

## **Una experiencia en la Gestión de Diseño. Proyecto Trinidad**

D.I. Carmen Gómez Pozo ([carmen@isdi.co.cu](mailto:carmen@isdi.co.cu)), Arq. Jesús Frías Báez.

### **Introducción**

Para la artesanía no es suficiente dominar una técnica y tener habilidades ancestrales en su ejecución, no es suficiente saber producir un buen artículo, hay que saber comercializarlo, hay que aprender a comunicar sus características, ventajas y beneficios, hay que entregarlo dónde y cuándo el consumidor lo necesite y en las condiciones y precios convenientes.

Son estos los escenarios en que la Gestión de Diseño resulta oportuna, y el diseñador como aliado del artesano conforma, las acciones aisladas y espontáneas en un proceso coordinado, un acto organizado y planificado. Un proceso, dónde sin perder la impronta e ingenuidad del artesano, se establezca el equilibrio necesario entre las necesidades que tiene el consumidor, el esquema productivo, la situación del mercado, el transporte, almacenaje e incluso la situación financiera de los propios artesanos.

El Proyecto Trinidad, es una de las acciones que la UNESCO y el Centro Nacional de Artesanías, a los cuales nos encontramos vinculados los autores, desarrollan como parte del Programa La Artesanía como factor de Desarrollo Socio-Cultural en Mesoamérica y Caribe Latino; En Cuba el programa se encamina a potenciar el trabajo de las artesanías, fundamentalmente de aquellas que han experimentado un significativo crecimiento asociado al desarrollo del turismo y que generan ingresos para las colectividades que las producen. El Programa que desarrolla la Oficina Regional de la UNESCO, se inserta dentro del sistema de Tesoros Humanos Vivos y la Proclamación del Patrimonio Oral e Inmaterial de la Humanidad, los cuales contribuyen a salvaguardar el patrimonio cultural inmaterial como fuente de identidad, creatividad y diversidad cultural.<sup>1</sup>

La experiencia que se expone responde a la gestión de diseño que los autores han desarrollado como consultores del Proyecto Trinidad, las mismas se insertan dentro de las acciones que desde el año 2002 ambas instituciones han desarrollado para bien del grupo de artesanas que se encuentran asociadas dentro del referido Proyecto Trinidad.

### **Objetivos de la Gestión de Diseño para Proyecto Trinidad:**

- Estimular la calidad y el reconocimiento en el mercado, de las labores de la aguja identificativas de Trinidad. *Contribuir a la adecuación de los productos a los diferentes mercados, tanto nacionales como internacionales.*
- Proteger las expresiones de la cultura material de esa región del país. *Atender que las estrategias que se desarrollen contribuyan a preservar la autenticidad y creatividad popular.*
- Orientar a los artesanos en el diseño y comercialización de sus productos vinculándolos a diseñadores como parte de equipos multidisciplinarios.
- *Establecer un esquema de gestión para el desarrollo de los productos que permita obtener resultados de alta calidad y garantizar el suministro adecuado*

---

<sup>1</sup>Referencias tomadas del Discurso del Representante de la Oficina Regional de la UNESCO para América Latina señor Frédéric Vacheron, Inauguración de Taller acerca del Proyecto Trinidad, noviembre 2005.

*de materias primas. Contribuir a una mejor optimización del proceso productivo en función de una mejor relación calidad-precio.*

Tales objetivos condicionaron el acercamiento a un esquema de gestión que se dirigió hacia tres aristas fundamentales, el mercado de las artesanías como el entorno en el cual se desenvuelven los productos que promovemos, el artesano como personaje principal y centro de todas las acciones, y el diseñador como aliado y facilitador del proceso.



La presente experiencia resume las acciones desarrolladas en el proceso de gestión de diseño dónde se destacan:

- Diagnóstico para familiarizarnos con la situación y perspectivas del proyecto.
- Propuesta de la Identidad Visual como elemento importante para promover el sentido de pertenencia y reconocimiento del proyecto.
- Propuesta de Estrategia de Desarrollo de Productos.
- Realización de un Taller para la capacitación y entrenamiento de las artesanas en le acto de la comercialización.
- Propuestas de diseño de productos para comercializarse en la próxima Feria Internacional de Artesanías FIART 2007.

### **Antecedentes de la tradición en Cuba.**

A su llegada a Cuba, Colón encontró a la mujer indígena fabricando las primeras enaguas, después vinieron los emigrantes españoles en oleadas desde el siglo XVI hasta avanzado el siglo XX; la última emigración vino a Cubren 1952, fue una emigración de canarios, vascos y gallegos. Este emigrante no era culto, era muy popular. En aquellos lugares fundacionales como Trinidad, Sancti Spiritus, los emigrantes trajeron las técnicas del tejido, deshilado y del bolillo que ya casi no se hacen en la actualidad. Somos un crisol, una amalgama de originalidades y tradiciones.<sup>2</sup>

La influencia en Cuba se distingue más integralmente en La Villa de Trinidad, donde el desarrollo de la misma en el siglo XVIII la ubicaba como capital el centro de la isla y como una de las siete primeras villas fundadas por los españoles. El enriquecimiento que provocaron los ingenios azucareros repercutió en todas las direcciones y hoy nos posibilita apreciar la llamada

---

<sup>2</sup> Intervención de Teresita Crego, Especialista e Investigadora de Arte Popular, en el Taller "Diseño y Tradiciones Artesanales" celebrado en Trinidad en noviembre del 2005.

Ciudad Museo por la conservación de su arquitectura, calles, residencias y entorno urbano en general.



Fig.1 Cubrecama Museo Romántico de Trinidad.



Fig.2 Cubrecama Canaria elaborada hace más de dos siglos.

La complejidad en el tratamiento de la técnica e incluso la coincidencia en los motivos e interpretaciones del material son una revelación de la destreza y dominio de la técnica que han heredado de nuestras artesanas actuales.

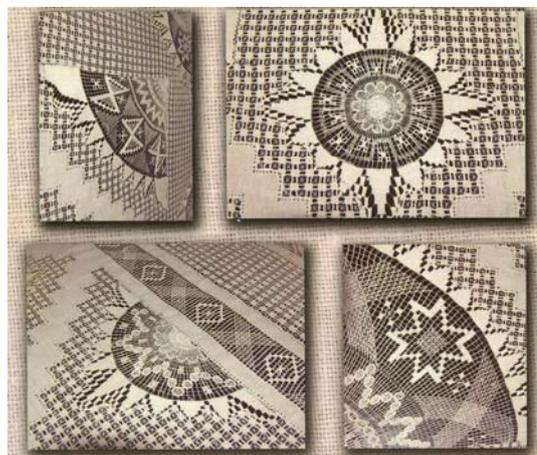


Fig.3

Citando a Victor Echenagusía, Especialista de la oficina del Conservador de la Ciudad de Trinidad y el Valle de los Ingenios<sup>3</sup>; el desarrollo de las grandes fortunas por la floreciente industria azucarera en la región fue un móvil para el flujo migratorio que se produjo desde Europa y el continente americano, y tuvo una repercusión en todas las esferas de la vida local que atrajo a "...numerosos pintores, grabadores, artesanos, escritores, músicos, venidos de distintas partes del mundo para dejar su impronta en o sobre la ciudad a través de sus obras"

En una descripción de los trabajos que carpinteros y ebanistas realizaban en maderas como cedros caobas y ácanas, extraídas de los fabulosos bosques locales, Echenagusía describe los trabajos hechos en techos, puertas mamparas y muebles, el uso de motivos vegetales en la decoración.....y el uso del junquillo ya bien entrado el siglo XVIII para resaltar tableros de puertas y muebles delineando dibujos rococó. Refiere también la aparición de mamparas en el siglo XIX con sus cristales esmerilados y las delicadas tallas de la parte superior.



Fig.4

La labor de los herreros que crearon insólitos diseños para las ventanas mezclando figuras abigarradas de formas barrocas hasta conformar encajes metálicos y el trabajo paciente de las abuelas con sus días de deshilado, de bordar y tejer sábanas y tapetes que resisten "aún codiciosas miradas tentadoras ofertas de coleccionistas" fue también descrita por el investigador.



Fig.5

---

<sup>3</sup> "Trinidad, Tejedora de Mitos"; Presentación en el taller "Diseño y Tradiciones Artesanales" celebrado en Trinidad en noviembre del 2005.

Al valorar en su esencia el comportamiento de **El calado canario**<sup>4</sup> y observar las respuestas e interpretaciones que se presentan en el mercado actual del contexto español, apreciamos la interesante coincidencia con las descripciones a las cuales han hecho referencia especialistas e investigadores.

Posiblemente la influencia climática y la funcionalidad, desprovista de todo tipo de ostentación y el destino, principalmente rural, marca las características de lo que suele llamarse Artesanía Canaria.

La pobreza de los medios, herramientas y el número limitado de productos, hace que los incipientes canarios de principios del siglo XVI, agudicen su ingenio para crear los más elementales productos de consumo doméstico.

A partir del siglo XVII, esta precarización y funcionalidad se superó en los calados, bordados, encajes y tejidos de seda.

Similitud entre los trabajos de madera y los calados.

En las datas y protocolos del siglo XVI donde se certifican las contrataciones de artesanos maestros, aparecen nombres de origen portugués posiblemente vinculados familiarmente con artesanas del calado. La similitud entre los trabajos de la madera y los diseños de los calados es notoria.



Fig.6

### **Cinco Conclusiones para una experiencia en la Gestión de Diseño:**

**1. La comercialización de los productos artesanales no como el mero acto de intercambio y sí como la transmisión de toda una herencia cultural donde se intercambie también todo el testimonio de la huella del patrimonio inmaterial que reflejan los productos.**

Concebir la comercialización de los productos donde se aprecie en vivo el valor agregado que implica la creación de los detalles artesanales con toda la carga de espontaneidad e improvisación. Promover la posibilidad de crear espacios como centros culturales donde no solamente se venda el producto, también se genere un lugar de confluencia de las artesanas y también se promueva la tradición, el modo de hacer.

La experiencia de la Casa de los Balcones, devenida en tradición familiar de maestros artesanos, y hoy un particular espacio para el comercio de calados en Tenerife, posibilita la creación de centros culturales donde no solamente se venda el producto, también se genere un lugar de confluencia de las artesanas y se promueva la tradición.

---

<sup>4</sup> El calado, tradición, usos y costumbres. José Miguel Salamanca de la Peña. Publica La casa de Los Balcones Tenerife.

La fecunda imaginación de su propietaria, y fuerte interés de prosperar la convierten en la pionera del complejo artesanal de caldos más importante de la región en la actualidad.



Fig.7

En la actualidad las artesanas del proyecto Trinidad aunque se encuentran agrupadas y respaldadas por las instituciones para la comercialización y la compra de materiales, realizan la comercialización de los productos al aire libre, lo cual limita el intercambio que se propone con el usuario y llega hasta prefijar la tipología y oferta de color de los productos textiles.



Fig.8

**2. Al decir de la especialista Mra Esther Echeverría Zuno, presidenta del jurado al Sello de la Excelencia otorgado por la UNESCO, en este tipo de productos, MENOS ES MEJOR; mejor para la percepción del detalle, mejor para los costos y mejor para el mantenimiento y la fragilidad que generan grandes áreas elaboradas.**

**Las tipologías** que pueden apreciarse se encuentran alrededor de la lencería y fundamentalmente el servicio de mesa; las confecciones, por su complejidad productiva y compromiso con tallas y biotipos son casi inexistentes. **Las opciones de productos resultan muy limitadas** e incluso llegan a ser muy complejas para el uso y la capacidad de compra de los usuarios potenciales, las dimensiones de los manteles convidan a un uso muy exclusivo que sólo justificaría una pieza por encargo si consideramos lo excesivo del tiempo que se consume para elaborarla y por ende el **elevado precio de venta** que toma al final.

En general se aprecia una excelencia en las habilidades y un predominio del deshilado dentro de las técnicas empleadas.



Fig.9 Mantel de 12 plazas.

Los materiales empleados son básicamente lienzos blanqueados, pero se observaron soluciones en lienzo crudo, con muy buena calidad y factura. La ubicación de los motivos no atiende la convivencia con el servicio de mesa lo cual es propio del análisis del diseño y tributa beneficiosamente al tiempo de ejecución de las piezas.



Fig.10

Se combinan tanto el deshilado como el bordado y los tejidos, esto, si bien puede en un momento favorecer los efectos visuales y de textura de las superficies, de la forma que son utilizados compiten entre ellos y en ocasiones llegan a **limitar la funcionalidad** de la pieza por las zonas y dimensiones en que son ubicados.



Fig.11 Toalla de cortesía, donde el área de tejido compite con los deshilados y además deforma por el peso la pieza.

**3. Si queremos que las artesanías se inserten en el entorno cotidiano y sean realmente asequibles al común de los usuarios, la proyección del diseño debe tender a diversificar los productos; sobre la base de prefijar a través de los estudios de mercado la etiqueta de precio de los mismos, conformar una variedad de ofertas de precios y recursos visuales atendiendo a la complejidad y tiempo de elaboración de cada técnica seleccionada.**

Las aplicaciones y detalles artesanales, según su naturaleza debe evaluarse las posibles zonas de ubicación, ello debe prever evitar deformaciones o deterioro. Véase en este caso lo frágil que resulta en la zona de la rodilla.



Fig.12

Las transparencias en las prendas pueden resultar muy interesantes, pero en todos los casos deben estar previstas; si se realiza un diseño con un tejido ligero que obliga al uso de prendas interiores, entra en conflicto la ubicación del deshilado en la espalda y hombros. Las propuestas son para vender y ponerse, no para una pasarela.



Fig.13

El efecto muestrario que encontramos en las artesanías de Trinidad, también se evidencia y debe ser evitado; además de favorecer el deterioro de la pieza en menos tiempo, compiten todas las formas y no se “disfruta” por contraste ninguna.



Fig.14

No obstante invito a que reflexionemos, son propuestas para jóvenes por la silueta que describen, pero ¿son del todo factibles de utilizar y pagar por los jóvenes de hoy, en el contexto de sus actividades? Estos ejemplos nos indican nuevamente la aguda reflexión que debemos hacer respecto a las tipologías de prendas y los clientes potenciales.

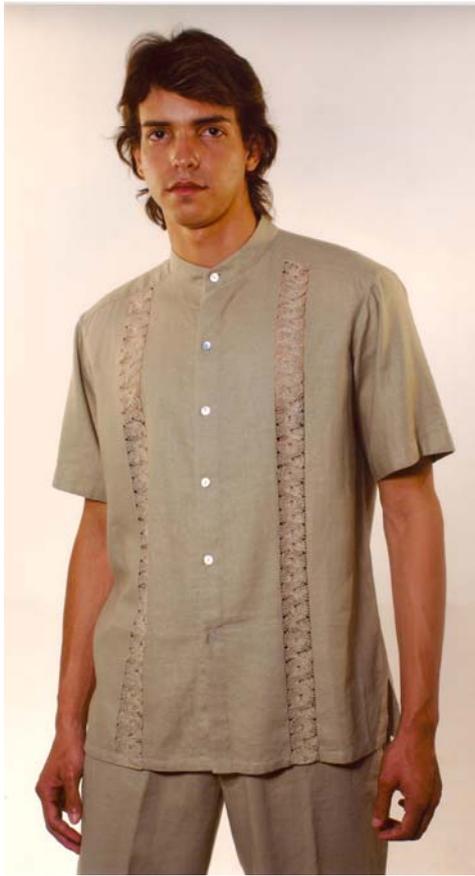


Fig.15



Puede observarse en este excelente ejemplo de toallita de cortesía, la incorporación de formas geométricas básicas como el círculo; ello demuestra la capacidad de insertar elementos visuales de carácter más abstracto, distantes de la interpretación tradicional.



Fig.16

La Variedad de Productos en las Ofertas del Mercado de Tenerife.  
El mercado en Tenerife actualmente inserta sus productos en diferentes soportes para que no sólo tengan el sentido utilitario, también decorativo.



Fig.17

Aunque hacen despliegue de exquisitez en la técnica y las habilidades, el formato es pequeño y manuable tanto para la elaboración como la comercialización.

Por otra parte, la aplicación del color tanto en hilos como tejidos, ofrece un aporte de delicadeza que está muy bien manejado con la escala y zonas de ubicación de la técnica empleada. Es evidente que funcionan muy bien como souvenir y recuerdo para aquellos que no pueden pagar el precio de una pieza de mucha elaboración o dimensiones.



Fig.18

Como en todas las ofertas no dejan de estar presentes las piezas muy elaboradas, pero obsérvese que se concentra en la zona que cae del mantel, donde no coincide con el servicio de mesa.

Las confecciones a la medida son opciones exclusivas pero probables siempre que se equilibre la calidad del material y las labores artesanales con el precio. En Ingenio, zona este de Gran Canaria, un pequeño taller ha combinado diseñadores, costureras y artesanas caladoras para la ejecución de propuestas singulares y novedosas como pueden resultar los trajes de novias.

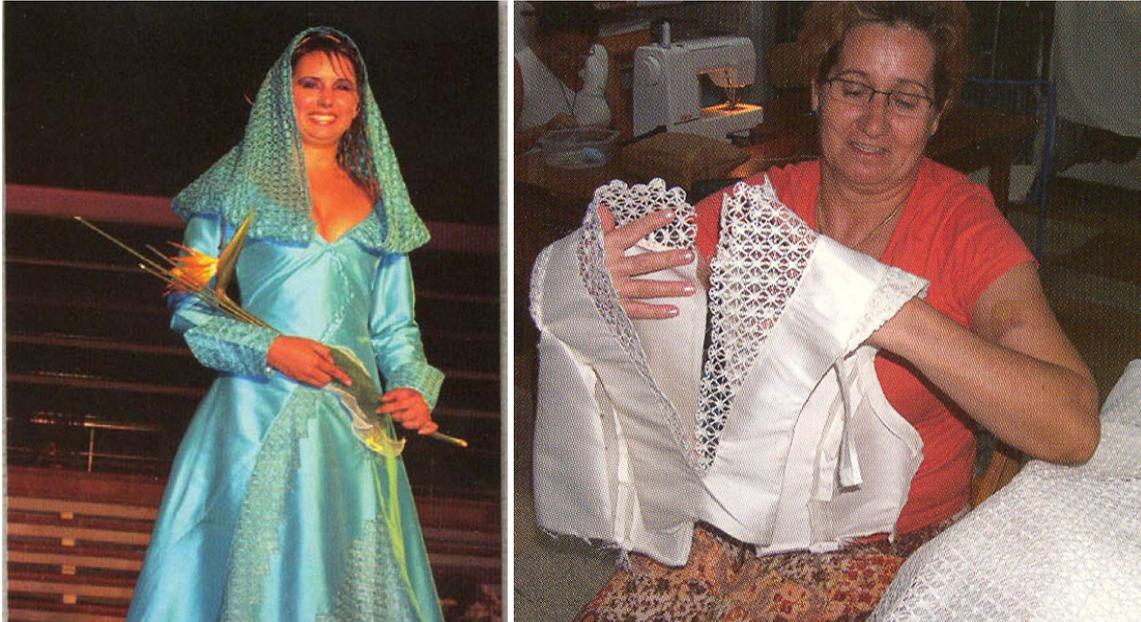


Fig.19

**4. El desarrollo de la Imagen Visual del Proyecto debe enfocarse con una visión Global, dónde el producto artesanal revele su propio lenguaje no verbal, de donde provienen, quienes las hacen, las técnicas y el tiempo que ha llevado hacerlas.**

Se hace necesario el diseño de la identidad visual el proyecto Trinidad (no se publica por no estar registrada aún) y consecuentemente, estructurar y diseñar el espacio de venta vinculando a mobiliario; donde se aproveche el entorno de venta de los productos y los mensajes culturales queden al nivel de la etiqueta. El reconocimiento que ostentan algunas de ellas, como el Premio a la Excelencia de la UNESCO, y la Maestría Artesanal, en estos momentos no resulta distintivo al encontrarse en las mismas condiciones de venta que las demás, no se aprovecha el currículum de la artesana y su experiencia como “atractivo presente” de un modo de hacer y una tradición.



Fig.20

Fig.21



**5. Las superficies textiles al recrear efectos visuales pueden convertirse en novedosas réplicas y reproducciones del entorno como portadores y cómplices del acto turístico.**

Es apreciable como en Cuba las influencias formales de los motivos a recrear se conectan con de la herrería presente en las fachadas que por demás también responden a las necesidades climáticas de dejar pasar el aire a la vez que protegen y sirven de límite a las edificaciones.

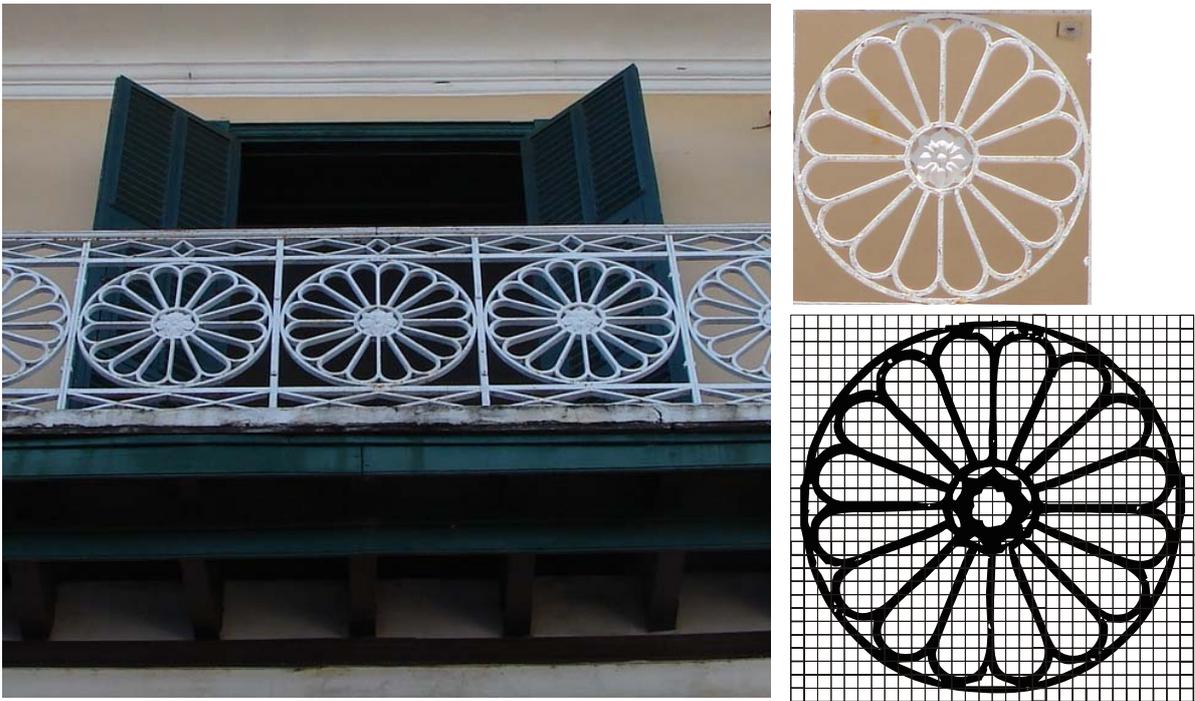


Fig.22 Rejas que conforman las barandas del museo Romántico en Trinidad.

Esta experiencia se desarrolló como parte del taller de entrenamiento realizado con las artesanas, y perseguía fomentar la posibilidad de utilizar otras fuentes de creación de formas y combinaciones de puntos que no fuera únicamente la herencia tradicional. Como puede apreciarse los motivos se entregaron sobre la base de una cuadrícula que les permite una referencia para la ubicación de los puntos. La perspectiva de éste ejercicio práctico es organizar un catálogo de motivos que le sirva a las artesanas como fuente para la creación de los productos.



Fig.23 Muestra de Tejido a Crochet a partir de la cuadrícula que reproduce el motivo de la reja.

Ante éstas conclusiones se hacía necesaria la implementación de un taller para la capacitación y orientación de las artesanas en la comercialización; dicho taller lo denominamos, “Herramientas para facilitar la comercialización de las artesanías” y tuvo como **objetivos fundamentales**:

- Que las artesanas sean capaces de evaluar sus productos y detectar las variables que pueden no estar resultando efectivas en la comercialización.
- Que las artesanas se familiaricen con los recursos básicos de diseño para la composición de las obras artesanales.
- Mejorar el sentido de autenticidad y pertenencia de los productos con el entorno, conformando un banco de imágenes fotográficas y esquemas como referente para el desarrollo de las aplicaciones.

Dada la brevedad del tiempo, tan sólo tres días, para el cumplimiento del primer objetivo se desarrollaron a modo de referencia las siguientes variables:

- Usuario (comprador)
- Contexto de uso de los productos
- Materias primas y materiales
- Confecciones
- Imagen del productos y su comercialización
- Diseño



Fig.24 Entrenamiento en el reconocimiento de la composición de las materiales ante la presencia del fuego.



Fig.25 Evaluación conjunta de la expresión de los productos atendiendo a su diseño.

**El segundo objetivo** referido a los elementos básicos de la composición en el diseño: forma, el color y superficie, se inició con una charla introductoria referida a la importancia del contraste. El contraste como herramienta muy valiosa en la composición para intensificar la expresión y el significado, como resultado visual para evitar ambigüedad. Los elementos básicos que se enunciaron, si bien no son los únicos a considerar en el diseño, si constituyen una referencia básica para quienes desconocen el tema; se hizo mayor énfasis en el color por ser uno de los aspectos de mayor deficiencia en el trabajo actual de las artesanas.



Fig.26 Valoraciones acerca de composición y textura tomando como referencia una toallita de cortesía elaborada por ellas mismas.



Fig.27 Las artesanas mantuvieron mucho interés y muy buena asistencia a cada una de las sesiones.

Luego de esta sesión de corte teórico, aunque con interacción dado que todas ellas aportaban sus experiencias en cada caso, resultó muy valioso concretar en tres direcciones.

1. Casi todas trajeron sus productos con el interés de que se los valoráramos e hiciéramos una crítica de su resultado.
2. Se presentaron en la computadora un buen número de ejemplos de posibilidades para diversificar los productos con alternativas novedosas y menos costosas. Ejemplo: bolsitas para regalos (que pudieran ser los

mismos collares de semillas), delantales, aplicaciones montadas en marcos, pequeños detalles para incorporar al árbol de navidad, postales, elementos para cuartos de niños...entre otros.

3. Finalizando y con el empleo de productos de ellas mismas, se realizó una experiencia práctica de composición en el servicio de mesa, donde el color y las zonas de composición se valoraron para apreciar el impacto visual.



**La tercera sesión**, muy breve también, dado que la salida era al medio día, se dedicó a instrucciones básicas para la comercialización e imagen de los productos. Durante la misma se mostró la marca como elemento identificativo y distintivo, susceptible de legalizar y registrar para evitar copias y mantener distante a la competencia de los vendedores ilegales y por cuenta propia. Un intercambio muy provechoso para ellas resultó instruir las en el discurso que deben desarrollar con el comprador el cual debe estar orientado fundamentalmente hacia tres aspectos importantes:

- ¿Cómo se realizó la pieza? El trabajo que implicó realizarlo manualmente, las herramientas, materiales.
- ¿Qué tiempo llevó realizarla?
- ¿Cuánto de historia y tradición familiar y cultural del país y la nación se recrean en la pieza?

Sólo con una buena interacción puede transmitirse y apreciarse la relación calidad, tiempo que llevó elaborarlo y el precio; en ello van las distinciones que le aportan imperfecciones, irregularidades y toda la carga psicológica que varía de un producto a otro y refleja la particularidad de cada pieza.

Como cierre se expusieron y explicaron los criterios de evaluación que se definen para el Sello de Excelencia de la UNESCO de forma que ellas mismas puedan en un momento determinado evaluar la adecuación de sus trabajos a los mismos.

## **Propuesta de concepción del proyecto Trinidad.**

### **Conceptos Proyecto Trinidad:**

Se define como un **programa cultural** que promueve el patrimonio inmaterial de la Villa de Trinidad, que trasmirá toda una tradición y herencia familiar e histórica de los orígenes y desarrollo de la región y que tiene su expresión comercial y turística actual, en toda una oferta de productos como testimonio de ello.

El elemento distintivo estará en el enfoque, no nos organizamos sólo para mejorar la calidad de los productos y el nivel de vida de las artesanas, nos **proyectamos integralmente** para promover una oferta dentro del **Turismo Cultural** ávido por la historia y las tradiciones. Nos proyectamos con un nuevo enfoque de **Servicio Turístico**, por demás tan necesario en la situación actual de esa industria, que revele desde cualquier punto de la Isla lo que pudiera distinguirse dentro de la tradición textil en Cuba.

Los objetivos siguen estando presentes, pero se potencian en la medida que aprovechamos las bondades de nuestro sistema social y la posibilidad de potenciar el proyecto a través de la industria que es considerada la locomotora de la sociedad. Se trata de promover el patrimonio inmaterial proyectando una **Imagen Global** que no es más que el resultado de una mentalidad de comunicación de la idea con un concepto totalizador, transmitido a través de una serie de canales, la calidad de los servicios y productos, la Identidad y todo lo referido al Diseño de Comunicación Visual, el Diseño Ambiental, y la conducta del personal y sus relaciones públicas.

Como atributos Básicos se definen:

Distintivo: La distinción debe estar presente a partir de la integración en función de un mensaje único, de todos los elementos, no sólo de artesanos, diseñadores y costureras, también las instituciones no vinculadas con el FCBC, el Gobierno, el turismo, los museos...

Cubano – Nacional: Dado por la intervención del diseño no sólo al nivel de la concepción de los productos, también de los servicios de forma que se articule una respuesta dirigida a estimular el reconocimiento e identificación de los valores de nuestra cultura y el entorno social que nos rodea.

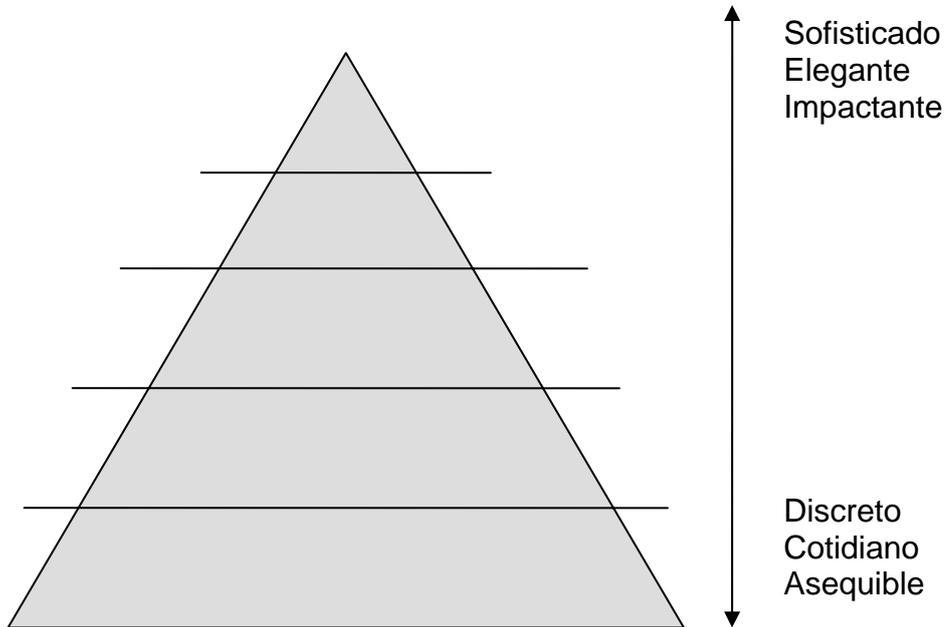
Patrimonio: Además de su valor de uso como producto textil, llevará consigo en el acto y entorno de la comercialización, la huella de la tradición y el testimonio de pertenecer a un lugar de gran valor patrimonial, La Villa de Trinidad.

Asequible- Exclusivo: Debe constituirse en una línea de productos que es nueva desde los más baratos y asequibles hasta aquellos que hoy no aparecen en el mercado con excelencia en la calidad y el diseño destinados a un público de elevado poder adquisitivo.

Excelencia en Calidad: Para cualquiera de las propuestas debe cuidarse la imagen y fiabilidad de los productos evaluando la respuesta de diseño, el modelaje, las terminaciones y la confección.

### **Acerca de la Premisas que definen la expresión de los Productos.**

La concepción de los diseños deberá ser consecuente con la estrategia anteriormente planteada y deberá moverse en función de los públicos que en cada nivel de la pirámide se inserten, para visualizar una idea del comportamiento se ubican los pares semánticos de la siguiente forma:



### **Conclusiones**

A partir del enfoque integrador y la proyección Global que se propone, se sugirió involucrar a otras instituciones que por demás pueden ser muy favorecidas con los resultados, entre ellas el Museo Romántico de Trinidad; Involucrar al Ministerio de la Industria Ligera respecto a la oferta de tejidos nacionales y a su vez, a las Industrias Locales, que por su esquema de PYME es susceptible de asimilar las producciones semindustriales que posibiliten que realmente sean asequibles los productos.

Se recomienda la posibilidad de intercambiar con la Escuela de Hotelería y Turismo de Trinidad, para en esa medida poder relacionar y valorar el lugar y reconocimiento que poseen las labores artesanales dentro de la oferta turística de la región.

Considerando la visión expresada en una de nuestras entrevistas por el señor Frédéric Vacheron, especialista del Programa Coordinador del equipo de Cultura; Trinidad debe constituirse como "Proyecto Bandera" para el rescate de las tradiciones artesanales, y a ello le añadimos, debe constituirse como el promotor en la concepción global de nuevos servicios turísticos donde no sólo el turista encuentre productos, encuentre historia, referencias, memorias.