

Aportaciones para el diseño de un producto ecuatoriano basado en el tejido de paja toquilla.

Por: Katherine Bustos Agila

## Tabla de contenido

INTRODUCCIÓN	3
OBJETIVOS	8
1. DE ARTESANÍA A PRODUCTO NACIONAL	9
2. PREÁMBULO HISTÓRICO SOBRE LA PRODUCCIÓN ECUATORIANA	18
3. FORMANDO ENLACES CON EL USUARIO, LA PERTINENCIA DEL SOUVENIR	34
4. DISEÑANDO UN PRODUCTO NACIONAL	40
5. NUEVAS OPORTUNIDADES A PARTIR DEL TEJIDO DE PAJA TOQUILLA	51
PROPUESTA	67
CONCLUSIONES	71
BIBLIOGRAFÍA	80

“Jarra de vidrio, cesta de mimbre, huipil de manta de algodón, cazuela de madera: objetos hermosos no a despecho sino gracias a su utilidad. La belleza les viene por añadidura, como el olor y el color a las flores. Su belleza es inseparable de su función: son hermosos porque son útiles.” (Octavio Paz, 2009)

La intención del diseño de productos es concebir nuevas ideas para el desarrollo de productos que provean con soluciones innovadoras y eficientes las constantes necesidades de los usuarios. Aplicando en el proceso, diversos conocimientos propios del ejercicio de diseñar. El diseñador debe ser capaz de identificar estas necesidades y proponer alternativas coherentes que den respuesta a las mismas. Dado que ésta es una actividad incorporada en el diario vivir es una práctica enteramente humana, e influye directamente en el comportamiento de las personas que conviven y se relacionan con los objetos cotidianos en un mismo espacio (sociedad).

La sociedad ecuatoriana y el resto de sociedades que se encuentran dentro de los países andinos comparten herencia cultural: idioma, historia, paisajes y hasta clima, elementos determinantes que ayudan a construir la identidad de una nación<sup>1</sup>. Resultado de estas características los pueblos han desarrollado desde siglos no determinados objetos

---

<sup>1</sup> “Principales características de la identidad nacional: 1. Un territorio histórico, o patria; 2. recuerdos históricos y mitos colectivos; 3. una cultura de masas pública y común para todos; 4. derechos y deberes legales iguales para todos los miembros, y 5. una economía unificada que permita la movilidad territorial de los miembros.” (Smith, 1997. p. 12)

representativos de sus culturas, que en un principio nacieron de una necesidad y que en la actualidad a muchos de ellos se les da el nombre de artesanías<sup>2</sup>.

Recordemos que en el pasado los oficios artesanales respondían a una necesidad tanto mística como utilitaria. Con el pasar de los años y con la llegada de la industria, en muchos casos estos oficios se han reestructurado en nuevos espacios, muchos de estos oficios han convergido en procesos de manufactura, especialmente en los países andinos. Y, asimismo las artesanías han adoptado nuevos valores, generando una nueva dinámica en su estricto uso tradicional. Actualmente son también objetos comerciales que han ganado lugar en el mercado turístico convirtiéndose en una de las primeras opciones de los viajeros a la hora de elegir souvenirs.

La primera idea de este trabajo fue desarrollar un manual sobre como diseñar productos con identidad ecuatoriana bajo una misma línea visual y así procurar distar de la competencia. En un principio el camino parecía claro, sin embargo, durante la marcha se fue haciendo cada vez más complejo tratar de abarcar un tema tan abierto como la identidad nacional<sup>3</sup>, sobretodo porque los contenidos que la envuelven no son todos definitivos y son difíciles de delimitar, pues muchos se sujetan a la apropiación de rasgos de identidad de cada individuo e incluso a algo aún menos controlable como el tiempo que modifica la historia. Por lo tanto, plantear un solo discurso de diseño basado en una supuesta definición de identidad ecuatoriana resultó en algo fantástico.

---

<sup>2</sup> Artesanía: “Un objeto o producto de identidad cultural comunitaria, hecho por procesos manuales continuos auxiliados por implementos rudimentarios y algunos de función mecánica que aligeran ciertas tareas. La materia prima básica transformada generalmente es obtenida en la región donde habita el artesano. El dominio de las técnicas tradicionales de patrimonio comunitario permite al artesano crear diferentes objetos de variada calidad y maestría, imprimiéndoles, además, valores simbólicos e ideológicos de la cultura local.” FONART. Manual de diferenciación entre manualidad y artesanía.

<sup>3</sup> “La identidad nacional es esencialmente multidimensional, no se puede reducir a un solo elemento, ni siquiera por parte de facciones concretas de nacionalistas, y tampoco puede ser imbuida fácilmente en una población, utilizando métodos artificiales.” (Smith, 1997. p. 13)

Dirigir todos los valores que conforman la identidad de un país a una sola idea de imagen para establecer como deben verse los productos nacionales, suponía cercar el resultando, acortando el abanico de posibilidades. Por otra parte, identidad de una nación no hace refiere a la homogenización de un pueblo o de sus productos en este caso, todo lo contrario, trata de exponer la riqueza de su historia y resaltar las características que la identifican. El idioma, las tradiciones, las costumbres, la historia, los valores generales, las aspiraciones como pueblo, la composición étnica de los habitantes, la cultura que han generado y generan, son elementos tan completos que pueden ser reconocidos y utilizados individualmente, porque cada uno de ellos o la asociación de algunos, pueden evidenciar rasgos únicos y verdaderos que sumados a las **competencias específicas de diseño** darán origen a productos identificables y característicos.

En Ecuador, la enseñanza y la práctica del diseño industrial son relativamente recientes. Ciertamente, la industria como tal todavía está en vías de desarrollo, de hecho en la facultad de diseño de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, la carrera no está registrada como diseño industrial sino como diseño de productos<sup>4</sup>. Y es que las escuelas de diseño suelen estar encaminadas principalmente al entrenamiento y aprendizaje y dominio de técnicas artesanales ancestrales como la carpintería, la alfarería, la orfebrería, entre otras, y a potenciar el uso creativo de materias primas autóctonas para fomentar la innovación de ideas que acompañen el desarrollo de nuevos procesos de producción. Enseñanza que convenientemente va de la mano con los nuevos desafíos que establece el diseño de hoy, que

---

<sup>4</sup> Página web Pontificia Universidad Católica del Ecuador – Facultad de Arquitectura, Diseño y Artes – Carrera de Diseño: <http://www.puce.edu.ec/portal/content/Dise%C3%B1o/223?link=oln30.redirect>

demanda una implicación activa, colaborativa y responsable con las necesidades reales de la sociedad, mediante la propagación de soluciones alternativas de producción sostenible.

El diseño como disciplina esencial, todavía está ganando espacio en Ecuador, por lo que, la aplicación de estrategias de diseño como respuesta a la necesidad de sacar nuevos y competitivos productos nacionales, es una oportunidad para demostrar las capacidades de la disciplina. El presente trabajo quiere contribuir al desarrollo de un nuevo producto ecuatoriano al incorporar los recursos artesanales tradicionales a la práctica de diseñar. En esta propuesta en concreto se hará una apuesta por los recursos propios de la profesión para lograr dar una variable al uso habitual de materia prima autóctona (paja toquilla), que va de la mano de una habilidad ancestral (tejer). Y, a través de su uso correcto lograr que los productos resultantes sean coherentes y consecuentes con su entorno, pues es lo que define su identidad y los autentifica, apelando a recursos que despierten recuerdos, valores y simpatías en el usuario.

Estas aportaciones están dirigidas a un grupo multidisciplinario, las instituciones gubernamentales, la empresa privada, asociación de diseñadores, asociación de artesanos y comunidades ecuatorianas, porque todos hacen parte del equipo requerido para desarrollar productos nacionales. Este no es un trabajo apartado, se trata de la construcción exitosa de un proyecto comunitario, beneficioso para todas las partes involucradas.

La implicación de la comunidad artesana en el desarrollo de nuevos productos es vital para continuar y potenciar la tradición y el valor añadido del trabajo hecho a mano. Y el trabajo conjunto entre artesanos y diseñadores promoverá el conocimiento y los recursos del uno y del otro de manera igualitaria en las localidades, generando un verdadero cambio en la matriz productiva.

Este proyecto persigue a largo plazo promover el esfuerzo de las comunidades artesanas, para que alcancen sus metas y la riqueza común. Logrando el desarrollo de estilos de vida sostenibles, rescatando y poniendo en perspectiva los usos actuales de la materia prima ecuatoriana y las oportunidades de elaborar productos mediante procesos de producción más eficientes pero igual de responsables que los procesos artesanales tradicionales.

“Ser activista en diseño podría suponer, sobre todo, convertirse en catalizador y orientador de las propuestas colectivas.”<sup>5</sup> Raquel Pelta.

---

<sup>5</sup> (Pelta, 2012)

### General:

- Explicar la importancia del vínculo diseño - artesanía como un método para el desarrollo de nuevos productos nacionales que sensibilicen y mejoren la dinámica usuario – producto, a través de la valorización cultural y la planificación de los procesos de producción. Relacionando las capacidades del diseño con las habilidades del tejido de paja toquilla, como un ejemplo.

### Específicos:

- Mejorar el uso de las materias primas (paja toquilla).
- Aportar conocimientos para optimizar procesos de producción.
- Apoyar a la conservación de habilidades artesanales tradicionales (tejido).
- Elevar el valor simbólico, cultural y comercial de la tradición artesanal en un contexto global contemporáneo.
- encaminando a crear economías sustentables.
- Fortalecer la identidad nacional y potenciar la proyección internacional de los bienes fabricados localmente.



## 1. De artesanía a producto nacional

Todo país cuenta con una historia propia forjada con costumbres, cultura<sup>6</sup> y leyendas. Esta historia contribuye a definir y a consolidar características distintivas del mismo. Ecuador es heredero de una gran riqueza cultural, un pequeño territorio biodiverso que abraza grandiosos parajes naturales. Conformado por una población combinada y acoplada, su evolución es el resultado de una integración tal vez no reflexionada pero si incorporada implícitamente en cada ecuatoriano.

De acuerdo a la UNESCO la cultura da al hombre la capacidad de reflexionar y tomar conciencia sobre sí mismo, a través de la misma se expresa y puede crear obras que lo trascienden. De muchas de estas obras nacen las artesanías, y en Ecuador existen en gran cantidad debido a toda la historia cultural que envuelve a sus habitantes, quienes con el pasar de los años han conservado prácticas ancestrales para trabajar materia prima originaria, con sus propias manos. Estas prácticas hacen parte de su patrimonio comunitario y las artesanías pueden destinarse al uso doméstico, ceremonial, como ornato, para vestuario, o como implemento de trabajo.

Aproximadamente el 1% de la población ecuatoriana mayor de 15 años son artesanos. Parte de estos participan destacadamente dentro de las mipymes<sup>7</sup>, sector económico que tiene un impacto promedio del 40% en el total del PIB<sup>8</sup> nacional, según un artículo publicado en la revista del Ministerio de Industrias y Productividad<sup>9</sup>. En este segmento de la economía, la actividad productiva artesanal involucra, directa e indirectamente al 32,7%

---

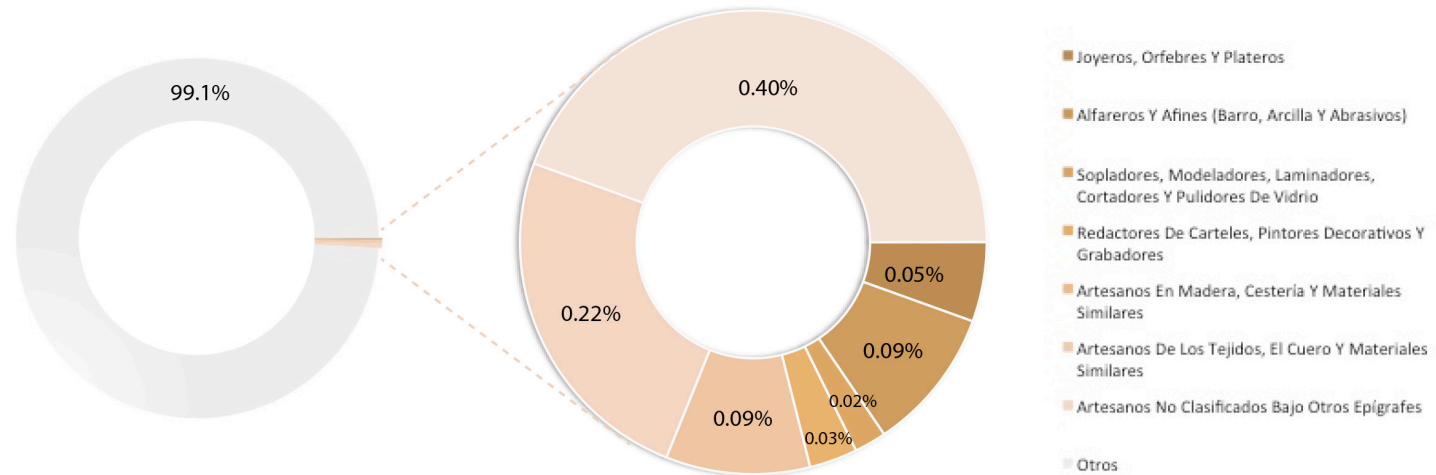
<sup>6</sup> “En un sentido más amplio, la cultura puede considerarse actualmente como el conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y creencias.” Informe General 1977-82. Comisión Nacional de la UNESCO. (México)

<sup>7</sup> Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (mipymes)

<sup>8</sup> Producto Interno Bruto (PIB)

<sup>9</sup> (Ministerio de Industrias y Productividad, 2013)

de la población económicamente activa. El sector está constituido por más del 80% de unidades básicas familiares y la generación de empleo representa un 12,3% de la población urbana a nivel nacional, de acuerdo al mismo artículo.



Fuente: Censo de Población y Vivienda CPV – 2010, Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)

La actividad artesanal pertenece a un sector productivo de gran importancia en la economía de un país, al ser una fuente de empleo permanente por su naturaleza autosuficiente. Los artesanos aprenden sus oficios a base de experiencias directas que adquieren en la práctica, además, suelen tener al alcance la materia prima, que ellos mismos se encargan de transformar con sus habilidades y destrezas, con lo cual consiguen sostener independientemente su actividad.

Generalmente los artesanos se sitúan dentro de una colectividad y sus respectivos oficios van a variar dependiendo de las habilidades transmitidas por su comunidad, de su situación geográfica y de la materia prima con la que cuentan. De ahí que, las artesanías recitan las características, modos de ser, valores y actitudes propios de la cultura material y no material de esa agrupación de individuos, lo que las vuelve tradicionales porque afianza los rasgos propios, espirituales y distintivos de la comunidad.

“Tradicional pero no histórico, atado al pasado pero libre de fechas, el objeto artesanal nos enseña a desconfiar de los espejismos de la historia y las ilusiones del futuro. El artesano no quiere vencer al tiempo, sino unirse a su fluir. A través de repeticiones que son asimismo imperceptibles pero reales variaciones, sus obras persisten. Así sobreviven al objeto up-to-date.” (Octavio Paz, 2009)

Ciertamente una artesanía fluye con el tiempo, su naturaleza autónoma le permite adaptarse, acoplarse y hasta trocarse, pues el entorno influye en ellas. Los artesanos operan personal e inmediatamente para producir en la materia prima las variaciones deseadas y lograr que el producto terminado responda a las expectativas del mercado. Es obvio que al vivir de la comercialización de los productos que elaboran, los artesanos se esfuerzan para elaborar objetos de gusto masivo que respondan a las necesidades del cliente, lo que actualmente interfiere directamente con el sentido más puro del origen de las artesanías.

Debido al agresivo manejo de la comunicación que existe en la actualidad, donde se puede acceder a mucha información casi sin impedimentos, ni restricciones, las personas se tornan cada vez menos analíticas y más

mecanizadas al momento de comprar. Los objetos de la vida cotidiana se popularizan a través de las redes sociales, que fomentan la homogenización de modelos de vida y gustos e introduciendo nuevas necesidades. Además, los objetos “made in china” némesis de las artesanías hacen parte de esta manera inconsciente y poco sensible de adquirir objetos. Muchos artesanos y comerciantes de artesanías se han visto en la necesidad de desnaturalizar sus productos, con el fin de encajar en esta nueva dinámica de consumo.

Además de los productos de “moda”, de los productos de producción masiva a bajo costo, las artesanías ecuatorianas también compiten con las artesanías elaboradas en los países vecinos. La comunidad andina comparte herencia cultural dado a su pasado, por ello existe una gran semejanza entre sus productos artesanales. Colores, materiales, y técnicas similares han colaborado a la elaboración de artesanías muy parecidas, que de ninguna manera desmerecen o restan valor a las mismas, pues su identidad la aportan las manos y la historia de quienes las realizan. Sin embargo, si crean la necesidad de promover alternativas, bien sea para lograr la especialización en el manejo de técnicas y materiales que conviertan a las artesanías ecuatorianas en las mejores o, para producir creativamente nuevos productos ecuatorianos a partir de los conocimientos artesanales.

El problema es la saturación del mercado con objetos ajenos a su verdadero entorno, en los que no se ha resuelto de forma correcta su exposición y comprensión. Hace falta el lector – traductor que dentro de un contexto social interprete e integre eficazmente la información, objeto - usuario. Generalmente cuando la memoria tiene mucho por procesar, si no existe un lector eficiente que traduzca la información, ésta se satura y se fatiga. Entonces, empieza a simplificar y asemejar y con esto a omitir detalles, datos, significados únicos. Lo

mismo le pasa a un consumidor que se enfrenta a un mercado lleno de productos similares. Aun peor es lo que les pasa a los productos que están en ese mercado, estos terminan alterados, falseados y fuera de su contexto. Su auténtico valor desaparece y su identidad se pierde, este es el riesgo actual que enfrentan las artesanías.

¿Cuál es la pertinencia del diseño en este escenario?

“La identidad cultural es para aquel que vive en ella un contexto transparente. Quien vive en ella por lo común no la ve, como no percibimos los lentes cuando miramos a través de ellos. La identidad cultural resulta definida por un observador a través de distinciones lingüísticas”. (Bonsiepe, 1999, p. 126)

Bonsiepe habla de como el diseño industrial es la búsqueda de coherencia entre diferentes discursos, una reflexión sobre la integración de los artefactos a la cultura cotidiana, cuyo interés se encuentra en la eficiencia sociocultural. Esto quiere decir, que el diseñador es un lector, capacitado para comprender las necesidades de una sociedad y dar soluciones en forma de productos.

El diseño es la oportunidad para reconciliar el trabajo manual de calidad de quienes mantienen las tradiciones, con las emociones del usuario actual. Es la oportunidad de ofrecer una alternativa reflexionada que permita conservar la integridad de los objetos y de quienes los elaboran y su historia, complaciendo las necesidades de quienes los adquieren. El valor de las artesanías tradicionales, se mide por el conocimiento de técnicas manuales que moldean materia prima sin generar contaminación, por la sostenibilidad del trabajo que respeta

el espacio natural y sus recursos, por la eficiencia en el ciclo de vida de las mismas y por la manifestación de características que identifican al colectivo al cual pertenecen.

Debido a las afectaciones que sufre la naturaleza por la expansión industrial y el continuo aumento en la escala de producción, el diseño pos industria<sup>10</sup> se declara como una herramienta para desarrollar nuevas habilidades que generen conceptos originales de solución a los desafíos del diseño actual, mediante un trabajo colaborativo y responsable, encaminado a impulsar sociedades sustentables. Es decir, actualmente el desafío del diseño es influir en el comportamiento de los consumidores, a través de productos reflexionados y comprometidos con su entorno, para crear una conciencia de consumo oportuno.

La reflexión sobre el sentimiento que genera un objeto al verlo y al usarlo es la definición del mismo. Su identidad es el resultado de la reflexión que este le produce al usuario. Y, la sensación de agrado está determinada por el nivel de reconocimiento que se da entre objeto – usuario.

Bonsiepe explica en su libro, *Del objeto a la interface*, que la atracción es un fenómeno que se da como respuesta al aspecto superficial de un objeto. Sin embargo, también dice que el que un objeto sea atractivo no lo convierte necesariamente en un objeto bello, pues la belleza precisa reflexión, está influida por el saber, la educación, y la cultura. A esta reflexión sensible sobre la belleza, se le da el nombre de estética<sup>11</sup>.

---

<sup>10</sup> Cross, N. (1995). *Técnicas de diseño: pasado, presente y futuro*.

<sup>11</sup> “Estética: Ciencia filosófica del arte y de lo bello. El término fue utilizado por primera vez en el siglo XVIII por Baumgarten en el sentido de doctrina del conocimiento sensible. Cuando Kant lo utiliza denomina estética trascendental a la doctrina de las formas a priori del conocimiento sensible. Como en muchos campos de la filosofía, esta ciencia a dado origen a múltiples teorías y doctrinas; pero a pesar de este pluralismo hoy el nombre designa de

La artesanía, por ejemplo, además de ser atractiva por su utilidad también convive con la tradición, la cultura y la fantasía, esta relación perceptible a los sentidos, la hacen bella. La belleza por lo tanto se define como un atributo que sobrepasa la frivolidad de lo atractivo, porque expresa la razón de su origen y la relación con su entorno. La interacción que provoca el objeto al usuario es lo que análisis la estética en el diseño, no solamente juzga aspectos formales o utilitarios, además considera la coherencia de su presencia, que es lo que determina la identidad de un producto.

Bajo este criterio de estética, bello es cualquier producto hecho con integridad. Un objeto que preserve su origen cultural, que responde a su tiempo social y que además es justificable por su responsabilidad con el medio ambiente y la comunidad que lo rodea, es un producto coherente. Y, un producto bello tiene más oportunidad de generar apego y pertenecía en el usuario que cualquier otro que no lo sea.

Podría dejarse a un lado la explotación de artesanías repetitivas, que no cumplen un propósito verdadero, además del comercial, y, mas bien devolverles el sentido a los objetos tradicionales, a través del uso correcto de su estética, lo que favorecerá a enraizar la identidad de los mismos. Una identidad que trascienda en el tiempo mediante productos duraderos.

---

cualquier modo el análisis y la investigación que tiene como objeto central el arte y la belleza. Esta unidad entre el arte y lo bello es propia de la filosofía moderna y contemporánea, ya que los griegos designaban el campo del arte como propio de la poética y lo bello era considerado de forma independiente.”  
Diccionario de filosofía con autores y temas Latinoamericanos. 2000. Santafé de Bogotá – Colombia. EL Buho LTDA.



A través de una asociación independiente que reúna a varios profesionales en diferentes disciplinas, se quiere proporcionar un servicios a artesanos de comunidades ecuatorianas, para apoyar el desarrollo de su oficio a través de estrategias de diseño participativo.

Con una plataforma creativa en donde artesanos, diseñadores, artistas, etc., compartan habilidades y conocimientos para mantener y reinventar la tradición del tejido en paja toquilla. Entrelazados por el interés de trabajar en colectivo para aprender y compartir su práctica.

Un proyecto socioproductivo portador de identidad cultural, ayudará a fortalecer la identidad local y nacional, reforzando la aleación entre grupos creativos en distintas regiones de Ecuador. Para consolidar nuevas redes de trabajo y una nueva estrategia de sostén. Operar a través de segmentos de aprendizaje colectivo, para dinamizar el lazo entre la comunidad y los diseñadores, profundiza el desarrollo creativo, garantizando la sustentabilidad del proyecto.

El desarrollo de nuevos productos nacionales permitirán la conservación de tradiciones culturales, la continuidad y sostenibilidad de habilidades y destrezas de comunidades artesanas ecuatorianas. Además, de la ampliación en el manejo de los recursos naturales ecuatorianos, por ejemplo, el tejido de paja toquilla, y las oportunidades de elaborar objetos innovadores mediante procesos artesanales tradicionales no agresivos con el medio ambiente.

## 2. Preámbulo histórico sobre la producción ecuatoriana

Para proponer un camino alternativo hacia la búsqueda de un producto nacional es necesario conocer la situación pasada y actual del país. El entorno ejerce una gran influencia en la conformación de la particularidad, por lo que es necesario ubicarse en un contexto.

#### Breve Historia de los Productos Ecuatorianos<sup>12</sup>

Dueño de bastos recursos naturales y valiosas técnicas artesanales, Ecuador es un país manufacturero con mucha tradición artesanal, en vías de desarrollo. La transición de productos hechos a mano a productos industriales ha sido tardía, y en gran parte se debe a su pasado sociopolítico.

En los años cincuenta fue el apogeo del banano, bajo la marca de Bonita, empresarios ecuatorianos empezaron a exportar este producto que obtuvo gran éxito comercial y Ecuador bajo esta marca empezó a darse a conocer.

---

<sup>12</sup> (Coordinación: Fernández & Bonsiepe. Hidalgo, 2008. 161-171.)

Simultáneamente y con gran éxito despegó la exportación de los sombreros de paja toquilla denominados Panamá hat, llamados así a partir de que alcanzaron notoriedad durante la construcción del Canal de Panamá cuando millares de sombreros fueron importados desde Ecuador para el uso de los trabajadores de la construcción. A pesar del éxito comercial obtenido, la identidad de este producto se contaminó porque las personas creían que era un producto panameño por el nombre que adoptó el sombrero.

A inicios de esta misma década, la Escuela de Bellas Artes en Quito recibe como docentes a los profesionales europeos Olga Fisch y Karl Kohm Kagan, los mismos que empiezan a influir en la arquitectura y el diseño nacional a través de la enseñanza pero también de la práctica profesional.

Olga Fisch junto a sus ex alumnos Jaime Andrade y Oswaldo Guyasamín (notables artistas ecuatorianos), fundaron en la década de los sesenta el Instituto Ecuatoriano de Folklore para impulsar el reconocimiento y la valorización del folklore y la artesanía ecuatoriana. Personalmente Fisch desarrolló proyectos donde impregnó sus ideas sobre elementos artesanales nacionales como las figuras de mazapán, los bordados de Zuleta, los textiles de Salasaca, la tagua, las pinturas populares y la cerámica de la Amazonía.

Mientras tanto, el artista ecuatoriano Oswaldo Guayasamín<sup>13</sup> instituyó la fundación Guayasamín para rescatar las formas y técnicas de la pintura, la joyería y la cerámica. Siempre estuvo motivado por causas de solidaridad con los pueblos oprimidos o la lucha por la integración latinoamericana.

---

<sup>13</sup> Bibliografía de Oswaldo Guayasamín: [www.guayasamin.org](http://www.guayasamin.org), 18/07/2015

Iniciados los sesenta, el país entró en un proceso de modernización impulsado por créditos que prestaba el Fondo Monetario Internacional y la Junta de Planificación. Se instauró la Reforma Agraria que perseguía mejorar la vivienda, la agricultura y los productos artesanales para la venta, siendo la comunidad otavaleña <sup>14</sup> quien aprovecho esta experiencia en pro del diseño textil precolombino ecuatoriano.

---

<sup>14</sup> Otavalo, conocida como la “*capital intercultural de Ecuador*”, esta ubicada al norte del país. Este valle andino es hogar de la etnia indígena kichua de los Otavalos. Habitan artesanos de gran habilidad textil y comercial. Poseen el mercado artesanal indígena más grande de Sudamérica.

Siguieron años de abonanza debido al descubrimiento de crudo en el Oriente ecuatoriano, esto atrajo inversión lo que dio paso a nuevas industrias. Varsa (1960) por ejemplo, dedicada al diseño y producción de carrocería, Pica trajo la industria del plástico y Artesa (1961) consagrada a la industria de la cerámica a finales de la década comenzaría a exportar sus productos a EE.UU. y a Europa. De la mano de Eduardo Vega, Artesa conjugó la producción industrial de sus piezas con el valor artesanal nacional.



En el setenta en el país se prohibieron las importaciones de vehículos, excepto la de camionetas sin caja. Esto llevo a la creación del automóvil Andino, un auto con un diseño básico de precio popular, fabricado por Aymesa, quienes también produjeron el automóvil Cóndor.

Gracias al capital que trajo el petróleo, siguieron incorporándose empresas fabricantes especialmente para el sector de la construcción. La arquitectura y el diseño de exteriores e interiores tomaron vital importancia. El país y sus infraestructuras estaban en crecida.

En 1938, Plasticaucho, empresa ecuatoriana dedicada a la fabricación de zapatos de caucho, registra la marca 'Venus'<sup>15</sup>, dirigida a la producción de zapatos de lona. Debido a su bajo precio y sobretodo a su versatilidad de uso, el zapato se popularizó entre escolares, agricultores, pescadores, jugadores de ecuavoley<sup>16</sup>, convirtiéndose en un ícono nacional, con lo que pudo alcanzar al mercado de la moda juvenil. Para la comercialización, utilizan distribuidores minorista dispersos en toda la geografía ecuatoriana. Con su estrategia comercial han logrado llegar a todos los niveles socioeconómicos del país. Además, el 40% de la producción de la compañía se exporta.

---

<sup>15</sup> Ministerio de Industrias y Productividad. (2013). Los zapatos de lona más famosos del Ecuador. País Productivo (7), 9.

<sup>16</sup> El ecuavóley es una variante del voleibol originaria de Ecuador. La principal diferencia radica en el número de jugadores, siendo que el ecuavóley utiliza tres, y, se juega con pelota de fútbol.

A finales de los noventa premisas como “Hecho en Ecuador”, “Elige siempre lo nuestro”, “Mucho mejor si es hecho en Ecuador” fueron creadas por las cámaras de productores e industriales para fortalecer a las empresas nacionales y abrirse camino en los diferentes mercados.

El desarrollo de productos artesanales y semi-industriales continuó. Empezaron a darse a conocer en el mercado extranjero. Y, en el mercado turístico los productos nacionales artesanales fueron tomando mucha importancia, siendo conocidos y apreciados por su calidad y su valor cultural.

En 2002, nace Pacari<sup>17</sup>, una empresa familiar dedicada a la venta de chocolate orgánico ecuatoriano. Son productos libres de soya, lácteos, gluten, químicos y transgénicos. Desde hace muchos años, el país exporta cacao a países como Suiza, que es reconocido por su chocolate de calidad. Pacari cambió la dinámica de exportación, de materia prima a producto terminado. Empezaron por comercializarlo en el mercado extranjero, antes que en el país. Sus lemas incluyen: colocar al productor primero, responsabilidad social, sostenibilidad y comercio directo con los agricultores de pequeña escala.

---

<sup>17</sup> Pacari Chocolate: <https://www.pacarichocolate.com>

El Gobierno ecuatoriano inició el desarrollo de una estrategia de posicionamiento y difusión de una marca país por primera vez. Como objetivo se plantearon “Identificar, mediante un solo logotipo, a todas las actividades productivas del país, promocionar y posesionar al Ecuador como un país mega diverso, pluricultural, único, ubicado en la mitad del mundo, como una identidad clara, definida y unificada, proyectar internacionalmente al Ecuador como país productivo y exportador”. La marca fue registrada en el 2001, inicialmente como marca turística, sin embargo, más tarde también fue adoptada como marca país. “Ecuador, la vida en estado puro”.

En 2010, bajo un nuevo régimen de gobierno, se estructura un campaña comunicacional para posesionar al país como potencia turística y a partir de estos esfuerzos se vuelve a diseñar la marca país con el lema “Ecuador ama la vida”. Los objetivos que busca alcanzar la misma son “Identificar el origen de los productos y

servicios, promocionar la oferta productiva del país, fortalecer el posicionamiento de la marca país”.

Gracias a la gestión del gobierno ecuatoriano mediante intensas campañas y acciones encaminadas a posicionar en el mundo el origen del sombrero de paja toquilla, en 2012, el tejido tradicional del sombrero ecuatoriano de paja toquilla fue declarado Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad<sup>18</sup> por la Unesco. Un producto netamente ecuatoriano que ha conquistado los mercados más exigentes de Europa y América del Norte.

A día de hoy existe varias asociaciones de artesanos dependiendo de su origen o su actividad. Además, está la Junta Nacional de Defensa del Artesano<sup>19</sup>, institución pública, cuyo fin es cobijar a los artesanos, regularizando su actividad, resguardando sus derechos, promoviendo el desarrollo de sus actividades, y, fortaleciendo su formación a través de titulaciones. Otra institución pública encargada de promover el trabajo de los artesanos de manera más general es el Ministerio de Industrias y Productividad.

En diciembre del 2014, se instituyó la Cámara de Diseñadores en el Ecuador<sup>20</sup>, acogidos por el Ministerio de Cultura. Esta cámara busca la implementación de políticas de diseño dentro de la matriz productiva del país.

---

<sup>18</sup> El sombrero de paja toquilla, Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad. (2014). Ministerio de Turismo.

<sup>19</sup> Junta Nacional de Defensa del Artesano: <http://www.artesanos.gob.ec>

<sup>20</sup> Cámara de diseño del Ecuador: <http://www.cd-ec.org/>

Para fomentar una identidad y una propuesta propia al incorporar esta disciplina en las Políticas Públicas del Estado.

El país cuenta con materia prima de calidad, que raramente llega a convertirse en producto elaborado, generalmente abandona el país en su estado natural. Pero incluso como materia prima, por falta de iniciativa e intervención del diseño, su proceso de reconocimiento ha sido demorado, por ejemplo, el banano, el cacao, las flores, etc., han tenido que hacerse un nombre solos, sin ninguna marca nacional que los identifique y respalde. Sin embargo, es notorio como la diferenciación, desde como colocarse en el mercado, hasta su intención nutricional, genera reconocimiento para el producto y para el país, como el ejemplo de los chocolates Pacari.

La historia de los productos industriales tiene poco contenido, por lo que su aportación no alcanza para establecer una referencia de diseño ecuatoriano. Los automóviles que se produjeron en el país, por ejemplo, fueron una buena iniciativa pero sin éxito. Piezas estandarizadas, diseñadas en el extranjero y ensambladas en el país con nombres como cóndor y andino, no lograron ser reconocidos porque no fueron productos reflexionados para su tiempo y sociedad. Mas, si se puede leer la pertinencia y permanencia en la historia nacional, de los productos artesanales.

Ecuador ha logrado mantenerse y darse a conocer con su producción textil y artesanal porque estos productos guardan valores que los consumidores encuentra atractivos. Aunque su evolución ha sido tardía y en algunos casos mal interpretada, hay quienes han logrado fusionar la tradición de los procesos artesanales, con la



optimización de la producción, para ofrecer productos de mucho valor estético, como el caso de la tienda de Eduardo Vega.

Y es precisamente determinar como lograr esta alianza eficiente, el fin que persigue este análisis. Muchos cometen el error de pensar que se trata de tomar las artesanías populares y colocarlas en una tienda con decoración contemporánea y cobrar un precio excesivo por las mismas. En realidad se trata de preservar el valor de su herencia cultural pues es lo que genera las emociones que determinan la relación con el usuario, mejorando los sistemas de producción y manteniendo la calidad de los mismo.

Al parecer, el actual gobierno ha tomado conciencia sobre el verdadero significado de definir y unificar al país, como promesa para mover nuevas economías (turismo), por lo mismo, está realizando esfuerzos para mostrar el atractivo del país a los ojos del mundo. Entre tanto, es de esperar, que dentro de las entidades públicas que entienden sobre desarrollo social y económico, los proyectos que incorporen el diseño sean cada vez más. La reciente conformación de una cámara de diseño nacional, también hace parte de una estrategia para la inserción de la profesión en las decisiones públicas, necesaria para lograr un verdadero cambio en la matriz productiva.

Además, en el país se conforman con más frecuencia colectivos independientes de artesanos, diseñadores, artistas, arquitectos, emprendedores, etc., y espacios de trabajo cooperativo (coworking) entre distintos profesionales y emprendedores, lo que demuestra la adaptación a nuevas dinámicas de trabajo y ¿por qué no?, a nuevas iniciativas de diseño creativo y de auto gestión.

3. Formando enlaces con el usuario, la pertinencia del souvenir

“Un objeto favorito es un símbolo que establece un marco positivo de referencia mental, un memento de recuerdos gratos o a veces una expresión de la propia identidad”. (Norman, 2005, p 21)

Los productos con identidad nacional suelen estar categorizados como ‘souvenirs’<sup>21</sup>, que generalmente son objetos de reproducción masiva, muy populares dentro del consumo turístico global, por lo que se les atribuye cualidades superficiales. Los souvenirs, sin embargo, nacieron como objetos que atesoraban las memorias que se relacionaban a ellos y contaban sobre su origen.

Desde los relatos de Homero en la Odisea, de cómo Ulises iba recogiendo regalos-recuerdos de sus fantásticos viajes. Pasando por siglo XIX, y el surgimiento de los primeros “operadores” turísticos, para la clase burgués que, a su regreso conservaba o regalaba a sus allegados, objetos característicos de los lugares que habían visitado como símbolo de afecto o gratitud. Hasta la producción de objetos tipificados basados en una iconografía que identificaba cada ciudad, región o país, en el siglo XX, que se intensificó con el “made in China” en el siglo XXI<sup>22</sup>. Los souvenirs, han avanzado de la mano del viajero, mas no así de sus productores, pues eran los nativos de un lugar (artesanos), quienes elaboraban objetos representativos de su cultura, que los viajeros adquirirían como constatación de haber estado en ese lugar. Siendo que ahora, los objetos que representan un lugar, se fabrican en otro, no por manos nativas, sino por máquinas.

---

<sup>21</sup> Fernando Estévez describe los souvenirs como: “Artefactos que abundan en todos los paisajes y escenarios turísticos, de muy distinta naturaleza en materiales y una enorme variedad de contenidos y estilos. [...] Por un lado, constituyen metonimias de pasados y lugares distantes y, por otro, metáforas de narrativas personales y colectivas de viaje y apropiación cultural. Se incrustan de pleno en los procesos de formación de las identidades sociales y culturales, involucrados en nuestras memorias de lugares, gentes y cosas, y adquiriendo diferentes “regímenes de valor” en función de sus poseedores.” Estévez, F. (2007). “Souvenirs” y Turistas. El País.

<sup>22</sup> Erv. (2014). Una breve historia del souvenir. Recuperado el 12 de junio del 2017: <http://www.erv.es/blog/una-breve-historia-del-souvenir/>

Lo que modificó la producción de objetos locales, fue turismo de masas. Con una demanda de consumo global, la industria encontró su oportunidad en este mercado. Actualmente, el valor de un souvenir depende de su propietario, más que de su origen. Consecuencia de su comercialización, muchos souvenirs, no todos, se han convertido en elementos comunes y banales, completamente desnaturalizados. Aun así, los souvenirs tienen la habilidad de transformar su naturaleza mercantil, en apegos emocionales, porque evoca recuerdos de la experiencia en un lugar.

En efecto, los productos nacionales y los souvenirs comparten características similares. Por ejemplo, los dos tienen injerencia en la comunicación de la identidad sociocultural de un lugar, aportando enorme variedad de contenidos y estilos. Son objetos que los turistas deciden llevar consigo una vez terminado un viaje, para guardar el recuerdo del lugar, de las personas o las cosas. Y, definitivamente se sitúan en los parajes turísticos que revelan más cultura.

Producto nacional, dentro del presente trabajo se define como, aquel objeto identificable, cuyo desarrollo es influenciado por la cultura procedente de su lugar de origen. Fortalecido por el manejo de habilidades tradicionales y el uso de materia prima autóctona. Producido por los nativos, es la construcción material de la identidad local. Un símbolo por los valores que guarda, establece una relación de reconocimiento con la comunidad local.

Norman D., en su libro *El Diseño Emocional*, habla sobre la importancia del afecto y la emoción como reflejo de nuestras experiencias, asociaciones y recuerdos personales, para la toma de decisiones en la vida cotidiana.

Las emociones positivas son esenciales para el aprendizaje, la curiosidad, y el pensamiento creativo, pues facilitan la interacción entre producto - usuario. Los objetos atractivos hacen que nos sintamos bien, lo que a su vez provoca que nos sea más fácil utilizarlos y entenderlos.

La mención hecha anteriormente sobre las artesanías y sobre los souvenirs, pretenden develar las respuestas a las siguientes preguntas: ¿cómo un producto se convierte en favorito? y, ¿cómo llega a generar emociones positivas en el usuario?, tomando en cuenta su éxito comercial y su permanencia a través de los años. Por supuesto, considerando que estas respuestas se ajusten al perfil de los productos nacionales.

1. Determinar los valores culturales, por medio de los cuales el usuario pueda identificarse con el producto.
2. Generar asociaciones emocionales, que ayuden al usuario a desarrollar simpatía por el producto.
3. Respetar los valores ligados a un lugar y a su comunidad, para que el usuario pueda recordarlos a través del producto.
4. Desarrollar productos coherentes con su entorno (calidad, durabilidad, sostenibilidad, etc.), para arraigar en el usuario sentimientos de pertenencia.

Los usuarios y consumidores<sup>23</sup> de los souvenirs son los turistas y en menor impacto los locales. Un souvenir será usado quizás, por alguien que ni siquiera tuvo relación alguna con el contexto de donde proviene el objeto. En el caso particular del souvenir el consumidor también es usuario, pero el usuario puede no ser el consumidor directamente. Existen souvenirs que no tienen ninguna otra función que la de ser un recuerdo, así que al ser adquiridos ya están cumpliendo su propósito.

La intención de los productos con identidad nacional, sin embargo es la de ser utilizados por quienes se sienten identificados y relacionados con los mismos. Normalmente suelen ser las mismas personas locales quienes desarrollan esta afinidad y aceptación por lo que es suyo. Y son ellos, quienes despiertan el interés de otros, demostrando a través de su apreciación y uso, el valor de los mismos.

El mercado del souvenir puede abarcar distintas nacionalidades, diferentes edades, diversos niveles educativos, creencias varias, etc.. Habitualmente, el grupo objetivo de cada tipo de souvenir está definido por el precio y el valor cultural del objeto.

Mas, los productos con identidad nacional establecen y perfilan de por sí, ciertas características que los usuarios deben poseer, como por ejemplo, la responsabilidad de consumo. Estos productos exigen usuarios que

---

<sup>23</sup> Usuario: La persona que está en contacto directo con el producto, quien lo utiliza o se beneficia de su servicio.  
Consumidor: Es quien adquiere el producto para el mismo o para el uso de terceros.

valoren el origen del producto, su mano de obra o proceso de producción, la materia prima usada y el nivel de compromiso de los mismos con el medio ambiente. Además, suelen priorizar el consumo nacional en el caso de los locales y, en el caso de ser extranjeros, aprecian aprender sobre la cultura del lugar, a través de sus productos. Lo que no quiere decir, que personas ajenas a este perfil no sean capaces de formar un vínculo con estos productos también.

En un principio, los productos nacionales no deberían configurarse pensando en un sector socio-económico particular, todo lo contrario, se trata de desarrollar productos que guarden compromiso con ellos mismos y, que debido a su valor emocional encuentren conexión con cualquier tipo de usuario. El diseño honesto es capaz ser leído por cualquier grupo social, equilibrando temas como precio – costo, demanda – oferta, porque responden a la coherencia de un discurso bien fundamentado.

## 4. Diseñando un producto nacional



“Cualquier innovación tecnológica se puede volver anticuada en pocos meses. La diferenciación tiene que proceder del valor cultural de la marca, representada por su estética, su significación y, en un grado menor, por sus funciones. Estos son los valores culturales que conmueven, ayudando al usuario a relacionarse con el producto y a formar enlaces emocionales entre el consumidor y la marca”. (Montaña, BEDA, 2004, p. 29)

La producción artesanal es diversa y se encuentra organizada por todo el territorio ecuatoriano de acuerdo a la mano de obra, su tradición artesanal y a la materia prima. En la región sierra se encuentra la mayor parte de la industria textil porque su habitat favorece la cría de ganado ovino, entre otros. La región costa se caracteriza por ser idónea para el cultivo de paja toquilla y tagua. De la región amazónica se obtiene madera y derivados de alta calidad, los artesanos de la zona conocen muy bien el material y técnica para trabajarla, por lo mismo desarrollan excelentes productos.



“ La experiencia estética es activada por la cultura, son los fenómenos étnicos los que dinamizan la estética en el objeto de uso y en general todo el panorama estético.” (Rodríguez Villate, 2006. p. 242)

La diversidad, es uno de los rasgos de identidad cultural más fuertes de Ecuador. La propuesta está basa en una reflexión estética que soporte esta diversidad, traduciéndola en asociaciones que ayuden a los usuarios a relacionar el país con sus productos. No se trata de estandarizar objetos que luzcan similares, porque esto solo hace alusión al aspecto formal de los mismos y no construye identidad, mas bien, en cada producto, se debe fortalecer la particularidad de cada región y sus habitantes. Por lo que, a través de la estética, se propone un análisis de raíz, para considerar todos los aspectos que ayuden a construir productos con identidad. Como por ejemplo:

- Significado: Conocer el origen cultural del producto, para saber si hace parte de la identidad de la nación, y si es pertinente su conservación y su fortalecimiento. Además, es necesario tomar en cuenta el análisis formal y funcional del producto pues esta ligado directamente a su significado cultural:
  - Análisis formal: Entender las propiedades de la materia prima para determinar su utilidad y su uso. De su uso, depende su configuración formal, dimensión, distribución, disposición, color, su aspecto en general.
  - Análisis funcional: Analizar las técnicas de producción, la sostenibilidad, y, el ciclo de vida del producto. Además examinar si cumple correctamente la función para la cual fue hecho.

Este trabajo plantea analizar el sombrero de paja toquilla como elemento identificable, por su tradición, materia prima y proceso de producción, del cual se pueden desprender soluciones para el desarrollo de nuevos productos. Aprovechando la campaña que el gobierno ecuatoriano ha iniciado, hacia el reconocimiento mundial del mismo, como producto nacional, por ende, de las cualidades de esta fibra vegetal y de su tradición artesanal.

La paja toquilla se cultiva en zonas localizadas del país, y, suelen ser los moradores de estas zonas, quienes tratan la materia, conocen la tradición del tejido y basan su economía en la comercialización de la materia prima o de los productos derivados, como el sombrero.

Ecuador es el principal exportador de sombreros de paja toquilla del mundo. Según datos tomados del Banco Central de Ecuador, su exportación en el primer semestre del año 2013 totalizó en USD 3 millones de dólares FOB. De su producción se destina un 10% al mercado local, y el 90% al mercado mundial.

Cuenca es el principal productor y, el cantón de Montecristi por su parte tiene la reputación de producir los sombreros de más alta calidad. Los principales países de destino de su exportación son Brasil, Estados Unidos, Francia, Reino Unido, México, Italia, Colombia y Japón.

A los sombreros se los cataloga de acuerdo a la finura del tejido, mientras más fino mayor grado tiene y, el precio como es lógico, está determinado por la calidad y la finura del sombrero manufacturado. El tejido de un sombrero fino puede tomarle a un solo artesano entre tres a cinco meses. La finura no solo depende del tejido, sino también de las condiciones de la materia prima, que pueden variar dependiendo de su procesamiento.

En cuanto a la estructura de producción de sombreros se conocen tres sectores: los pequeños, medianos y grandes artesanos. Los primeros, con escasa producción, tejen sombreros rudimentarios que les toman de uno a dos días y los comercializan localmente. Los segundos, suelen ser un grupo familiar pequeño, ellos tejen de dos a cinco sombreros finos (calidad alta) por mes y trabajando diariamente, pueden llegar a exportar su producto o venderlo localmente a los grandes artesanos. Los terceros, tienen una capacidad de exportación de 1.000 a

1.5000 sombreros semestrales, se trata de pequeñas empresas que subcontrata al sector artesano mediano y hasta al pequeño para abastecer su demanda.

A partir de esta estructura se desprende un gran problema socio-económico, en el cual, los pequeños y medianos artesanos son los más perjudicados, porque deben comercializar localmente sus productos, a grandes empresas, a precios muy bajos, con lo que su trabajo no se ve compensado.

El tema de la calidad en los sombreros es realmente importante, pues un sombrero de mayor grado requiere más esfuerzo laboral, un artesano puede invertir más de tres meses de trabajo en la elaboración de un solo sombrero. Un sombrero de esta índole puede rebasar los \$3.000 dólares en el mercado extranjero, sin embargo el artesano que lo elaboró, no gana más de \$500 dólares, cantidad que no justifica el tiempo que el empleó en la elaboración de este producto.

Por esta razón, en las pequeñas comunidades, los más jóvenes están perdiendo el interés por aprender y salvaguardar la tradición del tejido de paja toquilla, lo que es totalmente comprensible, pues la actividad en la que basan su economía, ha dejado de ser rentable para ello.

### El Sombrero de Paja Toquilla<sup>24</sup>

No se puede afirmar con exactitud el origen del tejido y del sombrero. Se cree que el inicio de su elaboración ocurrió a manos de las culturas Chorrera y Valdivia, en el periodo formativo (3.500A.C–500A.C.). Los hallazgos arqueológicos muestran protectores para la cabeza que se asemejan a cascos, y cuyo material de elaboración podría haber sido la paja, pues abunda en la zona de Manabí.

Los aborígenes, Huancavilcas, Mantas y Caras que moraban en el territorio de las provincias hoy llamadas Guayas y Manabí han sido considerados como virtuosos tejedores y trabajadores del arte textil, por lo que se asume que los artesanos de la actualidad heredaron de ellos sus habilidades, y extendiendo su enseñanza hasta Azuay en 1835 y a Azogues en 1845. Siendo los usuarios del sombrero, la clase trabajadora de la costa ecuatoriana.

---

<sup>24</sup> (El sombrero de paja toquilla, 2014)

En 1849 los sombreros de Montecristi, Jipijapa y Cuenca se vendían en Panamá. La construcción del Canal, fue la razón por la cual el sombrero adoptó internacionalmente el nombre de “Panamá hat”. Debido a que los trabajadores de la obra lo usaban, por lo que los extranjeros que pasaban por la construcción camino al norte, lo denominaron así, para poder adquirirlo. Al concluir la construcción del Canal de Panamá, Theodore Roosevelt visitó la obra usando un sombrero de Paja Toquilla, desde ese momento se popularizó en los Estados Unidos y en el resto del mundo.

Actualmente, sustento de muchas comunidades ecuatorianas, el tejido de paja toquilla hace parte de la herencia familiar. Las familias comparten este conocimiento de generación en generación, dando continuidad a la tradición del tejido.

El usos del sombrero, se extendió a todas las clases socioeconómicas del país y del mundo. Con diferencia en su valor comercial, que está determinado por los acabados del sombrero y por el lugar en donde se lo adquiere.



- Características formales

A lo largo de los años, el sombrero de paja toquilla se ha mantenido en el mercado, con ligeras modificaciones formales que varían de acuerdo a la moda. Los sombreros se comercializan en los colores, blanco, marfil, miel, diferentes tonos de cafés, colores pasteles, entre otros.

- Su simplicidad le confiere características elegantes.
- Mientras más fino sea su tejido, más flexible será, lo que permite hacer dobleces, para transportarlo fácilmente.

La paja toquilla:

- De fácil manipulación
- Flexible
- Ligera
- Fina
- Resistente
- Color: Después de ser seleccionada y tratada, la fibra vegetal naturalmente adopta un matiz beige. Se añade color tinturándola con anilina vegetal.

○ Análisis funcional

- Protege del sol.
- Liviano y ligero, facilita su uso durante prolongadas horas.
- Adecuado para climas muy cálidos, por la frescura de su materia prima.
- Actualmente el cultivo y la recolección de la fibra es el ingreso económico para muchos pobladores de las comunidades, en donde se trabaja con paja toquilla.
- Producción artesanal. El tejido se lo realiza manualmente.
- Existe desperdicio de materia prima, porque para tejer el sombrero se selecciona la paja de acuerdo a parámetros de calidad.
- La paja toquilla se da naturalmente. Los agricultores cuidan bien los sembríos respetando los tiempos de siembra y cosecha, para no explotar ni forzar la tierra.

## 5. Nuevas oportunidades a partir del tejido de paja toquilla

“En muchos casos, el atractivo de las artesanías depende de la tradición que aportan, mas no cabe identificar a ciegas tradición con retraso. No pueden las artesanías vivir a espaldas del progreso y las innovaciones que afectan los estilos de vida.” (Malo González, 2008. p. 293)

i. Oportunidades de uso

La producción de paja toquilla además de ser una actividad comercial complementaria al trabajo agrícola o pesquero de pequeñas comunidades ecuatorianas, rescata valores de identidad, al ser una labor tradicional cuyos conocimientos se han heredado por generaciones desde la época precolombina.

Actualmente, el gobierno ecuatoriano mantiene una campaña de sensibilización sobre el sombrero de paja toquilla y su importancia cultural y económica como producto nacional. Gracias a este esfuerzo más personas no solamente ecuatorianas sino en el mundo empiezan a reconocer al sombrero de paja toquilla como un producto ecuatoriano de alta calidad.

Aunque la mayor cantidad de recurso material se utiliza en la elaboración de sombreros, esta fibra vegetal tratada, también se emplea en la elaboración de artesanías tradicionales como canastas, bolsos, elementos decorativos, entre otras.

Las artesanías de paja toquilla en las condiciones del mercado actual, no representan un aporte económico para los tejedores, porque aun no han logrado mimetizar la tradición con la innovación, quedándose en el

plano usual, que no les permite competir con los grandes exportadores y el mercado internacional. Por esta razón, la innovación que aporta el diseño es necesaria.

- Organización del trabajo artesanal para preparar la materia prima

El trabajo del cultivo y la cosecha, la transportación de la fibra desde la montaña hasta la comunidad, su procesamiento y comercialización es dividido entre hombres y mujeres de las comunidades, lo importante de el proceso de producción es que todos colaboran con sus destrezas específicas para lograr un trabajo integral.

#### Proceso de Producción de la Paja Toquilla (Ecuador)

Durante muchos años y hasta ahora, las comunidades se han organizado en torno a esta ocupación, lo que ha permitido que su tradición laboral se conserve. Para muchos trabajadores resulta ser la principal actividad productiva generadora de ingresos, para asegurar el desarrollo de la comunidad y para mantener su territorio.

Todo el proceso es manual y a través del tiempo no han habido cambios significativos, pues es una cadena de conocimiento que se ha conservado hasta la actualidad.

Pasa por varios procesos en los cuales un significativo número de hombres y mujeres de la comunidad son partícipes.



Proceso	Características Particulares	División del Trabajo
CULTIVO		Hombres (toquilleros)
RECOLECCIÓN	Transportan la paja en hombros o con la ayuda de mulares.	Hombres (toquilleros)
PROCESO DE PRODUCCIÓN:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Filtro: de fibras amarillas</li> <li>• El secado puede durar de 2 a 4 días dependiendo de las condiciones climáticas.</li> <li>• La paja secada bajo sombra es más apreciada que la paja expuesta completamente al sol.</li> <li>• Los procesadores despegan las hojas para que las tiras sean finas.</li> </ul>	Mujeres (toquilleras)
1. Preparación de la planta		
2. Cocinado o Cocción		
3. Secado		
4. Coloración (opcional)		
EMBALAJE	Agrupados en Tongos, cada tongo contiene 92 tallos.	Hombres
COMERCIALIZACIÓN	Entre los artesanos de la comunidad o a productores en la sierra ecuatoriana. (Cuenca, Sigsig y Azogues)	Hombres



## Tejido

Desde hace muchos años familias enteras se dedican al tejido de la paja toquilla, hombres y mujeres, niños y adultos. Es una técnica cuyo conocimiento se hereda de mayores a menores. Hay quienes empiezan a tejer desde los 10 años aproximadamente hasta lo largo de su vida.

### Tipos de tejido <sup>25</sup>

El tejido de paja toquilla busca la belleza y la armonía en toda la tarama del tejido, una de sus cualidades es que puede servir puramente para la ornamentación manteniendo sus características utilitarias y en el caso de objetos como el sombrero, este puede ser usado por cualquier persona sin distinción social de sexo o edad.

La antropología y la etnografía, ubican al tejido de sombreros dentro de la cestería, bajo el criterio de uso de fibras para la elaboración de ambos, por lo tanto hace parte de todos los tejidos con fibra que pertenecen a esta gran categoría técnica.

---

<sup>25</sup> (Aguilar de Tamariz, 2009, pías. 57-68)

La cestería se compone de dos series de elementos que se encadenan regularmente, se entrecruzan del mismo modo que si se tratase de un telar, y son de material generalmente rígido y ancho, como es el caso del mimbre, acacias, totora o duda.

La cestería en espiral casi siempre suele estar cosida sobre un armazón de varillas o de hierbas que constituye la urdimbre. La urdimbre es un conjunto de hilo, colocados paralelamente en el telar para formar la tela. Allí el artesano va haciendo puntos con la ayuda de una herramienta especial (lezna).

La cestería por torsión es una técnica en la cual ciertas fibras o hilos permanecen rígidos generalmente en forma vertical, permitiendo que los otros que van horizontalmente, vayan entrelazándose y formando la trama del tejido en forma torcida, inclinada u oblicua.

La cestería entorchada, que suele presentar dos o mas elementos de trama en los que el conjunto de hilos cruzados

con los de la urdimbre en diversas maneras y motivos, forman el objeto deseado; tomando en cuenta que estos elementos siempre se entretajan alrededor de una urdimbre rígida.

El caso de éxito del sombrero de paja, sin duda responde al manejo simple y bien pensado de la materia prima y, la forma de trabajar la misma (el tejido), hay un máximo aprovechamiento de las cualidades de la materia como la frescura y suavidad, bien utilizados para elaborar sombreros veraniegos que mantienen al usuario protegido y cómodo. El tejido, la textura de la materia y sus demás características físicas, en conjunto funcionan, haciéndolo bello. Se trata de una indumentaria de calidad y larga duración que puede usarse también como un elemento de moda, puramente ornamental.

## Con respecto a la Paja Toquilla

La *Carludovica Palmata*, comúnmente conocida con el nombre de “paja toquilla” es un tubérculo o papa similar a la del plátano. La Paja Toquilla necesita ser cultivada en suelos húmedos y de ello depende el producto final.

Es considerada una especie endémica en Ecuador, porque se da casi exclusivamente en los bosques tropicales de la zona occidental de la cordillera, ubicándose principalmente en la Cordillera Chongón Colonche, que geográficamente se extiende desde la provincia del Guayas hasta la provincia de Manabí.

Actualmente se cultiva en las partes montañosas de: El Aromo, Pile, San Lorenzo y Jipijapa en Manabí. También hay sembríos en las provincias de Esmeraldas, Guayas y Santa Elena, y esporádicas zonas de cultivo en la Provincia de Morona Santiago (Amazonía).

La planta brota entre los cultivos de plátano, yuca y bajo sotobosque cuando las aves deyeccionan la semilla. Luego el agricultor las cuida desyerbando manualmente a su alrededor. La propagación también se realiza por medio de tallos subterráneos (rizomas), que contiene una gran cantidad de raíces y yemas. La planta no se muere o pierde fácilmente.

Plagas y enfermedades

Dentro de las plagas, la única que se ha podido identificar es el cogollo (*Spodoptera frugiperda*), que incide en una proporción mínima y no significativa. Dentro de las enfermedades hay un tipo de hongo no identificado que ataca al cogollo, pero no tiene mucha incidencia. No se hace ningún control contra las plagas y enfermedades debido a que no son significativas.

#### Control de malezas

Esta labor cultural normalmente se realiza en el momento de la cosecha o cuando el agricultor lo considere conveniente. El control es manual.

#### Poda

Una labor cultural que deben realizar los agricultores. Consiste en eliminar hojas secas, plantas viejas y plantas con mucha inflorescencia (más de cinco flores). Se puede realizar cada seis meses o anualmente.

## Comercialización de la materia Prima<sup>26</sup>

La comercialización de la paja toquilla y de los productos obtenidos a partir de la misma esta a cargo de personas particulares en su mayoría. La comercialización es realizada desde sus primeros estratos, es decir desde la materia prima bruta cultivada y procesada en las localidades de origen.

Los productores suelen ser los propios cultivadores de la fibra en sus propias parcelas de tierra, son ellos además quienes contratan mano de obra vecina para realizar la cosecha mensual de la paja. El número de trabajadores varia dependiendo del tipo de cosecha que a su vez depende de otros factores como el clima, el tamaño de la parcela cultivada y la demanda del producto. El trabajo toma todo el día, aunque el horario también guarda relación con la cosecha.

Aquí se da la primera comercialización, cuando el negocio no es familiar, los bultos de paja toquilla verde se venden a las personas que se encargan de preparar la fibra. Estos costos nos son uniformes ni estandarizados, depende de la demanda y la materia existente, al igual que del tamaño, los más largos cuestan más.

Una vez procesada la paja, es separada de acuerdo a su tamaño, color y calidad (la calidad depende del proceso de secado antes mencionado). Los cogollos de paja toquilla se comercializan en bultos en

---

<sup>26</sup> (Aguilar de Tamariz, 2009, pág. 171-181)

atados de “ocho” es una cantidad de paja equivalente entre 96 y 112 cogollos dependiendo si lo vende el cultivador (112) o el traficante de paja (96). El número de cogollos que conforma un atado de “ocho” para la comercialización a los artesanos en la sierra es de 42 cogollos, ya que por razones de transportación existen pérdidas por quebrantamiento de la fibra por lo que son desechados.

La paja es más cara en la sierra no sólo por los costos de transporte, además por las intermediaciones.

A pesar de que los precios no son constantes se puede establecer que desde el (2008) la paja tiene los siguientes valores:

	Calidad	Valor (\$)
1 cogollo	Paja larga, calidad media	10 – 15 centavos
Ocho, 42 cogollos	Paja larga, alta calidad	12 dólares
Ocho, 42 cogollos	Paja larga, calidad media (promedio)	6 dólares
Ocho, 42 cogollos	Paja larga, mala calidad	3 dólares
Bultos, 31-34 ochos	Paja larga, calidad media	350 a 500 dólares



La paja sufre un encarecimiento no controlado desde que es vendida por los procesadores de la paja hasta que llega a las manos de una artesana tejedora de la sierra.

Como resumen, la paja toquilla se tarda entre 2 a 3 años para madurar desde que es sembrada y puede ser cultivada en cualquier época del año, lo que asegura la producción estable de sus derivados. Su riego es por lluvias, necesita un suelo húmedo para crecer normalmente y no requiere mayores cuidados, abaratando costos de cultivo.

Las zonas específicas donde se da la paja toquilla, presentan muy buenas condiciones climáticas para el desarrollo de una agricultura y economía autosuficiente basada en la producción de esta fibra.

El número exacto de artesanos dedicados al tejido de sombreros es incierto, pero se estima que hay más de dos millones de personas implicadas directa o indirectamente en el sector de la paja toquilla.

Esta es una actividad completa, que genera una oportunidad laboral dentro de tres áreas: cultivo, tratamiento de la paja y por supuesto el tejido. Lo que supone no sólo el desarrollo sostenible de muchas familias, por ende de la comunidad entera, sino además, el desarrollo sustentable de la producción regional y de sus productos como uno de los tantos puntos estratégicos de la economía nacional.

Que un producto sea sustentable depende de la coherencia con la que esté desarrollado. Debiendo demostrar su responsabilidad con el medio ambiente y el beneficio social que aporta desde su origen, en este caso, el cultivo de la planta, pasando por su proceso de producción, hasta el final de su vida como producto.









Resistencia

Durabilidad

Operatividad

Ciclo de vida

Las instancias del proceso del tejido de paja, eventualmente pueden industrializarse, sin embargo, lo que persigue este trabajo es todo lo contrario, ya que se espera conservar y fortalecer la acción manual del tejido de paja, que es la actividad que guarda la riqueza e historia cultural de Ecuador.

La materia prima convive con la naturaleza desde la forma en que es cultivada, hasta que termina su vida como producto útil. Las acciones que opera sobre la materia prima, al ser manuales en su mayoría, no influye en implicaciones energéticas profundas.

Con respecto a los mecanismos de control que deberán regir este tipo de iniciativa comunitaria, se toma en cuenta el Código Básico y Principios de implementación de la Iniciativa de Comercio Ético (ETI, Ethic Trade Initiative), que establece lo siguiente:

1. El empleo se elegirá libremente
2. Se respetará la libertad de asociación y el derecho a las negociaciones colectivas
3. Las condiciones de trabajo serán seguras e higiénicas
4. No se empleará mano de obra infantil
5. Se pagará un salario digno
6. Las horas de trabajo no serán excesivas
7. No habrá discriminación



8. Se proporcionará un trabajo regular
9. No se permitirá un trato inhumano o severo

#### Viabilidad económica

Conformar un grupo, que a través de un trato justo, se encarguen de la venta y comercialización de los productos que la comunidad desarrolla. Con lo que el proyecto se podrá automantener.

Además, es pertinente en este tipo de proyectos contar con el financiamiento de otras asociaciones civiles, del gobierno provincial y estatal (instituciones públicas encaminadas a velar por el desarrollo de las pequeñas industrias o emprendimientos locales), organizaciones internacionales que fomenten el desarrollo comunitario sostenible o donaciones privadas.

Ya que el objetivo es preservar la tradición del tejido de paja toquilla, y desarrollar este labor comunitario, se deberá realizar un estudio económico, que permita el financiamiento de capacitaciones semestrales participativas entre artesanos y diseñadores, como parte fundamental para el desarrollo sostenible de la actividad. Estas capacitaciones permitirán el desarrollo de su creatividad, y la actualización y retroalimentación de información pertinente a su actividad y a sus proyectos.

#### Identificación de Beneficios y Costos





A partir de los objetos encontramos soluciones a los problemas cotidianos sean estos de supervivencia o no. Pero, a través del diseño se construyen las relaciones que nos permiten identificarnos y sentirnos satisfechos con ellos. Y, estos son los sentimientos que establecen el verdadero valor de un producto, porque lo humanizan y lo eternizan.

Ecuador precisa rescatar el esfuerzo y conocimiento de su mano obrera, la riqueza de sus materias primas y el valor de su herencia cultural, buscando alternativas adecuadas que sitúen correctamente los productos en nuestros días, para que los usuarios puedan comprenderlos y apreciarlos.

Es importante incorporar recursos de diseño en el desarrollo de nuevos productos ecuatorianos. Y, más importante aún es alcanzar un manejo correcto de las herramientas de la disciplina, para no entorpecer y desvalorizar la historia de los productos nacionales que ya existen. La innovación no implica la pérdida de la tradición, pues esta se mantiene a través del respeto y la continuidad de las habilidades ancestrales, permite la introducción de nuevas situaciones y experiencias, se expande a nuevas aplicaciones.

Tratando específicamente el tema de los productos ecuatorianos, que en su mayoría son de procedencia artesanal o manufactura, la comprensión y utilización de la estética en el desarrollo de nuevos productos es fundamental para lograr la transición de artesanía popular a productos nacionales. Lo que representa incentivar la conservación de tradiciones artesanales genuinas y de calidad, mediante un mejor aprovechamiento de los recursos materiales y un

buen manejo de procesos de elaboración que beneficien a toda la cadena humana de producción implicada. Esto con el fin de que los productos puedan vincularse efectivamente a las demandas del mercado actual, permitiendo al usuario desarrollar emociones positivas que favorezcan el reconocimiento y la comprensión de los mismos.

En el caso de los sombreros de paja toquilla, queda clara su representatividad como producto nacional. Sin embargo tras la producción de los sombreros se esconden dos problemas de fondo, que son: la obligación de prolongar la tradición del tejido de paja toquilla y la necesidad de mantener y proporcionar un trabajo sustentable a las comunidades que viven del cultivo y producción de esta fibra vegetal.

En las comunidades afines a esta labor, cada vez son menos los interesados en continuar con la tradición del tejido de sombreros, una de las razones es que la baja remuneración económica que obtienen no compensa el trabajo y el tiempo que ellos invierten en la elaboración de los mismos.

Además, para tejer un sombrero, la paja necesariamente debe tener una calidad específica, con esto mucha de la fibra se ve desperdiciada por no cumplir con los estándares requeridos, y, aunque parte de esta paja desechable es vendida a menor precio para la elaboración de cestos básicamente, de todas formas, mucha cantidad de paja es descartada.

Una alternativa es generar nuevas propuestas de productos a partir del tejido de paja toquilla. Analizando procedimientos y procesos que equiparen contenidos de esfuerzo y remuneración. La importancia de conservar y persistir en la práctica del tejido de paja toquilla es demostrable por las siguientes razones:

- El tejido de paja toquilla, encierra mucha tradición y conocimientos ancestrales pues se presume que su origen data de tiempos precolombinos, por lo que su preservación es inestimable.
- Su valor cultural es un sello de calidad que aporta competitividad a los productos concediéndoles características únicas y especiales.
- La paja toquilla al ser una materia prima natural, no supone ningún riesgo ambiental, mucho menos su producción (tejido) porque es manual.
- Materia prima elegante, versátil, práctica, ecológica.
- La paja toquilla es una fibra endémica y se da particularmente en zonas ecuatorianas, esto agrega un valor asociativo entre producto y territorio.
- La práctica de esta actividad, provee de trabajo a toquilleros (personas dedicadas al cultivo de paja toquilla) y artesanos, muchos de los cuales basan su economía diaria en la misma.

Emprender en el desarrollo de nuevos productos supone defender la potestad de quienes conocen y han trabajado por herencia el tejido de paja toquilla. Trabajar la paja toquilla es parte de su identidad, y este es un valor que ennoblece a cualquier producto nacional.

El uso del diseño siempre ha estado ligado mucho más al sector privado, que al público. Sin embargo, el gobierno ha empezado a notar la necesidad de innovar efectivamente para mover economías, este es el momento para lograr que el diseño sobresalga y prevalezca en el país, para conseguir que sea beneficio de muchos y no de pocos.

## Bibliografía

- Aguilar de Tamariz, M. (2009). *Tejiendo la Vida. Los sombreros de paja toquilla en el Ecuador* (2a. edición ed.). Cuenca, Ecuador: Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares (CIDAP).
- Bonsiepe, G. *Del Objeto a la Interfase, Mutaciones del Diseño*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Infinito.
- Centro Interamericano de Artesanías y Arte Popular (CIDAP), Coordinador Claudio Malo González. (1983). *Expresión Estética Popular de Cuenca* (Vol. 1). Cuenca, Ecuador. Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares (CIDAP).
- Coordinación: Fernández, S., & Bonsiepe, G. (2008). *Historia del Diseño en América Latina y el Caribe, Industrialización y comunicación visual para la autonomía*. Sao Paulo, Brasil: Editora Blucher.
- Malo González, C. (2008). *Artesanías lo útil y lo bello*. Cuenca, Ecuador: Centro Interamericano de Artesanía y Artes Populares (CIDAP) y Universidad del Azuay.
- Norman, D. (2005). *El Diseño Emocional. Por qué nos gustan (o no) los objetos cotidianos*. Barcelona, España: Ediciones Paidós Ibérica, S.A.
- Palacios, M. (2011). *Diseño de Objetos con Identidad Cultural*. *Temas de Ciencia y Tecnología*, 15 (44), 17-22.
- Rodríguez Villate, D. E. (2006). *¿Cómo mueren los objetos?.* Bogotá, Colombia: Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Arte.
- Smith, A. D. (1997). *La Identidad Nacional*. Madrid, España: Trama Editorial.
- Varios Autores .(2012). *Design for Growth & Prosperity*. BEDA.
- Varios Autores. (2014). *Temas de Diseño en la Europa de hoy*, BEDA.



## Bibliografía web:

- Cross, N. (1995). Técnicas de diseño: pasado, presente y futuro. Recuperado el 12 de junio de 2015, de ELISAVA: [http://tdd.elisava.net/coleccion/12/cross-es/view?set\\_language=es](http://tdd.elisava.net/coleccion/12/cross-es/view?set_language=es)
- El sombrero de paja toquilla, Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad. (2014). Ministerio de Turismo. Recuperado el 17 de 07 de 2015, de Ecuador Ama la Vida: <http://www.turismo.gob.ec/el-sombrero-de-paja-toquilla-patrimonio-cultural-inmaterial-de-la-humanidad/>
- Manual de diferenciación entre manualidad y artesanía. (2012). FONART. Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías. Recuperado el 2 de Junio de 2017, de SEDESOL. Secretaría de Desarrollo Social: <https://www.fonart.gob.mx/web/pdf/DO/mdma.pdf>
- Ministerio de Industrias y Productividad. (2013). Los zapatos de lona más famosos del Ecuador. *País Productivo* (7), 9. Recuperado el 7 de junio del 2017: <http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/08/REVISTA-7.pdf>
- Ministerio de Industrias y Productividad. (2013). Las manos artesanales aportan a la vitalidad de las Mipymes. *País Productivo* (3), 4-5. Recuperado el 7 de junio del 2017: [http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/12/pais\\_productivo3.pdf](http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/12/pais_productivo3.pdf)
- Paz, O. (1973). El uso y la contemplación. *El Colombiano*. Recuperado el 16 de Abril de 2017, de Letras Anónimas: <http://www.elcolombiano.com/blogs/letrasonimas/el-uso-y-la-contemplacion-octavio-paz/5541>
- Pelta, R. (2012). Diseñar para el cambio social. Recuperado el 3 de Mayo de 2015 de Monográfica.org (2): <http://www.monografica.org/02/>

- Estévez, F. (2007). "Souvenirs" y Turistas. *El País*. Recuperado el 8 de Agosto de 2017, de Babelia: [https://elpais.com/diario/2007/08/18/babelia/1187391967\\_850215.html](https://elpais.com/diario/2007/08/18/babelia/1187391967_850215.html)

Otros:

- Calvera, A. (2013). De lo bello de las Cosas: Materiales para una estética de diseño. Barcelona: Edición: Gustavo Gili.
- Programa: Gestión del Diseño como Factor de Innovación / Coordinación: Ramirez, Rodrigo. (2012). Guía Metodológica: Diagnóstico de Diseño para el Desarrollo de Productos. San Martín: Inst. Nacional de Tecnología Industrial (INTI).
- Programa: Gestión del Diseño como Factor de Innovación / Coordinación: Ramirez, Rodrigo. (2012). Diseño de Productos: Una Oportunidad para Innovar. San Martín: Inst. Nacional de Tecnología Industrial (INTI).
- Urry, J. (1991), *The tourist gaze : leisure and travel in contemporary societies*. Londres: Sage [1st pub., 2nd repr.].
- Morris, R. (2009) *Fundamentos del Diseño de Productos*. Barcelona: Parramón Ediciones, S.A..