

“ 秘鲁现代陶器的传统与演变 ”

索尼亚·赛思颇德斯·洛塞尔 (秘 鲁)

我用这篇文章来折射一个秘鲁陶艺家所经历的陶器制作文化和她的演变,逐步地展现人们和社区陶工的发展。安第斯山脉秘鲁的亚马逊人1995至2006通过发展计划降低贫困。我的兴趣在于了解这些社区的变化,在生产和市场的结合中他们的经济状况所受到的影响,文化和传统的保护和认同。

在秘鲁有约250个从事陶瓷生产的团队和中心,覆盖了不同的区域,包括:亚马逊区域,安第斯地区,北部海岸,都具有区域特色的怪异和多样性。

安第斯人的文化是宗教礼制的,亚马逊人也是如此。在这里所有的活动都是奉献给神灵的宗教礼制导引的,几乎所有的流行的陶艺都融于这一文化脉络中。As the “urpis” (peagons kissing bridal dinner plates when the “padrinos send an order por the matrimonio)这诠释了我们国家的流行艺术是如何形成的。没有单纯的花瓶,花瓶来自心中的意境,意境来自于表情或生活方式。设计,图案,线条,弯曲,所有这些都反映了他们生命活动,反映了雨,河流,山, the surcos of the predios, la cosecha, 谷物,甚至爱,那些来自内心的和日常生活的…

80年代是艺术品生产和文化运动的繁荣期。然而90年代,产品的质量开始下降。大量的移民使得技术不熟练的人充斥生产线,传统的设计得不到真正的表现,产量下降,受到地方市场的制约。

与此同时,伟大的艺术家们仍然在工作,他们卓绝的努力被子女所继承,一代传承一代。带有区域特色的传统艺术品在国外市场的尝试获得了成功,得到了公众的认可。

这种繁荣也导致了市场的饱和与优质产品的匮乏。此外,来自亚洲的批量生产的产品充斥了国际市场。亚洲的低价入市的策略迫使像秘鲁这样的国家为其艺术品重新市场定位。确实有喜欢传统艺术品的客户,然而更多的人喜欢现代陶艺作品。

确实需要设计的创新和生产体系的变化,这些变化不但要考虑最终的产品,也要考虑投入,采用的技术,和产品的价格。

现状

“培训与体验项目体系”在过去的支持工匠,传授技艺和改进生产方法的工作中得到发展。

昆瓦,阿亚库乔,铺诺,普卡拉,万卡韦利卡等地的陶艺中心由于与工匠的实际需要相脱离而没有实施“培训与体验项目体系”。他们建议为进口设备建设宏伟的设施,巨额的投资,建设没有管理和实体的培训中心,于是,成了空中楼阁,远远偏离了陶工的需要。

因为他们不适应家族,不适应工匠,不适应工匠的生产活动,生产的核心以及培训的核心,技术的帮助都无疾而终了。

这种进步的“福利”在消极的,被动的,依赖的,无法面对新挑战的工匠面前瘫痪了。

私营公司,专家,秘鲁关怀体系,如工匠帮助,ADEX-USAID 协议,在寻找发展陶器生产和提升生产者新途径。

这是我在这里提出的我的观点。

普韦部落陶工:韦瓦学校(VIVA SCHOO)

为了战胜这种福利的方式,尊重我们的文化,必须在一个要求多样性,质量,概念和特性的市场中找到更好的竞争策略。

工匠们面临的挑战是转变他们的天赋和劳动,使之适应职业就业的要求,在很多情况下只是生存的选择,只是为了把握更好的生存机会。

这推进了他们的产品,使他们找到了新方法,适应市场的需要,采用适合自己发展的适度的技术,合作设计,进入新市场,前提是保留下他们的文化印记。

设想一所全新的陶瓷学校,一所为工匠着想的学校,让工匠把握自己发展的学校,作为工匠生存发展的基石.各具特色的生产车间和生存空间与一起工作的一组人紧密联系在一起,学习过程在师傅的掌控下按照传统的方式发生着变化。

陶艺中心与这类有师傅领导的学校结合在一起,作为合格的陶艺人,师傅负责工匠的培训,指导他们的工作,传授新的方法和理念.这意味着为乡村适度技术创造了生产规范.让工匠们理解艺术和经济,从而使他们提高产品质量,生产出具有竞争力的陶艺作品,将工作室变成自己的摇钱树。

策略

我们在内在设计和生产方面为工匠们提供帮助,了解市场趋势,通过传统文化使收藏得到发展. 使生产者与出口公司密切联系,建立出口公司与采购商,如Allpa, 美洲贸易, Ruben Berrocal建立商业纽带,使之成为这些项目的重要环节。

我们相信最重要的和最成功的Chulucanas在我们国家的北部海岸, Vicus文化的继承者.

通过这一实践,国际进口和出口商看到了我们的存在,把我们带入了中美洲.采用这种方式我们于3年前低调进入了洪都拉斯,在Carreto社区开始了妇女陶工项目.2008年我们在危地马拉的Chinautla,一个公认的存在严重环境问题的区域开始了针对妇女群体的帮助项目。