

Jesús Ángel Prieto: “Toda artesanía bien entendida diseña”

Presentación de las Jornadas “Artesanía que diseña” celebradas en Pamplona el 28 de marzo de 2006 dentro de las acciones del Programa Urban Pamplona para el desarrollo del sector artesano navarro.

Nuestro objetivo en el día de hoy es poner en común las relaciones entre artesanía y diseño y artesanía y mercado. Y comenzaré, a modo de introducción, con una reflexión histórica. Cuando la especie humana empezó a hacer arte, nos transmitía la **huella**, la huella de lo que había hecho.



Más adelante, los grandes nombres que han pasado a la historia, como por ejemplo **Velázquez, eran artesanos**. Era el encargado de toda la comunicación de palacio, de la monarquía, a través de sus lienzos. Podrían considerarse vallas publicitarias de interior.

Con la revolución industrial el artista quedó solo. Ya no trabajaba por encargo. Él mismo producía obras, y esas obras debían ir al mercado a venderse. El artista comenzó a promocionar no tanto la huella – que tiene el elemento personal pero no individual – si no la firma. Frente a la artesanía que aporta la huella, el arte aporta la **firma**.

En esa misma época, las máquinas comenzaron a funcionar y produjeron productos industriales en gran cantidad. Estos productos estaban diseñados. El diseño industrial - más allá del beneficio, la función, la comunicación – ha basado su estrategia en **la marca** que define una manera de entender la vida.

La huella, valor en alza

Con lo cual, nos encontramos en un mercado que está estableciendo sobre todo una estrategia basada en la firma, en el caso del mercado artístico, y en la marca el producto industrial. La artesanía se ha quedado con la idea de la huella. Una idea de huella que ha quedado un poco minusvalorada. Ahora bien, los tres ponentes compartimos que es un valor en alza.

¿Cómo intentar que esa huella tenga algunas de las características bondadosas de la firma del artista, y a su vez, el poder de la marca con capacidad de comunicación en el mercado para un público concreto? Si reflexionamos bien, y no estoy equivocado, estas tres funciones son posibles en la artesanía:

- La **huella**, porque es su característica
- La **firma**, porque la hace alguien que quiere trascender,
- Y la **marca**, porque si el mundo artesano se une y sabe hacer las cosas bien, puede tener un sello propio de marca que la haga un producto agradecido, apetecible e interesante para el mercado.

Esta idea animosa de intentar volver a aunar en la artesanía esa capacidad de aspectos que están en el arte y el diseño, nos ha llevado a organizar estas jornadas: *“Artesanía que diseña”*. Es decir, artesanía que sabe entenderse como marca, y que comprende, entonces, el mercado y las estrategias que confluyen. Artesanía y diseño como territorios que confluyen.

Al fin y al cabo, el que diseña es alguien que proyecta. Y todos proyectamos algo. El diseño es un concepto más amplio que el que actualmente se ha generalizado. Si entendemos el diseño como capacidad de proyectar, obviamente toda artesanía bien entendida diseña.