

El fique, fibra natural que construye sociedad

Actas de Diseño (2013, Marzo),
Vol. 14, pp. 239-245. ISSN 1850-2032
Fecha de recepción: agosto 2012
Fecha de aceptación: septiembre 2012
Versión final: octubre 2012

Nathalia Arango Domínguez (*)

Resumen: En el municipio de Pueblo Rico (Risaralda), recientemente se comenzó a explorar la fibra natural fique como materia prima de productos artesanales que la Asociación de Fiqueros y Artesanos de la Cabuya ASDEFIARCA desde el 2009 ha tratado de consolidar, identificando al diseño como un vehículo para lograr una diferenciación y reconocimiento en el mercado; por ende, nace un proyecto de intercambio de conocimientos, de historia cultural, social y de valores ecológicos en conjunto con docentes y estudiantes del programa de Diseño de Modas de la Fundación Universitaria del Área Andina.

Palabras Claves: Fibra natural - Artesanía - Diseño - Identidad - Sostenibilidad.

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en pp. 244-245]

El contexto

La Fundación Universitaria del Área Andina propende porque las prácticas pedagógicas de formación impliquen la vinculación de mecanismos de conocimiento y acción que lograrán en los estudiantes un dominio progresivo de las competencias que cómo profesional debe asumir. Para el cumplimiento de éstas competencias las modalidades de enseñanza deben apuntar a una relación de apertura en la que el estudiante también le contribuye al docente, es imperante conocer las particularidades del grupo para realizar ajustes contextuales, fomentar los logros individuales y vincular acciones que incluya el entorno socio-cultural para llevar al quehacer todo lo aprendido¹. En este sentido, el Programa de Diseño de Modas que se oferta desde 1994, nace para participar en el sector confección textil del departamento cuya trayectoria inicia en la década del 20' donde se inserta en la estructura económica de los municipios de Pereira y Dosquebradas con pequeños talleres que se fueron transformando, creciendo y replicando, ejemplo de ello, es que para 1980 es uno de los sectores que más generó empleo y aún responde a la demanda interna de la región². Para el 2003 se localizan 73 empresas agrupadas en grandes y pequeñas, de las cuales el 58.9% están ubicadas en Pereira y el 46,6%³ hacen parte de la segunda categoría nombrada por tener entre 11 y 50 empleados, asignación realizada según la ley de Mipymes⁴ encargada de clasificar las organizaciones industriales en Colombia.

Paralelamente a las prácticas que se realizan con las empresas, los estudiantes tienen la oportunidad de vincularse con diseñadores de trayectoria y trabajar con la artesanía que en la región y el país es representativa por la tradición cultural de las comunidades indígenas, afrodescendientes y mestizas.

La Artesanía es el desarrollo local de objetos que vinculan contenidos arraigados a la historia de quien los produce y evidencian conceptos de la naturaleza materia de su entorno. Su propósito podría girar en torno a lo funcional, ornamental o ritual, por ejemplo en los pueblos prehistóricos y primitivos se encuentran productos con los tres fines como las herramientas en piedra encontradas en África para la caza que aparte de cumplir con su función

era decorada con altos y bajos relieves ó las tallas en madera que representaban los dioses polinesios utilizados para rituales y como ornamentación. Estos objetos dan cuenta de una narrativa intrínseca⁵ porque permiten comprender e interpretar la naturaleza, el hombre y la vida de contextos particulares.

Uno de los rasgos más importantes de la artesanía es su fuerte conexión con la cultura, ya que ésta según Nanda(1980)⁶ codifica la realidad al crear un sistema de significados que transforma el entorno físico en el que se coexiste, en experiencias de la realidad y se trasluce en los objetos que conforma, que también se pueden denominar objetos culturales al ocupar un lugar en el tiempo y en el espacio que tiene un comienzo y un fin como la manifestación de un sentido que no es indisoluble de su materialidad Cassirer(1951)⁷, por ende, el producto artesanal permite conocer y entender los valores, creencias y comportamientos de una comunidad o población en un contexto determinado, al igual que el vestigio que la historia marca en el presente con las particularidades en la construcción, técnicas, acabados, formas y colores aplicados al objeto, que incluye un reconocimiento a los recursos naturales con los que se cuenta y una comprensión de su estética, función y comunicación.

El aprendizaje de la artesanía es cultural y se da en la interacción con el otro que enseña cómo reconocer los símbolos que generaron los antepasados al apropiarse el entorno y que se revela en los objetos producidos, que el nuevo aprendiz al incorporarlos, logra la capacidad de reproducirlos, valorarlos y posteriormente difundirlo a las nuevas generaciones con un contenido profundo de valores e identidades. Cuando se transforma un producto artesanal puede obedecer a factores internos como el desvanecimiento de los significados del objeto, la falta de materia prima y cambios en las tradiciones y costumbres de la comunidad ó factores externos como el contacto con nuevos patrones culturales, tecnológicos, demográficos, económicos y de adaptación al contexto.

En 1964 se crea en el país la empresa Artesanías de Colombia enlazada al Ministerio de Comercio Industria y Turismo con la misión de incrementar la competitividad del sector artesanal en los aspectos económicos, huma-

nos, sostenibles y culturales a través del mejoramiento tecnológico, desarrollo de productos, alianzas entre la academia y el contexto, la investigación y capacitación. Ellos asumen la artesanía como la “Actividad creativa de producción de objetos, realizada con predominio manual, ayuda de herramientas y maquinaria simples con un resultado final individualizado, determinado por el medio ambiente y el desarrollo histórico”(Artesanías de Colombia, 2012)⁸. En Colombia se cuenta con 300.000 artesanos aproximadamente, distribuidos en todas las regiones con notable representación en la costa Atlántica y el eje cafetero, se clasifican según su creador en artesanía:

1. Indígena: Debe procurar conservar el legado histórico de sus tradiciones artísticas, funcionales y sociales, cuyos fines son útiles, rituales y estéticos.
2. Tradicional Popular: Representa las comunidades mestizas y africanas que han recibido influencias en diferentes órdenes de otras culturas (europea, aborígenes americanos) convirtiendo sus productos en evidencia de la transculturalidad y transformación de acuerdo a los materiales que ofrece su hábitat y las nuevas necesidades de orden funcional, estético y espiritual.
3. Contemporánea ó Neoartesanía: Está constituido por individuos de diferentes contextos culturales y económicos, que tienen un oficio especializado, conocen elementos estéticos de tendencia universal y/o académica que involucran nuevas tecnologías para desarrollar objetos que divulga la creatividad y originalidad de quien los produce.

En la década de los setenta se le otorgaron a los productos industriales nuevas características formales, comunicativas y usos, debido a la inclusión de diferentes procesos tecnológicos, materiales, maquinaria y a la aparición de nuevos profesionales como los Diseñadores Industriales y Gráficos, asimismo se apropian nuevos conceptos para el país cómo lo fueron la innovación, el valor agregado y la ergonomía construyéndose un nuevo marco productivo, económico y comercial. Paralelo a esto, surgió una preocupación por las artesanías indígenas, campesinas y de las ciudades pequeñas, que a partir de investigaciones realizadas en su mayoría por expertos extranjeros en artesanía, diseño, arte, antropología y sociología en alianza con la empresa Artesanías de Colombia, encuentran una artesanía inmóvil, que para algunos era la respuesta a la preservación de lo tradicional y para otros la apatía por rescatar y mejorar esos objetos llenos de valor cultural e histórico que sólo se elaboraban para la venta a turistas. También se identificó que estas comunidades estaban cada vez más enajenadas por la ciudad y la sociedad de consumo y que de no hacer algo, la artesanía del país se perdería. Otro aspecto que resaltaron fue lo valioso y propio de las materias primas que utilizaban y por último, que en el mercado internacional las artesanías estaban teniendo fuerza en ventas y estimación cultural. Sugieren ciertas acciones que de ser implementadas ayudarían a preservar parte de la identidad nacional, a vender los productos en los mercados internacionales y a mejorar la calidad de vida de una manera integral para estas personas.

A partir de ese momento fueron varias las acciones que se ejecutaron, entre ellas, una investigación en todo el

territorio para identificar, documentar y registrar los objetos artesanales que se producían, qué comunidades los elaboraban, su historia, con cuáles materias primas trabajaban, bajo qué procesos productivos y los usos de los mismos; varias capacitaciones en artesanías nacionales a profesionales de Artes, Arquitectura y diseño por medio de la convivencia con estas comunidades e internacionalmente a través de visitas y seminarios en diferentes países; y formación de los artesanos por expertos extranjeros en nuevas técnicas de trabajo de materiales como el bambú, cerámica, cuero, entre otros. Como resultado, la artesanía en Colombia comenzó a cambiar, del trabajo realizado en algunas regiones del país entre artesanos y profesionales de área del arte y el diseño se generaron nuevas líneas de objetos, otras aplicaciones de las materias primas empleadas, nuevas herramientas de trabajo que optimizaron los procesos, mejoró la calidad de lo producido, documentación sobre los materiales, procesos, objetos y colaboraciones entre artesanos. También se identificaron dos líneas de acción, por un lado algunos diseñadores trabajaron bajo la política de enseñarle al artesano omitiendo su experiencia, percepción frente a los conceptos que maneja y su tradición, produciendo objetos que, aunque hechos con las materias primas del medio en el que se encontraban carecían totalmente de identidad y se convertían en mercancía para exportar sin la historia y reconocimiento a la cultura; por el otro lado, estaban los que orientaban o trabajaban conjuntamente con el artesano, aquí ninguno primaba sobre el otro, cada uno aportaba desde sus conocimientos y experiencias en la construcción de los nuevos objetos. Y en algunas colectividades la modalidad fue la capacitación en temas de creatividad, comercialización, calidad, tendencias para que posteriormente el artesano lo aplicara a sus producciones.

Hoy esta transformación en las artesanías ha creado una nueva cultura material en el país, hay un mayor respeto y valor por lo propio, aplicación de las materias primas de la región en objetos proyectados por los Diseñadores Industriales, de Modas, Gráficos, Arquitectos e Ingenieros, recuperación de signos visuales reflejados en las publicidades, logos e imágenes corporativas, ferias, talleres y concursos de diseño artesanal alcanzando reconocimiento a nivel internacional.

Para profesionales en Diseño de Modas ha sido un campo de acción ideal para entrar en los mercados nacionales e internacionales con criterios de innovación e identidad, calidad y diferenciación, marcando pautas y tendencia de uso universal, nuevas valoraciones estéticas y reconocimiento de marca. En el año 2004 Artesanías de Colombia, el despacho de la primera dama y el Instituto para la exportación y la Moda INEXMODA conciben un proyecto para unir la artesanía y la moda con el fin de crear nuevas líneas de productos, explorar nuevos materiales y consolidar el “Sello Colombia” a través de la pasarela “Identidad Colombia” en la semana de la Moda en Milán, se presentaron las diseñadoras Olga Piedrahíta, Lina Cantillo, Francesca Miranda y María Luisa Ortiz, trabajaron con artesanos Indígenas y tradicionales-populares ubicados en los departamentos de la Guajira, Cauca, Amazonas, Risaralda, Valle, Nariño y Cundinamarca, algunas de las técnicas y materiales utilizados fueron el macramé,

tejido de Sandoná, la palma de Iraca, el algodón y como referentes de diseño retomaron las mantas guajiras, los ponchos y los pectorales. El reconocimiento de los medios y de expertos en el tema sobre la importancia de explorar las raíces culturales para generar productos con identidad fue evidente y se convierte en estrategia clave para impactar los mercados globales y lograr la diferenciación. Para el año siguiente viajaron los diseñadores Hernán Zajar, Amelia Toro y Beatriz Camacho, trabajo que efectuaron con los grupos artesanales: Fonquetá, Tibabuyes, Wayuu, Huitotos, Emberas y afrodescendientes del pacífico, aplicaron técnicas como la filigrana, bordados, el tejido vertical y macramé. En el 2006 sólo un diseñador cumplía con los requisitos para la feria en Milán y se tuvo que ceder el espacio perdiendo la oportunidad de continuar con él; actualmente la pasarela “Identidad Colombia” se presenta en el evento de Colombiamoda que se realiza en la ciudad de Medellín con todos los actores del Sistema Moda.

Uno de valores que la artesanía trasluce es el respeto por el medio ambiente y reconoce que a partir de la naturaleza se inspiran y explican los objetos que realizan. El diseñador ha encontrado en el ecodiseño ese vínculo entre la producción razonable y un consumo más apropiado de los recursos aportando al desarrollo sostenible del planeta. Grandes industrias de la moda como Armani, Nike, Levi Strauss⁹, entre otras, desde hace algunos años han incluido nuevas materias primas en las que se encuentran fibras naturales de origen animal y vegetal como el algodón orgánico, la lana y el cáñamo ó a través de desarrollos biotecnológicos (fibra de soja, maíz, algas) apoyados en metodologías de reciclado, reutilización y/o reducción en los procesos productivos, de empaque y embalaje que optimizan la distribución sin omitir criterios de innovación, funcionalidad, comunicación y estética al producto beneficiando al consumidor, a la empresa y al medio ambiente.

En la conferencia efectuada en el año de 1968 sobre la Biosfera en París y la realizada en Washington sobre los Aspectos Ecológicos del Desarrollo Industrial, se consideró que las fuentes de materia prima en el planeta no serían inagotables y también se vislumbró que si las empresas y sus productos continuaban con los mismos procesos productivos y requerimientos, se tendrían consecuencias ambientales como el aumento del dióxido de carbono, efectos negativos en la capa de ozono, exceso de basura, entre otros. Posteriormente en 1972 en la Conferencia de Naciones Unidas para el Medio Ambiente Humano llevado a cabo en Estocolmo, con la participación de 130 estados y 400 organizaciones, el concepto de sostenibilidad empieza a adquirir importancia y se esbozan algunos parámetros sobre el cuidado del medio ambiente. Pero en 1987 es cuando la expresión de “Desarrollo Sostenible” alcanza su definición, principios y líneas de actuación que quedaron registradas en el informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo con en el documento “Nuestro Futuro Común” liderado por Gro Harlem Brundland, primera ministra de Noruega.

El Desarrollo Sostenible es la satisfacción de las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones en satisfacer las propias. Esta mirada debe procurar un equilibrio entre los seres humanos y

su relación con el medio ambiente, facilitando el cumplimiento de objetivos para el crecimiento económico, desarrollo de las sociedades y conservación del planeta, lo que conduciría a una mejor calidad de vida. Entidades como las Naciones Unidas a través del Programa para el Medio Ambiente (PNUMA) y de la Comisión de Desarrollo Sostenible, los ministerios de Medio Ambiente creados en varios países, la Organización Europea para el Desarrollo (EPE), la UNESCO, Greenpeace, la organización Amigos del Planeta y el Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF-World Wildlife Fund), entre otros, propenden por llevar un mensaje de sensibilización ambiental, mostrar las consecuencias del pasado y presentar alternativas y acciones que permitan detener y mantener los recursos y condiciones para la existencia de los seres vivos en la tierra.

La contribución de las empresas debe demarcarse en un cambio de su misión y visión hacia la ecoeficiencia, examinando cada proceso y efectuando mejoras preventivas más que correctivas; una herramienta de aplicación es el análisis del ciclo de vida que puede implementarse en la empresa y/o al producto conducente a estimar el impacto ambiental a través del reconocimiento y estudio desde la concepción del nuevo proyecto, selección de materia prima, proceso productivo, empaque, distribución y uso hasta la disposición final ó el inicio de un nuevo ciclo. Una experiencia exitosa es la que Michael Braungart como director y fundador de la Agencia de Fomento y Protección del Medio Ambiente (EPEA), trabajó con William McDonough en un concepto de diseño para aplicarlo en las empresas y productos, ligado al ciclo de vida en donde plantean:

Cradle to Cradle es un modelo de los sistemas industriales en los que los flujos de materiales adecuados están en función de los ciclos biológicos, técnica continúa de ciclos de nutrientes en donde todos los materiales de desecho son re-productivos y se incorporarán a las nuevas fases de la producción y el uso, es decir, los residuos equivalen al alimento o insumos de nuevos procesos (McDonough, 2005)¹⁰.

De esta manera ellos han demostrado cómo pueden convertir todos los desperdicios, residuos y retales de un empresa en materia prima para otros procesos, al igual que la implementación de energías renovables, productos no tóxicos y tender hacia la biodegradación de los productos, empresas como Herman Miller, Ford y Nike han trabajado con este enfoque en el ascenso de sus empresas, empleados, productos y clientes.

En las carreras de diseño el EcoTech, Diseño Verde, Diseño Ecológico, Design for Environment (DFE) ó Ecodiseño es asumido como un camino de acción en donde el diseñador tiene una visión de trabajo que implica una conciencia ambiental y a partir de allí gira toda su producción; la demanda en las empresas y en los consumidores es cada vez más fuerte lo que exige una preparación en temas como el ciclo de vida del producto, materias prima naturales y biotecnológicas, nanotecnología, energías renovables, problemas ambientales, sociales, económicos y normativas vigentes.

Algunas de las normativas que las empresas vinculadas al sector confección-textil deben implementar para poder

ser competitivos a nivel internacional y mantenerse en el tiempo, es la norma ISO 14000 o EMAS para la Unión Europea cuyo propósito principal es crear al interior de la empresa una política ambiental que pueda demostrar a través de hechos cuantificables y con proyección de ir mejorando continuamente en cada uno de los procesos que la conforman. Ya especializada en textiles, se encuentra la etiqueta ecológica líder a nivel mundial llamada Oeko-Tex Standard 100, que garantiza y evalúa el contenido de sustancias nocivas en los textiles según la clasificación establecida, cuanta con más de 6000 empresas certificadas en todos los continentes. La etiqueta ultravioleta UV Estándar 801 está dirigida a cualquier tipo de tejido indistintamente de su composición, estructura o color que vaya a estar en contacto prolongado con la luz solar: toldos, sombrillas, bañadores, ropa deportiva, gorras, entre otros, con el fin que los usuarios identifiquen el grado de protección que pueden obtener con estos artículos con respecto a los rayos ultravioletas. Y por último, entre los principales certificados encontramos el “Made in Green”, marca registrada perteneciente a la empresa española AITEX, con presencia en los 25 países de la Unión Europea que evidencia si una empresa y sus productos han cumplido parámetros relacionados con la salud, el ambiente y los derechos humanos¹¹. Este certificado es la suma de tres más: El test de sustancias nocivas, el certificado del sistema de gestión ambiental y el certificado de un código de conducta y responsabilidad social.

Experiencia significativa

La Feria de Colombiamoda del año 2009 que se realizó en la Ciudad de Medellín, tuvo como tema central “La Ecología” enmarcada en el impacto que el hombre le está generando al medio ambiente desde el sistema moda, evento en el cual participó el programa de Diseño de Modas de la Fundación Universitaria del Área Andina, en donde hicieron presencia estudiantes, docentes y la Asociación de Fiqueros y Artesanos de la Cabuya (ASDEFIARCA), a quienes se invitó para la creación de accesorios haciendo énfasis en el ecodiseño y la identidad regional. Posteriormente, el grupo artesanal fue el encargado de confeccionar el vestido artesanal de la Señorita Risaralda cuyo diseño fue concebido en la fibra natural fique por un estudiante para el Concurso Nacional de Belleza “Señorita Colombia”.

A partir de los resultados obtenidos, el grupo artesanal, la directora del programa de Diseño de Modas Bibiana del Pilar Tinjacá Numpaque y las docentes Vanessa Sloane Dossman y Nathalia Arango Domínguez plantean un proyecto para trabajar en conjunto y desarrollar nuevos productos, explorar otras aplicaciones del fique, indagar en técnicas y estudiar la identidad cultural de las artesanías en el contexto. Posteriormente se vinculan estudiantes de diferentes semestres de la carrera.

Pueblo Rico es fundado en el año de 1886 por pobladores provenientes de Antioquia y pronunciado como municipio en 1912. Tiene una extensión territorial de 1029 Km², siendo uno de los más grandes de Risaralda, está localizado a una altura de 1560 msnm y presenta una temperatura

promedio de 18°C como consecuencia su territorio es llamado la segunda hoya hidrográfica del departamento ya que permite el paso de numerosos ríos como el Cuanza, Guarato, Lloraudó, San Juan, Tatamá, Aguaclara, Taiba, Curumbará, Gito, Guarato y Río Negro y varias quebradas y corrientes de menor caudal. También goza de gran biodiversidad en flora y fauna permitiéndole el cultivo y crianza de diferentes productos agrícolas y animales.

De Pereira (capital de Risaralda) se encuentra a 97 Km de distancia y limita con los siguientes municipios: Al norte con Mistrató (Risaralda) y Bagadó (Chocó), al sur con Novita (Chocó), por el este con Apía, Belén de Umbría y Santuario (Risaralda) y por el oeste con Tadó (Chocó), por ende, se encuentran en el territorio Pueblorriqueño tres etnias, la indígena Embera-Chamí que cubre un 32%, un 14% son afro-colombianos y un 54% de mestizos de 12.366 habitantes distribuidos en 84 veredas, dos corregimientos que corresponden al 76% y un 24% que se encuentra en la zona urbana.

Su economía se basa en el cultivo de la caña panelera, cacao, chontaduro, fique, plátano, banano y el pancoger principalmente para su consumo; también poseen ganadería y explotación forestal. En la actualidad está trabajando para convertirse en una potencia ecoturística ambiental e investigativa con proyección a nivel nacional e internacional¹².

El fique llega en el año de 1999 al municipio porque la empresa Empaques S.A. de Medellín requería de más producción de la fibra natural e identificó que las condiciones del piso térmico eran aptas para su cultivo y se crea la “Asociación de Fiqueros y Artesanos de la Cabuya - ASDEFIARCA” con diez socios, dedicados inicialmente sólo al cultivo de esta fibra; poco a poco se vinculan más personas y la producción comienza a aumentar, para el año 2006 ya eran más de 40 asociados y en el 2008 interesados por diversificar sus ingresos deciden montar el taller artesanal. Actualmente cuenta con 80 asociados divididos en artesanos y productores; con respecto a los primeros son mujeres cabeza de hogar que se encuentran distribuidas en la zona urbana (15), en las veredas de Villa Claret (20) y el Rocío (9) y la población del segundo grupo es mixta, de carácter familiar y se sitúan en las fincas o zona rural. Los productos artesanales son elaborados bajo pedido y se podrían clasificar en bolsos, morrales, individuales, tapetes, tela de mota e hilos.

El fique (nombre científico: *Angiopermae Furcraea Bendinghausii*) proviene de las regiones de centro y sur América, está localizada en países como Colombia, Venezuela, Ecuador y México donde las condiciones tropicales se mantienen estables, siendo el primer país nombrado el de mayor producción con cerca de 30.000 toneladas/año. Entre sus competencias a nivel nacional e internacional se encuentran el sisal y el yute que se cultiva en lugares como Brasil y China; los productos que se realizan con la fibra de fique o llamada también cabuya, penca, cabui, chuchao y cocuiza son los costales, empaques, telas, cordeles e hilos, los accesorios y complementos están comercializados principalmente por la empresa Artesanías de Colombia. Hoy por hoy en Colombia se están sustituyendo las cuerdas de plástico que sostienen las plantas de plátano y otros cultivos por cuerdas de cabuya, cuyas ventajas incluyen su degradación, lo que evita

recogerlas, y menores costos. Puede sustituir también al bagazo de caña, de azúcar, la paja y cepa de plátano en variadas aplicaciones; el café colombiano se comercializa en costales de cabuya, habiéndose incluido como parte de la imagen del Café de Colombia. También puede ser componente del papel corrugado o kraft y se utiliza para dar consistencia al papel reciclado. La calidad de la fibra es tal que puede responder a exigencias de rendimiento en usos como billetes y filtros.

Por ser biodegradable, la fibra se usa como biomanto o manto natural para proteger los sembrados y como agro textil, para reducir los daños por erosión en carreteras, vías, oleoductos y gasoductos. La fibra de fique sirve para refuerzos de materiales de construcción, tales como vigas, columnas y tejas; los desperdicios en el proceso de extracción, se aprovechan como fertilizante, abono y balanceado para animales. El bagazo se puede utilizar como medio de cultivo para champiñones, aglomerados, relleno de colchones, y musgo ecológico. Del jugo extraído se obtiene Etanol (alcohol etílico), el cual tiene diversas aplicaciones en los campos alimentario, médico, cosmético, farmacéutico e industrial. El 24 de abril de 2004 se consolida la Cadena Productiva Nacional de Fique con el fin de desarrollar estrategias conducentes al aumento de la siembra, productividad de la fibra y el posicionamiento de los productos para el mercado nacional e internacional.

Los artesanos de ASDEFIARCA llevan a cabo el proceso desde que el fique es transformado en fibra virgen y está listo para ser tinturado o trabajado manualmente. Una vez seleccionada la hilacha para la realización de artesanías, es llevada al taller y comienza el proceso de teñido haciendo la primera cocción con la fibra en bruto, siguiendo con el primer lavado y la segunda cocción con el tinte seleccionado, se incluyen los fijadores, se lava nuevamente, se ejecuta la aplicación de suavizantes y se procede a secar.

En el descaminado se efectúa el peinado de la fibra tinturada y seca, se añade manteca para suavizarla, obteniéndose la hebra adecuada para hilar. Asimismo del residuo del desenredo del fique sale la mota y se convierte en materia prima para otros productos. Posteriormente viene el proceso de hilado donde se amarra la fibra de manera vertical, se enhebra en la maquina y comienza el proceso para conseguir conos de diferentes calibres (uno, intermedio y grueso) que servirán para vender en el almacén y también para comenzar a realizar los productos; el primer paso es determinar lo que se va elaborar, se escogen los hilos con los colores necesitados y se procede a construirlo con técnicas manuales como el macramé, croché, malla y telar. Con la mota, se realiza una tela en la máquina de coser o se puede trenzar para generar otro tipo de hilo más grueso y rústico, que es llamada por las artesanas en sus prácticas “chulla”.

El proceso de trabajo entre las artesanas, los docentes y estudiantes tuvo varias etapas tomando como referente la propuesta conceptual de Ana Cielo Quiñones y Gloria Stella Barrera¹³ para incorporar el diseño en la artesanía de manera respetuosa y valorando todas las prácticas tradicionales, conocimientos empíricos y académicos de los participantes. En la primera fase, se indagaron los aspectos culturales, históricos, educativos, condiciones

socioeconómicas, familiares, laborales y se generaron lazos de amistad y confianza para pasar al siguiente punto; en la segunda etapa se caracterizaron los productos que elaboraban, las técnicas utilizadas, las herramientas y maquinaria disponible, la calidad en los acabados, el comportamiento del mercado regional y nacional con respecto a las artesanías en fique, las tipologías existentes, tiempo de trabajo, experiencias de las artesanas en otras labores, sus expectativas frente a la asociación y el futuro de las misma.

Seguidamente, con la información recolectada se analiza bajo la luz de la teoría, la historia, los avances tecnológicos y reconocimiento del mercado, la normativa y acciones de entes gubernamentales en el apoyo y difusión de la artesanía, entre otros aspectos para realizar jornadas de trabajo teórico/práctico con las artesanas. También se efectuó:

- Un análisis de laboratorio del hilo de fique para conocer su resistencia, permanencia del color, peeling, encogimiento y degradación.
- Pruebas de teñido y fijación con productos naturales como el achiote, la mora, remolacha, estiércol, flores, entre otros.
- Tejidos con el hilo de fique en combinación con otras fibras como la seda y la lana para evaluar su comportamiento.
- Muestras de tejidos no utilizados en ASDEFIARCA para abrir las posibilidades de presentación y construcción de los productos como el telar puntilla, telar mejicano y malla.
- La vinculación de otros insumos dentro del marco del ecodiseño como semillas de coco, tagua, material reciclado y recuperado.

En los encuentros subsiguientes se definieron las líneas de accesorios, hogar y aplicaciones al vestuario para el proceso de diseño. Como referentes, se toma la riqueza étnica del municipio de Pueblo Rico, rescatando de los afrodescendientes la talla en madera con sus altos y bajos relieves, de los Embera-Chami la cestería con sus símbolos geométricos que representan su cosmogonía y con la llegada de los españoles a América se entrecruzan las etnias y se erigen los mestizos, mulatos y zambos resignificando las tradiciones y costumbres africanas, españolas e indígenas en un nuevo territorio que años después han conformado como propio; de ellos, se resaltan los tejidos como el macramé, croché y malla. Comienza el trabajo de diseño con los bocetos, definición de los colores ligados al contexto local y a las demandas del mercado, mediación de los elementos formales, funcionales y estéticos. Paralelo al trabajo proyectual se realizan capacitaciones en nuevas técnicas de teñido, tejido, materiales, manejo de maquinaria, patronaje, parámetros del proceso de diseño y comercialización (folletos, precio de venta, imagen corporativa, publicidad).

Como resultado se crean varias colecciones (más de 70 diseños) con productos de las líneas antes mencionadas, su respectivo catálogo, especificaciones técnicas, valores culturales y diferenciadores para el mercado. Se materializa una de ellas denominada “Materia y Espirito” con la cual comenzará su nuevo camino artesanal y proyecto

de vida en Asociación de Fiqueros y Artesanos de la Cabuya - ASDEFIARCA.

Para los estudiantes y docentes vinculados al proyecto fue valioso el poder conocer una problemática real que desencadenó una fusión de conocimientos, experiencias, formas de ver y vivir la vida a través del diseño que siempre ha estado en el objeto artesanal desde el componente cultural y que al vincular aspectos técnicos, metodológicos y teóricos adquiere un valor de identidad que contribuye en la conservación del patrimonio y del medio ambiente. También se espera que el artesano al contar con herramientas nuevas de diseño, puede obtener mayor autonomía para elaborar sus productos y que logre el impacto esperado en el mercado con nuevas maneras de expresión de su cultura y que no generen dependencia con los profesionales sino que sean aliados en la búsqueda de un futuro mejor para todos.

Notas

1. División de Programación y Desarrollo Académico. (2002). *Educación y Currículo & Pedagogía y Didáctica*. VAC-DA 523-2002. Fundación Universitaria del Área Andina.
2. Galvis, J.A. & Ruiz, L. (2004, septiembre). El Sector de la Confección en el Departamento de Risaralda. *Revista Académica e Institucional de la U.C.P.R.*, 69, 118-143/ISSN 0121-1633.
3. Baena, E. & Sánchez, J. J. (2003, octubre). Diseño y Aplicación de un Modelo para Potenciar la Competitividad del Sector de Confección Textil del Área Metropolitana Centro Occidente (AMCO). *Scientia et Technica U.T.P.*, 22, 107-112/ ISSN 0122-1701.
4. Ministerio de Desarrollo Económico. (2009). *Ley 590 de 2000 para el fomento de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, MIPYME*. Recuperado de: <http://www.mindesa.gov.co>. Ley que establece tipo de empresas: Familiar (menos de 5 trabajadores), Micro (entre 6 y 10 trabajadores), Pequeña (entre 11 y 50 trabajadores), Mediana (entre 51 y 200 trabajadores).
5. Gombrich, E.H. (1995). *Historia del Arte*. Barcelona, España: Garrica S.A. pp.29-42.
6. Nanda, S. (1980). *Antropología Cultural, Adaptaciones Socioculturales*. México: Grupo Editorial Iberoamericano.
7. Cassirer, E. (1951). *La Ciencia de la Cultura*. México: Fondo de Cultura Económica. pp. 68-69.
8. Artesanías de Colombia. (2012). Recuperado de: <http://www.artesanasdecolombia.com.co>
9. Colombo, F. (2009, 27 de marzo). *La moda ecológica conquista escaparates*. Intermobel. Recuperado de: <http://www.intermobel.net/>
10. McDonough, W. & Braungart, M. (2005). *De la Cuna a la Cuna: Rediseñando la forma en que hacemos las cosas*. España: McGraw-Hill.
11. Made in green. (2011). *Sello verde de calidad total*. Recuperado de: <http://www.madeingreen.com/>
12. Sitio oficial del municipio de Pueblo Rico-Risaralda. (2009, 20 de agosto). Página desarrollada en el marco de la Estrategia de Gobierno en Línea del orden Territorial (GELT) que implementa el Programa Gobierno en Línea del Ministerio de Comunicaciones, con el apoyo del proyecto Internet para la Rendición de Cuentas (IPRC) de Transparencia por Colombia en asocio con Colnodo y con el apoyo de USAID, Cooperación Técnica Alemana para el Desarrollo - GTZ GmbH y la Federación Colombiana de Municipios. Recuperado de: <http://www.pueblorico-risaralda.gov.co>
13. Barrera, G. S. & Quiñones, A. C. (2006). *Conspirando con los Artesanos. Crítica y propuesta de diseño en la artesanía*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana. pp. 97-105.

Referencias bibliográficas

- Acha, J. (1997). *Introducción a la Teoría del diseño*. México: Trillas.
- Barrera, G. S. & Quiñones, A. C. (2006). *Conspirando con los Artesanos. Crítica y propuesta de diseño en la artesanía*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Barrera, G. S. & Quiñones, A. C. (2008). *Diseño Socialmente Responsable. Ideología y Participación*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Buitrago, M. M., Muñoz, L. & Santofimio, E. (2011). Alternativas de Innovación en productos elaborados en Fique por la Asociación de Fiqueros y Artesanos de la cabuya (ASDEFIARCA) del municipio de Pueblo Rico, Risaralda a partir del aporte creativo y exploratorio que brinda el programa de diseño de modas de la Fundación Universitaria del Área Andina. Fundación Universitaria del Área Andina, Pereira, Colombia.
- Cassirer, E. (1951). *La Ciencia de la Cultura*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Dirección de Desarrollo Sectorial Sostenible. (2006). *Guía Ambiental del Subsector Fiquero, Cadena Productiva Nacional del Fique (CADEFIQUE)*. Colombia: Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Recuperado de: http://www.agronet.gov.co/www/docs_agronet/2007222154336_GuiaAmbientaFiguera2006.pdf
- Fernández, S. & Bonsiepe, G. (Coord). (2008). *Historia del diseño en América Latina y el Caribe*. San Pablo: Blücher.
- Gombrich, E.H. (1995). *Historia del Arte*. Barcelona, España: Garrica S.A.
- Guerrero, M. T. (2009). *Origen del Arte Textil Colombiano Contemporáneo*. Universidad de los Andes. Recuperado de: <http://historia critica.uniandes.edu.co/datos/pdf/>
- Kottak, C. (1994). *Antropología Cultural*. España: McGraw Hill.
- Margulis, M. (1984). *La Cultura Popular*. México: Premiá Editora S.A. Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial & Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (2006). *Cadena Productiva Nacional del Fique-CADEFIQUE*. Comités Técnicos y Directivos Nacionales y Regionales. Bogotá: Panamericana Formas e Impresos S.A.
- Nanda, S. (1980). *Antropología Cultural, Adaptaciones Socioculturales*. México: Grupo Editorial Iberoamericano.
- Potter, N. (1999). *Que es el Diseñador, Objetos, Lugares, Mensajes*. Barcelona: Paídos S.A.
- Reale, M. (1998). El Concepto de Cultura, sus Temas Fundamentales. En David Sobrevilla. (Ed), *Filosofía de la Cultura, Enciclopedia Latinoamericana de Filosofía*. Madrid: Trotta S.A.
- Villegas, J. (2008, 11 de octubre). Colombia ¿Identidad o Inspiración?. *INFASHION*, (30), p. 90.
- Zimmermann, Y. (1998). *Del Diseño*. Barcelona: Gustavo Gili S.A.

Abstract: In the municipality of Puerto Rico (Risaralda), Recently the natural pita fiber was begun to be explored as raw material of handcrafted products that the Association of Fiqueros and Craftsmen of the Sisal-grass ASDEFIARCA from 2009 has tried to consolidate, identifying to the design as a vehicle to achieve a differentiation and recognition on the market; that is why, a project of exchange of knowledge, of cultural, social history and of ecological values was born as a whole with teachers and students of the program of Design of Modes of the University Foundation of the Andean Area.

Key words: Pita fiber - Craft - Design - Identity - Sustainability.

Resumo: No município de Pueblo Rico (Risaralda) recentemente se começou a explorar a fibra natural fique como matéria prima de produtos artesanais que a Associação de Fiqueros e Artesãos da Cabuya ASDEFIARCA desde o ano 2009 tratou de consolidar, identificando ao design como um veículo para lograr uma diferenciação e reconhecimento no mercado; por entanto nasce um projeto de intercâmbio de conhecimentos, de história cultural, social e de valores ecológicos em conjunto com professores e estudantes do programa de Design de Modas da Fundação Universitária da Área Andina.

Palavras chave: Fibra natural - Artesanato - Design - Identidade - Sustentabilidade.

(*) **Nathalia Arango Domínguez.** Docente investigador de la Fundación Universitaria del Área andina. Diseñadora Industrial de la Universidad Católica Popular del Risaralda, especialista en Docencia Universitaria de la Universidad Tecnológica de Pereira y especialista en Lógica y Técnica de la Forma Universidad de Buenos Aires.

(**) El presente escrito fue presentado como conferencia dentro del Tercer Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño (2012). Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina.