

Imaginarios (Exposición Anual de la Facultad de Arte PUCP); Wayna (Intervención comunicativa con soportes gráficos en colegios de Lima, por la protección del medio ambiente).

El proyecto del colectivo Comunicación: la revista electrónica de investigación, creación y comunicación gráfica Clone design is not design: www.killthepixelnow.com/clone/

Es una revista que desarrolla una visión exploratoria, constructora de conocimientos, en arte y diseño gráfico. Sus beneficios pertenecen a la comunidad de investigadores del arte y diseño, docentes, estudiantes, artistas, comunicadores, promotores, etc. Los alcances previstos son conceptuales y metodológicos. Su eje comunicativo es la creación conceptual gráfica, como discurso provocativo e implicante. Por las características on-line cuenta con la posibilidad de llegar a grupos remotos de público. A la vez, al poder integrar y diferenciar los medios de realización (elementos multimedia: video, audio, textos, imágenes y realidad virtual), incrementa la capacidad de atraer e implicar del usuario.

Se propone:

- Explorar los vínculos del arte y del diseño gráfico con la sociedad y la cultura, desde la perspectiva de un pensamiento epistemológico.
- Contribuir a la construcción de bases conceptuales, metodológicas y estratégicas para la creación gráfica.

Cada número aborda una problemática propia de la gráfica, pero la enfoca desde una perspectiva que trastorna sus paradigmas. El primer número Señalética de los no lugares desafía el pensamiento convencional con una

doble interrogante: ¿Cuál es el fin de la señalética? y ¿Qué significación tienen los no lugares en nuestra existencia? Opta por una realización visual, con una mínima intervención textual, extrapolarlo el concepto minimalista a la misma construcción informativa / comunicativa de la revista. El propósito es provocar al observador a leer sólo a través de la imagen. Además, ordena el pensamiento estratégico gráfico a través de dos entradas: Crear para pensar (el mensaje gráfico como estímulo cognitivo) y Pensar para crear (el mensaje gráfico como construcción estratégica).

Actualmente, un nuevo colectivo está configurándose, con un perfil de exploración de los recursos de la cultura juvenil: graffiti, stencils, fancines, historietas, juegos interactivos, video - arte. En el mes de junio comenzaron a intervenir el espacio público, con proyectos provocativos, que estimulan a reacciones que el colectivo pretende recoger, para el establecimiento de un diálogo productivo entre los miembros del colectivo y sus interlocutores.

Los 4 colectivos desarrollan una manera particular de aprendizaje, a través de la actuación autónoma, la autogestión, la interacción en el grupo, el contacto dialógico con la comunidad. Cada colectivo planifica y produce sus actividades, construye su identidad, maneja su comunicación. La independencia de la cual gozan constituyen una significativa complementación a la formación institucional, de la cual los colectivos participan, pero con roles que ellos mismos determinan. Creemos que este es un camino propicio para el aprendizaje significativo que establecemos como meta de la gestión didáctica.

Método y diseño

Alternativas creativas en la actividad proyectual.

Ma. Eugenia Sánchez Ramos

Del trabajo artesanal al diseño

El diseño en sí contiene aspectos fundamentales inevitablemente controvertidos, en virtud de que, en estricto apego a las teorías y los modelos metodológicos, no existe alguno en el cual el diseño gráfico pueda sustentarse completamente. Sin embargo existen personas llevadas por su prurito profesional, quienes consideran que todos los seres humanos son diseñadores. Ellas entienden al diseño "como todo esfuerzo consciente para establecer un orden significativo"¹, en cuyo caso afirman que el hombre siempre ha diseñado a lo largo de la historia. Lo cierto es que el ser humano es un transformador del ambiente debido a las necesidades que lo impulsan a desarrollar las primeras manifestaciones culturales, con las cuales transformó su relación con la naturaleza.

El trabajo artesanal se caracteriza por el control que tiene el artesano sobre la totalidad del diseño, desde su concepción hasta el término de la fabricación. Este proceso (vigente aún en nuestros días) se perfecciona

mediante la ejecución continua de prueba y error, y es el responsable de que muchos de estos productos se usen igual y conserven la misma forma que hace miles de años.

A partir del siglo VIII d.c., El renacimiento separa las etapas de elaboración de productos, haciendo el proceso más cientifista y con más control de la técnica artesanal empleada para determinado material.

Con la producción industrial, el artesano pierde el control sobre el producto y el proceso de diseño. Tal revolución ayuda a que éste se convierta en un fenómeno consciente, reconocido por su autonomía e individualidad. Esta nueva era industrial genera un concepto que sustituye a los usuarios conocidos del producto artesanal: el público, al que se le atribuye un supuesto estandarizado.

Desde esa perspectiva, no pocos autores contemporáneos distinguen varias etapas en la evolución del diseño:

- Fase naturalista
- Fase inventiva intermedio
- Fase consumista

Conocimiento y método

El diseño exige ser conformado de una manera distinta mediante el análisis de factores determinantes de la forma. Es decir, los métodos intuitivos y esquemáticos resultan insuficientes y condenados al fracaso.

“Diseñar es una actividad realizable en sistemas sociales, por lo que implica el conocimiento de las necesidades que en ellos se generen. El diseño es, por tanto, una disciplina proyectual que se orienta hacia la resolución de problemas que el hombre se plantea en su continuo proceso de adaptación, según necesidades físicas y espirituales”².

La metodología, como el diseño mismo, abarca un ámbito extenso, un conjunto de disciplinas en los que lo fundamental es la concepción y el desarrollo de proyectos que permitan prever como tendrán que ser las cosas, y al mismo tiempo idear instrumentos adecuados a los objetivos preestablecidos. Debido a esto, la metodología del diseño integra conjuntos de indicaciones y prescripciones para la solución de problemas derivados del diseño; ella determina la secuencia de acciones más adecuada, su contenido y procedimientos específicos. Las proposiciones metodológicas no tienen un fin en sí mismas, conservan el carácter de instrumentos intelectuales de la metodología general. Por ello, no han de confundirse los métodos de diseño con recetarios o rutinas rígidas cuya aplicación, de seguirse escrupulosamente, garantizará resultados óptimos. Los métodos de diseño implican conocimientos técnicos que han de adoptarse según las circunstancias y los fines.

El conocimiento entraña una selección entre sujeto y objeto, por lo que debe entenderse como un proceso histórico y evolutivo. Se puede diferenciar entre el conocimiento sensible o sensorial de los objetos y el conocimiento objetivo del mundo; así resulta lo que el materialismo histórico denomina “la ideología”.

“La metodología es, en consecuencia, la técnica del método, que es el camino que conduce al conocimiento, expresa al producto más acabado que la lógica elabora y su culminación sistemática, teniendo como único medio la capacidad de abstracción.”³ La importancia de la investigación para la metodología del diseño se detecta en una fase previa, obligada en todo acto creativo a asimilar datos básicos que faciliten el conocimiento sobre la esencia, el comportamiento y las posibilidades de todo lo que se encuentra implicado en esta área operativa. Para conocer un objeto es preciso estudiar todas sus facetas, todas sus relaciones; esto exige universalidad. Así, a pesar de no llegar a conocerla en su totalidad, el investigador deberá hacer todo lo posible para su determinación operativa.

La idea de incorporar a la práctica del diseño disciplinas científicas es impulsada desde principios del siglo pasado. Surgió esta nueva perspectiva en una época en que se experimentaba la etapa pre-científica del diseño basada en procedimientos figurativos emocionales.

Los métodos y procedimientos de que dispone actualmente el diseñador se deben sobre todo a las presiones económicas que obligan a la racionalización de sus procesos, tanto para el mercado como para la publicidad. Tal parece que en realidad los métodos se convierten en herramientas para justificar una solución más

que en el medio para llegar a ella. Esto ha generado que las proposiciones de modelos para conocer, recopilar, ordenar, comparar, proyectar, etc. sean numerosas y en su mayoría carezcan de fundamento conceptual teóricamente apropiado.

El método del diseño debe estar basado en estructuras lógicas unidas a las facultades creativas. El intelecto no es antagónico a la intención expresiva ni a la capacidad creadora, sino complementario. La sistematización es útil en el campo del diseño para evitar acciones arbitrarias e incongruentes en el desarrollo intuitivo.

Ahora bien, el método del diseño está determinado por los fines: responde a problemas determinados y a sus características específicas. Entonces, el conocimiento de los métodos no es suficiente sino el saber aplicarlos a situaciones dadas.

El diseñador debe tener presente que la inspiración es obra del pensamiento disciplinado –que no debe confundirse con el pensamiento reglamentado o la actitud estereotipada– y que debe disponer de un método que le permita realizar su proyecto en la materia adecuada, las técnicas precisas y la forma correspondiente a su función. Asimismo debe estar consciente de que los modelos pueden responder a concepciones científicas desde cuya perspectiva las soluciones propuestas sean correctas, pero negativos los efectos sociales que provoque.

El análisis del problema es, necesariamente, el punto de partida, ya que comprende la interrelación de las partes que lo componen. El diseño no es ajeno a las contradicciones que tengan lugar en la sociedad ni está exento de sus consecuencias ideológicas. Es importante reconocer que el método debe adecuarse a las condiciones particulares de cada problema y no al contrario, pues cada objeto de diseño posee un conjunto de posibilidades de pertinencia variada y en ocasiones complejas.

La evolución en el diseño

La sociedad contemporánea está sometida a una aceleración constante en la innovación tecnológica, así como a mayores y complejas necesidades de comunicación y de efectividad de los mensajes en la transmisión de ideas. “No es posible seguir diseñando como lo hacían los diseñadores de hace 30 ó 40 años, ya que los estilos de vida han variado enormemente, dando por consecuencia necesidades más específicas y con un grupo de requerimientos que parecen estar cambiando continuamente, por lo que apoyarse en experiencias anteriores no siempre es suficiente”⁴.

Cuando el contexto exige cambios radicales en el diseño gráfico, genera una gran cantidad de información que, si no se cuenta con los instrumentos operativos, esta misma información genera desorden y por tanto una tendencia hacia la entropía. Para contrarrestar esta tendencia se recurre al diseño de métodos, dado que la imposibilidad de atender personal e inmediatamente todas las exigencias provoca el nacimiento de teorías que tratan de organizar abstracta y racionalmente estas exigencias.

En el campo del diseño se ha desarrollado recientemente una conciencia sobre el valor de la actividad

proyectual en el contexto social. Esto exige al diseñador un alto grado de responsabilidad, al que no puede llegar sólo mediante razonamientos lógicos, objetivos y coherentes. Es por esto, que los diseñadores han comenzado a formular sus propias teorías, a reflexionar sobre el valor de los objetos, relacionando el sujeto con las normas del fenómeno social y las aplicaciones antropológicas, políticas, estéticas y filosóficas para estructurar propuestas operativas.

El pensamiento contemporáneo se ha alejado de la búsqueda de principios absolutos, pasando de lo abstracto a lo concreto, de lo permanente a lo temporal, de lo universal a lo particular. La evolución de estos criterios, según Luis Rodríguez, se ha manifestado a través de cambios paradigmáticos en el Diseño:

- a. El primer cambio en los paradigmas del diseño data de 1912, cuando ya es irreversible el avance industrial que guía el cambio de la producción artesanal a la industrial.
- b. El segundo se hace presente hacia 1932, cuando se logra conceptualizar la profesión del diseño marcándose sus raíces funcionalistas.
- c. Hacia 1950 comienza el tercer cambio, con el establecimiento del diseño científico y el desarrollo de métodos de diseño, enfatizando disciplinas como la ergonomía y promoviendo el pensamiento a base de sistemas.
- d. En la década de los sesenta se percibe el cuarto cambio: el diseño ya no se cuestiona sólo sobre bases funcionalistas sino también a partir de la preocupación de aspectos consumistas, la utilización de recursos naturales, el surgimiento de nuevas tecnologías alternativas, y la inclusión del usuario en el proceso del diseño.
- e. Finalmente, en 1982, el quinto cambio paradigmático apunta a enfoques globales, y el reconocimiento de ideologías que conlleva a una búsqueda del sentido de expresión individual así como el cuestionamiento sobre la moral, la política y el sentido social del diseño.

La relación de estos cambios refleja que la realidad del diseño cambia constantemente junto con la realidad que lo produce. Nuestro tiempo exige revisión crítica más que demarcación propositiva; es tiempo de ruptura, de explorar diversos enfoques y posibilidades de síntesis. Thomas S. Kuhnn (1967) dio a conocer el concepto de paradigma, entendido como las partes constitutivas de las disciplinas científicas, elementos que a su vez, son aceptados por la mayoría de los investigadores como válidos universalmente. “La expresión cambio de paradigmas pretende hacer hincapié en que la ciencia no atesora el saber de una forma uniforme y paulatina, sino que de vez en cuando experimenta rupturas revolucionarias junto a cambios radicales del pensamiento dominante”⁵.

El diseño parece ser que cobró verdadera importancia a principios de los años ochenta, cuando el Nuevo Diseño empezó a ganar terreno a través de Memphis. “Al mismo tiempo, al hacerse presente un cambio de paradigmas en la metodología del diseño: hasta los setentas los métodos empleados eran de corte deductivo, es decir se partía de un planteamiento general del problema y

se llegaba a una solución específica (del exterior al interior). En el Nuevo Diseño se procede cada vez de forma inductiva, se cuestiona por tanto a quién va destinado, o si quiere comercializar un determinado diseño (del interior al exterior)”⁶.

Teoría y metodología

El diseño en una actividad con conceptos como creatividad y fantasía, invención e innovación técnica. En el dominio público, el diseño se presenta como una creación artística. De forma tradicional o experimental esta creación se encuentra diseñada mediante un orden imperante.

El estudio de Paul Feyerabend (1976) fue decisivo para la metodología. Este autor adoptó una postura contraria a la consideración de que sólo se debe optar por un método concreto (p.e. el cartesiano) como válido universalmente: “Un criterio puede ser lo correcto para una iglesia, para las víctimas atemorizadas o ansiosas de un mito, o para los súbditos débiles y complacientes de un tirano”. “Para alcanzar un conocimiento objetivo se requieren muchos puntos de vista diferentes, debe favorecer la diversidad, y ser compatible con una concepción humanística”⁷.

La forma del producto o del objeto no se origina en un espacio caótico o arbitrario; intervienen colores, formas y materiales. A menudo, el objeto de diseño es el resultado de un largo proceso de comprensión, cuyo desenvolvimiento se cumple a base de condiciones y decisiones. Socialmente, el fondo histórico de la producción en serie es un juego entre exigencias ergonómicas sociales, ecológicas, intereses públicos y otras pretensiones artísticas.

La teoría y la metodología del diseño, además de objetivas, deben contribuir a la optimización de los métodos, las reglas y los criterios con ayuda de la *praxis* del diseño y el objetivo de la investigación. Teoría y metodología parecen disciplinas aisladas y distantes, en vez de constituir las bases principales de la razón y el condicionamiento previo. Ejercer la profesión de la mano de la teoría del diseño genera una profesión con ideas, provista de conceptos formales. Caso contrario: sin metodología, el diseño parece perderse. Entonces, se requiere de diseñadores con filosofía, y esto únicamente puede lograrse con la conjunción de metodología y de teoría en la *praxis* del diseño.

La metodología se ha ido adaptando desde el siglo XVIII. Después, con la Revolución Industrial, el Diseño dejó a un lado algo sustancial del diseñador: la parte subjetiva y emocional que predicó el método Gestalt, practicado por la *Werkkunst*, debido a que la industria comenzó a introducir proyectos y producción en serie. Sin embargo, el diseño comenzó a tomar con seriedad y respeto el aspecto de la aceptación del público; este hecho originó el método de la *Hochschule für Gestaltung de Ulm*.

A través de esta disputa con la metodología, la práctica del diseño es un manual sin experiencia y sin comunicación. El esfuerzo de la metodología hoy en día se dirige a dar paso al diseño lógico y a un orden al pensamiento. Roten Faden, el clásico metodologista del diseño, con su pensamiento *Komplexitätsreduktion*, estableció en

los años sesenta los principios de la confrontación y los parámetros de análisis.

Al planteamiento de los procedimientos de solución de problemas debe preceder el método fundamentado en la teoría; pero el método no puede ser único ni definitivo: la complejidad de los fenómenos naturales y sociales exige una diversificación de métodos, ninguno de los cuales es absoluto ya que, de ser así, se corre el riesgo de caer en el fetichismo de los métodos. El método es un proceso conceptual abstracto que carece de sentido si no se expresa por medio del lenguaje y se aplica en la transformación de la realidad. Es evidente que la técnica, teoría y método integran los elementos de toda disciplina epistemológica y han de ser comprendidos por sus relaciones mutuas y no por separado. Resulta conveniente entonces estudiar el método en cuatro sentidos:

1. Método en sentido filosófico: comprende el nivel más alto de abstracción y designa los procedimientos lógicos, intuitivos e inherentes a toda investigación y por tanto independiente del contenido específico.
2. Método como actitud concreta frente al objeto: determina los modos particulares de organizar la investigación de una manera precisa y completa.
3. Método ligado a tentativas de explicación: supone una posición filosófica que influye en las etapas de la investigación.
4. Método ligado a un ámbito específico de conocimiento: implica maneras y formas de actuar.

El método es el camino que conduce al conocimiento lógico y organizado, donde se instrumenta la teoría a partir de: Tareas de análisis, Relaciones sistematizadas, Estructuras de construcción y construcción de relaciones conceptuales y Generalización de procedimientos epistemológicos.

La objetividad de los métodos de diseño

En el proceso de diseño se presenta la necesidad del orden, pero no tiene que aceptar el llamado método científico como modelo a seguir. El diseño se constituye mediante procesos que pueden ser antagónicos; es decir, nuestro trabajo es lograr objetivos claros y precisos pero trabajamos bajo un cierto criterio de subjetividad que no se puede desprender en el momento en que diseñamos, ya que la actividad proyectual requiere de enfoques y conocimientos distintos de los científicos.

La ciencia representa uno de los pilares de nuestra civilización pero no implica que todas las disciplinas deban aspirar a detentar este carácter.

El patrón de trabajo consciente o inconsciente persiste aún en el diseño. El método en el diseño es un medio para resolver problemas relativos a un producto, un objeto, o un mensaje, con la exigencia de ofrecer satisfacción. Sin embargo, es inherente al diseño el proceso de hacer cosas que la gente quiere; por lo tanto, el diseño involucra actividad mental y exposición de la actividad. La discusión total sobre los métodos se centra en los pasos sistematizados que tienen que realizarse para diseñar algo, sin embargo, estas visiones están enfocadas

en la *praxis* real del diseño, la cual no es congruente con el método científico por ejemplo.

Requerimientos en el proceso de diseño

Actualmente se ha unificado la metodología con el quehacer del diseño. En tal virtud, podemos concluir identificando ciertos requerimientos en el proceso de diseño, en consonancia con los cuales se plantean los métodos:

1. Información. El diseño es, en forma esencial, un proceso y un sistema de información que incluye estudio, investigación y análisis, lectura, discusión, e incluso testimoniales que amplíen el conocimiento del diseñador, donde lo más importante es el conocimiento y la retroalimentación.
 2. El uso de la computadora. Algunos métodos sugieren transferir a la computadora toda la información posible y crear patrones de diseño. De hacerse, con ello el cerebro humano limitaría sus libertades de creación y de expresión reduciéndolas a ejecuciones computacionales llamadas *pattern*. Esta visión es absolutamente discutible ya que el *pattern* en sí se define como bits y formas representadas en la red como líneas; además, el trabajo conocido como *network* es sólo un medio y no un generador de diseño.
 3. Estimulación de la creatividad. Es importante detectar qué clase de estímulo puede producir y asistir el proceso de la creatividad. Cada individuo posee su propio equipo mental y su propia experiencia. En la *praxis* del diseño, la creatividad es algo más complejo que una simple transformación lógica; de alguna manera la interacción entre la experiencia del diseñador y su obra están conectadas. Aquí es donde la imaginación del diseñador no tiene límites: echa mano a su habilidad para reconocer patrones y para reestructurarlos; es decir, el diseño requiere de creatividad, y la creatividad se estimula en las referencias y experiencias visuales, interacciones de técnicas y asociación libre de métodos existentes.
 4. El valor del diseño. La práctica del diseño gira en torno al sistema de valores, intuitivos o conscientes. Un producto es diseñado porque tiene un valor potencial para el consumidor.
 5. Decisión. Una decisión en términos de diseño implica responsabilidad de la acción y de lo que esto conlleve. Aunados a la práctica del diseño se encuentran tres aspectos que se deben contemplar: Métodos de Diseño, Detalle de problemáticas y Especificación de técnicas y tecnologías.
- La importancia de generar métodos radica en: permitir que el diseñador pueda sentirse libre para concentrarse en solo una parte pequeña del problema, posibilitar que tenga medios para comunicar la esencia de sus imágenes mentales, facilitar sus posibilidades de realizar juicios rápidos de factibilidad de detalles críticos, y permitir realizar juicios con suficiente objetividad.

Notas

1. *Diccionario Larousse*, Santillana, 1998, p. 170.
2. Vilchis, Luz del Carmen (1998) *Metodología para el diseño*, UNAM.

3. Ibidem
4. Rodríguez Morales, Luis (1989) *Teoría del diseño*, UAM.
5. Bürdek, Bernhard E. (2002) "Diseño. Historia, teoría y práctica del Diseño Industrial". Barcelona: Edit. GG.
6. Ibidem
7. Ibidem

Bibliografía

- Association of Dutch Designer BNO (2000) *Grafisch Ontwerp*. Amsterdam: Bis Publishers.
- (2000) *Nieuwe Media*. Amsterdam: Bis Publishers.
- Bernhard, Bördek (1991) *Design*. Buchverlag, Köln Dumont.
- (1998) *Die Geschichte. Praxis und Theorie aus Produktgestaltung*. Buchverlag, Köln Dumont.
- Gert, Selle (1978) *Die Geschichte des Design in Deutschland von*

- 1870 bis heute*. Köln: Dumont. Köln.
- Gregory, S. A. (1992) *Die Methode*. University of Aston Birgimghan.
- Heuffe, Thomas (1995) *Design Schnellkurs*. Buchverlag. Köln Dumont.
- Hurburt, Allen (1999) *The Design concept*. New York: Watson-Guptill.
- Rodríguez Morales, Luis (1998) *Teoría del diseño*. México, D.F: UAM.
- Vilchis, Luz del Carmen (1999) *Comunicación gráfica*. México, D.F: ENAP.
- (1999) *Metodología del diseño*. México, D.F: ENAP.
- Warren K., Wake (1981) *Design Paradigms*. New York: Watson-Guptill.

Ma. Eugenia Sánchez Ramos. Universidad de Guanajuato.

Artesanía urbana

Producto Latinoamericano con identidad

Mauricio Sánchez Valencia y Julio Suárez Otálora

"Y Jehová Dios hizo al hombre y a su mujer túnicas de pieles, y los vistió". Génesis 3:21

Capítulo 1

Introducción

Fenómenos como la globalización cultural, la tendencia a la urbanización social, el desplazamiento y la situación actual del país, han transformado el popular concepto de la artesanía, la cual, en algunos de sus sectores, ha variado de su tradicional perspectiva histórica, rural y folclórica a una actividad de interpretación cultural del presente, de lo contemporáneo, que sea capaz de vincularse a las veloces dinámicas actuales del vivir social y tecnológico de las urbes sin perder su rol de actividad de interpretación cultural y referente material de la identidad de un grupo. La artesanía urbana es una actividad de interpretación cultural de la ciudad y sus ideologías a través de productos con diseño e identidad, que además de responder a las demandas de lo contemporáneo con recursos tecnológicos y enfoques empresariales, re-significa (dinamiza) los valores tradicionales de materiales, técnicas, símbolos, ideologías y oficios nacionales.

Artesanía

Antes de comprender el fenómeno de la artesanía en la ciudad, es necesario tener claro sus orígenes y propósitos sociales. Inicialmente las culturas por su carácter nómada no producían "objeto de uso" debido a la poca permanencia y conocimiento de sus entornos próximos, pues este carácter hacía que su cultura mutara con mucha frecuencia. La cultura material estaba cons-

tituida por útiles, utensilios y herramientas operativos o de origen técnico que suplían sus necesidades básicas y cuya morfología aprovechaba y contendía con las leyes y principios físicos. En la medida en que ciertos grupos comenzaron a estabilizarse geográficamente volviéndose sedentarios, el conocimiento de sus contextos geográficos y el espesor de su cultura aumentó; así fue posible desarrollar tecnologías más complejas. Al ser superadas las necesidades aparecieron las expectativas, los colectivos al hacer una interpretación de sus entornos próximos, de su realidad y esperanzas consolidó ciencia, tecnología, arte y técnica paralelamente a cultura material.

Aparecen las tecnologías de la arcilla, los materiales de la tierra y los tejidos, esta última comienza a producir cestas, que utilizan los entrecruzamientos entre fibras secas, maduras y biches para consolidar las primeras expresiones connotativas en texturas que representaban distintos estados políticos (cestas de líderes diferentes a las del pueblo), ideológicos (cestas de los sacerdotes, los campesinos y los cultivadores de la tierra), de usos específicos (hogar, estancos, transporte, recolección) y en general de toda ideología socio-cultural que en la medida de las situaciones de cada grupo fue representada de manera mas precisa y compleja sobre todas las posibilidades bi y tridimensionales de la forma y el espacio, surgiendo la artesanía como actividad de interpretación cultural, el artesano como interprete y maestro de este conocimiento y el objeto de uso como discurso de prestación social y sentido cultural.

Definición

De acuerdo a lo anterior, la artesanía se define como una actividad a través de la cual se procede a una interpretación proyectiva de un contexto cultural, en el cual se plasma o trasmite un modo de vivir individual y colectivo, supliendo las necesidades y expectativas cotidianas en valores sgnicos y estéticos, que a través de artificios objetuales, van conjugando materiales, tecnologías, técnicas, habilidades manuales y todo