

Óscar Salavarría

La Rana Pocholera

No sabemos a ciencia cierta cuál es el origen del juego de la rana, unos dicen que es una tradición española, otros la relacionan a la cultura Muisca... Con exactitud no lo sabemos, pero lo que realmente es de nuestro interés, es que ha sido parte de nuestra cultura y es un icono popular de quienes vivimos en Colombia.

Imágenes de los autores.



La rana, como muchos otros juegos autóctonos, tiene el poder de unir y reunir, de conectar personas y de construir momentos significativos, siempre con el pretexto de beber una cerveza. Y es que estos ritos alrededor de una cerveza se caracterizan por ser momentos alegres y dinámicos, son el reflejo de nosotros como comunidad y un ejemplo de cómo vivimos nuestra cotidianidad.

Con *La Rana Pocholera* queremos exaltar estos valores y presentarlos de diferentes modos y en otros contextos, motivar que la gente hable de la cultura colombiana, de sus tradiciones y de sus costumbres, exponer nuestra cultura y sentirnos orgullosos de ella. Queremos acompañar esos momentos cerveceros y convertirlos en experiencias inolvidables, queremos contribuir a la recuperación cultural, a la apropiación y exaltación de las tradiciones populares. Así que trae las cervezas y reúnete con tus amigos, nosotros destaparemos la complicidad y la alegría.

La Rana Pocholera

LA RANA POCHOLERA

En estas páginas presento algunas partes del proceso: boceto destapador, ranas en crudo y en proceso, pruebas del sello y el logo.



El valor de lo popular

La naturaleza del diseño industrial como disciplina ha sido, desde sus inicios, idealista y optimista. Un proyecto de diseño se enfocaba principalmente en la función del objeto y en la relación de éste con el mundo, se pensaba en los problemas o "necesidades" que por medio de él se podían solucionar. También se construía el imaginario de un usuario objetivo con características generales y con unos modos de actuar robotizado y racional. Los objetos diseñados no se dañaban o envejecían, y la premisa de uso siempre

se controlaba desde el actuar correcto de la gente, dejando a un lado acciones incorrectas (pero más humanas) como el abuso, el des-uso o el re-uso. Ésta era la visión de diseño que por mucho tiempo apliqué y enseñé.





Pero, así como la vida misma, el diseño es dinámico, se recrea y se reinventa al tiempo que la sociedad. Ahora, la naturaleza del diseño industrial no solo se enfoca en los objetos, sino en las personas. Los diagnósticos se centran en costumbres, hábitos, roles, rutinas, formas de pensar, de aprender y de enseñar. La función ya no está en garantizar una productividad óptima o un desarrollo técnico de un producto, sino en construir experiencias e historias y generar bienestar en la gente.

De esta manera, el objeto de diseño no es el fin sino el medio, y la preocupación de los diseñadores se centra en generar puentes que conecten y signifiquen algo para alguien y así garantizar la construcción de valores sociales y culturales. Es por eso, que mi interés se ha centrado en el universo de lo popular, en las cos-

tumbres y en la cotidianidad colombiana. En un país como Colombia, donde la indiferencia, el desarraigo, la apatía y el miedo están a la orden del día, es importante cuestionarse y trabajar en la reconstrucción de una identidad perdida y en la apropiación de una tierra y una cultura polifacética, alegre y llena de colores. ¿Cómo podemos devolverle a Colombia su color y su identidad?



Evento hostel.

El proyecto de *La Rana Pocholera* es una de muchas respuestas que han salido a la luz para empezar esa búsqueda de identidad y de apropiación. De la mano de Kristian López, diseñador y compañero de la Maestría en Diseño de la Universidad de Los Andes, decidimos explorar esos momentos que busca la gente para salir de sus rutinas, el divertirse y socializar sin pensar en nada más. Uno de los hallazgos más significativo fue encontrar que el común de-

nominador de esos momentos era el consumo de cerveza. Fue así, como se concibe en un proyecto donde la cerveza fuera la excusa perfecta para inducir a personas a apropiarse elementos de identidad y cultura.



La rana entonces se deconstruye, y es extraída de su contexto de juego y es presentada como un accesorio acompañante para el ritual de consumir cerveza, sin que pierda su función lúdica, puesto que es implícito en ella. La decisión del color también surge de un hallazgo de la investigación e interpretación de referentes, donde se encuentra que en diferentes elementos populares, los colores vivos y brillantes son un patrón reconocible, tanto en la caligrafía popular como el caso particular costa Atlántica con el Cartel Picotero, como en los tejidos tribales tradicionales indígenas y especialmente en eventos populares como carnavales y festividades.

La Rana Pocholera surge así y de manera tímida es expuesta en redes sociales para su comercialización posterior a un traba-

jo de mercadeo, el primer lote de 100 unidades se vende en menos de un mes y generó buenas proyecciones desde lo económico. Pero surgieron cuestionamientos luego de esto, ¿si cumplió su función principal?, ¿si la rana fue capaz de conectar a la gente con la tradición y la cultura?

Para sorpresa de nosotros, el mayor impacto del producto

en el mercado se presentó en la población colombiana que está fuera del país, y ven en la rana esa conexión con su tierra y sus tradiciones la jugaran o no. Así mismo, muchos la reconocieron como un souvenir para extranjeros que visitaron Colombia.

Al cambiar su valor estético, para muchas personas la rana se convirtió en un objeto de colección y contemplación, haciendo que ésta tenga un protagonismo a la hora de usarla.

Actualmente, el proyecto de diseño ha tomado forma para ser un emprendimiento con una proyección positiva como la alianza estratégica y comercial con cervecerías locales y hostales. La diversificación de posibles productos con el mismo propósito ha empezado a surgir y esperamos impactar al sector cervecero local para generar un cambio en cuanto al consumo de la cerveza y sus dinámicas sociales.

Este ejercicio, que sigue en desarrollo y en revisión constante, nos ha dejado como evidencia que el enfoque humano y la preocupación desde el diseño por temas sociales, políticos, culturales, ambientales, económicos, etc. Pueden ser más que proyectos o productos académicos y pueden salir al mercado y contextos económicos para generar una rentabilidad y estabilidad.

Diseñando en equipo

Trabajar en diseño es trabajar en equipo. La colaboración y la socialización es una constante cuando se piensa en desarrollo y creación. Pensar los problemas desde el diseño, invita a la gente a participar, opinar, cambiar, proponer y/o cuestionar. La creación es compartida, activa y dinámica y genera en las personas una apropiación significativa que se ve reflejada en un sin número de propuestas creativas.

En el caso del proyecto *La Rana Pocholera*, el trabajo conceptual y de producto estuvo a cargo de dos diseñadores industriales, Kristian López y Óscar Salavarieta. Las decisiones que definieron características formales, funcionales, estéticas y

simbólicas se tomaron a partir de dinámicas de participación activa y cuestionamientos constantes.

Las herramientas de diseño participativo ayudaron a la definición y construcción del proyecto y generaron además más propuestas de productos que se podrán trabajar a un mediano y largo plazo.





Ficha técnica

PALABRAS CLAVE: Cultura popular, cotidianidad, resignificar, ritos.

MATERIALES: aluminio.

EMPAQUE: yute o fique

PROCESOS PRODUCTIVOS: Fundición, corte chorro de agua, pintura electrostática

ACABADOS: Liso brillante, texturizado y microtexturizado.

PROGRAMAS DE DISEÑO: Illustrator y Corel Draw (para procesos de maquinado)