

GRANADA

CUMLAUDE



ARANTXA ASENSIO

aasensio@granadahoy.com

**Diseño.** Un proyecto de la UGR documenta el trabajo de los artesanos y destaca la necesidad de innovar para mantener tanto el sello de identidad como el marchamo de calidad

# La innovación entra en la espartería

A primera vez que un turista visita Granada es probable que a su regreso lleve consigo en su maleta un pequeño plato de cerámica Fajalauza, un cofrecito de taracea, una botella de aceite de oliva y el inefable imán para la nevera con forma de paella. La segunda vez que ese mismo turista se acerque a la provincia, puede ocurrir que sólo compre aceite, otro imán –con forma de toro esta vez– y poco más. Si se produce una tercera visita, es posible que el mundillo de los souvenirs se quede pequeño para ese turista.

¿Qué oferta se le puede hacer a ese y a los miles de turistas que cada año llegan a Granada? ¿Tiene que limitarse lo tangible que se llevan de su experiencia en la provincia a unos imanes para la nevera? Ana García López, vice-

El proyecto intenta demostrar que la difusión del patrimonio va más allá de una web

decana de la Facultad de Bellas Artes y responsable del proyecto de investigación *Estrategias de comunicación del patrimonio a través del arte contemporáneo*, indaga en los recursos patrimoniales y artísticos de la provincia y en mantener vivo formas de crear y de diseñar que pueden ser, además, un vehículo para transmitir a los visitantes valores propios de Granada.

“El proyecto cuenta con varias líneas de investigación para demostrar que la difusión” del patrimonio de un lugar “puede ir más allá de una web o un folleto”.

De vuelta a nuestro turista, García López reflexiona: “¿Y si pudiera llevarse un anillo con una tesela como las que hay en la Alhambra?”. Sería una manera de que esa persona se acercara a los sistemas constructivos del monumento nazarí, conociera cómo trabajaban los artesanos hace 600 años y, de forma vinculada a ese conocimiento, aprendiera cómo era aquella dinastía, qué valores motivaron que la Alhambra se construyera de tal manera y cómo se vivía en aquella ciudad. Un legado poliédrico que permite ver lo tradicional, lo cotidiano (como puede ser un tejido) como “una doble realidad”.



La vicedecana de la Facultad de Bellas Artes, Ana García López.

“Proponemos la vinculación de la artesanía, de cuestiones intangibles, con lo tangible”, con productos que se pueden comercializar, explica García López. La primera parte de la ecuación, la que tiene que ver con la artesanía, es, según la investigadora, especialmente “delicada”, aunque necesaria para mantener oficios, usos sostenibles y también

productos que tienen el marchamo de ser ecológicos. Un ejemplo sería la espartería.

Pero para poner todo este conocimiento al alcance de nuestro avezado turista hace falta otro componente, el diseño, que “tiene la capacidad de llevar ese patrimonio a la cotidianidad”, siempre que se mantenga el sello de hecho aquí y una reflexión del porqué aquí y

no en ningún otro lugar del mundo la cerámica, la taracea, la forja o la espartería es de esa manera. Se trata de distinguirse para mantener a raya al gigante asiático y sus infinitas copias.

Para avanzar en este terreno, el grupo de investigación señala que es necesario que la artesanía tenga una “puesta al día muy cuidadosa y sostenible” que “pre-

serve nuestra identidad cultural”. Y aquí entra en escena la innovación. De hecho, el proyecto *Estrategias de comunicación del patrimonio a través del arte contemporáneo* está dentro del Campus de Excelencia Internacional (CEI) BioTic de la Universidad de Granada.

Para llevar a cabo este proyecto, el equipo de García López ha documentado usos, tradiciones y trabajos artesanales. Parte del trabajo se podrá ver en un documental que se está ultimando, en el que los protagonistas son los propios artesanos, a quienes “se les da voz”.

El siguiente paso, una vez analizada la situación y documentado el trabajo artesanal, es proponer tanto a la Junta como a Bruselas que apuesten por ese legado. “Se quiere proponer una denominación de origen que recoja la ar-

La idea es proponer una denominación de origen que recoja la artesanía andalusí

tesanía andalusí y elaborar rutas que permitan ver esa artesanía”, adelanta García López. Insiste en que “tenemos que buscar nuestra identidad”, sobre todo porque se trata de añadir valor dentro de la industria del turismo. “Sólo tenemos eso, y tenemos que diferenciarnos de otros países”.

Para hacerse un hueco, García López propone innovar, trabajar incluso en el terreno de la “artesanía conceptual” y ofrecer al turista/comprador un diseño de alta calidad. “Se trata de comprar productos de artesanía contemporánea con el valor de hecho en casa” y que se distinguan y tengan ese valor añadido gracias a las herramientas de marketing. Una de ellas puede ser, por ejemplo, permitir que el comprador conozca cómo se ha hecho la pieza que se lleva a su casa con una visita al taller donde se ha fabricado. O que, incluso, él mismo participe en la elaboración de la misma. “Distingámonos”.

Para proseguir con esta labor, el grupo de investigación cuenta con el apoyo de la Universidad de Granada. También han colaborado con el proyecto las autoridades marroquíes, ya que parte de la labor de investigación se ha desarrollado en Marruecos.

LUCÍA RIVAS