulto. Todo esto demuestra las diferencias en las dimensiones simbólicas. Para los indígenas el loro es un ser fundamental en su mitología y su plumaje es utilizado en la elaboración de las coronas, que no son simples adornos, sino que al contrario, son elementos rituales y receptáculos de poder.

De igual forma, se hizo énfasis en otros animales fundamentales en las comunidades indígenas entre ellos: La piraña y el jaguar, como animales depredadores amazónicos; El caimán y la anaconda ricos en elementos simbólicos.

La cabeza del caimán tiene una especie de concavidad que es asimilada al banco ritual, que es donde los abuelos se sientan a contar sus historias. En la cabeza del caimán se posan generalmente mariposas para absorber las excrecencias o sustancias de la piel del caimán. En la tradición indígena se dice que las mariposas están contando cuentos sentadas en el banco cabeza de caimán. Estos simbolismos juegan mucho en la mitología y se reflejan en la hechura de los utensilios y no es nada raro encontrar bancos rituales adornados con mariposas.

La Anaconda es el animal más rico en simbolismos, ya que adopta infinidad de formas, es decir, puede ser círculo, espiral, almena, línea. Pero además, es acuática, es rastrera, trepa los árboles. Todos estos simbolismos confluyen a las estrellas para conformar la vía láctea. La vía Láctea para muchas comunidades indígenas es una anaconda. De la serpiente proviene la humanidad, la humanidad venía de una canoa culebra, desde oriente llega al continente Americano y empieza a penetrar por la tierra creando ríos, los ríos se crean

saliendo del mar desde esta concepción mitológica. Y luego, la gente sale y va poblando las riveras de los ríos.

Esta tradición se representa de múltiples maneras y gráficamente se encuentra en el arte rupestre y en los diseños de infinidad de utensilios indígenas.

Plantas Fundamentales.

La manera de intermediar con las fuerzas descomunales representadas por los ríos, las selvas, la fauna, de ese ámbito amazónico lleno de peligros es mediante las plantas rituales, con ellas, los chamanes, los sabedores indígenas tratan de encontrar unos sentidos hondos, unos sentidos trascendentes que les permitan el manejo correcto y apropiado de ese mundo, difícil que es la amazonía colombiana.

El Yage.

Es una de las plantas fundamentales de las comunidades amazónicas, que estructura uno de los complejos culturales o sistemas de creencias más importantes en la búsqueda de un sentido último a la realidad.

La Coca.

Es la planta preferida por la comunidad Huitoto y sirve para mediar con las fuerzas sobrenaturales de la amazonía colombiana. La coca es tratada por estos grupos de una manera especial y respetuosa, que implica tener un cuidado especial de ella en su siembra, en su cultivo, es su recolección. Por ejemplo, las hojas hay que desprenderlas una por una, con gran delicadeza, la planta debe ser tratada dicen los mitos como si fuera una hija, con suma delicadeza porque es un don de los dioses, don que vino en forma de hija para aquel que la recibió por primera vez.

La coca es cosechada con suma delicadeza, es tostada, cernida, revuelta con las cenizas con las hojas de yarumo, la coca se apila y luego esa mezcla se cieme y una vez cernida se consume vía oral, es decir, se come, la coca es alimento, no se aspira por la nariz o se inyecta a la manera occidental.

Estudios de la Universidad de Harvard demuestran que la coca es quizás la planta con mayores nutrientes que hay en el mundo, mejor que el trigo, mejor que la cebada, y sin embargo, los occidentales la convirtieron en una maldición y no la bendición que representaba como alimento y como estimulante de primer orden, si se maneja a la manera indígena.

La parafernalia de la coca antes planteada da origen a una serie de utensilios, que hoy en día se comercializan a nivel artesanal, por fortuna actualmente la coca se esta vendiendo como aromática y la se encuentra en las tiendas naturistas y se esta vendiendo de forma masiva.

A la manera indígena, la coca como estimulante se sube suavemente, al mambear el efecto es lento y se siente que la palabra fluye, que no se duerme. Sube lentamente y luego se estabiliza. Al dejar de mambear el efecto baja lentamente y termina lentamente. En cambio el efecto de la cocaína pura, administrada nasalmente es inmediato y la caída también es rápida y esto estimula el consumo y la dependencia.

El Tabaco.

Es otra planta ritual de las comunidades amazónicas. Las hojas se cocinan y se les da una serie de procesos, obteniendo finalmente una pasta que tiene la consistencia del arequipe y finalmente se come. La coca y el tabaco son dos plantas rituales que utilizan los indígenas con el fin de mediar con las fuerzas sobre naturales y de buscar mediante el uso de ellas, el manejo armónico del mundo.

Actividades Fundamentales.

En esta serie de diapositivas se recogieron elementos de la cotidianidad indígena, entre ellos:

La pesca con arpón en el río Caquetá; la cacería de venado con escopeta, que desplazó a la cerbatana; la tumba de la selva con hachas metálicas, con el fin de plantar. Anteriormente, más que talar, se amasaba la madera, para luego aplicarle fuego y tumbar los árboles.

Con la introducción de las hachas metálicas el trabajo se facilitó, pero marcó una gran dependencia del mundo blanco. Los abuelos utilizaban herramientas metálicas y mediante rituales las enfriaban, con el fin de que ellas no causaran mucho daño.

Los indígenas en sus cultivos no hace más que repetir a escala menor la gran diversidad de plantas que se encuentran en la selva, con ello logran un adecuado manejo de los suelos, que se caracterizan por ser pobres en nutrientes.

Parafernalia de Utensilios Domésticos Elaborados Artesanalmente.

En este aparte presentaron varios procesos artesanales, entre ellos:

La obtención de hojas de la palma de Cumare, de estas hojas se sacan fibras y con ellas se elaboran hamacas, esterillas y canastos; la hechura de los tiestos de barro para tostar la yuca, entre otros.

Los utensilios con mayores simbolismos son el canasto y la maloca.

El hombre es un canasto, la mujer es un canasto donde se depositan fundamentalmente palabras. Esas palabras son las que se reciben de los abuelos y se van guardando hasta el

momento que hay que sacarlas para orientarse en una determinada coyuntura de la vida. El hombre se visualiza como canasto cuando se sienta en el mambadero, es decir, el lugar donde se consume la coca, la posición es en cuclillas, rodeando las rodillas con los brazos (esta es la boca del canasto). Es el lugar donde se sienta a escuchar al abuelo y va llenando el canasto con las palabras. Simbólicamente las palabras son hojas de coca.

La Maloca es la gran casa comunal, resumen del universo. Ella representa al universo en dos aspectos: El temporal y el espacial. Temporalmente repite la hechura del universo, a partir de la tierra se van yuxtaponiendo los diferentes mundos hasta llegar al mundo de los hombres, domesticado por héroes culturales. Espacialmente esta morada es el resumen del universo, es decir, la figura del universo es la figura de una maloca. La maloca repite la estructura física del universo y repite su historia.

La maloca se construye con elementos de la selva, del mundo natural, no hay puntillas. Todo es naturaleza culturizada. La maloca es la selva hecha cultura, transformada en cultura.

Para la elaboración de la techumbre se entretujan los peciolos de una palma especial. Estos tejidos tienen diferentes diseños y figuras. En las comunidades Huitotos se tienen registros de unos 27 diseños para elaborar estos tejidos.

Por lo general, los diseños representan animales, (ala de murciélago, de gusano, etc.) y son colocados encima de la puerta principal. En la cosmovisión indígena los animales son opositores del hombre, es decir, los animales son enemigos del hombre y ellos tratan de aniquilar al hombre mediante las enfermedades, buscan que el hombre no progrese, porque si lo hace, habrá muchos cazadores y terminarán aniquilando a los animales.

En esta guerra permanente media el abuelo, quien controla el espíritu de los animales que esta encerrado y contenido en los tejidos de la maloca, en esas figuras que lo simbolizan.

Cuando una animal quiere atacar mágicamente ve su figura o su cadáver en el techo y se retira, por miedo a la muerte.

Para una persona que vive dentro de una maloca, que ha intervenido en su hechura, que ha participado en los rituales de su consagración, que ha asistido en todo este proceso, que es en últimas, un recuento de cómo se hizo el cosmos, es una persona que vive con pleno sentido.

Una de las tareas fundamentales del hombre que hace artesanía es recuperar esos sentidos, o crear otros sentidos, darle sentido a las cosas. Es en eso, en que los artesanos pueden convertirse precisamente en los mayores subversivos del mundo moderno, que tiende cada vez más hacia una globalización, que despoja de sentido las cosas. La gran locura que significa la globalización es la estandarización, que incluye también la estandarización del gusto, incluso en el sentido más elemental del sabor.

En este sentido el artesano recupera elementos fundamentales, para darle un mayor sentido a la vida, que de todas maneras discurre dentro de elementos, discurre entre cosas, discurre dentro de diseños, que si se apoyan en lo tradicional, o si se crean nuevos sentidos con plena y gran impecabilidad nos expresan un sentido que nos enriquece el mundo, que nos enriquece la vida en definitiva.

Arte Rupestre.

La Serranía de Chiribiquete conforma un extraordinario paisaje de mesas de areniscas con paredes verticales, en ellas se deposita la riqueza más grande del mundo en Arte Rupestre, representada en 6.000 petroglifos (grabados sobre las rocas) y 8 pictografías (pinturas sobre rocas) en el Medio Caquetá. En estas representaciones se sugiere un universo gobernado por la magia, donde los grandes sabedores piden la liberación de los animales que viven en otros mundos, para que no les falte la cacería.

La figura de la serpiente rica en elementos simbólicos adopta diferentes formas y representaciones como: Una mano serpiente, rostros con bucles, figuras emplumadas con representaciones serpentiformes, entre otras, simbolizan el origen de la humanidad.

Las figuras de hombres sentados son de gran simbolismo y representan a abuelos sabedores sentados en sus bancos rituales, que los aproxima a la madre tierra. Los bancos al ser pequeños hacen que ellos adopten una posición fetal, que es el símbolo de volver al comienzo y extraer de allí las palabras fundamentales, palabras que el abuelo dice en la noche, anunciando los trabajos que se van a hacer al otro día, para que la gente los vuelva obras. Vuelve obras esas palabras al otro día, esta es la labor que llevan acabo esos abuelos, decir las palabras, orientar el trabajo, palabras que se hacen obras por parte de la gente al otro día ³.

FERNANDO URBINA G.

³ Urbina G., Fernando. Ponencia : “Hitos de las Culturas Precolombinas, Orfebres Colombianos”, Plaza de los Artesanos, Bogotá, D.C. Enero 11 de 2.002.

MANIFESTACIONES CULTURALES DE LA IDENTIDAD AFROCOLOMBIANA

El Ponente manifestó los siguientes objetivos:

- Transmitir un contexto polémico y central de la problemática y de la identidad afrocolombiana.
- Hacer señalamientos del orden teórico e histórico de las comunidades en mención.
- Realizar análisis concretos y representativos de las principales manifestaciones culturales de la identidad afrocolombiana.

Desarrollo de la Ponencia.

“Pese al espacio y al reconocimiento obtenidos gracias a la constitución de 1.991, es importante señalar que lo afrocolombiano es un concepto concreto y denso que de hecho está generando y virtualmente dividiendo en diferentes posiciones a quienes se interesan por el tema.

Lo afrocolombiano en primera medida, significa que se ha formado en la historia nacional un sector de la población con más de 20 o 25 centros, con origen claro y ubicable, dentro del continente africano especialmente de las partes occidental y central de esta tierra.

Lo Segundo, es que se puede percibir que las culturas africanas que trajeron estas mujeres y estos hombres de las zonas de Yoruba, Senegal, el Congo o Angola son culturas fueron triadas a Colombia y América, llegaron acá, se reprodujeron y continuaron sus dinámicas que venían desarrollando en el continente africano. Este elemento es importante, ya que las

culturas africanas provenientes de los lugares señalados estuvieron sometidas desde finales del siglo XV, pero sobretodo a lo largo del siglo XVII, a un escenario que les imprimió una dinámica bastante particular, que es el escenario de la esclavitud, el escenario de la Trata Atlántica de Esclavos.

Lo anterior, tiene bastantes implicaciones, efectivamente con estas mujeres y estos hombres provenientes del continente africano llevaron a los diferentes sitios de América, dioses, prácticas culturales, amuletos, mitos, percepciones de color, técnicas concretas de construcción de objetos, técnicas de elaboración de cerámicas, con una percepción diferente de la vida, de la muerte y de la naturaleza. Pero todo este bagaje cultural de estos africanos estuvieron sometidos a las tradiciones, a las normas, a los castigos, a las evagelizaciones aun cuando no fueron tan exitosas como las transmitidas a los indígenas. Estas comunidades africanas estuvieron sometidas a todas estas presiones que hacen que se plantee un perspectiva antro – afrocolombiana.

La otra perspectiva de lo afrocolombiano es el concepto del momento, que se encuentra en dos dimensiones del debate. Una posición plantea que no son Afro sino que son negros, otra plantea que son africanos y se sienten orgullosos de ser negros.

Otro punto que se debe tomar en cuenta es el concepto de esclavo, un concepto que está siendo literalmente demolido en términos de su concepción que lo define, como aprendimos desde la primaria la concepción de esclavo es de objeto, de mercancía, de moneda que se compra y se vende, que se hipoteca, que se transfiere.

Hemos heredado de alguna manera un concepto bastante anquilosado, superficial, fosilizado del concepto de esclavo, que igualmente, fosilizaba, anquilosaba en la historia a esta estructura social. Los textos muestran al esclavo como el que trabajaba en la minería, como el que trabajaba de sol a sol. Pero las investigaciones de los años setenta y ochenta nos han empezado a demostrar que este concepto de esclavo hay que redefinirlo, sobretodo en el sentido de que el esclavo no era sencillamente un objeto sino que era sobre todo un

sujeto. Los especialistas han encontrado respecto a este tema, que no necesariamente se esclavizaba el espíritu, la mentalidad de esa persona que era objeto de propiedad.

La noche es uno de los espacios más importante dentro del desarrollo histórico de las comunidades negras, en la noche el individuo podía practicar una danza africana, podía rendir culto a Ramadá o Chango. Entonces este sujeto portador de su propia cultura, porta una herencia en Colombia.

Uno de los elementos que ha suscitado el debate en este proceso de reedificación del esclavo es que se ha encontrado en el esclavo, la esclava, el africano, o la persona que está sometida a esta forma de producción, se plantea ser propietaria. Esto produce una falencia, ¿Cómo es posible que un esclavo sea propietario de algo?. Por lo tanto, se ha empezado a plantear dentro de esta redefinición de la teoría del esclavo dentro de la dinámica de lo afrocolombiano que el esclavo negociaba márgenes de libertad con sus amos, con sus dueños.

Tenemos como ejemplo el vaquero que cuidaba ganado en las grandes haciendas de la gobernación de Cartagena, es un esclavo vaquero que se adentra y se pierde durante mucho tiempo, durante este tiempo el esclavo maneja márgenes de libertad, hasta el momento de regresar a donde sus amos. Igualmente tenemos el caso de esclavos que son productores agrarios de las grandes haciendas, que incluso son arrendatarios que tienen una producción y que incluso conducen ellos mismos sus productos a los mercados locales y los venden, obtienen dinero y lo utilizan para muchos fines, parte de este dinero se lo entregaban al amo, o ahorra para comprar su libertad. Entonces, nos encontramos allí ante una nueva dimensión de esclavo, no de un ser inanimado, de una persona muerta socialmente sino que dentro de lo que hemos llamado la exclusividad de la esclavitud, negocia, transa con la institución de sus amos, distintos poderes su libertad.

En términos del escenario histórico en torno a los orígenes de lo afrocolombiano podemos afirmar que los primeros esclavos o los primeros híbridos que llegaron a Colombia, eran africanos pero no procedían directamente de África, procedían de Europa, llegaron con los

conquistadores, con las instituciones civiles, religiosas, escribanos. Esa primera categoría de africanos que llegaron a Colombia eran conocidos comúnmente como negros o negras ladinas, es decir, negros que traían ya una experiencia cultural europea importante. Pero que finalmente procedían de África, que habían sido vendidos o se habían trasladado a Europa a través del desierto de Sahara.

Este es el primer conjunto de africanos y africanas que llegan a Colombia, posteriormente entre 1520 y 1530 empiezan a llegar los primeros negros o zambos, que son los que proceden directamente de África. Estos últimos africanos entraron a Colombia por las siguientes rutas: La ruta legal, fue por Cartagena de Indias, uno de los puertos más importantes en la trata de esclavos. De Cartagena era redistribuidos entre la gobernación de Cartagena y en la gobernación de Santa Marta. Un número importante de estos esclavos fueron ingresados a las zonas interiores de la colonia andina, a través del río de la Magdalena, con tres sitios importantes.

El primer punto, es el eje entre Mompox y Tamalameque, constituyéndose en el primer sector de redistribución para la zona. En esta zona se encuentra una importante mezcla o mestizaje artesanal entre la orfebrería europea castellana y africana.

El segundo punto, importante sitio que se convierte en punto de contrabando de esclavos es Puerto Nare, donde los esclavos son desviados hacia la provincia de Vélez (hoy Santander), o a la gobernación de Antioquia y las provincias del Chocó.

Y el tercer punto, es Honda (Puerto Honda) que funcionó como uno de los sitios importantes de redistribución de esclavos.

Existen además otros sitios de entrada de esclavos como lo son: La zona de la Guajira, al parecer se constituyó en una zona importante de contrabando de mercancías y esclavos y junto a esta zona la región venezolana, como Maracaibo y la Provincia de Mérida.

sitio en que se han apalencado, negros fugitivos y cimarrones con indígenas, muchos de ellos procedían de la gobernación de Santa Marta.

Aún en las postrimerías de la colonia, se incrementaron estas resistencias contra la esclavitud. Para dar un ejemplo, de que no se debe centrar simplemente en los términos de la ocupación a las áreas de poblamiento comúnmente conocidas en Colombia, tenemos que hacia el año 1770 aproximadamente en el pueblo de Pacho, que es un pueblo de la actual Cundinamarca, se gestó un palenque. Tenemos también el palenque de Siquima, cerca de Soacha y otros palenques importantes.

Quizás los palenques más importantes en la historia política y social de las comunidades negras colombianas son probablemente el palenque de San Basilio, al sur de Cartagena y el palenque del Castigo en la zona del Patía, al suroccidente del país. Pero no se puede pensar en los términos de la identidad cultural afrocolombiana que la resistencia solo tiene que ver con los cimarrones que tenían palenque.

La resistencia también puede ser pacífica, y de ello se desprende uno de los prejuicios que tenemos casi toda la geografía colombiana en contra de las comunidades negras y es la pereza. Esto fue un mecanismo de resistencia, la resistencia pacífica que era burlar los procesos de producción, empezando tarde a trabajar, terminando más temprano, generando cosas incompletas que afectaban indudablemente a la hacienda, al ingenio, al trapiche o a la mina, de ahí se generó por parte de la sociedad dominante un discurso de inferiorización en contra de los negros y de los propios indígenas. De todas maneras hay que resaltar que en nuestra jerga aún se denota la influencia que heredamos de ese discurso de inferiorización del indígena o del negro.

Otro elemento a resaltar de la resistencia en la historia de los pueblos negros o de las comunidades afrocolombianas es que la resistencia sigue siendo o constituye uno de los emblemas de identidad importantes en estas comunidades.

Esta población estuvo vinculada a las actividades económicas, a las artes y oficios en el periodo colonial a sectores importantes, tales como el sector de la minería que sigue siendo significativo para las comunidades afrocolombianas, en especial, la minería artesanal. Al escribir sobre la historia de la numismática colombiana, se encuentra que las primeras monedas fueron hechas por africanos. En la real Casa de la moneda de Bogotá se encuentra que un mandinga y un angol fueron los que acuñaron las primeras monedas en Santa Fe de Bogotá, hacia los años de 1.610 a 1.620.

Aquí es importante resaltar que el tema de la minería, del oro proceden directamente de estas comunidades, porque en los grandes imperios africanos ubicados en los siglos VIII y XII, la base del poder se encontraba en la producción y manufactura de productos técnicos artesanales, comercializados por negros africanos y negros musulmanes a través del desierto del Sahara, de hecho en estos períodos señalados África era importante en la explotación del oro y en la manufacturación de esta materia prima.

Otro sector relevante es la agricultura, en donde se destaca la caña de azúcar, importante en el Valle del Cauca y en los grandes ingenios y trapiches de la zona de Cundinamarca y en las provincias de Sopo y de Vélez. La ganadería en zonas importantes del país. Cabe destacar que los negros fueron además los más grandes pregoneros públicos en las ciudades coloniales y en las grandes ferias por las características propias de su vocalidad, también fueron empleados como funcionarios públicos en las ciudades coloniales y no olvidemos mencionar el oficio tan importante que tenían como bogas por el río de la Magdalena.

De igual forma, es importante observar en este escenario histórico, el mestizaje. Esta población colonial con unas magnitudes impresionantes de mestizaje de indígenas, blancos y negros generaba una gran gama de intersticios raciales que van desde los zambos, el negro criollo, hasta el pardo lo que da un escenario muy amplio en historia de los afrocolombianos. De los debates académicos queda claro que no es posible hablar de la población afrocolombiana, sino al contrario se debe hablar de poblaciones afrocolombianas.

Por ejemplo, en los miembros de las comunidades negras se diferencian los negros de San Andrés.

La abolición de la esclavitud (finales del siglo XVIII) fue una experiencia traumática para las comunidades negras, que se tomó más de cincuenta años, en esta experiencia lo que primó fueron los intereses de los esclavistas y no los intereses de los esclavos, aún que es importante señalar que los esclavos eran consientes que tenían sus derechos y utilizaban el lado del derechos, de la Ley, la demanda para solicitar cambios de amo y para muchos efectos.

La abolición de la esclavitud se dio el 21 de mayo de 1.851, esto significó en la experiencia histórica afrocolombiana que se dio un repoblamiento desde sus áreas, de familias que se movieron hacia otras áreas, a otras provincias o gobernaciones. Por ejemplo grupos de esclavistas que se movilizaron de la gobernación de Popayán hacia las audiencias de Quito. Se han podido detectar familias afroecuatorianas y afroperuanas en las zonas serranas del Ecuador y del Perú de origen afrocolombiano.

El último evento de este escenario afrocolombiano que se presenta de manera singular, es que esta población ha vivido bajo la presión de ocupar áreas de enorme riqueza y vivir en la marginalidad y en la pobreza. Pero de la misma manera y sobretodo en términos culturales y en términos de identidad, la marginalidad tiene un sentido negativo y a la vez, un sentido positivo, ya que el aislamiento de muchas comunidades negras, conviviendo o no, con indígenas de la zona del pacífico y en otras regiones pudieron darle mayor continuidad a muchos elementos culturales, como las técnicas de la cestería del pacífico colombiano, que en la tradición indígena es bastante importante y que no se contaminaron de otras técnicas, lo cual hace que la marginalidad haya sido muy importante en este sentido, en el sentido de la preservación de técnicas tradicionales y culturales de la cestería, de la cerámica y de la orfebrería del sector.

Respecto al segundo tema, debemos señalar algunas de las características centrales de la comunidad afrocolombiana o de la identidad cultural de las comunidades negras en Colombia. Un ámbito que domina el gobierno de la identidad cultural es la corporalidad, es decir, la conjunción dinámica del cuerpo con la oralidad, que es el elemento central que gobierna la transmisión de los valores, de la moral, de las técnicas, de las gráficas, de las estéticas, de los ritos, de los ritmos y de los signos. Y todo esto es fundamental en el escenario de identidad cultural afrocolombiano.

Los anteriores elementos centrales se encuentran en una estrecha asociación, en una intimidad con la naturaleza, con el entorno que dan una característica especial de estas comunidades y de las comunidades indígenas. Y en ello se da un mismo elemento importante, indudablemente transformado, con África y es que el entorno africano de donde procedían los primeros africanos que llegaron a Colombia, en el país encontraron similitudes a sus lugares de origen, región ecuatorial, selvas, zonas acuáticas, costas. Eso influye en el acomodamiento producto de un desacomodamiento que les prestaba la similitud en Colombia.

Esa intimidad con la naturaleza hace que la cultura afrocolombiana sea profundamente religiosa y profundamente mágica, ya sea que hayan persistido algunos de los elementos mágicos de origen africano o de nuevos elementos mágicos que encontraron en Colombia. La magia, la brujería, la adivinación y la posesión son elementos fundamentales en eventos afrocolombianos.

Los primeros africanos que llegaron a occidente rápidamente hicieron conciencia de que uno de los temores del blanco era el demonio, y lo apropiaron en contra del blanco, usándolo a través de la magia. Como ejemplo de las prácticas africanas tenemos en el Pacífico y en otras regiones del país la cura para la mordedura de culebra y de otras enfermedades.

El escenario más rico en manifestaciones es el elemento cíclico, que relaciona la vida con la muerte. Se hace imposible creer que la muerte en el mundo afrocolombiano haya sido invadido por la moralidad del cristianismo occidental, o al menos no ha sucedido en la zona Atlántica de San Andrés y en la zona Pacífica. Por ejemplo, los cantos y lloros del Pacífico son los orígenes del Currulao del Pacífico. Las prácticas de las comunidades afrocolombianas han alterado el calendario católico, y es el caso del Patía que actualmente (Enero) están celebrando el nacimiento de Jesús.

Otros de los elementos importantes del Palenque se resume de la palabra solidaridad, que es otro elemento dentro del origen africano. Como experiencia encontramos los conceptos de solidaridad y de familia extendida, que son los llamados troncos en el Pacífico, las familias van creando una red de solidaridad, y esa es la función del Palenque, formar una red de solidaridad entre los llamados palenqueros, que aunque no es una exclusividad de los grupos afrocolombianos es allí es donde se manifiesta un origen con la identidad africana.

Desde la corporalidad afrocolombiana es importante señalar lo que podemos denominar la estética de la danza, la estética del cuerpo, como aspectos de la plasticidad de la mujer y del hombre, los aspectos de su vitalidad, estos aspectos importantes en el África, nunca pudieron ser desterrados por las instituciones occidentales, por el hecho de las mezclas. Por ejemplo, en la Película “La última cena” se plantea que todo negro canta y llora y todo negro canta y trabaja. Entonces en la plantación de caña y de algodón al Sur de los Estados Unidos en donde se gesta el Blues y el Jazz, se canta con lástima, con alegría o como se quiera. Lo importante es que se da una reafirmación de la estética, de la danza y del cuerpo es estos escenarios. Allí es fundamental la instrumentalidad. Aparece en este escenario el tambor. Se cree que el tambor ceremonial sagrado africano desapareció, pero no, en Colombia el tambor se transforma y en el país se pueden encontrar diferentes tipos de tambores, en diferentes clasificaciones de uso e incluso en clasificaciones de género (masculino y femenino).

Un grupo representativo en Colombia es el Sexteto Pabalá, de San Basilio de Palenque, sexteto poco conocido en el país (al igual que Toto la Momposina, y que son más conocidas en el exterior), el sexteto Pabalá adaptó un instrumento musical de origen negro musulmán a una caja de resonancia.

En esta línea, otro elemento que no puede ser desechado es el de las máscaras. La máscara africana fue recreada por una unidad distinta de los orígenes en las presentaciones precarnavalescas, en la fiesta de la Candelaria en Medellín, o en Río Sucio y en Barranquilla. Las máscaras tuvieron un escenario mitológico. Por ejemplo, la fauna africana fue recreado por los esclavos y de sus descendientes a través de las máscaras con representaciones de tigres, los congos, elefantes, encontrándose en ellas técnicas artesanales, concepciones y diferentes formas de representación.

En los trabajos realizados por Orlando Fals Borda⁴, encontramos que estas culturas están relacionadas con los ríos, las quebradas, el mar y se pueden reseñar como culturas anfibia con elementos constituidos en la tradición de la canoa, de la piragua y todo gira en la construcción de ellas, que tienen en ellos sus orígenes africanos. Es interesante encontrar que tanto la canoa, como la piragua se hacen y se reman, en forma y de manera distinta tanto para el hombre, como para la mujer.

Se ha establecido de igual forma, que existe una relación de género con la naturaleza, es decir, con lo que tiene que ver con la curandería, la magia, la medicina, el uso de raíces de carácter curativo, fríos o calientes, de carácter masculino o femenino que se han mitificado o se le han agregado una serie de creencias. Por ejemplo, en la minería artesanal del Pacífico, cuando se ha encuentra una veta de oro, por allí no puede pasar una mujer que se encuentre en estado de menstruación porque aleja a la veta. Esto tiene que ver con los espíritus que aún persiste en la cultura afrocolombiana y en toda la cultura negra.

⁴ Sociólogo Colombiano, miembro de la Constituyente de 1.991.

En cuanto a ritmos musicales podemos afirmar que la cultura afrocolombiana no se ha nutrido tan solo de ritmos africanos, sino también de ritmos afrocaribeños. La Cumbia, no solo en la voz, la instrumentalidad y la danza es claramente de origen africano; el Currulao es la versión pacífica de la Cumbia, con una especificidad muy importante; un producto triétnico es el Vallenato, porque es indígena, es europeo y es africano; la salsa que forma parte indudablemente de este escenario de la musicología y de la danza colombiana (de ella es importante resaltar el gusto por la salsa de origen caribeño); San Andrés es otro escenario de convergencia musical caribeña, mezcla entre el Calipso y el Merengue; y para finalizar tendríamos que resaltar la música afrocolombiana alternativa, con expresiones como el Rap y el Hip – Hop. Los jóvenes con sus letras hacen un intento por rescatar los diferentes hábitos cotidianos.⁵

RAFAEL DIAZ

⁵ Díaz, Rafael. Licenciado en ciencias de la educación, con maestría y doctorado en historia en el Colegio de México, profesor en el departamento de historia de la Universidad Javeriana, gran estudioso de las relaciones africanas y americanas y de las culturas afrocolombianas. Ponencia: “Manifestaciones Culturales de la Identidad Afrocolombiana”, Plaza de los Artesanos, Bogotá, D.C. Enero 11 de 2.002.

IMAGINARIOS SIGLO XIX

“Unas de las impresiones dominantes de los escritos que dejaron los viajeros europeos y norteamericanos que visitaron a Bogotá a lo largo del siglo XIX, fue el extremo aislamiento de la ciudad con relación a los puertos marítimos y del resto del país, la altura sobre el nivel del mar, el aspecto triste y desolador de la ciudad y la ausencia de árboles debido a la tala para el uso energético.

La arquitectura santafereña era modesta, con paredes gruesas, con supresión de las peligrosas ventanas salientes, uso generalizado del cieloraso, las ventanas tenían postigos de madera y rejas, que hacían conjunto con los balcones, que servían de lugares de encuentro entre la vida doméstica y la calle”.

Las casas de dos pisos y en particular, la del comerciante Valenzuela, el piso superior servía de vivienda y el inferior se adaptaba para almacenes. En muy pocos casos empleaban alfombras y por lo común los pisos eran cubiertos por esteras.

El siglo XIX trajo consigo cambios radicales en la indumentaria y en el inmobiliario santafereño, siendo más ostensibles después de la independencia. Fue el boom de la moda informal, de las pelucas, los pantalones a la rodilla combinados con medias negras, los zapatos con grandes hebillas, las levitas, pantalones largos, los zapatos de charol y los altos

sombreros de copa. Grandes espejos, muebles Luis XV y XVI y otros objetos de influencia europea”⁶.

En el marco de estos límites históricos, cotidianos y simbólicos, los participantes al Seminario- Taller asumieron la expresión lingüística e imaginaria del período Republicano, recorriendo las diferentes salas del Museo del Siglo XIX, del Fondo Cultural Cafetero.

“El Museo Siglo XIX, es una casa de arquitectura Republicana, de carácter doméstico. Fue construida en el año 1.850 y perteneció a José María Valenzuela, comerciante santafereño. Del uso doméstico, se transformó en oficinas públicas, a sede del Colegio María Inmaculada y finalmente se convirtió en museo.

En el recorrido por las diferentes salas se recopilaron elementos de la cotidianidad, estéticos e iconográficos del Siglo XIX. De la Sala del Retrato apreciaron fotografías de la época. De la Sala de Miniaturas se percataron del trabajo de miniaturistas de la Expedición Botánica. De la Sala de los Abanicos se deleitaron con los accesorios de la moda y con la vidriería francesa del Art Nouveau. De la Sala de los Paisajes se recrearon con la riqueza pictórica y paisajista de la época. De la Sala de los Luises se gozaron las historias domésticas y apreciaron el inmobiliario de influencia europea”⁷. Y otras salas, “que evocaron registros sensoriales elementales, como los sonidos de la caja de música, el olor a chocolate espeso y a colaciones, o de besos y cogidas de manos nerviosas que asaltaban el sueño de la chaperona. Todo esto evocaron imaginarios de una alta actividad en la vida doméstica y de una tediosa vida citadina”⁸.

⁶ Fundación Misión Colombia, Historia de Bogotá, Tomos I, II y III, Siglo XIX, Salvat – Villegas, Bogotá, D.C., 1989.

⁷ Museo Siglo XIX, Fondo Cultural Cafetero.

⁸ Monroy P., William. Asesor Programa Nacional de Joyería. Sociólogo. Se aplicó la metodología de los Imaginarios Urbanos.

IMAGINARIOS DEL CENTRO HISTORICO DE LA CIUDAD DE BOGOTÁ, D.C.

“La ciudad que abordamos no es la burocrática, la caótica, la fragmentada y especializada por el modernismo unificador. La ciudad que abordamos es la de los símbolos que han construido en la historia sus moradores, son las fantasías colectivas que han desplegado para hacer suya la urbanización de la ciudad. Es decir, nuestros lentes enfocan el acontecimiento cultural y el escenario de un efecto imaginario.

En el recorrido por el Centro Histórico de la ciudad de Bogotá, vamos a descubrir figuras geométricas, soportadas por conceptos ideológicos de la colonia y de la República, definidas para el uso, volúmenes, construcciones físicas y diferencias cromáticas urbanas que nos permiten sentir la plástica del pasado y nos convoca a proyectar nuevas plásticas.

Para sentir las plásticas de La Candelaria la vamos a comparar con un “anillo momposino”, en donde los elementos en filigrana nos sugieren pequeñas redes simbólicas, en continua construcción y el armado nos propone, límites en permanente expansión.

Bajo este escenario los invito a leer en cada “Tomatillo”, en cada “Cola de Pato”, en cada elementos de la filigrana de la Candelaria, los signos lingüísticos que nos permiten identificar las metáforas colectivas de la colonia, de la república y de las tribus urbanas contemporáneas. Con estas páginas abiertas los invito a soñar el pasado, a caminar en el pasado, a oler y escuchar el pasado, a fundar de nuevo cada calle, cada avenida, cada trozo de filigrana.

Para hacer más efectiva esta lectura, en la medida que vamos caminando les voy narrando el desarrollo histórico de la ciudad, les voy recreando imágenes. Para hacer más rica la lectura simbólica, invito a los que son de Bogotá que narren sus propias historias, sus propios puntos de vistas, ya que nos vamos a encontrar con imágenes de variadas escrituras.

Sientan el pasado, sientan el presente y planteen cosas, que por más absurdas que sean, son sus propias lecturas, son sus puntos de vista, son sus imaginarios.

Planteado esto, se procedió a narrar la historia de Bogotá, haciendo énfasis al periodo colonial y republicano. Más que historia academicista, lo que se impartió fue narrativa urbana.

Del período colonial se plantearon las curiosidades de las dos fundaciones de la ciudad; La fundación de Santafé en la Plaza de las Yervas y no en el Chorro de Quevedo; El ordenamiento espacial de la ciudad (Parroquial); el bipolarismo en sus polos de desarrollo; La Mita Urbana, monopolio de la mano de obra indígena; los tiempos del Ruido; Submundos y costumbres ciudadinas; el componente Indígena en la ciudad y su papel como servidumbre; Los espantos; hitos arquitectónicos y su plástica.

Del período republicano se trató de los cambios culturales y arquitectónicos, la precariedad de las condiciones higiénicas, la despropiación de los edificios religiosos para ser utilizados estatal y administrativamente, las costumbres ciudadinas, la quema del Acta de independencia, las influencias de la Revolución Francesa y el Enciclopedismo, entre otros temas.

Como resultados curiosos tenemos: Los joyeros que dominan la técnica de la filigrana descubrieron en la mampostería de la republicana, figuras que ellos actualmente están trabajado en la joyería; candados de la parte colonial de la Candelaria sugerían propuestas para la elaboración de prendedores, en el grupo de los bogotanos es muy fuerte el arraigo al espacio de la Sexta, cada uno de ellos tiene una definición diferente del Centro Histórico de

la ciudad, de acuerdo al uso que le daban al espacio, algunos de los ciudadanos han olvidado registros olfativos de una plaza de mercado y de otros espacios”.⁹

INTERCAMBIO DE EXPERIENCIAS

Denise Malopuig.

Diseñadora de joyas. Bogotá, D.C.

Sociedad, con diez trabajadores. Productos clásicos y básicos.

“Es muy poco lo que conocemos de los gustos y necesidades de la gente. Por lo general, ensayamos y llevamos propuestas al mercado, si el producto no se vende lo discontinuamos”.

Liliam Medina.

Diseñadora de Joyas. Bogotá, D.C.

Profesional en diseño industrial. Taller en sociedad. Productos clásicos y básicos.

“Cuando iniciamos diseñábamos joyería a nuestro gusto y vendíamos. La experiencia nos ha enseñado que hay que diseñar y producir para los demás y no para uno. El cambio no es fácil, pero hay que hacerlo”.

Jorge Ernesto Rodríguez.

Diseñador y joyero artesanal. Bogotá, D.C.

“La experiencia en Expoartesánias ha sido positiva, ya que me ha permitido conocer más la demanda y comparar los productos y la calidad de la competencia.

⁹ Monroy P. , William F. Trabajo de Campo. Como herramientas conceptuales, se trabajaron los libros: “Imaginarlos Urbanos”, Armando Silva, Tercer Mundo Editores y “La Sociedad de Santa Fe Colonial”, Julián Vargas Lesmes, CINEP.

Inducir es algo difícil y más a la gente que no utiliza joyería, es un buen reto el que nos proponemos”.

Fabiola Díaz.

Diseñadora y docente de joyería. Bogotá, D.C.

Trabaja con jóvenes en programas de inserción social y laboral.

“ El programa de capacitación se inició con una propuesta en joyería básica y hace dos años venimos trabajando el concepto de joyería con identidad nacional”.

Jaime Alejandro Guzmán.

Diseñador en joyería. Bogotá, D.C.

Profesional. Con experiencia de 14 años en la joyería.

Diana M. Ardila.

Diseñadora, joyera. Bogotá, D.C.

Proviene de una familia de joyeros bogotanos. Participó en Expoartesánias.

Sol Ángel Hernández.

Diseñadora de joyas. Bogotá, D.C.

Profesional en artes y administración de empresas. Participó en Expoartesánias. Lleva más de 8 años en el oficio.

“Trabajo mis propios diseños y mis propias inspiraciones. Es un trabajo no muy comercial. Tengo mi propio taller, con varios empleados”.

Fernán Arias Uribe.

Diseñador, joyero artesano. Bogotá, D.C.

Asesor en joyería del Programa Nacional de Joyería y de la Unidad de Diseño de Artesanías de Colombia.

“En mis 11 años de experiencia he venido trabajando en el diseño en joyería. Soy un afortunado porque he vivido diferentes momentos de la joyería en Colombia”.

Sandra Clemencia Cano R.

Diseñadora de Joyas. Bogotá, D.C.

Profesional en diseño de la Universidad Nacional y en joyería del SENA.

“Pertenezco al taller Platónica, en él trabajamos joyería experimental. En el diseño ensayamos diversos materiales. Actualmente trabajamos maderas colombianas y algunos procesos semi – industriales”.

Mauricio Montenegro.

Diseñador de joyas. Bogotá D.C.

Profesional en diseño industrial de la Universidad Nacional. Estudio joyería y gemología en Europa. Se desempeña en el oficio desde hace 17 años.

“Regrese a Colombia en busca de otras propuestas. Gracias al Programa Nacional de Joyería estoy con ustedes. Espero compartir todos mis conocimientos”.

Javier Zuluaga.

Diseñador de joyas. Bogotá, D.C.

Profesional en ingeniería mecánica de la Universidad de los Andes. Lleva tres años aprendiendo diseño. Taller independiente.

“Más que joyero me consideró diseñador. He participado en Expoartesanías y en general he tenido acogida. Una de las expectativas que tengo de este taller es el definir un temática y la propuesta de una joyería con identidad nacional me parece interesante”.

Viviam Garzón.

Diseñadora de joyas. Bogotá, D.C.

Profesional en Antropología. Tiene su taller independiente hace un años.

Nubia Ordoñez.

Diseñadora de joyas. Bogotá, D.C.

Profesional en Psicología.

Se viene desempeñando en el oficio de la joyería desde hace 5 años.

“Viví en Francia por mucho tiempo y a mi regreso a Colombia me encontré con la joyería, mi capacitación en el oficio ha sido no formal. Tengo mi taller propio con varios empleados.”

Dairo Alberto Cuadros.

Joyerero, engastador. Medellín (Antioquia).

Se desempeña en el oficio desde hace 27 años. Es miembro activo de Asojoyeros de Antioquia.

“De este Seminario – Taller pretendo aprender diseño y replicar el conocimiento. Actualmente me estoy formando como instructor y en oratoria”.

Samuel A. Ricaurte.

Maestro joyero. Mompóx (Bolívar).

Trabaja la Filigrana y se desempeña en el oficio desde hace 35 años. Presidente de la EAT “El Crisol”, de la localidad de Mompóx.

“Desde hace 10 años he venido trabajando en Expoartesanías y me ha ido bien. Vengo a este Taller a buscar nuevas propuestas y nuevas ideas para nuestra EAT”.

Ludys del Carmen Uribe E.

Joyera. El Bagre (Antioquia).

Se desempeña en el oficio desde hace 11 años. Trabaja la cadenería, la filigrana y el engaste.

“La mayoría de los joyeros del Bagre son profesionales. Nos hemos capacitado en técnicas de joyería y nos hace falta trabajar en diseño y en conceptos de identidad nacional”.

Atilano Padilla Ruiz.

Joyero. Mompóx (Bolívar).

Se viene desempeñando en el oficio desde hace 15 años. Trabaja la filigrana.

“Espero compartir ideas, conceptos y técnicas”.

Oscar David Alvarado.

Joyero. Caucasia (Antioquia).

Se desempeña en el oficio por más de 14 años. Es licenciado y ha tomado cursos de joyería en el SENA y en la Universidad de Antioquia. Ha exportado filigrana a Italia.

“Vengo en representación de la EAT de Orfebres de Caucasia, soy instructor de joyería de un convenio que firmamos con la gobernación de Antioquia y SENA. La EAT inició con 15 miembros y actualmente tan solo somos 5, trabajando de tiempo completo y esto obedece a los problemas de orden público. Somos celosos con la calidad y el acabado del producto, trabajamos el oro de 18 kilátes en calidad de 7 – 50. Trabajamos la filigrana, el armado, el

engaste, el burilado, entre otros. Nuestras necesidades inmediatas son el diseño y mercado para nuestros productos”.

Armando Acuña.

Maestro joyero antioqueño. Mompóx (Bolívar).

Se ha desempeñado en el oficio desde hace 40 años. Actualmente es docente en joyería de la Escuela Taller Santa Cruz de Mompóx.

“Provengo de una familia antioqueña, con tradición joyera. Hace 4 años me vincule a la Escuela Taller y trabajo con jóvenes. Mi interés es conocer los nuevos elementos de la joyería y mi compromiso es de transmitirlo a las nuevas generaciones del Sur de Bolívar y especialmente de la localidad de Mompóx. Nunca me habían brindado este tipo de cursos en diseño, espero sacarle el mayor provecho y poner a la disposición mis conocimientos”.

Carolina Gómez.

Joyera. Bogotá, D.C.

Formación SENA. Taller propio.

“He estado pendiente de los procesos que viene adelantando el Programa Nacional de Joyería y he asistido a varias conferencias. A pesar de mi corta experiencia agradezco a ustedes la oportunidad que me han dado de participar en este evento. Las nuevas generaciones también debemos ser participes de los conceptos de la Nueva Joyería con Identidad Nacional”.

Hedilberto Arturo Vargas T.

Joyero artesanal. Bogotá, D.C.

Profesional en Administración de Empresas.

“Actualmente tengo mi propio taller. He participado en varios procesos adelantados Artesanías de Colombia y gracias a esto, he venido creciendo en mi oficio. Para mi es un honor ser participe de un nuevo proceso, “Hacia una Nueva Joyería Colombiana”. Espero compartir con ustedes mis conocimientos”.

Luis Moreno.

Joyero. Bogotá, D.C.

Profesional. Joyería Industrial.

“He venido trabajando en diferentes procesos artesanales, hasta cuando me acerque al Sector de la Sexta, me comenetre en el oficio de la joyería, aprendí el oficio. Tengo conocimientos en varias técnicas”.

Francis Rivera.

Joyero. Santa Fe de Antioquia (Antioquia).

Antes de iniciarse en la joyería se desempeño en varios oficios agropecuarios. En la joyería viene trabajando por más de 5 años. La familia es de tradición joyera. Trabaja la filigrana y otras técnicas.

“Participé en Expojoyería 2.000, en la ciudad de Medellín, con una camándula en filigrana **Ágora en Cenizas**. Amo la filigrana como a mi novia y las cositas que le hago a la una, se la hago a la otra”.

Bernardo Buendía.

Maestro joyero. Quibdó (Choco).

Taller propio.

Experiencia en el oficio de más de 30 años.

“Pertenezco a la Asociación de Joyeros del Choco, trabajo la filigrana y para mi es un placer estar con ustedes aprendiendo diseño”.

Otoniel Lozano Valoyer.

Joyero. Quibdó (Choco).

Tiene su taller y joyería propia.

“Trabajo la filigrana y para mi es muy importante que Programas tome en cuenta el Choco, que es un departamento rico en metales preciosos y sus gentes son muy pobres. Es pero compartir con ustedes mis experiencias de varios años”.

Wilsón Duque Serna.

Joyero. Quibdo (Choco).

Taller propio.

“Trabajo la filigrana y pertenezco a la Asociación de Joyeros del Choco. Espero sacarle mucho provecho a este Taller”.

Luis Enrique Mosquera.

Joyero. Quibdó (Choco).

Taller propio en su casa.

“Agradezco la oportunidad que me dan. Somos el pueblo más pobre y olvidado del país, tenemos muchas necesidades y mucha riqueza en nuestro suelo. Con urgencia necesitamos mercado para nuestros productos”.

María Bernardette Santos.

Diseñadora. Brazil.

Directora del Primer Postgrado en Diseño y Joyería.

“Mi experiencia en joyería me han permitido actuar con tres elementos absolutamente distintos: La creación, un orden y unos procesos técnicos. El proceso de la artesanía debe tener una continuidad. Nos encontramos con tres conceptos distintos que requieren de integración, de armonía para elaborar una cosa que se llama joyería y es lo que me gusta”.

Eveline Andrade.

Alumna Pasante en Joyería. Brazil.

Escuela de Diseño del Brasil.

“Viene de una escuela de Diseño del Brasil, que tiene como política de compartir experiencia con sus mejores alumnos, en todos los lugares en donde se realizan programas en diseño.

Karina Achoa.

Diseñadora. Brazil.

Profesional en Diseño Industrial.

“Llevo más de 20 años en la profesión joyera, tengo mi propio taller en el Brasil. Más que para trabajar para una industria trabajo por cuenta propia y me gusta mucho más contar con un grupo tan dinámico como el de ustedes”.

Eduardo Barroso.

Diseñador Industrial

Miembro del ICSID.

Director General del Seminario – Taller “Hacia una Nueva Joyería Colombiana”

Miembros de Apoyo al Seminario

Taller “Hacia una Nueva Joyería Colombiana”.

Lyda de Carmen Díaz L.

Coordinadora Unidad de Diseño. Artesanías de Colombia.

Profesional en Antropología.

Sandra Strouss de Jaramillo.

Coordinadora Logística.

Profesional en Biología.

Francisco Alejandro Ruiz R.

Coordinador en programas de diseño

Profesional en Arquitectura.

Manuel Hurtado.

Coordinador de taller y puestos de trabajo.

Profesional en Administración de Empresas.

William F. Monroy P.

Relatoría.

Profesional en Sociología.

ESTRUCTURACIÓN DEL BRIEFING

“Lo primero que hay que precisar son los conceptos de Diseño y de Taller de Diseño. Durante mucho tiempo vine trabajando en estas definiciones y siempre me encontraba con argumentos distintos. Cuando fui nombrado director de la cultura, de la Junta Directiva del Consejo Internacional de la Sociedad Industrial ICSID (abanderado en diseño en el mundo), una de mis primeras tareas que propuse fue el de definir, con exactitud, ¿Qué es diseño?. Indudablemente, muchos de ustedes que son diseñadores se encontraban en la misma búsqueda. Al final nos encontramos con definiciones no muy claras.

Cuando hacemos uso de la creatividad y estamos conceptualizando, nos colocamos en la peligrosa tarea de definir sus límites y esto hace que sea muy arduo conceptualizar. Sin embargo, existen fundamentos relacionados con el diseño, que son del consenso común. Lo primero, es que diseño no es dibujo, el diseño es proyecto. La palabra diseño en lengua inglesa es design y significa proyectar.

Pero ¿Qué significa proyectar?, ¿Qué significa proyecto?. Proyecto significa proponer, hacer, construir algo que no existe, eso es proyecto. Un proyecto requiere de un tiempo para su formulación y puesta en marcha, debe arrojar resultados planeados y estos deben haber modificado situaciones o hechos que se venían dando. Diseño por lo tanto es innovación, si

no hay innovación no hay diseño. Diseño es innovación en la forma, es innovación en la función, y sobretodo, es innovación en la utilización, en sus conceptos.

El diseño no es privilegio de los investigadores, el diseño trasciende a los investigadores, el diseño es multidisciplinario. Razón por la cuál, en el Seminario – Taller contamos con: investigadores, antropólogos, sociólogos, artistas, arquitectos, ingenieros, psicólogos, artesanos y joyeros. Por que para proyectar se requiere del conocimiento de muchas áreas y no solo de una. Todos podemos ir a la casa y medicar a nuestro hijo que se encuentra enfermo, pero eso no nos hace médicos. Todos nosotros podemos transmitir inspiración para hacer una obra de arte, pero eso no nos hace artistas. Cada participante podría hacer diseño en este Seminario - Taller. Sin embargo, es importante señalar que cada uno de los participantes es un colaborador de este diseño, cada uno los participantes tiene sus características propias, su profesión, sus conocimientos, sus formas de pensar, sus destrezas y habilidades. Razón por la cuál, se hace indispensable diferenciar lo que es un artista y lo que es un diseñador. La diferencia principal radica en su compromiso. El compromiso del artista es siempre consigo mismo y este compromiso es inalienable, un artista no debe hacer concesiones con nadie, ni con el mercado, ni con sus amistades. El artista es fiel a sus conceptos y a sus ideas. Caso contrario sucede con el diseñador, ya que su compromiso es su cliente, la gente que va a comprar, lo que el cliente quiere. Diseña y produce con un interés distinto al suyo.

El diseñador no proyecta para sí mismo, proyecta para la gente, no plasma los conceptos personales y a sus propios gustos. Solo lo hace, como caso típico, cuando los gustos de la gente coincide con los gustos del diseñador, si pertenecen al mismo estrato social, a su capacidad económica.

El diseñador debe proyectarse a estratos sociales, con diversidad de conceptos estéticos y formales y al proyectarse hacia estos grupos sociales, debe siempre tener como compromiso el de realizar objetos que no existan y esta debe ser de la postura permanente del diseñador.

Todo diseño debe estar precedido de un concepto, diseño sin concepto no es diseño. El diseño sin concepto es estéril y se orienta a la búsqueda de la estética formal, sin sentido. Bajo esta forma de acción, el diseñador cuando inicia el proceso de proyección recurre en primer lugar a la pluma y de los trazos concreta lo que va a realizar. Lo correcto es que cuando se procede a diseñar el individuo ya sabe lo que va a realizar.

Lo planteado me recuerda de un cuento chino:

Un gran señor contrató a un diseñador para que le elaborara el logo de su escudo. Para cumplir con esta tarea el diseñador le recomendó vivir con él, con el fin de conocer sus costumbres, su modo de vivir, su cotidianidad. El gran señor aceptó la petición.

Paso el primer mes, y cuando el gran señor se acercaba al diseñador a preguntar por los resultados, el diseñador le decía:

- Tranquilo que todo va bien.

Los meses pasaron, los años pasaron y a los cinco años, el gran señor se reunió nuevamente con el diseñador y este saco su pluma y procedió a elaborar el logo. El gran señor ofuscado le dijo al diseñador:

- Pero tardaste cinco años para hacer un dibujito de 20 segundos.

Y el diseñador le contesto:

- Pero yo tarde 50 años para saber lo que quería ser.

Diseñar no es tirar línea, tirar línea, tirar línea..... esperando que algo aparezca. Al contrario, cuando vamos a diseñar ya debemos saber que vamos a realizar, los conceptos ya deben estar definidos. Quizás el primer dibujo no sale perfecto, no importa, hay que hacer más. Hay que tener el concepto, hay que tener ideas. Antes de empezar a simular diseños para el objetivo propuesto, hay que discutir, conversar y debatir ampliamente”¹⁰.

CONFORMACIÓN DE LOS GRUPOS DE TRABAJO

Se sugirió la conformación de tres grupos de trabajo, bajo los siguientes criterios:

- Cada grupo debe trabajar unido durante la semana.
- Los grupos deben ser heterogéneos, es decir, deben estar conformados: Un diseñador coordinador, diseñadores nacionales y joyeros artesanos.
- Cada grupo debe tener igual número de bogotanos e igual número de personas de otras regiones.

Selección de los Coordinadores de Grupos.

Grupo No	Coordinador	Idoneidad
1	Karina Achöa	Diseñadora de joyas, con experiencia en talleres de diseño
2	María Bernardette Santos	Diseñadora del primer post – grado en joyería del Brazil

¹⁰ Barroso, Eduardo.

3	Fernán Arias Uribe	Diseñador de joyas, con experiencia en talleres de diseño. Artesanías de Colombia.
---	--------------------	--

Selección de Diseñadores para Conformar Grupos de Trabajo.

Para este proceso se solicitó a los diseñadores identificarse, con el fin de incorporarlos a los diferentes grupos de trabajo. Para este criterio de selección se enfatizó en la formación académica. Como resultado de este proceso se concluyó que tan solo tres personas cumplían con el requisito de formación académica.

Los participantes pusieron a consideración el criterio de selección y aclararon que el indicador de formación académica no era suficiente, ya que en la mayoría de los diseñadores asistentes primaba la formación empírica y no formal, lo cual afectaría la homogeneidad de los grupos que se estaban conformando.

En el debate se orientó a la precisión del concepto de Diseñador, ya que los conceptos tipo ideal de Artista y Diseñador ya planteados, permitían la construcción de otros conceptos tipo. Por ejemplo, el concepto de Artista – Diseñador.

Del debate se recogieron ideas que permitieron analizar las categorías propuestas por los participantes, entre ellas tenemos:

- Conocer las necesidades del cliente.
- Tener un diseño de acuerdo a las necesidades del mercado.
- Conocer a fondo el producto y como le llega a la gente.
- Trabajar para sí mismo.
- El individuo puede ser artista y diseñador.

- En el trabajo del diseñador también prima la individualidad y esto se debe al manejo de materiales, conceptos, lenguajes y configuralidad.
- Tener un lenguaje propio.
- El diseñador no tiene estilo, porque trabaja para otros.
- El estilo es típico de los artistas y no de los diseñadores.
- En el caso colombiano, el diseñador debe tener estilo por que la joyería no es industrial y el mercado es pasivo.

Aclaraciones Fundamentales:

- El individuo puede ser artista cuando quiere y diseñador cuando quiere y desempeñar los dos papeles al mismo tiempo. Pero cuando la retribución económica es producto del diseño, el individuo es diseñador. El diseñador no debe tratar de imponer sus gustos personales y sus conceptos estéticos. Al contrario, debe diseñar de acuerdo a los gusto del cliente.
- Es importante dejar en claro que los verdaderos artistas no pueden hacer concesiones. Es fundamental que la sociedad se sirva de los artistas. Los artistas son aquellos que permiten avanzar más allá de los programas, porque no tiene compromisos con nadie se ganan el derecho de plantear sus estilos.
- El objetivo principal de este taller es hacer diseño y es fundamental contar para ello con diseñadores, artistas, artesanos y con profesionales de varias disciplinas. La riqueza radica en sus diferentes formas de pensar.

- El objetivo de este taller es trabajar para públicos pasivos.

Redefinición del Criterio de Selección:

¿Cuántos de ustedes trabajan en proyectos, con una postura de diseñador, proponiendo productos de apoyo con los deseos y las demandas del mercado?

Se procedió a dividir los diseñadores por grupos de la siguiente manera:

Grupo No 1	Grupo No 2	Grupo No 3
Maurio Montenegro	Liliam Medina.	Jorge Ernesto Rodríguez
Denise Malopuig	Sol Ángel Hernández	Sandra Clemencia Cano
Jaime Alejandro Guzmán	Javier Zuluaga	Viviam Garzón
Fabiola Díaz	Nubia Ordoñez	Diana Ardila

Paso siguiente los joyeros se numeraron de 1 al 3 y se anexaron a los grupos de trabajo. Se buscó que cada grupo fuesen heterogéneo (regiones del país, técnicas, etc.).

COMPROMISOS

Los participantes participaron activamente en la definición de los compromisos del Seminario - Taller y ellos fueron:

- **Innovación:** No copiar diseño de sí mismos, de los demás. (No repetir trabajos, dibujos, joyas).
- **Tolerancia:** El grupo es heterogéneo, conformado por personas de diferentes regiones del país, con costumbre y formas de pensar particulares.
- **Multiplicación:** El conocimiento adquirido lo debemos compartir con nuestros colegas, en las localidades, talleres y grupos de trabajo .
- **Generosidad:** Aportar todo de sí mismos.
- **Puntualidad:** Total respeto por los horarios.

PRIMERA REFLEXIÓN

Imagínense que ustedes se fueron de Colombia a estudiar en el exterior, después de unos años de estar fuera del país, ustedes tiene la tarea de describir a un niño lo que es Colombia.

- ¿Qué elementos o cosas de su país le describirían al niño?.
- ¿Cómo se imaginan el país que van a encontrar después de haber vivido, por mucho tiempo, un país extranjero?.

De los interrogantes planteados, hagan una reflexión profunda.

Piensen en este país, en sus imágenes, en sus paisajes, en sus colores, en sus animales, en sus ciudades, en sus calles, etc. Imaginen todas esas cosas del país.

Haga una reflexión en total silencio y en el lapso de media hora, realicen una síntesis lingüística de este país mágico. ¿Cómo sería esa Colombia idealizada por ustedes?.

Plasmen en las hojas que se les entregó esa síntesis y trabajen individualmente.

Después de media hora todos los participantes se reúnen con el fin de compartir sus reflexiones.

Las reflexiones que se van a exponer pretenden dar una imagen completa, un cuadro preciso de lo que es Colombia. Para este tipo de reflexiones se requiere de mayor tiempo. Sin embargo, los pocos minutos que le han dedicado a esta reflexión han sido importantes para ustedes. Porque están pensando en las cosas que le pasan a su país, están pensando en una Colombia ideal.

Ustedes que viven relaciones intensas, de parejas, que tienen novias (os), esposas (as) piensen como producir con palabras para expresar lo que sienten por estas personas. Las palabras manifiestan la calidad de nuestras relaciones y expresan nuestros sentimientos. La tarea que nos proponemos es la de transmitir lingüísticamente un conjunto tan expresivo de sentimientos, de sueños y de deseos. Pero estas imágenes, debe ser de gran arraigo.

Seguramente habrán paisajes y determinados grupos humanos. Con todo ellos se tendrá una síntesis del colombiano en 10 años, unos iconos, una pantalla cromática.

Ustedes debe pensar en esta Colombia en un lapso de 10 años, van a definir sus paisajes típicos, los elementos geográficos que la representen ante el exterior. Este sería un proyecto. Y para ello, se empezaría a definir los iconos que expresen la gran diversidad que posee el país.

Vamos a intentar definir lo que es la pantalla cromática para Colombia. Pantalla cromática son las flores, los colores de la bandera, los colores de los paisajes que observamos cuando viajamos. Mediante colores vamos a definir la Colombia ideal y vamos a tener una definición macro de ella.

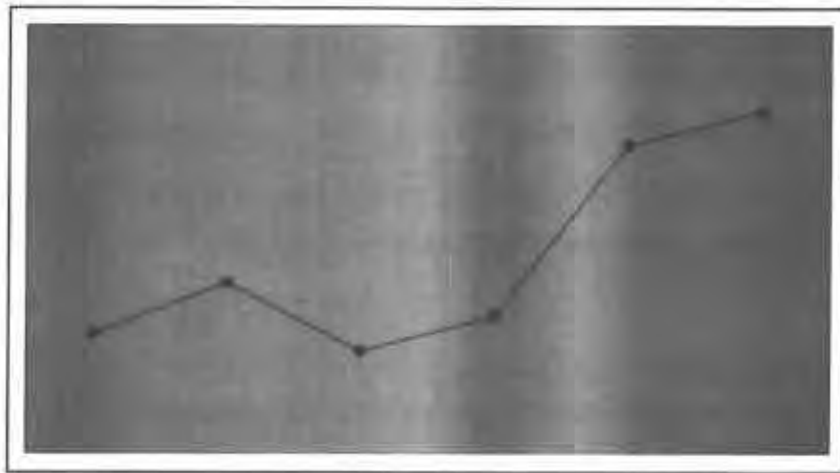
Estamos autorizados en crear una nueva imagen, en desarrollar nuevas líneas de joyería, en afirmar el trabajo manual y en consolidar el país en el extranjero. Proponemos una nueva idea, una tarea sencilla de producir una nueva joyería y esto se debe asumir como un reto para Colombia.

Pensando en el futuro debemos tener muy claro cual es el futuro que nos imaginamos, que tiempo necesitamos para este proceso. Los retos son para el mediano y largo plazo. Para imaginarnos en 5 años, en el futuro, tenemos que pensar en el pasado, 5 años antes. Cuando pensamos en el futuro partiendo del pasado descubrimos diferentes cosas.

Piensen en sus vidas partiendo del pasado y proyectándolo al futuro, en esta reflexión pensamos en las dificultades, en las tareas, en la competencia.

Su pongamos que la realidad que vamos a discutir aquí, es la tasa de desempleo en Colombia. Por ejemplo, Tasa de desempleo de las décadas 60, 70, 80, 90, 2.000 y proyección al 2.010.

Tasas de Desempleo por Décadas



Para este tipo de análisis se cuenta con estadísticas. Sus registros nos señalan comportamientos pasados y un posible resultado en 10 años.

De igual forma podríamos graficar y analizar otro tipo de realidades. Por ejemplo, si nos preguntáramos: ¿Cuál sería la capacidad de Colombia vender joyería en el exterior?, ¿Cuál

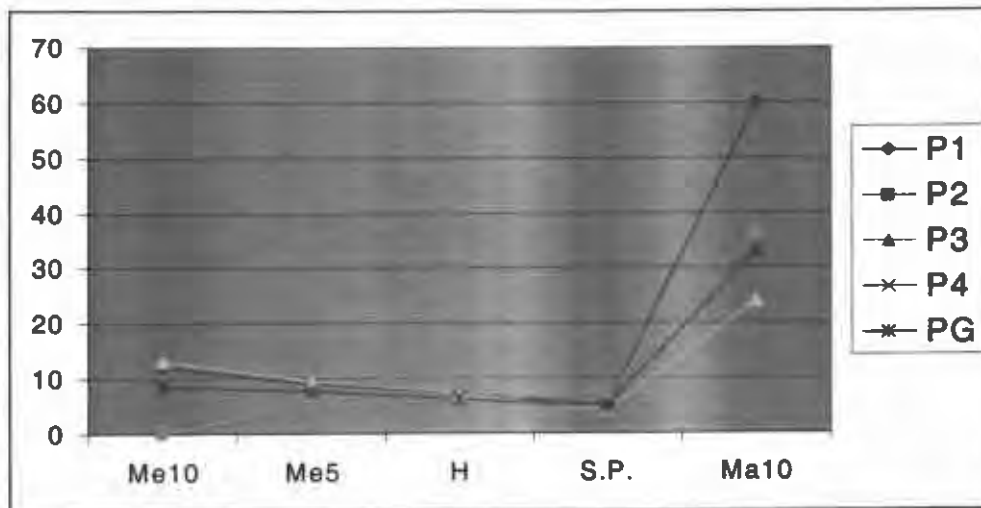
sería su proyección en 10 años?. Para ello, debemos tener en cuenta estadísticas pertinentes de hace 10 años, tomando en cuenta variables como: Producción, ventas, dificultades, competencia, mercados, etc., estos comportamientos pasados se confrontarían con realidades presentes y se proyectaría a un posible comportamiento futuro (10 años).

Ejercicio de Prospectiva, Producción de Joyas en Cinco años.

Para este ejercicio se procedió de la siguiente manera:

- Se solicitó a 4 participantes calcular cuantos gramos, en joyería, están produciendo mensualmente. Se hizo el estimado anual y llevo al cuadro de registro. De igual forma se les solicito el estimado de hace 5 años y de hace 10 años.
- En el cuadro de registro se marco la tendencia de producción, por participante. El resultado arrojado fue de una tendencia a la baja.
- Luego se le solicito a los 4 participantes pensar en grande y estimar en cuanto podrían estimar la producción en 10 años. Las estimaciones se llevaron al cuadro de registro.

Producción Gramos de Joyería



Producción Gramos Año					
	Menos 10	Menos 5	Hoy	S.P.	Más de 10
Participante 1	12000	9600	7200	4800	60000
Participante 2	0	4800	6000	7200	36000
Participante 3	13200	9600	7200	4200	24000
Participante 4	8400	7200	4800	3600	12000
Porm. Grupo	8400	7800	6300	4950	33000

Reflexiones:

- Lo anterior nos demuestra la forma como venimos trabajando y los deseos del colectivo de salir adelante. Con los comportamientos de los mercados nacionales e internacionales queda claro que tenemos bastantes dificultades, que cada vez tendremos mucha más competencia.

- De acuerdo con los resultados, queda claro que si continuamos haciendo las cosas como las estamos haciendo, la tendencia es a desaparecer del mercado. Si continuamos produciendo con los mismos procesos vamos a desaparecer, Es decir, en 5 años no estaremos produciendo joyería.

Se quieren cambiar positivamente y de acuerdo con sus deseos, hay que cambiar de forma radical. Hay que cambiar las formas como vienen trabajando, el modo de pensar, romper con el individualismo y trabajar más cooperadamente.

No vamos a llegar a ninguna parte si continuamos trabajando como hace 10 años. Hay que examinar como estabamos produciendo, con el fin de producir el cambio. Si queremos sobrevivir debemos cambiar el modo como trabajamos, el modo como vivimos, las cosas que utilizamos, la forma como nos relacionamos socialmente. Todos esos aspectos debemos que cambiar. Si queremos llegar donde ponemos nuestros sueños, tendremos que ser totalmente radicales en estos cambios. Cuando salimos de la trayectoria por más de 90 grados estamos imponiendo o haciendo cosas diferentes a los gustos del mercado, es la manera como vamos a caer o nos desviamos de nuestro crecimiento.

Solamente para cambiar esta tendencia ideológica hay que hacer un esfuerzo sobre humano, hay que romper con los paradigmas de antaño. Tenemos que diseñar un nuevo país. Para salir de esta trayectoria hay que salir de nuestra dirección, romper con los viejos esquemas y los viejos paradigmas, no es fácil, pero es urgente hacerlo. Esto no es derrotismo, esto es crítica, es el deseo de hacer bien las cosas.

Este cambio empieza aquí. La sencilla tarea es la de proyectar joyas y de cambiar nuestro espíritu para hacerlas. ¿Cómo lo vamos hacer?. De acuerdo a nuestro compromiso, es nunca repetir las cosas que estamos haciendo. Es Conectando este país, con el país que soñamos.

Antes de definir que vamos hacer, que tipo de joyería nos proponemos hacer, para quien vamos a proyectar, tenemos que definir el escenario en que estamos inmersos, tenemos que pensar en este paisaje interesante, en esta Colombia que queremos vender a través de las sencillas cosas que hacemos, unas simples joyas, unos simples collares. Collares claros o turbios por un discurso, por una intensión. No solo debemos proyectar una joyería linda, hermosa y bien arreglada, debemos soportarla con un discurso.

¿Es algo difícil?

Recomendaciones Metodológicas.

La visita al Museo Siglo XIX y el trabajo de campo del Centro Histórico de la ciudad de Bogotá, se aplazan con el fin de precisar la apropiación de las herramientas conceptuales y metodológicas del Taller. De esta forma, el abordaje a estos espacios van hacer un ejercicio más enriquecedor y una práctica de lo ya apropiado.

IMANGENES DE COLOMBIA RESULTADOS DE LA PRIMERA REFLEXIÓN

Aspectos Positivos.

- Diversidad natural (riquezas en flora y fauna).
- Diversidad geográfica (Paisajes, cordilleras, valles, desiertos, selvas, mares, ríos, lagos).
- Diversidad cultural y regional (etnias, costumbres, tradiciones, folclore, música).
- Potencial minero.
- Factor humano trabajador y creativo con capacidad de pensar y de transformar. Esta es la verdadera riqueza cultural del país.

Aspectos Negativos.

- Los colombianos somos malos lectores, no sabemos leer nuestras realidades.
- Problemas nacionales: cinturones de miseria, guerrilla, corrupción, mala administración de la riqueza, riqueza para unos pocos.
- Explotaciones mineras, problemas de contaminación (mercurio), deforestación, desplazamientos, inseguridad, insalubridad.
- Desconocimiento del país.
- Tenemos como legado el olvido y esto nos hace insensibles.

EJERCICIO No 1.

De la reflexión anterior, van a trabajar los aspectos positivos de la “Colombia que Soñamos”, de ella van a describir las características comportamentales de su factor humano, sus paisajes, sus principales iconos, su pantalla cromática.

Inicialmente van a trabajar individualmente y luego trabajaran en los grupos asignados. Socialicen sus ideas, discútalas y lleguen a un consenso.

Los temas y contenidos a trabajar son:

- **Respecto al colombiano:**

Describe tres características positivas.

- **De Colombia:**

Describe tres iconos del país (imágenes que lo caracterizan).

- **Cromática del País:**

Nombre tres colores que caracterizan a Colombia.

Los grupos trabajaron bajo la dirección del coordinador asignado, durante una hora y el producto del consenso se socializó con los otros grupos y se llegó a un consenso general.

Grupo	El Colombiano	Iconos	Colores
No 1	Trabajador, emprendedor, solidario, creativo y alegre.	Sierra Nevada, esmeralda, el banano, el café y las rosas.	Principales: Azul marino, verde esmeralda, verde selva, amarillo oro. Secundarios: Terracota (va del beige al marrón oscuro, no definieron. Y el rosado.
No 2	Creativo, trabajador, amable, efusivo, recursivo y emprendedor.	Orquídea, las palmas, canastos, la guacamaya y el café.	Principales: Verde esmeralda, azul turquesa. Secundarios: Azul guacamaya.

No 3	Alegre, trabajador, mágico, soñador, astuto.	La chiva, estatua de San Agustín, la esmeralda, el poporo, escultura de Botero, los silleteros, el sombrero volteado, la orquídea.	Principales: Verde oscuro, Azul marino, dorado. Secundarios: Azul cielo, amarillo pollito.
Consenso General	Trabajador, emprendedor, solidario, creativo, alegre, amable, efusivo, recursivo, mágico, soñador, astuto.	La esmeralda, sombrero volteado, la orquídea (la catleya), la escultura de Botero, el café.	Pantalla cromática de Colombia Principal: Azul, verde, amarillo y terracota. Secundarios: Tonos más claros del azul y amarillo. Y los tonos más oscuros de naranja y rojo.

Recursos Aplicados en el Consenso General.

- Para dar mayor precisión a la definición “Colombiano”, que aportaron los diferentes grupos, se hizo uso del antónimo para analizar cada definición. Ejemplo: Del calificativo Solidario se confrontó con su antónimo Egoísta. Se solicitó a los participantes definir el comportamiento promedio del colombiano, tomando en cuenta las dos categorías. Por consenso se precisó mediante una X.

Solidario -----X----- Egoísta

- Se preciso en: Un icono debe ser reconocido a nivel nacional, no necesariamente en el extranjero. Son simplificaciones iconográficas circunscritas a un contexto. Por ejemplo: los Iconos que ustedes conocen del Brasil son iconos para ustedes, pero no para los brasileros, la mulata es icono para el exterior y no para el brasilerero. En cualquier contexto existen símbolos, cuando estos símbolos son reconocidos por un grupo social, un país se convierte en Icono. P.e. El sombrero volteado es un icono por que representa a Colombia y a su artesanía. (Icono exportado y reconocido internacionalmente).
- Se analizó y concluyo: El resultado de la pantalla cromática de Colombia es difícil trabajarla en ella en joyería, la propuesta es acompañarla con piedras y resinas.

COLOMBIA VIVA¹¹

El objetivo de exponer el Vídeo “Colombia Viva”, del Periódico El Tiempo, es el exhibir una síntesis de la gran diversidad y riqueza de nuestro país. Sus imágenes y sonidos nos permitirán identificar, fortalecer y precisar referentes ya planteados. Pongan a prueba sus ideas, iconos, temas y conceptos, ya que mediante este ejercicio lograremos una precisión del mosaico de la cultura material e iconográfica del país, indispensable para el desarrollo de productos culturales que nos hemos propuesto.

Planteado lo anterior, se procedió a la presentación del vídeo.

Para fines prácticos, el contenido del material se presentará para el presente informe utilizando las herramientas desarrolladas en el Seminario - Taller.

Legado de las Culturas Precolombinas.

Temas y Conceptos	Imágenes
<p>El testimonio de las culturas precolombinas dieron origen a la actual conciencia colectiva de los colombianos y se constituyen en el más preciado patrimonio. En legados se hace referencia al Universo.</p>	<p>Estatuas de San Agustín, Lavapatas en San Agustín. Tumbas de Tierradentro. Pictografía de Tierradentro. Piezas Orfebres. Indígenas.</p>
<p>Iconos Identificados: Estatuas de San Agustín, El Poporo (Pieza Orfebre).</p>	

Regiones Naturales.

Temas y Conceptos	Imágenes
-------------------	----------

¹¹ Periódico El Tiempo. Video Colombia Viva. Bogotá 2.000. 60. Min. Material utilizado para fines pedagógicos. Se tomaron temas y conceptos con el fin de identificar Iconos Nacionales.

<p>Colombia un maravilloso un país, con un área no muy extensa, en donde existe una síntesis de la variedad de la tierra.</p> <p>Región Andina: El Bosque Andino un paraje misterioso.</p> <p>El Páramo verdadera fabrica de agua, cubierta de niebla y lugar donde habita el Cóndor de los Andes.</p> <p>Región Orinoquía: La Orinoquía es un territorio inmenso y lleno de vida.</p> <p>Región Caribe: Mar Caribe, lugar del descubrimiento, de piratas, de los sueños.</p> <p>Frente a las estribaciones de La Sierra Nevada hábitat de arrecifes de coral y numerosas criaturas del océano. Frágil ecosistema, universo alucinante en donde abundan sorprendentemente formas y colores.</p> <p>La Guajira. Al extremo norte del territorio suramericano. Desierto y mar. A pesar de su aridez es un lugar de vida.</p>	<p>Paisajes, flores, orquídeas, caracoles, aves, oso de antejo, caracoles, selvas. Diversidad en flora y fauna.</p> <p>Bosques de Palma de Cera.</p> <p>Paisaje Paramuno, frailejones, el Cóndor, picos cubiertos de nieve.</p> <p>Paisaje "El Sol de los Venados", Paisaje de grandes planicies, lagunas estacionales, variedad de peces, garzas, arcaraban, cocodrilo, manatí, águila, serpiente, chiguiro el Cocuy (límite fronterizo), ríos.</p> <p>Playas, mar, cocoteros, arrecifes, caballito de mar, caracoles, gusanos marinos, gaviotas, flamencos, Sierra Nevada de Santa Marta, desierto, cactus, pericos, iguanas.</p>
--	---

Temas y Conceptos	Imágenes
--------------------------	-----------------

<p>Región Amazonía: Amazonas, río caudaloso del mundo, a su alrededor nace, muere y se renueva constantemente, en un ciclo sin fin, la más grande reserva forestal del mundo.</p> <p>La Selva Húmeda tropical de la amazonía, es una inmensa y húmeda, maraña vegetal poblada de maravillosas criaturas.</p> <p>Región Pacífico: El Pacífico sorprendente de Colombia. Ecosistema conformado por el mar, el manglar y la selva. Escenario ideal para que especies de diversos orígenes y formas de vida convivan el él.</p> <p>Región Insular: Las últimas fronteras del país. Territorios de importancia estratégica y económica, que se suman a la riqueza natural del país.</p>	<p>Río Amazonas, bosques selváticos, monos, aves, ranas, danta, nutria, peces, delfin rosado, escorpión, araña, tigre, guacamayas.</p> <p>Costas, playas, bancos de peces, raya, tiburón, ballena jorobada, manglares, oso perezoso, bosques, pelicanos, gaviotas.</p> <p>Islas de Gorgona , Malpelo, San Andrés y Providencia, Playas, arrecifes, tiburones, gaviotas, flores.</p>
<p>Iconos Identificados: Orquídeas, el Cóndor (Se concretó pieza), Palma de Cera, Sierra Nevada de Santa Marta, Guacamaya.</p>	

Temas y Conceptos	Imágenes
<p>Diversidad Étnica. Indios, negros, blancos mestizos, diversas lenguas, múltiples costumbres, gente de Colombia.</p> <p>Componente Indígena: En el país existen etnias que han preservado sus lenguas y su costumbres ancestrales. Comunidades que han vivido en perfecta armonía con la naturaleza.</p> <p>En las comunidades Guajiras su relación con la muerte es tan familiar que los cementerios se convierten en lugares de habitación y de relación social.</p> <p>Componente Negro: Los esclavos de ayer son los ancestros de los hombres libres de hoy.</p> <p>Componente Costeño: Nueva Venecia, lugar de la Ciénaga Grande, en donde un grupo de pescadores que decidieron nacer, trabajar y morir sobre el agua.</p> <p>Componente Llanero: Sus jinetes son famosos desde la guerras de la independencia. Espíritu errante del Llanero.</p>	<p>Imágenes de las diferentes etnias.</p> <p>Comunidad Embera del Choco.</p> <p>Rancherías Guayu, cotidianidad, cementerio, tejidos en telares, pastoreo de cabras.</p> <p>Comunidades negras del Pacífico. Pecadores, leñadores, mercado.</p> <p>Nueva Venecia. Cotidianidad.</p> <p>Jinetes llaneros, mamona, coleo, cotidianidad.</p>

Temas y Conceptos	Imágenes
-------------------	----------

<p>Componente Andino:</p> <p>Los campesinos viven del cultivo de la tierra. Sus tradiciones y creencias están enmarcadas en el uso de la tierra. Los mercados son lugares en que se dan las relaciones sociales y esto es heredado de sus antepasados indígenas.</p> <p>En regiones montañosas como Antioquia y el Viejo Caldas, el medio de transporte es la Chiva, Icono pintoresco del folclore Nacional, así van y vienen los campesinos, la gente de la montaña.</p> <p>Gente de Ciudad:</p> <p>Inmersos en el ritmo frenético de nuestro tiempo, buscan, producen, transforman, deciden, así en la gente de la ciudad.</p> <p>Las ciudades son ejemplo del contraste.</p> <p>Gente del siglo XXI, gente que habita en la otra selva, gente de ciudad.</p>	<p>Agricultura campesina, tradiciones alimenticias, mercado campesino.</p> <p>Chivas (Medio de transporte tradicional).</p> <p>Grandes avenidas, peatones, parques de recreación, supermercados, puentes peatonales, tribus urbanas, trancones, ciclovías, grandes tiendas, culto al cuerpo, jóvenes, viejos, niños.</p>
<p>Iconos Identificados:</p> <p>La Chiva (Medio tradicional de transporte).</p>	

Actividades Económicas.

Temas y Conceptos	Imágenes
<p>La variedad climas, fertilidad de la tierra y la abundancia del agua han permitido cultivar en Colombia numerosos productos.</p>	<p>Flores de la Sabana de Bogotá, el banano del Magdalena, las frutas de todas las regiones, la caña de azúcar del Valle de Cauca, el café más suave del mundo (Zona Cafetera), palma africana.</p>
<p>Colombia cuenta con dos océanos, en donde se cosechas los frutos del mar y se explotan otro tipo de recursos.</p>	<p>Mariscos, explotación artesanal de la sal marina, en Manaure.</p>
<p>Riqueza minera.</p>	<p>Esmeraldas, carbón, petróleo.</p>
<p>El Proceso de industrialización no ha tenido tregua en el país.</p>	<p>Industria automotriz, textil, la informática.</p>
<p>La pequeña y mediana empresa que promueve las necesidades internas de una nación que trabaja con eficiencia y calidad. Dentro de este proceso la manufactura y la artesanía juegan una papel cada vez más importante debido a la creciente demanda en los mercados internacionales.</p>	<p>bienes y servicios, cestería, joyería.</p>
<p>Iconos Identificados: Rosas, esmeraldas, el banano, el café, canastos.</p>	

Ciudades y Poblaciones.

Temas y Conceptos	Imágenes
<p>Las condiciones históricas, económicas y sociales han hecho que la mayor parte de la población se concentre en las ciudades.</p>	<p>Bogotá. La Capital del País. Panorámicas, museos, Teatros, iglesias, Catedral, Capitolio, avenidas, edificios, Monserrate, La Candelaria.</p> <p>Medellín. La Capital de la Montaña. Panorámicas, avenidas, el Metro, esculturas de Botero, aeropuerto, Pueblito Paisa, Edificio Coltejer.</p> <p>Cali. Ciudad cívica. Avenidas, La Ermita, Paseo Bolívar, Teatro Municipal.</p> <p>Barranquilla. La Puerta de Oro de Colombia. La Aduana, Hotel El Prado, Puerto Colombia, Avenidas.</p> <p>Bucaramanga. La Ciudad de los Parques. Panorámica, Parques, calles y edificio colonial.</p> <p>Cartagena de Indias. Patrimonio de la Humanidad. Las Murallas, Cartagena Antigua, la Popa, Bocachica, Castillo de San Felipe.</p> <p>Otras ciudades.</p>
<p>Iconos Identificados: Esculturas de Botero.</p>	

Celebraciones y Expresiones Musicales.

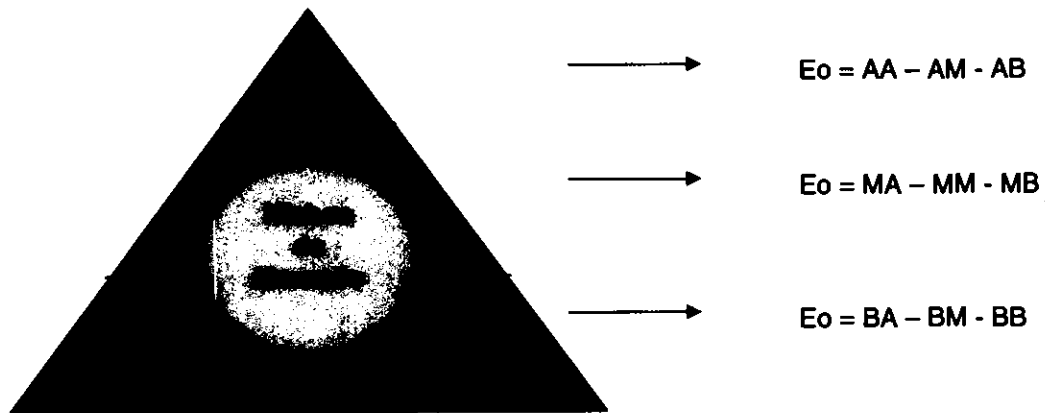
Temas y Conceptos	Imágenes
<p>Cada región de Colombia, cada ciudad, cada pueblo celebra su propia fiesta.</p> <p>Tradiciones mestizas, heredadas de las tres raíces principales que reflejan el verdadero espíritu de un pueblo que festeja. Se pasa de las festividades paganas a las religiosas. Se le rinde culto a Dios, a la raza y a la belleza.</p> <p>Las expresiones musicales del país, son las manifestaciones del espíritu colectivo, en donde se manifiesta con nitidez la conexión del pueblo con sus ancestros.</p>	<p>Carnaval de Barranquilla, Desfile de Silletteros (Medellín), Festival de Negros y Blancos (Pasto), Semana Santa (Popayán, Almaguer y Mompóx), Festival del Burro en San Antero, Reinado Nacional de la Belleza, Festival Iberoamericano de Teatro.</p> <p>Música y danza indígena, del pacífico, del Atlántico, de San Andrés y Providencia.</p>
<p>Iconos Identificados: Los Silletteros.</p>	

CONSOLIDACIÓN DEL BRIEFING

Para este propósito nos planteamos: ¿Qué vamos a hacer?, ¿Para quién vamos hacer?.

El reto más ambicioso que nos proponemos, es el intentar proyectar un producto para aquellas personas que no compran joyería. Nicho de mercado numeroso, que si logramos seducirlo estaríamos proponiendo algo novedoso. Reflexionemos, Si estas personas no compran joyería es por que no han encontrado la motivación para hacerlo o no han tenido la condición. Cautivar a la gente que nunca a comprado una joya, significa un gran reto y para ello se hace necesario definir conceptos de perfil y de costo accesible.

Estructura Socio – Económica.



Definición de Perfiles.

- Los personas que consumen joyas de mayor valor las definimos entre 15 y 30 años de edad, de clase media a media alta.
- Los personas que consumen joyas de mayor valor las definimos entre 30 y 45 años de edad, de clase media a media alta.

Si trabajamos para un grupo de personas que no consumen joyería haciendo uso de los rangos de edad de los consumidores ya planteados, nos encontraríamos con elementos bien interesantes y con una serie de implicaciones. Para trabajar para los perfiles no consumidores tendríamos que hacer joyería semi - industrializada, trabajar con materiales más baratos, producir mayor cantidad con el fin de mantener el precio nominal más bajo. Todo esto son condiciones fundamentales para tomar en cuenta.

Indudablemente producir para este grupo social es difícil y para ello se hace necesario trabajar con componentes ya elaborados p.e. soportes, la producción en casting, entre otros, con el fin de reducir costos.

Es importante señalar el riesgo que puede conllevar los procesos de reducción de costos ya que se puede caer en el ámbito de la bisutería, al trabajar con otros tipos de materiales. Sorteado el tema de los materiales, se hace indispensable diferenciar conceptualmente lo que es bisutería y joyería. La bisutería esta más conectada a los elementos de la moda y la joyería más a los fenómenos culturales. El concepto de la joya esta relacionado con el tiempo, es decir, es hecha para durar muchos años. El concepto de la Bisutería es el impacto, el impactar en un determinado momento, de acuerdo a la moda, es más fugas.

En ambos casos existe el diseño, la diferencia es que en la bisutería sufre los tópicos de la moda, pero no suscite en el tiempo. La joyería se es más permanente.

Para trabajar diseño de joyería para grupo social que nos hemos propuesto debemos tener en cuenta:

- El precio
- La durabilidad.
- La innovación.
- La producción a escala.
- Los componentes industriales.
- La calidad.

Proyectar una joya dentro de sus límites de costos, producir una joya que seduzca no solamente un día, que traiga algo nuevo en sus materiales, en su forma de composición, mezcla de técnicas, que se produzca en cantidades con el fin de satisfacer a una población mucho más amplia, que tenga calidad en sus terminados y en el montaje. Estos deben ser los los parámetros que deben utilizar en sus proyectos.

Respecto al tema de los no compradores, se puede precisar que las personas no compran un producto porque no lo conocen. Como ejemplo tenemos el desarrollo del Walkman:

Un industrial Japonés hacia un largo recorrido para ir de su casa al trabajo y para ellos hacia uso del tren bala, ocupaba una hora para ir y una hora para regresar y a él le encantaba la música. Un día se reunió con uno de sus ingenieros y le solicitó que elaborara un pequeño aparato que le permitiera escuchar música de buena calidad sonora. De esta manera se desarrolló el primer Walkman. Al evaluar el prototipo concluyeron que la idea era muy buena, que la calidad era excelente y propusieron fabricar millones de ellos para venderlos en todo el mundo.

Como para el industrial la toma de decisiones no era muy fácil, solicitó a sus especialistas en mercadeo realizar una encuesta, con el fin de saber si la gente quería el producto. Los especialistas apoyados en los resultado del instrumento de opinión, concluyeron que la gente no quería el producto y recomendaron no producirlo. El industrial intrigado por los resultados le planteo a los especialistas que algo no estaba funcionando bien y que

recomendaba hacer una producción experimental y el resultado de esta producción fue un éxito.

Los especialistas en mercadeo encausaron sus esfuerzos para entender los resultados exitosos de la producción experimental versus a los arrojados por la encuesta aplicada. En la búsqueda del error concluyeron que la gente no podía aceptar algo que no conocían. Apartir de la venta de la producción de prueba, la gente conoció el producto y nació la necesidad.

La historia anterior nos indica que si logramos proponer cosas que no se han realizado, que no existan, que la gente las reconozca, es probable que se cree la necesidad y que el producto tenga éxito.

Se debe pensar no solamente en nuevos materiales, se debe trabajar en nuevos conceptos, en la producción objetos diferentes a los collares, a los anillos, a las pulseras, que se vienen realizando.

Estructuración de Conceptos Generales.

A continuación vamos a intentar de definir los macroconceptos y los proyectos de cada grupo. Para ello, debemos establecer una frase, una expresión lingüística que nos indique que vamos hacer.

Como producto de la reflexión de “La Colombia que Soñamos” se logro definir el macroconcepto de la “Belleza Aprisionada”. En ella se plasma claramente, que ustedes se encuentran en un país que es un paraíso y a la vez, se hallan es un país prohibido, en un lugar donde la gente no tiene el derecho a conocerlo. Este concepto filosófico, permite crear cosas, asumir una aptitud, proponer cambios, desarrollar temas. Sin embargo, es fundamental que ustedes propongan otros conceptos.

Para la construcción del concepto en diseño hay que partir de un discurso, de una aptitud. A través del diseño se quiere decir algo a alguien. Por ejemplo, La protesta contra la guerra, esto es un concepto y esto se proyecta a una línea de joyería que se pretende vender. Sin embargo, es más interesante proyectar concepto más positivos, que negativos.

Por todo lo anterior, un concepto es un discurso, es una intención que nos va a dar los principios filosóficos. Un concepto musical puede ser tomado por un escritor, por un joyero, por un diseñador, es como si fuera el nombre o el título de la obra que vamos a construir

EJERCICIO No 2.

EL CONCEPTO

Para este ejercicio van a trabajar el concepto, tomando como referencia el tema propuesto y los iconos desarrollados. Este trabajo inicialmente lo realizarán por parejas, conformadas por un joyero y por un diseñador. Traten de proponer ideas, ideas de colecciones. Después de media hora las parejas se reunirán con sus grupos de trabajo. Mediante la técnica de lluvia de ideas, cada grupo trabajara en los planteamientos formulados para el ejercicio y lleguen a un consenso. Recuerden:

- La técnica de lluvia de ideas tiene como regla básica el de abstenerse en emitir juicios, no se puede decir eso esta mal, eso no funciona.
- Los participantes aportan ideas. Una idea por más desatinada que sea, puede conectarse con otra y producir una idea interesante.
- Los participantes proponen cosas, elementos y conceptos y después por consenso determinan que elementos conceptos son los más interesantes.

Los grupos de trabajo bajo la dirección de su coordinador, trabajaron en el ejercicio invirtiendo un tiempo de hora y media, llegaron al consenso. El resultado del ejercicio se socializó con todos los participantes al Seminario – Taller y se llegó a un consenso general.

Guía:

Tema	Iconos	Concepto
La Colombia que soñamos	Referente vistos	La Belleza Aprisionada

LLUVIAS DE IDEAS

Ejemplo. Conceptos del grupo No 2:

- Historia perdida. De los españoles para atrás esta enterrado. Tradición. Rescate de las raíces perdidas.
- Tradición e innovación. Conceptos opuestos.
- Las huellas que se plantean apuntan hacia las raíces.
- Raíces revividas.
- La juventud no tiene horizonte vs juventud, libertad sin fronteras
- No hay libertad sin conocimientos.

Ejemplo, Consenso Grupo 2.

- Diversidad Integrada.
- Huellas Revividas.
- Libertad sin fronteras.

Conceptos Propuestos para el Consenso General.

- Diversidad Integrada
- Huellas Revividas.
- Libertad Sin Fronteras.
- Canteras Llenas de Luz.
- Semilla al Monte.
- La Sonrisa de la Piraña Mueca.
- Las Entrañas Reveladas del Paraíso.

CONCEPTOS POR GRUPOS DE TRABAJO

- **Grupo No 1. Las Entrañas del Paraíso.**

Intento de mirarse dentro de sí mismo, descubriendo y revelando cualidades escondidas, adormecidas o en gestación.

- **Grupo No 2. Huellas Revividas.**

Es la reconstrucción de los elementos con un fuerte significado histórico y cultural que fueron perdidos.

- **Grupo No 3. Canteras Llenas de Luz.**

Se da una visión positiva y optimista de la riqueza y potencial del país.

EJERCICIO No 3

NICHOS DE MERCADO Y PRECIO ACCESIBLE

Para este ejercicio cada equipo de trabajo va a definir tres nichos de mercado y para cada nicho de mercado van a definir el precio accesible. Para cada nicho de mercado tipificarán gustos, hábitos, estilos de vida, comportamientos, patrones estéticos, símbolos de identificación grupal, códigos sociales, aspiraciones y deseos. Para ello, aplicarán la técnica de lluvia de ideas.

Los grupos de trabajo desarrollaron el ejercicio, en un término de dos horas, bajo la dirección de su correspondiente coordinador, llegaron a un consenso y los socializaron con los otros grupos. De este último proceso se llegó a un consenso general.

Nichos de Mercado Por Grupos de Trabajo.

Grupo No 1 :

- **Grupo de los Gays:**

Osados, transgresores , estéticos, extravagantes, innovadores, solidarios, divertidos, de buen humor, defensivos y delicados.

Promedio US\$200

- **Grupo de las Amas de Casa:**

Conservadoras, conformistas, anegadas, frustradas, románticas, delicadas.

Promedio US\$ 100.

- **Grupo de los Carnavaleros:**

Periféricos, folclóricos, piperos, informales, forma de vida agraria.

Promedio US\$ 10.

Grupo No 2.

- **Grupo de los Parceros.**

Ritualistas, transgresores, identificación grupal, integrados, fraternales, fieles, marcan territorio, grafiteros.

Promedio US\$ 50.

- **Grupo de los Triunfadores:**

Clásicos, conservadores, ambiciosos, competitivos, detallistas.

Promedio US\$150.

- **Grupo de los Vida Sana.**

Deportistas, naturistas, alimentación natural, despegados del lujo, minimalistas, poco intelectuales, toman poco, estrato medio..

Promedio US\$ 100.

- **Grupo de los Raperos:**

Presenta características similares a los parceros, sin embargo, es un grupo más reducido y se definen básicamente por la música, Rock y el Rap.

Promedio US\$ 50.

- **Grupo de los After – Parties:**

Transformistas, osados, provocadores, fantasiosos, gozones, transgresores, adictos.

Promedio US\$ 50.

ESTRUTURACIÓN DE LAS PROPUESTAS

Apartir de este momento los tres equipos se subdividieron por parejas y se propusieron proyectar una línea o colección de productos. Las propuestas fueron compartidas y discutidas por los miembros del grupo asignado.

A continuación, las propuestas se tradujeron en dibujos formales y finalmente del dibujo se pasó a la ejecución de las diferentes propuestas.