

ARTESANÍA EN PASTO
Un juego entre la cultura y el mercado

LEIDY TATIANA PAZ MORÁN

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE SOCIOLOGÍA
SAN JUAN DE PASTO
2011

ARTESANÍA EN PASTO
Un juego entre la cultura y el mercado

LEIDY TATIANA PAZ MORÁN

**Trabajo de grado presentado como requisito parcial para optar al título de
Socióloga.**

Asesor:
VICENTE SALAS
Sociólogo, Magíster en Sociología.

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE SOCIOLOGÍA
SAN JUAN DE PASTO
2011

NOTA DE RESPONSABILIDAD

“Las ideas y conclusiones aportadas en el presente trabajo de grado son responsabilidad del autor”

Artículo 1 del acuerdo No 324 de Octubre 11 de 1966, emanado del Honorable Consejo Académico de la Universidad de Nariño.

Nota de aceptación:

Vicente Salas
Asesor

Fernando Valencia
Jurado

Cristian Estrella
Jurado

San Juan de Pasto, Mayo 19 de 2011

DEDICATORIA

A los artesanos y artesanas de Pasto.

A los artesanos y artesanas caméntsá del Valle de Sibundoy.

A mi familia por el infinito amor.

A los amigos y amigas por impulsar aprendizajes.

AGRADECIMIENTOS

A la Universidad de Nariño.

A los profesores:

Vicente Salas, Gloria Rivas, por incentivar la actitud investigativa.

Cristian Estrella y Fernando Valencia por el acompañamiento en este proceso.

A mi familia por su incondicional y constante apoyo.

A todos los/as artesanos/as, comercializadores y personas que colaboraron con esta investigación.

A Giovanni Castelblanco y Angela Eslava por registrar y acompañar esta investigación.

A las familias: Eraso Obando en Pasto y Jacanamijoy Juagibioy en Sibundoy por su amistad.

A Juan Jacanamijoy, Gloria Barrera y Yésica Pérez por su compañía y colaboración con esta investigación.

A Jairo Cháves, Adrian Montenegro, Catalina Lasso, Valentina Bocanegra, Oscar Salazar, Wladimir Uscategui, Naidí Delgado, Jairo Moreno, Marco Gómez, Juan España, Sofía Santacruz y Patricia Vallejo por su disposición y sugerencias para que este trabajo se realice.

A todos los amigos con quienes se debatió el quehacer académico frente a la cultura y la vida.

RESUMEN

“Artesanía en Pasto: Un juego entre la cultura y el mercado”, es una investigación que pretendió interpretar las relaciones que entre la cultura y el mercado, existen en las dinámicas socioculturales establecidas por las tiendas de artesanías de la ciudad.

La caracterización de dichas tiendas permitió identificar los actores y las percepciones que ellos tienen frente a las artesanías, haciendo posible establecer lógicas de consumo de los objetos simbólicos denominados como artesanías.

En un contexto afectado por las lógicas del consumo y la globalización, la oferta comercial de artesanías y los circuitos urbanos donde se desarrolla el contacto del individuo con éstas, transforman parcialmente los sentidos originarios de las artesanías, convirtiéndolas en otro objeto de consumo. Esto se deriva de relaciones de consumo establecidas; se produce, se comercializa y se consume bajo las exigencias del mercado.

La presente es una investigación cuyo interés se centró en el universo intersubjetivo en que la realidad se produce y reproduce, la investigación cualitativa pretende interpretar el mundo social generado por los sujetos en la cotidianidad. La etnografía como método de investigación hizo partícipe a los siguientes actores culturales: artesanos/as, comercializadores, representantes institucionales e investigadores de artesanías.

ABSTRACT

"Pasto Crafts: A game between culture and the market" is an investigation that sought to interpret the relationship between culture and the market, there are sociocultural dynamics established by the craft shops of the city.

The characterization of these stores allows the identification of actors and the perceptions that they have in front of the craft, making it possible to establish logical use of symbolic objects known as handicrafts. In an environment affected by the logic of consumption and globalization, the commercial supply of crafts and street circuits where it develops the individual's contact with them, become part of the original sense of craft, making it another object of consumption. All this derived from established consumer relations, produced, marketed and consumed in the market demands increasingly strong cultural connection to nature crafts.

This was an investigation whose interest was the inter-universe in which reality is produced and reproduced, qualitative research to interpret the social world generated by subjects in everyday life. Ethnography as a research method was participant of the following cultural actors, artisans, traders, institutional representatives and researchers craft.

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	13
1. CARACTERIZACIÓN SOCIOCULTURAL DE LAS TIENDAS ARTESANALES DE LA CIUDAD DE PASTO	21
1.1 CENTROS DE COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS PASTO.....	22
1.1.1 Artesanía tradicional, espacios populares y turismo.....	23
1.1.2 Turismo e Instituciones de fomento.....	35
1.1.3 Circulación internacional de artesanías.....	41
1.1.4 Artesanía y otras expresiones culturales.....	46
1.1.5 Distribuidores mayoristas.....	49
1.1.6 El comercio de las artesanías.....	51
1.2 CONSIDERACIONES SOBRE EL COMERCIO DE ARTESANÍAS EN LA CIUDAD DE PASTO.....	51
2. REFLEXIONES SOBRE LA ARTESANÍA Y SOBRE SU PRODUCCION CULTURAL.....	56
2.1 PRODUCCIÓN CULTURAL DE ARTESANÍAS: ACTORES Y PROCESOS	61
2.2 LA PRODUCCIÓN CULTURAL DE ARTESANÍAS: RELACIÓN CULTURA- MERCADO	64
3. EXPRESIONES DE LA GLOBALIZACIÓN EN PROCESOS, ESPACIOS Y ACTORES RELACIONADOS CON LAS ARTESANÍAS.....	68
3.1 CASO EJEMPLIFICADOR: Relación Artesanal Sibundoy Pasto	83
4. VOCES QUE RODEAN LAS ARTESANÍAS.....	91
4.1 SUGERENCIAS COMO POSIBLES RUTAS A SEGUIR	106
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	111
BIBLIOGRAFÍA	114
NETGRAFIA.....	117

LISTA DE CUADROS

	pág.
Cuadro 1.	24
Cuadro 2.	27
Cuadro 3.	31
Cuadro 4. Diferencias entre objetos técnicos y objetos tradicionales.....	70

LISTA DE FOTOGRAFIAS

	pág.
Fotografía 1. Mercado el Potrerillo	26
Fotografía 2. Objetos utilitarios en madera y cerámica.	26
Fotografía 3. Barniz de Pasto.....	28
Fotografía 4. Artesanías San Sebastián.....	29
Fotografía 5. Fachada Casa del Barniz.....	31
Fotografía 6. Máscaras acabadas con la técnica del barniz de Pasto.....	32
Fotografías 7 y 8. Arte típico Santacruz	35
Fotografía 9. Fachada Oficina de turismo	36
Fotografía 10. Fachada Artesanías de Colombia	37
Fotografía 11. Etiqueta en un producto de Artesanías de Colombia	40
Fotografía 12. Verde poema.....	42
Fotografía 13. Fachada artesanías Gaia.....	43
Fotografía 14. Instrumentos y artesanías en la tienda Ayawasaca	44
Fotografía 15. Objetos exhibidos en la tienda Espirales.	47
Fotografía 16. Artesanías Pachín.....	50
Fotografía 17. Fachada Artesanías Sweet	51
Fotografía 18. Rincón típico Nariñense.	52
Fotografía 19. Artesanía de propiedad individual	60
Fotografía 20. Chumbe camëntsà	61
Fotografía 21. Collares disponibles en tienda Gaía.....	72
Fotografía 22. Barniz de Pasto aplicado sobre diversos objetos.....	74
Fotografía 23. Mochilas de diverso origen y técnica	77
Fotografía 24. Turismo y artesanías.....	82
Fotografía 25. Máscara indígena decorada con barniz de Pasto	84
Fotografía 26. Registro de investigación	108
Fotografía 27. Registro de investigación. Tienda Santacruz	108
Fotografía 28. Registro de investigación. Tienda de artesanías Gaía	109

Fotografía 29. Registro de investigación. Oficina de Turismo	109
Fotografía 30. Registro de investigación. Artesanías “La sureña”, Bomboná.....	110
Fotografía 31. Registro de investigación. Tienda Ayawasca	110

INTRODUCCIÓN

El proyecto de investigación denominado “Las artesanías de Pasto: un juego entre la cultura y el mercado” desarrollado en la ciudad de Pasto en el año 2010, pretende, por medio de una caracterización de las tiendas de artesanías, interpretar las relaciones que existen entre cultura y mercado en las dinámicas establecidas por dichas tiendas.

La ciudad de Pasto es la capital del Departamento de Nariño, localizada al sur de Colombia, es escenario de muchas prácticas culturales, entre ellas la tradición artesanal que caracteriza a sus habitantes: hombres y mujeres dedicados a la producción de hermosos objetos que reflejan la herencia de conocimientos de las diversas culturas que sobre este territorio han hecho paso influyendo en técnicas, oficios, tendencias, formas de producir y demás características del universo artesanal.

Dentro de su oferta cultural, la ciudad de Pasto encierra el maravilloso y variado mundo de las artesanías: talleres artesanales y tiendas constituyen escenarios que dan cuenta del complejo arte manual de los/as pastusos/as y nariñenses: la cestería, la orfebrería, la tejeduría, los trabajos en madera, el barniz de Pasto, el enchapado en tamo, trabajos en cuero, son unas de las expresiones artesanales que en ciertos escenarios se puede percibir.

Esta ciudad, es al tiempo productora y reproductora de artesanías, centro de confluencia y de paso de información, personas y objetos, las artesanías no son la excepción: algunas de paso, otras como recuerdos de otros lugares, están presentes en nuestra ciudad como objetos simbólicos que permiten acercarnos a diversas culturas de diferentes comunidades, tanto locales como de la sociedad global.

Las artesanías; sus formas e imágenes, constituyen símbolos que nos remiten a momentos históricos determinados. Ellas; a través del tiempo, han configurado representaciones de los contextos en que se producen y reproducen, un mundo globalizado como el de hoy, no es ajeno a esta condición. En esta situación, le inquieta a la presente investigación qué tipo de transformaciones acontecen al universo simbólico de las artesanías cuando ellas son desplazadas desde sus lugares de origen a contextos ajenos a su realidad y son ofrecidas en el complejo mundo del comercio como objetos simbólicos representativos de diferentes culturas, empezando a fluctuar entre el mundo de la cultura y el del mercado.

Para indagar las transformaciones de dichos objetos, este ejercicio académico partió de las percepciones que los/as actores/as involucrados en los procesos de producción, circulación y consumo, tienen frente a ellas, como también perspectivas de algunos investigadores interesados en la problemática artesanal.

Así como entrevistas, visitas a comunidades artesanales y de artesanos/as en sus lugares de trabajo y en eventos como ferias y la revisión bibliográfica. Estas fueron las herramientas que permitieron alcanzar los objetivos trazados al iniciar la investigación.

Aproximarse al universo de la relación cultura-mercado en la producción, circulación y consumo de artesanías constituye un ejercicio hermenéutico comprensivo que centró su atención en procesos e interacciones simbólicas establecidas por los centros de comercialización de artesanías ubicadas en la ciudad de Pasto. El proceso de investigación comenzó el mes de Diciembre de 2009 y terminó en el mes de Septiembre de 2010. A partir de esta última fecha se empezó la organización e interpretación de la información.

Inscrita en la línea de investigación en estudios de la cultura del departamento de sociología, el presente trabajo pretende contribuir a su fortalecimiento. Esta monografía se enfoca en el mundo de la cultura y específicamente en la expresión del consumo, característica económica y cultural de las sociedades contemporáneas.

Frente a un escaso cuerpo de antecedentes de investigación en el departamento de sociología de la Universidad de Nariño, se opta en primer lugar por encontrar un programa de investigación que de soporte a iniciativas de investigación como la presente, se encuentra entonces como primera referencia la sociología de la cultura, la cual permitió desde sus inicios la reformulación de aspectos sociales marginales en la teoría social hasta el momento, como la comunicación, el lenguaje y el arte.

Un segundo referente lo constituyen los *estudios culturales* británicos y posteriormente los Estadounidenses, enmarcados ambos dentro de los procesos de investigación cualitativa e integrándose a la tradición literaria, a la etnografía y a la sociología de la observación participante indagaron temáticas como el cine, los medios de comunicación, las problemáticas de género, los estudios políticos sobre homosexuales, sobre etnias y negritudes y las industrias culturales. De esta manera se constituye el camino hacia la rehabilitación de las culturas populares y de masas desde la investigación social.

Los estudios Culturales británicos permitieron ver el consumo cultural como un proceso fundamental para comprender sociedades y fueron los principales referentes para el surgimiento de los estudios culturales latinoamericanos.

En América Latina existen dos líneas teórico-metodológicas que hacen visibles los estudios culturales: El desplazamiento en el estudio del mensaje como estructura ideológica a la recepción crítica dentro de los estudios en comunicación y el paso de estudios descriptivos centrados en las culturas populares a estudios desde la óptica de la relación cultura- consumo.

Es en la segunda línea donde autores como Néstor García Canclini vienen formando un cuerpo de investigaciones que permiten el estudio de las culturas populares dentro de ópticas como las del consumo, característica inevitable de la sociedad contemporánea, para este autor, es en la circulación y sobre todo en el consumo, donde los bienes y mensajes hegemónicos interactúan con unos códigos perceptivos y con los hábitos cotidianos de clases subalternas.

Su estudio denominado “Las Culturas Populares en el Capitalismo” publicado en 1982, constituye una de las primeras investigaciones acerca de manifestaciones diversas y contradictorias de la cultura popular como son la producción artesanal y las fiestas indígenas en México. Para ello revisa de manera crítica las teorías antropológicas y sociológicas sobre el tema y propone un método para analizar conjuntamente lo económico y lo cultural, la producción, la circulación y el consumo en los procesos socioculturales. Este trabajo tuvo una amplia repercusión al renovar los estudios sobre las culturas populares. El autor indaga sobre los cambios que sufren las artesanías y fiestas en interacción con los mercados nacionales y transnacionales y cómo estas manifestaciones adquieren nuevos significados en la relación con turistas y consumidores urbanos.

De esta manera se viene estableciendo una agenda latinoamericana para el estudio del consumo cultural. En palabras de Néstor García Canclini:

El estudio del consumo cultural aparece, así como un lugar estratégico para repensar el tipo de sociedad que deseamos, el lugar que tocará a cada sector, el papel del poder público como garante de que el interés público no sea despreciado. Conocer lo que ocurre en los consumos es interrogarse sobre la eficacia de las políticas, sobre el destino de lo que producimos entre todos, sobre las maneras y las proporciones en que participamos en la construcción social de sentido¹

En Colombia, los estudios culturales tienen una trayectoria institucional de aproximadamente doce años: congresos, variadas actividades académicas, especializaciones y maestrías (Ofrecidas actualmente por las universidades: Nacional, Javeriana y la de los Andes) configuran la visibilidad de estos estudios en nuestro país. Si bien la incursión en los estudios culturales en el país es muy novedosa, se vienen gestando un cuerpo de investigaciones, de esfuerzos individuales y colectivos con el ánimo de articularse a proyectos similares en otros lugares del continente y el mundo.

Estudios culturales, estudios de la cultura, estudios en comunicación y cultura, todos ellos representan en América latina los esfuerzos por articular la práctica intelectual con intervenciones críticas concretas, la producción de conocimiento de la mano con propuestas y reivindicaciones sociales concretas.

¹ GARCIA CANCLINI, Néstor. El consumo cultural: una propuesta teórica. En SUNKEL, Guillermo. El consumo cultural en América Latina. Bogotá: Convenio Andrés Bello, 2006, p.95.

Para el presente trabajo de investigación, estudiar las implicaciones del comercio sobre expresiones culturales como las artesanías en la ciudad de Pasto, motivó el acercamiento a la realidad específica de la comunidad artesanal Kamëntšá del municipio de Sibundoy Alto Putumayo, razón por la cual el texto que a continuación se presenta referencia frecuentemente aspectos característicos de dicha comunidad, estas referencias constituyen el resultado de una investigación, que si bien no se encontraba estipulada en el proyecto de investigación, para la elaboración de este informe final constituyó una fuente vertebral hacia la comprensión de las relaciones que el mercado tiene con la cultura, con las culturas.²

Para este trabajo los antecedentes fueron, entre otros, monografías de pregrado y posgrado, se menciona a continuación unos de ellos con el fin de ilustrar al lector algunas perspectivas desde las cuales se están realizando investigaciones sobre artesanías:

En “La tradición disidente: aporte para una reflexión crítica sobre las artesanías”, la estudiante de antropología de la Universidad de los Andes, Verónica Montero Fayad, interpreta los cambios que las artesanías tienen de acuerdo a las formas en que ellas son apropiadas, entre otras razones, el cambio de contexto de donde se producen, a los lugares finales de su comercialización, este proceso se encuentra mediado por las dinámicas del consumo y transforman los objetos artesanales en mercancías. El espacio abordado por la investigación es la empresa estatal Artesanías de Colombia con sede en la comunidad artesanal de La Chamba, caserío perteneciente al municipio de El Guamo, departamento del Tolima, cuya tradición artesanal es la cerámica.

Respecto a la relación entre el diseño y la artesanía se consultó el trabajo “Artesanía y diseño: construyendo una Colombia de calidad de exportación. Imaginarios del patrimonio, identidad e industria cultural en el proyecto Identidad Colombia de Artesanías de Colombia”, en el se establecen y analizan los imaginarios que se presentan dentro de la fusión artesanías y diseño en el proyecto “Identidad Colombia”; de igual manera se establece que en dicha fusión se presentan relaciones dialécticas de inclusión/exclusión y de autoridad.

² En articulación con la profesora y estudiante de doctorado, Gloria Barrera Jurado y los investigadores, abogados, Juan Jacanamijoy y Yesica Pérez, el señor Marcial Jacanamijoy y artesanos indígenas de la comunidad, se vienen adelantando una serie de actividades encaminadas hacia la protección del arte manual Kamëntšá, como hacia el reconocimiento cultural de sus artesanos, cabe mencionar el primer seminario taller sobre “Derechos de propiedad intelectual sobre el conocimiento tradicional de los pueblos indígenas de Colombia”, desarrollado los días 19, 20 y 21 de Noviembre de 2010 en el cual se presentó los avances de la presente investigación; en este año, el equipo de investigación realizó los días 4 y 5 de Marzo el conversatorio “Patrimonio cultural inmaterial de la nación” dentro del cual se llevó a cabo un homenaje a los maestros artesanos más representativos de la comunidad Kamëntšá.

Esta investigación analiza los aspectos culturales implícitos en torno a la relación artesanía y diseño en los productos finales, así como las repercusiones de dicha fusión, proceso que en realidad es un “choque” de dos mundos constituidos por relaciones, prácticas e identidades diferentes. Para esto “la investigación se desarrolla a partir de los análisis detallados de los imaginarios que los diseñadores y los organizadores del proyecto están teniendo sobre las artesanías, el diseño de modas y la forma de combinar estos dos”³.

Como resultado, la investigación demuestra que los diseñadores se conciben a sí mismos como una especie de autoridad frente a la artesanía en las siguientes situaciones: la visión comercial, el carácter internacional, la innovación y la individualidad. El imaginario del diseñador hace que éste se vea a sí mismo como un artista moderno y actual. Características que entre otras hacen ver a la artesanía como un opuesto al diseño. Con las caracterizaciones realizadas del diseño y la artesanía, éstas se perciben en términos de carencia, estableciéndose de esta manera una relación dialéctica, que permite a la investigación el análisis de imaginarios a través del análisis de opuestos.

Para un diseño de calidad de exportación las artesanías aportan el carácter diferenciador en tanto manifestaciones auténticas, productos exóticos; los/as artesanos/as proporcionan elementos específicos requeridos por el diseñador: formas, colores, texturas para elaborar piezas de moda de calidad de exportación, la artesanía es un recurso con el que cuentan los diseñadores para elaborar sus creaciones; aunque la intención del proyecto es sacar adelante la artesanía, los imaginarios de los diseñadores evidencian el juego de autoridad y exclusión.

En la ciudad de Pasto existen varios trabajos sobre el sector artesanal, principalmente en el programa de economía de la Universidad de Nariño, dentro de ellos se consultó el proyecto denominado “Estudio socioeconómico de los talleres artesanales de Barniz, cuero, madera y tamo en la ciudad de Pasto”, dicho proyecto pretendió “determinar las características generales de los talleres artesanales dedicados a la producción en: Barniz, cuero, madera y tamo de la ciudad de Pasto, teniendo en cuenta factores socio-económico y técnico-productivos para el año 2006”.

La investigación da cuenta de características generales del sector artesanal para el año 2006 como son: Identificación (distribución de talleres por comunas, tiempo de funcionamiento, el espacio físico en que se ubican, el tipo de propiedad del artesano respecto al taller, el tipo de organización); aspectos laborales (tipos de parentesco entre los trabajadores del taller, número de trabajadores por taller, edad de trabajadores, nivel educativo, tipos de contrato, capacitaciones de

³ SALAZAR ANGARITA, Daniel. Artesanía y diseño: construyendo una Colombia de calidad de exportación. Imaginarios del patrimonio, identidad e industria cultural en el proyecto Identidad Colombia de Artesanías de Colombia. Bogotá: Universidad de los Andes, 2006. p.5.

operarios de talleres y las instituciones a cargo, entidades gremiales); estructura productiva (registros mercantiles, volumen de ventas, tipos de producción, tiempos de producción, controles de calidad); competitividad (mercados a los cuales se venden los productos, canales de distribución, publicidad, determinación de precios, insumos, cuentas corrientes, créditos); ingresos (ingresos brutos, ingresos netos); desarrollo productivo (proceso de producción, manejos de maquinaria en los talleres); como también los principales problemas que afronta el sector artesanal de la ciudad de Pasto.

En el departamento de sociología de la Universidad de Nariño, existen dos proyectos de investigación sobre artesanía: “Comprensión de las dinámicas socioculturales de los/as artesanos/as informales, ubicados en el pasaje Corazón de Jesús, residentes en la ciudad de Pasto, Departamento de Nariño”, es un proyecto de tesis que pretende generar aportes teóricos y prácticos alrededor del mundo de las estéticas y las políticas que atraviesan las singularidades de las minorías culturales, como es el caso de los/as artesanos/as informales de la ciudad de Pasto. Investigación cualitativa cuya metodología es la etnografía, este trabajo fue desarrollado por Marco Luis Gómez y Ángela Sánchez y otro sobre “El trabajo artesanal en la comunidad caméntsá del Valle de Sibundoy, Departamento del Putumayo en el año 2007” esta investigación la realizó la socióloga Lupe Cerón y realiza una descripción sobre las principales técnicas artesanales presentes en la comunidad, junto a las implicaciones sociales de las mismas.

Una vez realizados: la revisión bibliográfica de los antecedentes, el trabajo de campo, se empieza la elaboración de este informe final de investigación.

Artesanía en Pasto: un juego entre la cultura y el mercado, enfoca su atención en las artesanías que se ofrecen en los centros de comercialización de la ciudad, sean: tiendas, puestos de mercados populares, salas de exhibición, entre otros, estos espacios evidencian un principio fundamental de la economía simbólica mundial: la circulación. Al igual que otros objetos, las artesanías también circulan y traspasan fronteras hasta volverlas accesibles para el ciudadano universal, cuando el lector recorra el primer capítulo de este informe entenderá como estos objetos hacen sentir su presencia en diferentes niveles de producción: local, departamental, nacional e internacional.

El comercio de artesanías en la ciudad de Pasto se desarrolla en los siguientes escenarios: tiendas artesanales, talleres de artesanías, plazas de mercados de la ciudad (El Potrerillo, Los Dos Puentes y el Mercado del Tejar principalmente) e instituciones que fomentan el sector artesanal (Laboratorio Colombiano de Diseño, Oficina de turismo Departamental). Estos lugares, además de ser escenarios materiales para los circuitos de consumo urbano de artesanías, evidencian la interculturalidad, permitiendo a consumidores el acceso a objetos simbólicos de diversas culturas.

A partir de la caracterización sociocultural de los espacios en donde se comercializa artesanías, y, entendiendo que es en estos espacios en donde el mercado se manifiesta como una institución reguladora de comportamientos, de formas de hacer, de sentir y en el caso de las artesanías, en las formas de pensarlas, de producirlas, de circularlas y de consumirlas, se presenta entonces un segundo capítulo denominado “Reflexiones Sobre La Artesanía Y Sobre Su Produccion cultural”, como un primer acercamiento al concepto de artesanía y a los procesos que ella implican, todo esto a la luz de una economía mundial que determina simbólicamente como operan dichos procesos.

“Expresiones De La Globalización En Procesos, Espacios Y Actores Relacionados Con Las Artesanías”, nombre del tercer capítulo reflejará de manera sencilla las expresiones en que el mercado resignifica las artesanías: la globalización y sus lógicas de consumo, vienen transformando parcialmente los significados de la artesanía como un objeto simbólico hasta convertirla en un elemento de consumo.

Se establece alrededor de ellas una relación de consumo ya no sólo como necesidad de representación simbólica, sino inducida por la producción socio-cultural de determinados gustos y comportamientos. Se presentará el caso particular de integración cultural entre dos comunidades artesanales (barnizadores de Pasto y talladores de madera de la comunidad indígena Kamëntšá) como un fenómeno en el cual el mercado, como los flujos de información inciden en la producción de artesanías.

Una vez identificados los problemas, como un aporte a su solución, se presenta en “Voces que rodean las artesanías”, una serie de textos: entrevistas, relatos, que hacen parte la revisión general, de encuentros y sugerencias de personas interesadas en la temática propuesta, que pretenden dar visiones, sobre la importancia que las artesanías tienen para los/las artesanos/as, como para comunidades artesanales, formas de apropiación y significación que pueden dar pistas a quienes nos encontremos vinculados con realidades artesanales específicas.

En el ámbito personal este ejercicio hace parte de un gusto por las artesanías y otras expresiones culturales de la ciudad y el departamento; por tanto, constituye también la expresión de como se involucra la experiencia personal, espiritual y vital con la experiencia académica (también vital). Reconozco en la sociología de la cultura un espacio donde se entrecruzan dos tipos de producciones: la investigación y los actos creativos.

Los resultados de la presente investigación pretenden constituirse en un aporte significativo a los procesos de protección de las artesanías y los/as artesanos/as, en una herramienta de información para posteriores investigaciones, en documento de referencia para las diferentes instituciones encargadas de diseñar y promover políticas públicas dirigidas al sector artesanal, en apoyo y guía para

asesores, facilitadores y acompañantes de procesos reivindicativos como mecanismos de protección de comunidades artesanales y articulado con otras investigaciones y demás iniciativas contribuya al fortalecimiento del patrimonio artesanal colombiano.

1. CARACTERIZACIÓN SOCIOCULTURAL DE LAS TIENDAS ARTESANALES DE LA CIUDAD DE PASTO

San Juan de Pasto es ciudad capital del departamento de Nariño, se encuentra ubicada en el sur de Colombia. Pasto está dividida en dos zonas: la zona urbana (comunas y barrios) y la zona rural (corregimientos y veredas).

Esta ciudad goza de unos atractivos particulares para constituirse como un lugar privilegiado de producción y reproducción de artesanías:

La herencia de las habilidades manuales de las comunidades anteriores a la conquista evidencia la riqueza estética que en esta zona del continente se desarrolla, la alfarería de los pueblos Pastos y Quillacingas, la orfebrería de la costa nariñense y la cestería de gran parte de la región; son prueba de aquellas habilidades milenarias. Desde la colonia, la ciudad de Pasto es reconocida por la rica producción de bienes artesanales, los españoles indujeron las habilidades y los oficios relacionados con la madera, formando talladores, carpinteros, ebanistas y demás artesanos/as relacionados con el arte suntuario principalmente.

En tiempos de la colonia en los Andes, el espacio fue reorganizado, de acuerdo al control territorial, político, económico, social, religioso y cultural que España implantó, dicho control se materializó en la creación de centros de administración religiosos y económicos como catedrales, conventos, casas e inmuebles suntuarios. Para la realización de dichos centros llegaron de España carpinteros, ebanistas y talladores, pero debido a que la mano de obra era insuficiente “estos artesanos enseñaron a la población indígena los diversos oficios y modelos con las características exigidas según las ordenanzas de procedencia española”⁴. Prueba de lo mencionado lo constituyen esculturas en madera de algunos templos y balcones de casas antiguas de la ciudad.

El encuentro entre estos tipos de herencia hace que Pasto se caracterice por una variedad artesanal expresada en el barniz de Pasto, el enchapado en tamo, la tejeduría, la cestería, la cerámica, el repujado en cuero y demás expresiones artísticas que se vienen desarrollando como reivindicaciones de culturas tradicionales y otras como adaptaciones a los nuevos tiempos.⁵

⁴ QUIÑONES AGUILAR, Ana Cielo y BARRERA JURADO, Gloria Stella. Conspirando con los artesanos: crítica y propuesta al diseño en la artesanía. 1ra ed. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana, 2006. p.86.

⁵ Cabe destacar el papel que han jugado instituciones como Artesanías de Colombia en las maneras y técnicas de producción de artesanías.

De acuerdo al Censo Económico Nacional sobre el sector artesanal, realizado por Artesanías de Colombia entre 1992 y 1994, 260.000 personas producen artesanías, lo cual representa el 15% de la población ocupada de la industria manufacturera. De este porcentaje total, la mayor concentración se ubica en los departamentos de Nariño: 14,34%, Sucre: 10,06%, Córdoba: 9,34%, Boyacá: 8,43%, Cesar: 6,95%, Atlántico: 6,52% y Tolima: 5,15%.⁶

De acuerdo a esta información se puede percibir como la población nariñense ocupa un lugar importante dentro de la producción artesanal colombiana.

En la actualidad, Pasto es, dirigiéndose hacia el sur, la última ciudad capital de Colombia y su cercanía con el Ecuador le permite acceder y ser lugar de paso de objetos culturales provenientes de los países andinos. Además es una ciudad intercultural al borde de la globalización, condición que asegura que por esta se encuentren fluyendo constantemente turistas, objetos, información y mensajes que hacen atractiva la relación cultura y mercado alrededor de los objetos culturales denominados artesanías.

La ubicación general nos permite entrar a relacionarnos con el tema de investigación propuesto. Para esto se hace necesario remitirnos a la figura en que estos, objetos simbólicos o artesanías se insertan en el mundo del mercado, esto es, su comercialización.

“El aporte étnico, vinculado a la artesanía contemporánea, ya no está en la carga cultural del objeto, sino a nivel de la compleja interacción nacida de su comercialización”⁷. La comercialización es el recurso que posibilita la interacción entre las sociedades tradicionales, las comunidades artesanales urbanas, campesinas e indígenas y los/as artesanos/as con el turismo y la economía de mercado.

1.1 CENTROS DE COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS PASTO

Espacios físicos y/o virtuales en los que se puede adquirir artesanías, en dichos espacios los sujetos experimentan el contacto con objetos simbólicos provenientes de diversas partes de la región, el país y el mundo.

⁶ Disponible en Internet: http://www.sinic.gov.co/OEI/paginas/informe/informe_51.asp [citado el 20 de septiembre de 2010].

⁷ ARIEL DE VIDAS, Anath. La memoria textil en el recuerdo de los andes. 1^{ra} ed. Quito: Abya Yala, 2002. p.118.

Pueden ser:

Tiendas de artesanías: configuran los circuitos de consumo urbano de estos objetos, algunas se dedican a la comercialización, otras incluyen el taller en el mismo espacio, los lugares de ubicación son variados, puede ser en casas de habitación, puestos en los mercados, locales dentro de centros comerciales, entre otros.

Talleres de artesanías: espacio en que los/as artesanos/as realizan la transformación de los materiales y la elaboración de las artesanías, puede ubicarse en los lugares de vivienda o en lugares diferentes al hogar.

Espacios Institucionales: reconocidos como salas de exhibición y venta de artesanías, se ubican en instalaciones de organismos y entidades oficiales o privadas encargadas de la promoción, difusión y el fomento de las artesanías.

Ferias artesanales: Eventos públicos o privados que se han posicionado como una importante oferta cultural de entretenimiento en el país, hasta parecer indisoluble la relación turismo y artesanía.

Espacios virtuales: de estos hacen parte páginas web, blogs, espacios en redes sociales dedicadas a la promoción y venta de artesanías.

Para la identificación de los espacios y los/as actores/as la investigación tuvo en cuenta la siguiente información:

Base de datos sobre centros de comercialización de artesanías obtenida en cámara de comercio de Pasto, información sobre comercio de artesanías en Internet, sondeo entre investigadores y conocidos sobre los espacios reconocidos socialmente en la ciudad.

Una vez reconocidos los espacios de comercialización⁸, realizada la caracterización por separado, se elaboró la siguiente clasificación de acuerdo a características compartidas como tipos de artesanías ofertados, lugar de ubicación y criterios de reconocimiento social, entre otros.

1.1.1 Artesanía tradicional, espacios populares y turismo. En esta categoría están aquellos espacios en que se venden artesanías provenientes de los

⁸ De 54 tiendas identificadas gracias a bases de datos, información por internet y recorridos, se realizó la visita de campo, previa concertación con los propietarios o trabajadores de veintidós centros, se encontró que gran parte de las tiendas registradas como tiendas de artesanías no lo son, por ejemplo Distriespumas y por otro lado cabe destacar que no todos los propietarios estuvieron dispuestos a recibir la visita, por otro lado se descartaron algunas tiendas por compartir características de ubicación como de objetos ofertados y la zona de ubicación.

sectores de la ciudad, próximas a ella y de varios municipios del departamento de Nariño. Los lugares incluyen puestos de artesanías de las principales plazas de mercado, como la tiendas tradicionalmente reconocidas en la ciudad y talleres de artesanías de barrios y corregimientos.

a. Plazas de mercado. En las secciones de raleo de las principales plazas de mercado⁹ de la ciudad como el Potrerillo y Los Dos Puentes se encuentran los puestos de ventas de artesanías cuya oferta principalmente se encuentra descrita en el siguiente cuadro:

Cuadro 1.

Técnica	Objetos	Lugares de Origen	Significado
Cerámica	Maseteros, ollas, platos, callanas.	Barrios de la ciudad: Santa Matilde, La Floresta, Corazón de Jesús. De otros departamentos: municipio de la Chamba-Huila.	Objetos utilitarios.
Madera	Tablas para picar, bateas, cucharas.	Corregimientos del municipio: Gualmatán, Jongovito, Obonuco.	Objetos utilitarios
Cestería	Canastos de diferentes formas y tamaños y esteras.	Corregimiento de Genoy. Municipios de Nariño como Buesaco y la Cruz. De otros departamentos: Tenza Boyacá.	

Fuente: Esta investigación.

Además de los productos mencionado en estos puestos se puede conseguir piedras de moler, lazos, esteras, cedazos, escobas de iraca, mochilas y sombreros de Sandoná, cazuelas, ollas y bandejas de cerámica de la Chamba Huila, mesas de madera del Patía Nariñense.

⁹ Las plazas de mercado de la ciudad son centros de intercambio de productos de la región que van desde productos agropecuarios, ropa, plantas medicinales, chatarra, hasta nuestro centro de atención: las artesanías. Ubicación: el mercado El Potrerillo se encuentra en el oriente junto al terminal de transportes y el mercado de los dos puentes se encuentra en el centro de la ciudad.

Se puede percibir que los objetos que se encuentran en estos sitios son en su mayoría utilitarios y funcionales, de origen local y arraigados a la producción artesanal tradicional de la ciudad, de precios muy bajos y por tanto la inquietud para el lector de los precios de adquisición por parte del comercializador.

En su mayoría los puestos son adquiridos por tradición familiar y en el caso del Potrerillo provienen de la antigua plaza de mercado del centro, donde hoy se ubica el Banco de la República.

Respecto a la relación establecida con los/as consumidores/as, por ser la mayoría de estos objetos de carácter utilitario, casi no se presentan diálogos de indagación respecto a los orígenes, la adquisición se lleva a cabo por gusto y practicidad, , ejemplo los maseteros gustan más si son decorados, se buscan los canastos para colocar los huevos, el pan, las cazuelas no solo se buscan como objeto para servir los alimentos sino para hacer atractiva la venta de manjares y bocadillos de la región, las mesas del Patía se utilizan para establecimientos públicos como bares y restaurantes.

Las formas de conseguir los objetos son: mediante pedido, directamente con los/as artesanos/as, quienes llevan los objetos a los mercados generalmente, como también mediante intermediarios que adquieren directamente con los artesanos/as (campesinos y de la ciudad) y posteriormente los venden a comercializadores de mercados -se habla de objetos revendidos-, algunos puestos de Los Dos Puentes compran artesanía en el mercado de El Potrerillo por ser este el más grande centro de acopio en los que respecta a cerámica y cestería.

Las épocas en que más se vende son en vacaciones por el movimiento turístico, Diciembre es muy significativo, por ejemplo las canastas son buscadas para elaborar anchetas de regalos, en general todo el año hay permanente venta de productos.

Mercado el Potrerillo. En la sección de raleo del mercado el Potrerillo se encuentran alrededor de ocho puestos cuya oferta varía desde la cestería, cerámica, objetos en madera hasta objetos como las mechas utilizadas para encender el carbón, estos puestos dan cuenta de los elementos tradicionales de la región.

Fotografía 1. Mercado el Potrerillo



Fuente: esta investigación

Fotografía 2. Objetos utilitarios en madera y cerámica.



Fuente: esta investigación

En la misma zona del mercado podemos encontrar cerámica que es trabajada en diferentes objetos utilitarios así como el trabajo en madera en diferentes objetos.

b. Sector de Bomboná. El Sector de Bomboná es reconocido en la ciudad como un centro comercial y artesanal con precios relativamente cómodos para los/as consumidores/as, ofertando una amplia variedad de productos que van desde los abarrotes, alimentos, mercancía diversa como textiles, juguetería, zapatería y artesanías.

En el Centro comercial Bombona ubicado en calle 14 N 28-109, se encuentran algunas tiendas de artesanías, otras en calles y carreras próximas a este espacio, al interior de dicho centro existen alrededor de 6 locales de ventas:

Cuadro 2.

Técnica	Objetos	Lugares de origen	Significado
Barniz de Pasto	Platos, bomboneras, cofre, cajas. Portavasos.	Barrios de la ciudad.	Diseños paisajísticos y florales inspirados en el medio natural.
Enchapado en tamo	Jarrones, aretes, collares, cofres.	Barrios de la ciudad.	
Repujado en cuero	Baúl, botellas, servilleteros, individuales y porta vasos.	Barrio Pandiaco.	
Talla en madera	Rostros de Jesucristo, borrachos, campesinos, músicos.	Municipios del departamento: Consacá, Túquerres. De otros departamentos: máscaras y bancos tradicionales de Sibundoy Putumayo. De otros países: Ibarra-Ecuador, Otavalo- Ecuador.	
Tejeduría (manual e industrial)	Bufandas, chales, gorros. Sombreros e individuales en paja toquilla.	Comercializadoras artesanas. Elaboración industrial de Ecuador, Corea y la India. Sandoná	
Cerámica	Carros, jarras, hongos y animales en miniatura.	Corregimientos de la ciudad.	

Fuente: esta investigación

Los productos que acá son ofertados responden a la demanda turística, en su mayoría es producción en serie requerida por los comercializadores, de origen local, provenientes de sectores populares de la ciudad, y en menor medida de

municipios del departamento y de algunas ciudades del Ecuador como Ibarra y Otavalo.

Fotografía 3. Barniz de Pasto.



Fuente: esta investigación.

Patos decorados con barniz ubicados en la Tienda Yalti.

Algunos locales son de tradición familiar, cuyos primeros propietarios fueron artesanos. Con el tiempo el oficio fué desapareciendo y surgieron, en cambio, talleres donde se proporcionan a los trabajadores los materiales necesarios. “Nosotros tenemos talleres de torno, madera en blanco, nosotros les damos a ellos el material y ellos los decoran.”¹⁰

La época en que más se vende es fin de año porque responde a la época donde existe más afluencia de turistas y éstos buscan objetos de recuerdo para llevar a sus lugares de origen, preferiblemente lo que más representan a la zona: la artesanía tradicional: barniz de Pasto, enchapado en tamo y repujado en cuero.

En las zonas alrededor del centro comercial se encuentran aproximadamente ocho tiendas artesanales cuya característica es el ofrecimiento conjunto de objetos de barniz de Pasto, objetos de cuero que pueden ser chaquetas, bolsos, billeteras y objetos de arte suntuario tales como esculturas talladas en madera, cuadros, entre otros.

Por compartir características, se describe a continuación tres de ellas:

¹⁰ Entrevista realizada a la comercializadora Sonia Montenegro, en uno de los locales al interior de Bomboná, realización, desarrollo y transcripción Tatiana Paz. Archivo 38. 19 de Marzo de 2010.

- **Artesanías San Sebastián:**

Fotografía 4. Artesanías San Sebastián



Fuente: esta investigación

Tienda donde se comercializa los objetos que el artesano y su familia realizan en su taller.

En esta tienda se comercializan objetos que el artesano elabora en el taller ubicado en su casa de habitación. Las técnicas que trabajan son: enchapado en tamo, barniz de Pasto, talla en madera, acabados en corteza de árbol, trabajos con totora, las materias primas con que trabaja provienen de municipios de Nariño: la totora del Encano, el látigo de Sandoná, el tamo del Cebadal en Tangua, las tallas en madera del Valle de Sibundoy y la resina mopa-mopa de Mocoa Putumayo.

El artesano José Ignacio Lucero considera que su estrategia de venta es la innovación, puesto que en el sector de Bomboná siempre se encuentran los mismos objetos, la innovación permanente permite estabilidad en sus ventas.

La época en que son mejores las ventas son vacaciones y carnavales y la mayoría de compradores son turistas y respecto a este aspecto manifiesta que:

“Aquí es muy mal pagado todo, la gente no entiende el valor de un trabajo hecho a mano, la gente del interior, el antioqueño, el costeño, el caleño, el bogotano sí entiende el valor de una artesanía, el extranjero. Uno se mantiene con la calidad porque el cliente ya sabe que aquí es mejor que el de la esquina”¹¹

¹¹ Entrevista realizada al artesano José Ignacio Lucero, realización, desarrollo y transcripción Tatiana Paz. Archivo 10. 26 de Enero de 2010.

De la relación que se establece con el consumidor, el artesano manifiesta que algunos manifiestan inquietud en cómo se elaboran los objetos, se establece un así un diálogo “de acuerdo al producto que lleve, si es en tamo se le dice que se recoge de los trigales, se saca el tamo se lo procesa, se saca la lámina se lo recorta, se lo quema, es como armar un rompecabezas y se decora el artículo.”¹²

- **Casa del Barniz.** Ubicada en el centro comercial Nariño (Cra. 28 n 15-16) esta tienda es encargada de comercializar los objetos que elaboran artesanos pertenecientes a la cooperativa de artesanos Casa del Barniz, la primera organización de barnizadores de la ciudad.

La tienda estuvo ubicada anteriormente en la calle 13 con 25, en el barrio Santiago, esta zona es reconocida por la tradición artesanal, pero según el comercializador por problemas de mercadeo la tienda tuvo que desplazarse al sector turístico de Bomboná, manifiesta que los turistas son quienes más valoran la artesanía, el traslado hacia este sector implicó para los/as artesanos/as mayor exigencia en los productos, en los diseños y en los objetos para entrar a competir con la artesanía que se ofrece en el sector, estos diseños se realizan de acuerdo a las sugerencias de los/as consumidores/as y a la inspiración que resulta de las salidas a ferias en otras ciudades del país.

Respecto a la elaboración y comercialización de los objetos el comercializador dice que:

En este momento la cooperativa lo que hace es según las necesidades de la tienda o de los pedidos se contacta a los artesanos y les suministra la materia prima y les paga la decoración, ya sea para exhibir o para cumplir con algún pedido, el artesano no tiene la seguridad de vender sus productos en un cien por ciento; el artesano tiene que buscar otras fuentes de mercadeo para subsistir, ya que son personas que viven en estratos bajos y esta actividad les brinda únicamente el sustento diario.¹³

¹² Ibíd.

¹³ Entrevista realizada al comercializador Giovanni Nasmuta, encargado de la casa del barniz en la tienda. Realización, desarrollo y transcripción Tatiana Paz. Archivo 12, 14 y 15. el 28 de Enero de 2010.

Fotografía 5. Fachada Casa del Barniz



Fuente: esta investigación

Centro Comercial Nariño donde existen alrededor de cinco locales de ventas de artesanía, esta es la fachada de la tienda de la Casa del Barniz.

Cuadro 3.

Técnica	Objetos	Lugar de origen	Significado
Barniz de Pasto	Virgenes campesinas, porta recibos, porta vasos, máscaras, platos,	Barrios: Panorámico, Obrero, Corazón de Jesús, Agualongo, Tamasagra, Chapal, La Minga, El Progreso, Santiago y de los corregimiento de Obonuco, Catambuco, Tescual, La Laguna, Jongovito, Mocondino.	Los diseños y las técnicas de los objetos presentes en esta tienda obedecen a las formas en que el barniz de Pasto ha evolucionado respondiendo a los diversos momentos históricos.
Enchapado en tamo	Cajas, cofres, jarrones	Los mismos barrios de la ciudad.	

Fuente: Esta investigación

Aparte de estos objetos también hay máscaras Ingas del Valle de Sibundoy con acabado en Barniz de Pasto y bancos tradicionales de la cultura Kamëntšá de Sibundoy Putumayo, según el señor Giovanni.

Las máscaras encierran otro significado, son talladas por los indígenas de Sibundoy, la cultura Inga, los gestos que representan tienen mucho significado porque reflejan el estado de ánimo de las personas, por eso la diversidad de gestos es enorme, en Sibundoy tallan lo que a ellos les nace, aquí en Pasto también tallan máscaras pero ellos las copian y así no tienen un significado propio o cultural sino algo más comercial, pero al decorarlas con barniz ya le da el significado cultural.¹⁴

Fotografía 6. Máscaras acabadas con la técnica del barniz de Pasto



Fuente: esta investigación

La época de mayor venta es en Diciembre y en vacaciones, y como una estrategia de venta manifiesta el comercializador que a los/as consumidores/as “no sólo les mostramos el producto sino que les proyectamos un video o les explicamos con fotografías, cuando la gente ve una obra en barniz cree que es pintura, entonces le explicamos lo que es un barniz, le damos la opción de mirar el proceso en vivo, lo enviamos a un taller, él puede ver y a las señoras se les pinta las uñas en barniz.”¹⁵

A nivel nacional la cooperativa comercializa artesanías en Bogotá, Medellín, Cartagena y Bucaramanga.

¹⁴ Ibíd.

¹⁵ Ibíd.

- **Artesanías Saldaña.** En esta tienda se comercializa los productos elaborados por la familia Saldaña, cuyo taller se ubica en el barrio Chapal. La tienda es el lugar de comercio de los objetos que produce la familia, por tanto responde a una tradición cultural, dentro de la producción artesanal se puede observar que está determinada por fenómenos sociales, por ejemplo para carnavales se producen los cuyes carnavales, para los aficionados al fútbol se realizan las botellas con nombres de los equipos.

La tienda ofrece variedad de objetos como enchapados en tamo, objetos en imitación cuero como botellas, portavasos, individuales, tallas en madera como rostros provenientes de Buesaco, individuales en iraca de Sandoná, muñecas de barbacho de coco de la costa pacífica Nariñense, chivas en cerámica de San Pablo y a nivel nacional cerámica de la Chamba Huila.

Las tiendas mencionadas reflejan claramente la relación que el turismo tiene con las artesanías, en el siguiente capítulo se abordará de manera detallada como esta expresión de la globalización incide en las concepciones que de la artesanía existen.

La categoría artesanía tradicional, responde por un lado a aquellos rasgos de la artesanía que se heredan de un pasado configurador de hábitos y técnicas, como también a una visión externa, la de los compradores y turistas por ejemplo, quienes tienen presente en su imaginario la existencia de espacios considerados como portadores de conocimientos tradicionales, desde esta segunda óptica se presentan a continuación las siguientes tiendas:

- **Cooperativa de artesanos Ecotema:** La tienda La Guaneña es encargada de comercializar productos elaborados por artesanos/as pertenecientes a una cooperativa, el taller de producción se ubica en la calle 30 N 19-129, en el barrio Corazón de Jesús y la tienda se encuentra en la calle 17 N 24-77 en el centro de Pasto.

Los objetos que allí se pueden encontrar son: chales, chalecos, ruanas, bufandas, colchas, bolsos, mochilas, sacos, tarjetas y demás productos con acabados en bordados a mano, y muy arraigados a la tejeduría en sus diferentes técnicas: corché, macramé, telar, máquinas semi industriales, fileteadoras y acabados a mano.

Las épocas en que más se vende son Enero, Diciembre y Junio, esto es época de vacaciones, por tanto los mayores compradores manifiesta la comercializadora son turistas. Además de la tienda los productos de la cooperativa se comercializan en los siguientes lugares: Bogotá, Medellín, San Andrés, Barranquilla y Cartagena principalmente, puesto que en Pasto solo se vende los productos más baratos.

Respecto al interés de los/as consumidores/as por los objetos, manifiesta la comercializadora “Las personas que vienen preguntan cómo se hace, de qué material está hecho y lo que más buscan es la lana”¹⁶, como también los diseños, por esto los acabados que se realizan a los productos tienen mucha relación con lo paisajístico y con el turismo: “Con los bordados se promueve el turismo de Nariño, se plasma en el bordado sitios turísticos como la Cocha, el Galeras, las Lajas.”¹⁷

- **Arte típico Santacruz:** Tienda ubicada en la calle 13 N 23-62 en el Barrio Santiago, reconocido tradicionalmente por la presencia de artesanos, carpinteros y artistas.

Los productos que se encuentran en esta tienda son: en nivel local jarrones, bomboneras y demás productos enchapados en tamo, realizados por obreros que trabajan para esta tienda y también por la artesana y comercializadora, dueña de la tienda.

A nivel nacional los objetos son obtenidos en las ferias, dichos espacios son los principales para hacer contactos e intercambios, por ejemplo expoartesanías, feria en la cual la artesana participa anualmente.

Al igual que otras tiendas la mayoría de ventas, pedidos y la dependencia se encuentra en ciudades como Bogotá, Medellín y Cartagena.

¹⁶ Entrevista realizada a la comercializadora Raquel Ojeda en la tienda Ecotema, realización, desarrollo y transcripción Tatiana Paz. Archivo 37. Marzo 19 de 2010.

¹⁷ *Ibíd.*

Fotografías 7 y 8. Arte típico Santacruz



Fuente: esta investigación

Al interior de la tienda se destacan dos espacios, uno de artesanías producidas por la artesana y propietaria y otro de objetos que se traen de eventos artesanales como ferias, en la fotografía se observan los objetos producidos por el taller.

Otras tiendas con reconocimiento social en la ciudad son: Rincón Típico Nariñense dedicada a la comercialización de artesanías de carácter local y departamental, principalmente cerámica y cestería; Obando's, sala de exhibición de objetos en barniz de Pasto, ubicada en la calle 13 con 25, esquina, de carácter familiar.

1.1.2 Turismo e Instituciones de fomento. Espacios de exhibición y venta de artesanías de instituciones oficiales encargadas del fomento y promoción. Los objetos que en estos espacios se encuentran provienen de sitios de la ciudad como del departamento.

- **Oficina de turismo.** Ubicada en el centro de la ciudad, en la calle 18 N 25-25, ofrece, dentro de de las actividades de dinamización del turismo un espacio de exhibición y venta de artesanías, destacando que ellas constituyen un valor agregado al turismo.

Fotografía 9. Fachada Oficina de turismo



Fuente: esta investigación

Este espacio brinda la posibilidad de conocer la obra de diferentes artesanos/as, durante un tiempo determinado que varía de 15 días a un mes

En la oficina de turismo existe un espacio que se destina a la exhibición de artesanías, para esto se convoca a artesanos/as a exponer durante un tiempo determinado y los/as consumidores/as, en su mayoría turistas, adquieren los productos en este lugar, el dinero es entregado a los y las artesanas, manifiesta la directora de la oficina.

Los/as artesanos/as provienen del municipio de Pasto, como de los municipios del departamento de Nariño, principalmente Belén, Chachagui, Berruecos, Arboleda, Consacá, Sandoná, en los últimos tiempos la oficina ha ampliado la convocatoria a la mayoría de municipios.

Para esta oficina la relación artesanías-turismo, se encuentra enmarcada en los programas que desarrolla, es el caso de “*Más nariñenses viajando por Nariño*”, programa que en el año 2009 convocó a 20 municipios y en el año 2010 amplió su convocatoria a 30 municipios. Primeramente se realiza vistas a los municipios para destacar los atractivos turísticos como lugares y expresiones culturales como las artesanías. “La artesanía es parte de la cadena del turismo y al comprar fortalecemos la economía de la región”¹⁸

- **Artesanías de Colombia.** En la ciudad de Pasto, la entidad Artesanías de Colombia tiene presencia institucional mediante el centro de desarrollo artesanas CDA, este se encuentra próxima a la zona comercial y turística de Bomboná,

¹⁸ Entrevista realizada a Doris Torres. Directora de la oficina de turismo, realización, desarrollo y transcripción Tatiana Paz. Archivo 53. 28 de Junio de 2010.

ubicada en la Carrera 27 N 12-89, barrio San Felipe, esta oficina cuenta con una sala de exposición y venta.

Fotografía 10. Fachada Artesanías de Colombia



Fuente: esta investigación

Establecimiento donde funciona la institución Artesanías de Colombia, en el primer piso funciona la sala de exhibición y en el segundo las oficinas del centro de desarrollo artesanal

Artesanías de Colombia es una institución encargada del fomento y promoción de las artesanías en el País, para ubicar el papel que esta institución cumple respecto a las artesanías se tiene que, desde sus inicios se desarrollan proyectos de asesoría y asistencia técnica cuyo objetivo se encuentra enmarcado en la “recuperación de técnicas y símbolos artesanales propios y distintivos del país y la cualificación del producto artesanal que permita colocarlo con más facilidad en los mercados, haciendo apetecible y creando nuevas motivaciones en los medios artesanales para depurar sus técnicas y ampliar la diversificación productiva”¹⁹.

En un contexto más general se tiene que las políticas de la entidad se determinaron “en el marco de una economía de mercado, en el contexto de modernización de las instituciones y de la reducción de la intervención del estado para lograr una mayor competitividad en una economía globalizada”²⁰

¹⁹ MINISTERIO DE DESARROLLO ECONÓMICO. La artesanía un esfuerzo para el desarrollo. Artesanías de Colombia Bogotá 1990. En: QUIÑONES AGUILAR, Ana Cielo y BARRERA JURADO, Gloria Stella. Conspirando con los artesanos: crítica y propuesta al diseño en la artesanía. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana, 2006. p.45.

²⁰ *Ibíd.*, p.7.

En 1996 se fundó el Laboratorio de Diseño para las artesanías y la pequeña empresa unidad de Pasto, asumiendo la cobertura de los departamentos de Nariño, Putumayo y Cauca por medio de un convenio interinstitucional en el cual participaron: Artesanías de Colombia, Gobernación de Nariño, Cámara de Comercio, Alcaldía de Pasto, Acopi, Fondo Mixto para la promoción de Nariño, Fundación Centro de Investigaciones -FUCIE-, Asociación escolar María Goretti, Contactor, Artemanos, Federación de artesanos de Nariño y Putumayo, Universidad de Nariño y el SENA.

Desde la llegada del laboratorio el objetivo fué la diversificación de los productos artesanales, principalmente el barniz “Preliminarmente los diseñadores habían detectado que los productos barnizados que se estaban haciendo eran los mismos propuestos desde hacía ya varios años, las figuras zoomorfas, las vírgenes, las bomboneras y las cajas de diversa índole, productos que aunque todavía tienen bastante demanda, se consideraba que al diversificar la oferta de productos se encontrarían nuevos nichos de mercado”²¹. Los servicios que se ofrecen en aquel tiempo son asesorías para elaborar nuevos productos en barniz de Pasto, enchapado en tamo, talla en madera, cerámica, aplicaciones en tela, tejeduría en lana, tejeduría en fibras como fique, tetera y paja toquilla.

En la actualidad artesanías de Colombia en Pasto hace presencia mediante el centro de desarrollo artesanal-CDA- encargado de desarrollar proyectos encaminados a: “fortalecer el sector artesanal bajo unos componentes que le permiten al sector tener un desarrollo integral, el componente más fuerte es el diseño del producto y esa fue la fase inicial del proyecto cuando se llamaba laboratorio colombiano del diseño”²², pero respecto a este objetivo y de acuerdo a investigaciones realizadas por las profesoras de diseño, Gloria Stella Barrera y Cielo Quiñones de la Universidad Javeriana, se tiene que:

Dentro de estas conceptualizaciones se mantiene el enfoque que se orienta privilegiando la innovación sobre la preservación, la adecuación del producto a la demanda del mercado sobre los valores de identidad, se incorpora además un planteamiento que hace énfasis en conocimientos científicos y tecnológicos dirigidos al artesano. Esto nos permite reflexionar que en esta propuesta no considera un dialogo de saberes entre el diseñador y el artesano, al contrario, se privilegian los conocimientos científicos tecnológicos sobre otras formas de conocimiento.²³

²¹ QUIÑONES AGUILAR y BARRERA JURADO. Op. cit., p. 81.

²² Entrevista realizada a Jorge Mejía, director del CDA Artesanías de Colombia, realización, desarrollo y transcripción Tatiana Paz, archivo 57. 28 de Junio de 2010.

²³ QUIÑONES AGUILAR y BARRERA JURADO. Op. cit., p. 58.

Esta primera parte va dando pistas hacia la comprensión de cómo la cultura se relaciona con el mercado, y, específicamente, cómo el surgimiento de instituciones cuyo objetivo supuesto es el apoyo al sector artesanal no hace más que introducir la producción artesanal, a las lógicas de producción de un mercado mundial que demanda nuevos productos.

Revisada a manera general los lineamientos políticos con los cuales opera la institución, se presenta a continuación la descripción los lugares y técnicas de los objetos presentes en la sala de exhibición de artesanías de Colombia: en este espacio se pueden encontrar objetos artesanales de acuerdo a la afluencia de los/as artesanos/as, al igual que la oficina de turismo son exposiciones en permanente cambio.

A nivel local hay objetos del barniz de Pasto, de tamo y manualidades realizadas por mujeres, sobre todo tejidos, estas artesanías se elaboran en talleres ubicados en barrios populares e históricamente reconocidos como productores de artesanías como San Felipe, Obrero, Corazón de Jesús y otros barrios surorientales.

A nivel Departamental se encuentran objetos repujados en cuero y de marroquinería elaborados en el municipio de Belén, trabajos en fique del Tambo, tejidos de Cumbal, y todos los objetos que tienen relación con la cadena de Iraca proveniente del municipio de Sandoná. Respecto a la producción departamental el director manifiesta que existen núcleos artesanales definidos que caracterizan la región en el ámbito artesanal:

En Nariño hay núcleos artesanales detectados, el núcleo más grande es el de Sandoná, en donde se concentran los comercializadores, hay como 7 mil tejedores de iraca de todas las veredas aledañas a la cabecera de los municipios que se encuentran alrededor del volcán Galeras, las mujeres salen los sábados al mercado y venden sus productos a los comercializadores, ellos se encargan de darle el acabado al sombrero y de comercializarlos, en el municipio de Linares están los cultivadores de la palma de iraca, ellos son quienes proveen de la materia prima al municipio de Sandoná y a los comercializadores, estos se encargan de tinturarla y entregarla a las tejedoras, ellas elaboran los sombreros, los devuelven a los comercializadores, ellos les dan el acabado final y son comercializados al interior del país. En la parte sur de Nariño están las tejedoras de lana, son comunidades indígenas ubicadas en Cumbal, Guachucal, Aldana, Carlosama y se dedican a la producción de chumbes, cuyos diseños se basan en la cultura indígena de la región, producen mochilas, ruanas, gorros y guantes, esto se debe al piso térmico, porque es una región muy fría y estos productos se consumen en el mercado local, la técnica que utilizan es el tejido en guanga.²⁴

²⁴ Entrevista realizada a Jorge Mejía. Op. cit.

Como se puede apreciar los orígenes de los productos son de carácter local y departamental.

Respecto a la forma de venta afirma el director: “Artesanías de Colombia no hace intermediación comercial, lo que hacemos es una labor de fomento y promoción, potenciamos los talleres y dejamos que ellos se encarguen de manejar los clientes que nosotros les conseguimos, este almacén no tiene un fin comercial sino de exposición de todas las técnicas de Nariño y también promocionar los proyectos que se financian para fortalecer el sector.”

Afirma también el director que el centro de desarrollo artesanal de Pasto se diferencia de otros centros desde el punto de vista que

En Nariño se encuentra concentrado el 70% de la población artesanal del país, este es el departamento más representativo artesanalmente, porque son técnicas que se han mantenido durante muchos años, como el barniz, el tamo y lo que tiene que ver con tejidos, este hecho quiere decir que el desarrollo de las cadenas artesanales son superiores a las del resto del país, porque la mayoría de asesorías en otras regiones son en manualidades.

Fotografía 11. Etiqueta en un producto de Artesanías de Colombia



Fuente: esta investigación

Durante la investigación encontramos puntos de vista de artesanos/as que han trabajado con esta institución y esto fue lo que nos manifestaron:

Entrevista Ximena Ordoñez (Artesana):

Yo soy ingeniera industrial y de oficio soy artesana, lo primero, permite tener una mirada más amplia de lo que te propone el Sistema. Cuando estuve

vinculada con Artesanías de Colombia tuvo grandes contradicciones con ellos, esta entidad ayuda a generar procesos a favor de los artesanos, ellos nos capacitaban pero cuando los procesos se terminan, llegan diseñadores para que hagamos con nuestras técnicas productos diseñados por ellos, entonces ahí rompemos el hilo umbilical del artesano que es el pensamiento y la creación. Con políticas públicas se puede lograr algo dándole más participación al artesano. Otro aspecto sería generar colectivos hacedores de artesanías, talleres en los establecimientos educativos, para generar la creatividad, porque se promueve mucho lo virtual.

Entrevista Gilberto Granja (Artesano):

Aquí no hay una entidad que se preocupe por abrir mercados, para que el artesano tenga un buen mercado, todos los artesanos estamos en el rebusque diario. Artesanías de Colombia lo que quiere es artículos baratos, antes nos pedían artículos y a los ocho días nos pagaban, hoy en día toca dejar los artículos en consignación a un mes o algo más y eso no es justo. El laboratorio de Pasto incrementa el valor en un 50% y esa artesanía se vuelve muy costosa. Expoartesanías en Bogotá es quien más vende pero hay que tener dinero para pagar el Stand y toca llevar bastante mercancía y eso no es fácil. Este año no quise participar por costos, toca llevar artesanías costosa y de bajo costo para poder sobrevivir y pagar costos. Los artesanos que tenemos el sello de calidad hecho a mano no podemos demeritar la artesanía, por el contrario tenemos que ofrecer artículos de primera.

Es cuestionable por tanto la forma en que dicha institución “fomenta y apoya” al sector artesanal, y quizá en la actualidad esta relación no violenta tanto al artesano en referencia a costos, porque como bien lo manifiesta el director la forma de operar es mediante consignación y el dinero va directamente al artesano, la violencia quizá se manifiesta en las formas en que esta institución está incidiendo en discursos, en formas de pensar y de hacer artesanía en nuestra ciudad y en Colombia.

1.1.3 Circulación internacional de artesanías. La globalización da puerta abierta a la circulación de mensajes, mercancías, personas, objetos y demás, las artesanías no son una excepción y prueba de ello son algunas tiendas de la ciudad de Pasto en las que los/as consumidores/as tienen acceso a objetos que distinguen culturas distantes en el espacio, cercanas en la representación.

- **Verde Poema.** Verde Poema es una tienda ecológica que oferta alimentos de producción orgánica, prendas de vestir y artesanías, ubicada la calle 14 n 25-40 en el barrio Santiago.

Allí se pueden encontrar: en nivel local prendas de tejeduría como chales, bufandas, mochilas y algunos productos que produce la cooperativa de

artesanos/as Ecotema. De otros lugares se encuentran accesorios como aretes y collares con decorados paisajísticos en barniz y tamo provenientes de El Encano y con decorados en paja toquilla provenientes del municipio de Sandoná y de Consacá, objetos de otras ciudades del país como Cali (Sandalias repujadas en cuero, aretes de cacho) y Bogotá (manillas de guadua, cinturones tejidos en chaquira) y de otros países principalmente prendas de vestir de producción industrial: blusones para mujer de Paraguay, blusas para hombre y mujer, vestidos, bolsos y chales de la India, Ecuador, mochilas de Guatemala y México.

Fotografía 12. Verde poema



Fuente: esta investigación

Integración de productos orgánicos, artesanías y prendas de vestir al interior de la tienda

- **Gaía.** Ubicada en el centro comercial Ponte Vedra, local 221, la propietaria de la tienda es una artista bailarina y su esposo es músico, por su gran afinidad a la música y cultura andina, deciden crear un espacio donde puedan vender artesanías como otra expresión más de las culturas.

Esta ofrece objetos de diversos orígenes, a nivel local, objetos de cerámica como lámparas con simbologías de los indígenas Pastos provienen del barrio Mijitayo, vajillas con diseños paisajísticos y de músicos de los andes del barrio Santa Mónica, candelabros tallado en madera y retrato pirograbado sobre madera del barrio Santa Bárbara, entre otros. De otros lugares se encuentran objetos provenientes de Sandoná, tejidos en chaquira de Sibundoy Putumayo, Mochilas Wayuu de la Guajira, collares en tagua, manillas y demás accesorios de Bogotá, la mayoría de objetos provienen de Bogotá.

En el nivel internacional se encuentran mochilas tejidas a mano de Bolivia, bolsos y bufandas de Guatemala, mochilas de México, prendas de vestir como blusas, vestidos, faldas de elaboración industrial y acabados manuales del Perú y de la India.

Fotografía 13. Fachada artesanías Gaia



Fuente: esta investigación

Se pueden apreciar accesorios como collares, manillas en la vitrina y a interior de ella otras artesanías como la cerámica, también hay prendas de vestir

La mayoría de consumidores/as acuden a la tienda por las prendas de vestir de la India, que a su vez son las más difíciles de conseguir. Los fines con los que los/as consumidores/as adquieren los objetos son para usarlos como regalos en ocasiones especiales y celebraciones sociales, las fechas que más se vende son Diciembre, Enero y Junio principalmente, correspondiendo a épocas de vacaciones en que los/as clientes son turistas y también, afirma la comercializadora que, son las mujeres quienes más compran.

- **Ayawasca.** Tienda de artesanías e instrumentos musicales ubicada en la calle 16, frente a la puerta posterior del centro comercial Amorel.

Afirma el propietario que en 20% de los objetos se los llevan los/as artesanos/as a la tienda, el resto se consiguen viajando, en la parte de los instrumentos se realizan viajes a los lugares donde son elaborados como Otavalo Ecuador, la Paz Bolivia, la parte de accesorios se consigue en Bogotá en centros de acopio de artesanía como Metrocentro y otros son elaborados por el propietario como las zampoñas.

Los objetos más difíciles de conseguir son los textiles tradicionales, pues, según el comercializador, de un tiempo para acá vienen perdiéndose los oficios de la tejeduría tradicional, las chaquetas con acabados de tejidos son muy solicitadas y sin embargo son muy difíciles de conseguir, junto a las chaquetas lo que más gusta de la tienda son los pantalones provenientes de Otavalo, bufandas, mochilas de diversos orígenes, faldas del Ecuador y de la India.

Fotografía 14. Instrumentos y artesanías en la tienda Ayawasaca



Fuente: esta investigación

La música andina y las artesanías van de la mano para el comercializador, vemos en la imagen cd's, instrumentos, máscaras al fondo y bolsos con tejidos proveniente del Ecuador

Las épocas en que mas ventas se realizan son: Diciembre, Carnavales, Semana Santa, y vacaciones y los compradores más comunes son los/as jóvenes y turistas, quienes obtienen los objetos para uso personal en el caso de las prendas y por lo general como recuerdo de la visita a Pasto.

Respecto a la relación con el/la consumidor(a) el señor Willington nos dice que es fundamental el dialogo y que el comercializador conozca la historia de la artesanía: "El cliente busca el origen de la artesanía. Pregunta donde es hecho, si es elaborado por los indígenas les gusta más el producto."²⁵

- **Wipala.** Ubicada sobre la avenida Santander, próxima al mercado de Los dos puentes, esta tienda ofrece además de artesanías, instrumentos musicales elaborados por su propietario, existen entonces dos partes en su interior: un taller

²⁵ Entrevista al comercializador Willington Burbano, realización, desarrollo y transcripción Tatiana Paz. Archivo 40. 25 de Junio de 2010.

elaboración de instrumentos del Señor Alfonso Rueda y la tienda de la artesana y propietaria la señora Jackeline Enríquez.

Los objetos que allí se pueden encontrar son, unos, elaborados por la propietaria de la tienda como: collares, manillas, aretes tejidos en chaquira, tejidos en croché, maracas decoradas con chaquira, ganchos para el cabello acabados en chaquira, monederos entre otros y otros elaborados por artesanos/as amigos de la propietaria como objetos de guadua, de cerámica y de cuero, tallas en madera y pirograbados sobre corteza de árbol con motivos de músicos, indígenas o campesinos de los andes, estos últimos provienen de Túquerres.

De otros países: prendas de vestir de Otavalo Ecuador, objetos de cuero de Quito Ecuador, ruanas tejidas en alpaca del Perú, mochilas tradicionales de la Paz Bolivia y tallas en madera de Ibarra Ecuador.

La tienda surge hace aproximadamente 7 años por la necesidad de comercializar los instrumentos musicales que elabora el propietario. Con el tiempo decidieron dedicarse a la comercialización de artesanías y luego a las prendas de vestir, indagando a su propietaria afirma que su interés es ofrecer objetos simbólicos que representen la cultura de los Andes y que el tipo de elaboración de los productos sea manual; sin embargo, las prendas de vestir son de elaboración industrial.

La forma de conseguir los productos es viajando y los de producción local son mediante relaciones amistosas entre artesanos/as los cuales llevan los productos a la tienda para que estos sean vendidos.

Lo que más buscan los/as consumidores/as son las prendas de vestir a utilizarse en ceremonias rituales de diversas culturas que hoy en día se ofrecen en la ciudad de Pasto y sus alrededores como tomas de yagé, tomas de san Pedro, Inipis y temazcales. Los/as consumidores/as en su mayoría son turistas y estudiantes universitarios y las épocas en que más se vende son en Diciembre, en Junio y en ocasiones importantes socialmente.

La particularidad de la tienda es que los propietarios son a la vez artesanos y comercializadores, “estoy haciendo lo que me gusta, se conoce mucha gente, no sólo es la razón de vender sino la relación con el comprador.”²⁶ y en esa relación “la comunicación juega un papel importante, se habla de colores, de símbolos y así se entabla una relación de amistad”²⁷. Una de las formas de comunicación entre la artesana y sus clientes es por medio de los diseños, los/as clientes llevan

²⁶ Entrevista realizada a la artesana y comercializadora Jackeline Enríquez, en la tienda Wipala. Realización, desarrollo y transcripción Tatiana Paz. Archivo 47. 1 de Junio 2010.

²⁷ *Ibíd.*

los diseños para que la artesana los elabore, estableciendo formas de apropiación de simbologías y de intercambios culturales.

1.1.4 Artesanía y otras expresiones culturales. Responden a esta categoría aquellas tiendas que aparte de la comercialización se dedican a actividades culturales de diversa índole, como la investigación y su articulación con prácticas de vida alternativas.

- **Wipala.** Aparte de las características mencionadas, existe en la tienda un taller de elaboración de instrumentos musicales producto de investigación de comunidades tradicionales de diversos lugares del mundo, estos instrumentos²⁸ por lo general se encuentran asociados con ceremonias rituales de diversas culturas.

Indagamos con el artesano Alonso Rueda sobre su percepción de las artesanías, para él, esta actividad “está relacionada con lo cotidiano, con el estado de ánimo, no es una máquina quién los elabora, sino que son frutos del sentimiento, cargados del ser que los hace”²⁹ y respecto a la importancia que ellas se merecen manifiesta:

A las artesanías se les debe dar el valor que tienen por estar cargadas del sentimiento del artesano, se debe diferenciar lo hecho en serie de lo hecho a mano, se debe dar a conocer al público este arte, hay instrumentos que están en vía de extinción, solo los conocen e interpretan en su medio, mi interés más que comercializarlos es enriquecer la cultura musical del pueblo.

Las percepciones anteriores pueden dar las primeras claves hacia una percepción de la artesanía, del crear y el hacer artesano/a.

- **Espirales.** Casa de habitación, taller artesanal y tienda, ésta se ubica en la calle 11 N 24-27, Barrio Obrero; aunque la tienda no es muy reconocida en la ciudad, lo es al interior del barrio y de muchos/as artesanos/as en la ciudad, este espacio incluye actividades como la investigación de culturas ancestrales, talleres de circo, talleres de gastronomía, prácticas de agricultura orgánica y estrategias

²⁸ Los instrumentos se pueden agrupar en tres grupos: los de viento o aerófonos, los de percusión entre los que hay membranófonos o de sacudimiento como las semillas, los cascabeles y los instrumentos de cuerda. Ejemplo de instrumentos de diversas culturas elaborados en el taller son: el didgeridoo -instrumento de viento originario de Australia-, flautas Hopi originarias de Norte América, tambores de membrana nativos de Norte América, el birimbao originario de África, pero ubicado en el Brasil, Tumac, el yapurutú que es un instrumento similar al didgeridoo, pero originario de la Amazonia Colombiana, el arpa de boca, el Sacuhachi, un instrumento de viento de origen Egipto y también del Japón.

²⁹ Entrevista realizada al artesano Alfonso Rueda, en la tienda Wipala. Realización, desarrollo y transcripción Tatiana Paz. Archivo 48. 1 de Junio 2010.

para el fortalecimiento de los conocimientos tradicionales asociados con la medicina, las artesanías, entre otros.

“Desde el principio nuestra idea fue montar un taller donde pudiéramos fortalecer procesos comunitarios a través de la artesanía, nos vinculamos con el proyecto mujeres tejiendo por la vida donde generamos procesos organizativos”³⁰, este proyecto de mujeres para mujeres inicialmente estuvo articulado con Artesanías de Colombia, pero con el tiempo, a partir de identificar diferencias respecto a la concepción de creación artesanal deciden continuar solas.

La producción al interior del taller, tiene mucha relación con el producto de investigaciones sobre comunidades ancestrales de este territorio:

Yo siento que las personas que hacemos parte del taller, hemos estado interesados en leer sobre la historia de los primeros habitantes de este territorio, de los Pastos y Quillacingas, a partir de eso tuvimos unos encuentros y cátedras, nos basamos en la investigación y eso es lo que nos diferencia, no replicamos sino que generamos formas y simbología a partir del conocimiento de nuestros antepasados.³¹

Fotografía 15. Objetos exhibidos en la tienda Espirales.



Fuente: esta investigación

Respecto a la recepción que la tienda tiene entre los/as consumidores/as afirma una de las socias, que es buena, puesto que existe una inquietud por conocer

³⁰ Entrevista personal realizada a la artesana Ximena Ordóñez, en la tienda Espirales. Realización, desarrollo y transcripción Tatiana Paz. Archivo 49. 1 de Junio de 2010.

³¹ *Ibíd.*

saberes ancestrales: “En este taller cada artesano tiene un propósito y es el de recuperar los saberes ancestrales y eso lo percibe la gente, ellos dicen que aquí se siente el espíritu de la selva. Nosotros acompañamos este proceso con la medicina luego surge una comunicación en la cual reflejamos nuestro pensamiento”³², tal reflejo se materializa en los objetos artesanales disponibles en la tienda y sus símbolos como una forma de preservación de la memoria dentro del mercado.

Cuando a la artesana se le indaga sobre la apropiación de símbolos culturales para el mercado, ella responde:

Esa simbología debe volver porque la memoria es frágil, como forma de recrear la memoria está bien, pero uno no puede ser tan irresponsable de reproducir artículos artesanales sin conocer a fondo su origen, su historia, el compromiso debe ser ese o te conviertes en un plagiador, las artesanías han cambiado su contexto, pasaron de ser elaboradas con fines utilitarios a fines decorativos, ser artesano es una gran responsabilidad porque estas involucrando la historia de una cultura.³³

Respecto a la relación con los/as consumidores/as, manifiesta la artesana, que es fundamental la comunicación para el establecimiento de vínculos que superen el carácter de intercambio comercial y se llegue a un diálogo sobre las simbologías y la memoria de los pueblos.

Preguntamos a la artesana, cual es su punto de vista respecto a los comercializadores de artesanías y a la producción bajo pedido, y nos respondió: “Yo siento que es un problema económico y eso pasa en poblaciones que están dedicadas a la labor artesanal, empiezan a producir en cantidades, estoy en contra de esa práctica, los comerciantes se lucran de los saberes de los artesanos, esto no es un problema cultural, sino económico.”³⁴

Los objetos que allí se encuentran se elaboran en su mayoría en el taller o son elaborados por artesanos/as que participan de actividades desarrolladas en la casa.

Se ofertan aretes y collares con técnica de martillado como retorno a la orfebrería, aretes y collares tejidos en chaquira, atrapasueños tejidos, tarjetas con pintura en ecolin con grafías de los indígenas Pastos, collares y manillas tejidas en macramé, chumbes y balacas en telar egipcio con simbología andinas, aretes tejidos en croché, billeteras tejidas y con materiales reciclados, puros y totumos pintados con

³² Ibíd.

³³ Ibíd.

³⁴ Ibíd.

grafías de los indígenas Quillacingas y demás objetos relacionados con memorias gráficas de indígenas Pastos y Quillacingas.

- **Allpahuarmi.**

Esta tienda artesanal está ubicada aproximadamente en el Km. 5 sobre la carretera que va al Oriente, cerca al corregimiento de San Fernando. Las artesanías que aquí se encuentran son elaboradas por las propietarias, sus familias, algunas mujeres tejedoras de Cabrera y diferentes artesanos/as del departamento de Nariño. Todas las artesanías son hechas a mano y adquiridas directamente de quienes las elaboran. Lo que identifica a esta tienda son objetos en cerámica, ropa, bufandas, gorros y zapatos tejidos en lana, tejido en chaquira, objetos diseñados con hilos en una técnica mexicana, mochilas tejidas, fajas, instrumentos musicales chamánicos, lámparas en guadua, libretas, plantas ornamentales, sombreros de Sandoná y Linares, atrapasueños entre otros.

El enfoque que esta tienda procura es encontrar diferentes elementos que estén relacionados con el arte étnico y chamánico y a través de los objetos que ahí se ofrecen dar a conocer que estos oficios siguen vivos. Por eso desde este lugar se invita a los/as artesanos/as a hacer lo que comúnmente ellos elaboran pero tratando de indagar un poco más en la simbología que es representativa desde hace mucho tiempo en esta tierra. Se invita también a profundizar en la investigación de lo que esta forma de hacer y diseñar significó antiguamente. Así se va creando una responsabilidad con lo que se crea y con eso que cada objeto puede transmitir a quien lo compra. Muchas de las artesanías que se encuentran aquí son utilizadas en diferentes ceremonias y rituales que se realizan alrededor de la ciudad de Pasto.³⁵

1.1.5 Distribuidores mayoristas. Existen locales comerciales donde se consiguen las materias primas para la elaboración de artesanías, en algunos solo se encuentran materiales como por ejemplo en la cacharrería Cervantes, en el local de “El mundo de la piedra y el collar”, ubicado en seguida al supermercado Abraham Delgado de la calle 16 con 23, acá se consiguen las chaquiras, piedras, cueros y demás materiales artificiales muy utilizados por artesanos/as pastusos. En otros locales aparte de vender materias primas se encuentran artesanías al por mayor como manillas³⁶, aretes, collares, estos objetos pueden provenir de otras ciudades de Colombia y se venden en Pasto o viceversa, se realizan pedidos al por mayor a artesanos/as de Pasto para vender en ciudades como Medellín y Bogotá, siendo su especialidad la venta de “mercancía al por mayor”

³⁵ Texto elaborado por la artesana Catalina Lasso, hija de la propietaria de la tienda artesanal.

³⁶ Algunos artesanos ubicados en el pasaje de Corazón de Jesús adquieren en estos lugares las manillas y luego las venden en la calle.

- **Centro comercial Alicam.** Ubicado en la cr 22 N 16-75, en el centro de Pasto, este lugar es reconocido entre artesanos/as como un proveedor de materias primas como semillas, piedras, alpaca para realizar aretes, ganchos para asegurar collares y demás elementos necesarios para realizar artesanía.
- **Centro artesanal Pachín.** Ubicada en el centro comercial Alicam, su propietario se dedica a la comercialización mayorista de artesanías y otros objetos, el revisar en su tarjeta se promociona stickers, gafas, juguetería, piñatería, juegos didácticos a precios de gran accesibilidad, billeteras, correas.

Fotografía 16. Artesanías Pachín



Fuente: esta investigación.

La oferta de la tienda va desde los stickers, tatuajes temporales hasta útiles escolares

Los objetos que acá se ofertan varían de orígenes al punto de desconocer de donde provienen, puesto que son conseguidos en otros lugares de venta de artesanías al por mayor, centralmente de Bogotá y Medellín, hay bolsos de fique, monederos en croché, aretes de madera con acabados en barniz, tamo y con pirograbados y pinturas.

En la entrevista realizada al comercializador afirma que lo que más se vende en su tienda son los aretes y en general toca la mercancía, pero también dice que el comercio de artesanías en la ciudad de Pasto no es tan movido como en Medellín o Bogotá.

1.1.6 El comercio de las artesanías. Al igual que las tiendas mayoristas, estos espacios ofrecen una amplia variedad de artesanías de diversos lugares al punto de generar una confusión visual y de origen de los objetos. Tiendas como Sweet con más de 5 sucursales distribuidas en el centro de Pasto ponen en diálogo objetos de producción local, nacional y mundial, de producción manual e industrial, provenientes de comunidades indígenas, como aquellos objetos que identifican tribus urbanas como el punk, el reggae, el hip hop, el metal, al igual que las tiendas mencionadas anteriormente conforman el denominado circuito de consumo de artesanías. Otra tienda con similares características es Tribu, ubicada en el centro comercial Amorel, las dos tiendas mencionadas niegan la disposición frente a la visita a realizarse con fines de esta investigación.

Estos espacios son los que hacen más evidente los lenguajes en que la globalización como un fenómeno cultural afecta o se expresa en las artesanías.

Fotografía 17. Fachada Artesanías Sweet



Fuente: esta investigación

1.2 CONSIDERACIONES SOBRE EL COMERCIO DE ARTESANÍAS EN LA CIUDAD DE PASTO

De lo anterior se infiere que el comercio de artesanías en Pasto tiene diversos matices, factibles de observar de acuerdo a los siguientes puntos:

Tiendas. Ubicaciones: en su mayoría los centros de comercialización de artesanías se ubican en el centro de la ciudad, destacándose la zona de

Bomboná, los barrios Obrero y Santiago³⁷, al interior de algunos centros comerciales se ubican unos puestos denominados islas que en su mayoría son sucursales de la tienda Sweet, también en principales plazas de mercado y en menor cantidad a las afueras de la ciudad, la ubicación de las tiendas responde a estrategias de mercadeo, comercio y turismo.

Las tiendas más antiguas corresponden a la categoría de artesanía tradicional, espacios populares y turismo, en ellas aun se conservan objetos representativos de las principales artesanías producidas, tanto en la ciudad de Pasto como en el departamento de Nariño; a su vez las más nuevas corresponden a las demás categorías.

Fotografía 18. Rincón típico Nariñense.



Fuente: esta investigación

Si se desea conocer artesanía tradicional nariñense, se debe ir a la tienda de la antigua 15, el Rinconcito Típico Nariñense ofrece hermosas artesanías como las miniaturas en cerámica y cestería provenientes de diversos lugares de la ciudad y del departamento

Objetos. De acuerdo al origen de los objetos se puede establecer unos circuitos de consumo de artesanías claros para la ciudad de Pasto:

A nivel Local: Barrios (Santiago, Obrero, Santa Matilde, La Floresta, Chapal, Panorámico, Agualongo, Tamasagra entre otros) y corregimientos de Pasto junto a

³⁷ Como se viene mencionando, estos barrios dan evidencia de la herencia artesanal proveniente de la colonia, carpinteros, ebanistas, torneadores, tejedoras y muchos más oficios perviven en esta zona de la ciudad.

sus veredas (Genoy, La Laguna, Cujacal, Mapachico, Obonuco, Catambuco), es justo resaltar que Pasto es una ciudad artesanal, tal como lo evidencia el censo económico realizado por artesanías de Colombia.

A nivel Departamental: Los principales municipios productores son: Sandoná, Belén, El Tambo, Ipiales, Cumbal, Linares, Aldana, Guachucal, Carlosama, Túquerres, San Pablo, Consacá y Chachagui, acá también se debe señalar que todos los municipios producen artesanías, pero este ejercicio parte de la información suministrada por los comerciantes.

A nivel nacional se tiene en primer lugar la relación establecida con el departamento del Putumayo, sobre todo con el Valle de Sibundoy por la producción de máscaras y bancos junto a los tejidos en Chaquira, también se encuentran objetos provenientes del departamento del Huila, de Boyacá, Quindío, Antioquía y de Cundinamarca, en este último cabe anotar que algunas tiendas adquieren artesanías en centros de acopio nacionales como Metrocentro en Bogotá.

A nivel mundial en el comercio de artesanías de Pasto se puede acceder a objetos provenientes de la India, Guatemala, México, Ecuador, Perú y Bolivia principalmente

Técnicas: De acuerdo a las categorías en que se distribuyeron los centros de comercialización de artesanía, se mencionan las técnicas de los objetos presentes en las tiendas que corresponden a dichas categorías:

Artesanía tradicional, espacios populares y turismo: Objetos de cestería y cerámica, responden a elaboración manual con ayuda de algunas tecnologías mínimas como los hornos. Las técnicas son tejeduría, los materiales de elaboración provienen de los contextos inmediatos donde los/as artesanos/as viven.

Turismo e Instituciones de fomento: En estos espacios se encuentran objetos de elaboración manual y de variadas técnicas, según los directores de las instituciones ellos pretenden que en las salas de exhibición exista una representación de todas las técnicas del Departamento de Nariño, que van desde el tejido, tallado, repujado en cuero, barniz de Pasto, cerámica, pirograbado. Los materiales provienen del medio en que los/as artesanos/as viven, aunque otros pueden ser adquiridos en el comercio como es el caso de chaquiras, anilinas y materiales artificiales.

Circulación internacional de artesanías: En las tiendas que se ubican dentro de esta categoría se tiene la presencia de diversas técnicas que responden a las tradiciones culturales de los lugares de origen, algunas de elaboración manual, otras de elaboración industrial, se debe tener en cuenta que la producción

industrial y en serie de artesanías surge como un intento por capturar los conocimientos tradicionales e insertarlos a las exigencias de un mercado que demanda la producción masiva y con rasgos de expresiones asociadas a una cultura determinada, se tiene por ejemplo, los saris de la india, antes producidos en la rueca y posteriormente a máquina y en general los textiles de la India y de Los Andes.

Artesanía y otras expresiones culturales: Los objetos que se encuentran en estas tiendas, en su mayoría provienen de origen local, cuya producción la realizan sus propietarios y desembocan de redes de tejedores al interior de la ciudad, los objetos que no se producen por los propietarios provienen de los lugares mencionados en la descripción de orígenes.

Las técnicas que sobresalen son tejeduría, tallado, pintura, pirograbado, con materia primas naturales y de elaboración industrial.

Distribuidores Mayoristas: Aunque hay productos elaborados a mano como aretes, la mayoría de objetos son elaborados industrialmente y sobresalen materiales artificiales como el plástico.

El comercio de las artesanías Las técnicas y materiales de elaboración de los objetos presentan en estas tiendas son tan diversos como la oferta de productos al interior de los establecimientos.

Artesanía y comercio: De acuerdo a la clasificación de artesanías que realiza Nelson Graburn según el tipo de relación que estas tienen con el comercio se presenta un ejercicio de correspondencia:

- Funcional o tradicional: no ha perdido el valor simbólico a pesar de las influencias exteriores.
- Artesanía comercial pseudo tradicional: fabricada únicamente para el comercio a pesar de utilizar formas y estéticas originales.
- Industria del “souvenir” o del recuerdo, para este tipo de producción la principal motivación de la producción es la satisfacción del consumidor ETNOKITSH
- Artesanía reintegrada: Estas utilizan ciertas técnicas o ideas o materiales provenientes de la sociedad industrial, adaptados para formar un nuevo tipo de artesanías, Graburn cita el ejemplo de las blusas cuna (molos) en Panamá cuyos orígenes se remontan al siglo XX cuando los indígenas pudieron acceder a telas de colores y a la utilización de tijeras, estas blusas son muy apreciadas por constituir una expresión estética y competitiva entre las mujeres cuna.

- Artesanía asimilada: cuando la expresión artística de la sociedad establecida es adoptada por los artistas y artesanos/as de una sociedad minoritaria.
- Arte popular: cuando un arte o una artesanía producida y consumida por una sociedad poscolonizada adopta las formas artísticas occidentales, pero los contenidos expresan los valores de dicha sociedad en su interacción.

De acuerdo a estas categorías se puede deducir que en el comercio de Pasto se puede evidenciar las primeras cuatro categorías de manera clara, por ejemplo, el barniz de Pasto responde a la tradición milenaria del oficio entre los/as artesanos/as pastusos, algunos de los cuales se han mantenido firmes a su tradición, negándose a las exigencias del mercado, manteniendo piezas singulares, con diseños originales y fijando ellos mismos su mercado, en esta misma tradición del barniz se encuentran aquellas piezas que son elaboradas en serie para el comercio, esto se puede encontrar en el sector de Bomboná, donde los/as artesanos/as responden a las exigencias de los comercializadores, quienes a su vez responden a las exigencias de los/as consumidores/as, el mismo caso del barniz se puede ubicar dentro de la industria del souvenir o del recuerdo, junto a todas las artesanías, como una evidencia de lugar visitado, en el caso de la artesanía reintegrada se puede ubicar las manillas realizadas en chaquiras, este material es de elaboración industrial proveniente de república checa o de la china, estos materiales se han apropiado en la expresión de simbologías propias de culturas indígenas locales como los Pastos, Quillacingas en Nariño e indígenas Camëntsá del Valle de Sibundoy Alto Putumayo.

Para la categoría de artesanía adoptada se pueden mencionar el caso de los diseñadores que vienen incorporando en sus creaciones elementos de la artesanía perteneciente a determinadas comunidades como se observó el proyecto “Artesanía y diseño: construyendo una Colombia de calidad de exportación *Imaginario del patrimonio, identidad e industria cultural en el proyecto Identidad Colombia de Artesanías de Colombia*”, mencionado en la introducción.

Estas son algunas generalidades acerca de los centros de comercialización de artesanías, se desarrolló hasta aquí la parte ilustrativa, la ubicación del lector en el contexto en el cual se desarrolló la investigación. En el siguiente capítulo se realizan algunas apreciaciones sobre las artesanías, se parte sin embargo de la dificultad de definir este concepto de manera concreta, debido a las diferentes concepciones que de él existen³⁸, como de las formas en que la globalización como un fenómeno cultural incide en los procesos de producción, circulación y consumo de artesanías.

³⁸ Queda sembrada la inquietud de, en qué momento se empieza a denominar como artesanías aquellos objetos simbólicos pertenecientes a la cultura material de pueblos indígenas, inquietud que queda a resolver en una posterior investigación.

2. REFLEXIONES SOBRE LA ARTESANÍA Y SOBRE SU PRODUCCION CULTURAL

Jan Svankmajer es un maestro de cine de animación checo, sus obras se caracterizan por la inmersión de los personajes en un ambiente simbólico original y a veces altamente surrealista. El realizador crea sus personajes a partir de objetos que son realizados por sus propias manos. Como una disposición inicial se presenta al lector la respuesta que el maestro Jan da a la pregunta: ¿Cuál es su relación con los objetos en la vida cotidiana? ¿Y cuál es su idea sobre la posición del objeto en el mundo del arte?:

Los objetos de la vida cotidiana están esclavizados por completo por esta civilización pragmática, privada de la esencia mágica y desclasizada hasta funciones meramente utilitarias. Eso lo provoca por un lado el declive generalizado de la civilización, pero también la pérdida de fuerza espiritual y la discontinuidad de la tradición esotérica, y por otro la pérdida de la dimensión táctil de los objetos. La mayoría de los objetos de uso cotidiano se fabrican de tal forma que durante su proceso de producción nunca llegan a ser tocados por manos humanas. Las máquinas las producen en cantidades industriales. Luego, los objetos llegan al mercado del consumidor en un estado completamente estéril, sin ningún tipo de impronta emocional. Al igual que los viejos herméticos, creo que hay dos tipos de objetos: los que están vivos y los que no lo están. (Los alquimistas hablaban de sulfuro vivo o sal viva, en oposición a los compuestos químicamente “puros”.)

Los objetos que no están vivos son precisamente los que están fabricados por máquinas. En contraste, los objetos vivos son los que crea la gente, los que tienen una impronta emocional: objetos en los que la gente ha dejado un rastro de sus sentimientos, ansiedades y alegrías. Objetos que han sido testigos de diversos acontecimientos emocionales. Los objetos lo guardan todo en su interior. Y en ciertas circunstancias, pueden manifestar esas emociones. Yo colecciono esos objetos vivos, me rodeo de ellos, los toco, les escucho y, por encima de todo, les atribuyo los papeles más importantes de mis películas. Es decir, construyo objetos libres.³⁹

La impronta emocional, el rastro de sentimientos, emociones y alegrías para Jan Svankmajer, se puede asociar a aquello que las artes manuales han representado en la culturas ancestrales de nuestro continente, esto, además de la riqueza estética y representacional reflejada en la alfarería, en la cestería, en los textiles y demás expresiones de los pueblos que habitaron estas tierras y se continúan conservando como expresión de resistencia, de una forma de vida con sentido de pertenencia y responsabilidad, reconociendo la riqueza de nuestro mundo natural y reconociéndolo como nuestra morada.

³⁹ Disponible en Internet: <http://www.otraparte.org/actividades/cine/alice.html> [citado el 22 de octubre de 2011]

Un desplazamiento en la historia hacia el encuentro de los mundos amerindio y occidental, es donde escritores como William Ospina han puesto su atención para advertir sobre procesos de saqueo e invasión territorial que hasta hoy perduran: “El crimen fue estético. Y la más grave de las muertes que obró la invasión, fue sobre la profanación del arte y su belleza, la negación de las virtudes civilizadas de una cultura”⁴⁰; pero la profanación del arte y la riqueza de los pueblos habitantes de este, que no acaba de ser un nuevo mundo, no ha terminado y se expresa en nuevos movimientos como la industrialización de las artesanías y su inmersión en el mercado como objetos de consumo que vehiculizan mensajes y simbologías, muchas veces asignados por sus comercializadores, atropellando de esta manera la importancia de los relatos y vitalidad de los objetos simbólicos denominados como artesanías.

En este ejercicio realizado desde la sociología se planteó un reto: el pensar los objetos simbólicos, el leerlos a la luz de las relaciones que los hombres tienen con ellos. Dichos objetos simbólicos para el caso, fueron las artesanías que circulan en el comercio de la ciudad de Pasto, la importancia social de estos objetos radica en el significado que éstos tienen para quienes alrededor de ellos realizan su vida cotidiana: productores, comercializadores y consumidores.

Es en la vida cotidiana donde se producen y reproducen los sentidos que crean y recrean la realidad social, las realizaciones vitales y es tarea de la investigación comprender los significados de cómo se estructuran esas realizaciones.

Espacio ↔ Realización vital ↔ Tiempo

Para el caso, las percepciones y los sentidos de quienes participan de los procesos alrededor de las artesanías crean y recrean las realizaciones vitales.

Desde una perspectiva sociológica, se pretende, no sólo aproximarnos a la sociedad mediante su constitución simbólica, sino destacar la importancia de no ver la estructura al margen de la cultura, lo material al margen de lo ideal; no es posible explicar el comportamiento humano sin tener en cuenta que los actores son agentes productores de significados, usuarios de símbolos y narradores de historias con los que se produce y se reproduce la realidad. Por esto la inquietud hacia los símbolos como “esquemas de clasificación que las sociedades utilizan para construir un universo inteligible; por ello los símbolos van más allá de los conceptos representacionales que se mueven bien en un horizonte exclusivamente lingüístico -el signo- o informático -la señal-, pues rompe el código cerrado de la lengua o de la convención prefijada para entrar en el mundo humano del sentido”⁴¹ y de la construcción de la realidad. Significar objetos, significar

⁴⁰ OSPINA, William. La escuela de la noche. Bogotá: 1^{ra} ed. Bogotá: Norma, 2008. p.138.

⁴¹ ALONSO, Luís Enrique. La mirada cualitativa en sociología. Madrid: Fundamentos, 1998. p.25.

imágenes en el mundo humano es “abordar imágenes en su materialidad social, esto es entrar en la forma en que se sujeta un texto a las condiciones sociales de su producción, con lo que el texto es a la vez, producto y productor de la realidad social”⁴².

Las artesanías son objetos con contenidos o imágenes simbólicas: “Toda imagen es un texto y todo texto crea una imagen- Son las diferentes composiciones de un conjunto de signos en rotación-”⁴³. El estudio de las imágenes como visiones del mundo requiere la existencia de otras visiones y de estas otras, este es el caso de las imágenes en las artesanías y su dispersión desde los lugares de origen y la entrada en el comercio. Las artesanías cuentan, poseen relatos, dan evidencias de conflictos sociales e históricos y este, como hace 500 años, es el momento de los encuentros y desencuentros entre las culturas, de procesos socioculturales que han desembocado en luchas por la supervivencia, por el control sobre los territorios y las riquezas naturales y sobre todo luchas por el mantenimiento de un lado y del saqueo del conocimiento por otro.

Artesanía: Es una tarea muy dispendiosa y de mucha responsabilidad definir artesanía debido a los numerosos conceptos que de ella existen, sin embargo realizaré una aproximación, que desde mi punto de vista compete al sentido de la artesanía y para esto tomo prestadas las palabras del escritor colombiano William Ospina, quién en la revisión de la historia y dentro de sus apreciaciones sobre los diversos tipos de saqueo en América manifiesta: “aquí durante siglos los pueblos nativos desarrollaron una exquisita orfebrería, convirtieron el oro sin forma de las minas y del aluvión en narigueras de soles y en pectorales de pájaros, un mundo de representaciones místicas, de oraciones de metal, de conjuros. Si se lo hubiera visto todo junto, sería una montaña de objetos refinados y mágicos que eran también el relato de una cultura, la interpretación de un mundo”⁴⁴.

“Esa realidad profunda que hace que los materiales de cierta región se conviertan en juncos para navegar y los de otra en abanicos para enfrentar el calor, que hacen que se inventen en una región ciertos licores y en otra ciertos tejidos, que, en suma, hacen de la labor humana un diálogo con los climas, con los materiales, con los espíritus del lugar”⁴⁵, diálogo configura la forma de vivir con el mundo de interpretarlo, de apropiárselo, una manera responsable y armoniosa de relacionarse con el medio.

⁴² *Ibíd.*, p.23.

⁴³ *Ibíd.*, p.23.

⁴⁴ OSPINA. *Op. cit.*, p.137.

⁴⁵ *Ibíd.*, p.179.

Con lo anterior se pretende aproximarse al sentido de los objetos simbólicos para las comunidades tradicionales de origen y sistemas de pensamientos diferentes del sistema de producción capitalista⁴⁶, pero en permanente contacto y transformación a partir de la presión que el segundo ejerce sobre las primeras.

En Occidente, la artesanía constituyó la base de la economía urbana hasta la Revolución Industrial. La mano de obra y el oficio de muchos artesanos desaparecieron con la industrialización. Como reacción a esto, surgen, en varios países movimientos obreros y artesanales, uno de ellos es Arts and Crafts, éste surgió en Inglaterra a finales del siglo XIX, liderado por William Morris, artesano, diseñador, impresor, escritor, activista político y pintor que comprendió el horror de las consecuencias espirituales devastadoras de la revolución industrial en el individuo, para el existía una correlación entre las ganancias materiales y las pérdidas espirituales, fue un activo colaborador de programas de educación para adultos y fundó un famosos taller basado en su preocupación por el progreso. “Inevitablemente este movimiento de restauración brotó de intelectuales que no tenían experiencia práctica con las artesanías. No fue resultado de la protesta de obreros industriales ante la pérdida de oportunidades creativas, pues ellos ignoraban lo que habían perdido”⁴⁷. Durante gran parte de su vida, Morris se preocupó intensamente en preservar las artes y oficios medievales abominando de las modernas formas de producción en masa.

En occidente, se consideró como artesanía, todo objeto elaborado a mano, anterior a la elaboración industrial, a la intervención de la máquina.

La actual artesanía latinoamericana es el resultado de procesos históricos que funden en ella elementos autóctonos, indígenas o propios con elementos provenientes del encuentro cultural no sólo de la conquista sino de los tiempos globalizantes actuales. Existen artesanías, que al igual que muchas comunidades sobreviven a la influencia exterior y a su inmersión el mercado, entre ellas se encuentran las de uso cotidiano de comunidades que viven en territorios resguardados pero con alto nivel de amenazas, como la amazonia suramericana. Otras continúan produciéndose en comunidades aldeanas, indígenas o afrodescendientes, pero su comercialización se realiza en lugares distantes a su producción, esto es en los próximos centros urbanos de los que se ubican y otras que son elaboradas por artesanos campesinos y urbanos cuya comercialización se realiza en los centros urbanos próximos como dentro de aquel circuito global de comercialización.

⁴⁶ Es precisamente el contacto con el modo capitalista de producción el que resignifica los objetos simbólicos de comunidades tradicionales.

⁴⁷ DAVIS, Harris. Apreciaciones del movimiento artesanal. Epilogo del texto Svadeshi. M.K Gnadhi. 2^{da} ed. Quito Ecuador: Instituto andino de artes populares, 1990. p.127.

De lo anterior podemos destacar principalmente 2 tipos de de artesanía:

a. Aquella de propiedad individual realizada por artesanos/as individuales, cuyo conocimiento fue adquirido por tradición o por otro tipo de procesos, pero el conocimiento le pertenece al artesano, por ejemplo objetos realizados con fines utilitarios como cucharas de palo, ollas de cerámica, figuras de cerámica.

Fotografía 19. Artesanía de propiedad individual



Fuente: esta investigación

Objetos de cerámica como alcancías, materas son muy buscados en este mercado con fines decorativos y utilitarios

b. Aquella de propiedad colectiva realizada por artesanos/as individuales, pero el conocimiento es de propiedad colectiva, y responde a las cosmovisiones de las comunidades, entonces se habla de comunidades artesanales, en su mayoría son perteneciente a comunidades indígenas, a manera de ejemplo se traen como referencia los chumbes tejidos por artesanas de la comunidad indígena camëntsá de Sibundoy Putumayo.

Las fajas (tšombiach) o chumbes, cinturones utilizados para sostener la manta, son elaborados con lanas industriales en la actualidad pero en la antigüedad se elaboraban igualmente de la lana obtenida de la oveja. Es la expresión de armonía y grandeza de la interpretación de la naturaleza, del espacio de trabajo y vida del Kamëntsá⁴⁸.

⁴⁸ Información recolectada y suministrada por los investigadores: Juan Jacanamijoy y Yésica Pérez. Sibundoy, 2009.

Fotografía 20. Chumbe camëntsà



Fuente: esta investigación

Chumbe tejido por la artesana camëntsà Magdalena Chicunque

Se presenta esta diferencia con el fin de observar como los movimientos de mercado quitan a las artesanías el carácter colectivo de propiedad para enmarcarlos en la producción individual, en serie, competitiva y dirigida hacia el mercado⁴⁹.

2.1 PRODUCCIÓN CULTURAL DE ARTESANÍAS: ACTORES Y PROCESOS

Una vez hecha esta aproximación, nos acercamos a los actores y los procesos implicados en la producción cultural de las artesanías:

a. Actores:

- **Productores:** pueden ser individuales o colectivos de acuerdo a la distinción mencionada; reconocidos o anónimos, los reconocidos son aquellos artesanos/as de los cuales el comercializador posee algún tipo de información, (nombre, dirección, reconocimiento) y/o referencia, por ejemplo los barnizadores de Pasto, los/as artesanos/as de los corregimientos de la ciudad, artesanos/as de los municipios cercanos.

⁴⁹ Cabe aclarar que muchos artesanos individuales provienen de comunidades artesanales, que por las exigencias del mercado y la sociedad se han enmarcado en otros tipos de producción y pensamiento alrededor de las artesanías, otros, sin embargo siempre han sido artesanos individuales y sus artesanías siempre han respondido a características como lo utilitario, lo decorativo, lo funcional entre otros.

Los productores anónimos son, aquellos, que debido a la lejanía y a las implicaciones del comercio se desconoce la información sobre el objeto como del artesano, en ellos se materializa la primera parte de la cadena productiva artesanal, son los encargados de la parte transformadora de materiales y creativa, como también de la parte reproductiva exigida por el mercado.

A manera general se puede afirmar que convergen los dos tipos de artesanos/as debido a las siguientes situaciones: una cantidad considerable de objetos provienen de otros centros de comercialización como es el caso de Metrocentro en Bogotá, de mercados indígenas como Otavalo Ecuador, condición que genera un doble anonimato pues son objetos que no se adquieren con los/as artesanos/as sino en el comercio.

En tiendas correspondientes a la categoría artesanía y otras expresiones culturales los/as artesanos/as son reconocidos, con la excepción de objetos provenientes de otros países.

Algunas tiendas poseen proveedores fijos que les llevan los objetos a los locales.

En los espacios donde los/as artesanos/as son reconocidos son aquellas tiendas que tienen talleres (Bomboná), o aquellas que parten de la creación de redes de artesanos/as para ayudarse colectivamente (Allpawarmi).

- *Comercializadores*: aquellas personas que se encargan de llevar las artesanías al mercado, pueden ser: el mismo artesano que se encarga de la comercialización de sus productos, el intermediario entre productor y consumidor, como propietarios de tiendas de artesanías y entidades públicas o privadas encargadas de la promoción y difusión de artesanías .

La mayoría de tiendas son comercializadores, algunos adquieren los objetos directamente con los/as artesanos/as, otros por medio de intermediarios, cuando hay intermediarios la ganancia se duplica y el más afectado en esta relación es el artesano, en algunos casos los propietarios de las tiendas también son artesanos/as (Wipala, Allpawarmi, Espirales), en las tiendas ubicadas en Bomboná se presenta los dos casos, son comercializadores y artesanos/as, pero poseen talleres donde tienen otros obreros.

- *Consumidores*: aquellas personas que establecen una relación de uso, valor y apropiación o apreciación de una artesanía, puede ser una persona que gusta de adquirir objetos artesanales tanto en tiendas como directamente a los/as artesanos/as o en las comunidades productoras, como por objeto de intercambio u obsequio, mas será consumidor por la atribución del valor que le añade a dicho objeto.

b. Procesos:

- *Producción y obtención de materias primas:* la primera parte del proceso productivo de las artesanías depende de factores ecológicos, económicos e históricos propios de cada comunidad por ejemplo el acceso a materias primas, la preservación de una tradición ancestral, la ruptura de tradiciones, el grado de integración a redes turísticas y comerciales entre otros.

Dicha producción se encuentra determinada por factores que varían de acuerdo a la localización urbana o rural de los productores:

Las materias primas como plantas, semillas, madera, minerales, piedras, para comunidades rurales será más fácil acceder a ellas, puesto que se pueden encontrar en el medio físico en que vive, por ejemplo los talladores de máscaras de Sibundoy tienen en la mayoría de ocasiones los árboles en sus chagras, diferente a la situación de talladores, carpinteros y torneros de la ciudad de Pasto, quienes deben comprar la madera en centros de acopio de la ciudad.

- *Transformación de materias primas y producción:* proceso mediante el cual el artesano hace uso de sus habilidades, manipula los materiales con ayuda de herramientas o sin ellas y elabora su producto final: el objeto artesanal. Los escenarios en que este proceso se desarrolla van desde la casa de habitación hasta el taller de propiedad del artesano o taller en que el artesano trabaja para otro artesano o para un comercializador.

En este proceso el nivel de tecnificación incidirá en la calidad y cantidad de la producción.⁵⁰

- *Intermediación y comercialización:* proceso en que los/as artesanos/as se relacionan con el mercado, pueden existir diversos tipos de relación respecto a la comercialización de artesanías:

a. El artesano es quien comercializa sus productos, conoce sobre las leyes del mercado (información sobre puntos de venta, sobre clientes, sobre ferias tiene su tienda) y cuenta con los recursos para realizarlo.

b. Intermediario entre artesano y comercializador: Existen personas que compran artesanías para venderlas a propietarios de tiendas de artesanías, en este proceso existe un doble proceso de valor agregado al objeto artesanal, la persona que mayor beneficio saca de dicha relación es el dueño de la tienda de artesanías y

⁵⁰ Más información sobre talleres artesanales en la ciudad de Pasto En: DELGADO BENAVIDES, Sandra Milena y POSSO MARTINEZ, Rubén Darío. Estudio Socioeconómico de los talleres artesanales de Barniz, cuero, madera y tamo. San Juan de Pasto: s.n. 2006.

por lógica quién gana menos es el artesano. Los intermediarios proveen materias primas en algunas ocasiones.

c. El comercializador y propietario de tienda adquiere los objetos artesanales directamente con los/as artesanos/as y es él quien asigna los precios de compra y de venta, ellos permanecen viajando constantemente para conocer la oferta de artesanías y conseguirlas a mejores precios y en cantidades considerables.

- *Consumo y apropiación:* si bien este proceso se puede ubicar en la parte final de la cadena productiva, se pretende entender que consumidor es toda persona que establece una relación uso, valor, apropiación y apreciación de un objeto artesanal, por tanto todos los actores presentes en la cadena productiva se perciben como consumidores de artesanías; y con fines metodológicos los/as consumidores/as son las personas que adquieren artesanías en el mercado como otros tipos de adquisición no tan frecuentes en la actualidad como intercambios.

Tener presente estos procesos da pistas hacia la comprensión de la artesanía en sus múltiples manifestaciones, como oficio, como tradición, como una pasión, como una oportunidad económica entre otros.

La artesanía presenta un carácter múltiple: es simultáneamente una forma de producción, un empleo, un producto, un objeto representativo de un grupo social, es soporte material de cierto simbolismo y un proceso de dominación y manipulación. En su forma moderna, la artesanía se integra como tal en un circuito de producción, circulación y consumo cuya extensión va mucho más allá del medio indígena y local⁵¹.

Este mas allá corresponde la producción cultural situada en el mundo, ya no se produce para la localidad: “Sólo la comprensión global de la producción, la circulación y el consumo de la artesanía permite integrar a los productores y los/as consumidores/as, las formas de producción y de circulación, así como las interacciones entre lo material y lo simbólico y entre lo intracultural y lo intercultural”⁵².

2.2 LA PRODUCCIÓN CULTURAL DE ARTESANÍAS: RELACIÓN CULTURA-MERCADO

Para comprender la relación cultura mercado alrededor de las artesanías, una de las rutas que nos puede guiar es la que trazó Néstor García Canclini, para el autor estas categorías marchan imbricadas la una con la otra. La definición de cultura como un proceso social de producción, nos advierte que esta no se encuentra

⁵¹ ARIEL DE VIDAS. Op. cit., p.12.

⁵² Ibíd., p.10.

ajena a los hechos socioeconómicos y que toda práctica es simultáneamente económica y simbólica. Inventar algo, reconocerlo o representarlo implica la existencia de unos procesos productivos materiales inevitables.

Canclini entiende la cultura como la “producción de fenómenos que contribuyen mediante la representación o reelaboración simbólica de las estructuras materiales, a comprender, reproducir o transformar el sistema social, es decir todas las prácticas e instituciones dedicadas a la administración, renovación y reestructuración del sentido.”⁵³

Para Néstor García Canclini los productos artesanales son manifestaciones culturales y económicas de las comunidades en una doble inscripción:

- Histórica: mediante la cual se pueden hacer visibles procesos culturales que vienen desde las sociedades precolombinas.
- Estructural: permite ver los productos artesanales en la lógica actual del capitalismo dependiente.

Esta doble inscripción es la que genera en los productos artesanales el carácter híbrido y se debe tener en cuenta que “al analizarlo debemos encontrar un camino entre dos vértigos: la tentación folklorista de ver solo su aspecto étnico, considerar las artesanías apenas como supervivencia crepuscular de culturas en extinción; o, por reacción, el riesgo de aislar la explicación económica, estudiarlas como cualquier otro objeto regido por la lógica mercantil”⁵⁴.

Para Canclini en el estudio de las artesanías se debe tener presente que esta posee tres tipos de valor, valor de uso, valor de cambio y valor exótico, que solo pueden ser interpretados a la luz del proceso global en que las artesanías son producidas, esto es su producción, circulación y consumo.

El mercado, por otra parte, es la institución de la sociedad en donde los bienes circulan, siendo un bien todo aquello que posee un valor, el mercado es el lugar privilegiado de las mercancías. Las artesanías en el mercado se constituyen en bienes culturales, en mercancías con múltiples inscripciones:

- Objetos simbólicos elaborados a mano en la mayoría de ocasiones.
- Objetos representativos de comunidades tradicionales (urbanas, campesinas e indígenas) y por tanto portadores de cargas étnicas.

⁵³ GARCIA CANCLINI. Consumidores y ciudadanos. Op. cit., p.41.

⁵⁴ GARCIA CANCLINI. Las culturas populares en el capitalismo. Op. cit., p.105.

- Objetos de elaboración industrial, representativos de culturas específicas, como los textiles de la India y los Andes.

Estas son unas de las características que hacen atractiva la relación cultura mercado alrededor de las artesanías.

Desde una óptica global, dicha relación se puede evidenciar en la organización mundial de la cultura: En primer lugar se encuentra el crecimiento experimentado por las estructuras económicas en el campo de la cultura: las industrias culturales nacionales o multinacionales, como las telecomunicaciones crecen y se posesionan como fuertes poderes de capital, control y dominio; en segundo lugar se encuentra la organización interna para la producción de capital cultural, capital que puede representarse en las industrias culturales como en las formas en que los mercados locales se articulan con el mercado mundial.

La producción cultural en países periféricos presenta particularidades debidas a los procesos socioculturales, que, en estos contextos se vienen desarrollando y están en permanente construcción:

“En sociedades tan complejas como las del capitalismo periférico, con fuerte composición indígena, los procesos socioculturales son resultado del conflicto entre fuerzas de origen diverso, una de ellas es la persistencia de formas de organización comunal de la economía y de la cultura”⁵⁵ junto a la presión de un mercado que exige a las sociedades cambio de formas de pensamiento y prácticas a cambio de su supervivencia.

Un juego en doble vía, la persistencia de las tradiciones en una sociedad guiada por las exigencias del mercado y la sociedad con su forma de organización que extermina culturas, exterminio asociado al acto de privar a algo de su propio fin, de su caducidad, imponiendo el fin desde el exterior, mas no como un proceso inherente a su naturalidad.

Las características que los grupos sociales toman alrededor de las artesanías se enfatizan con la globalización, como el fenómeno cultural determinante de los modos de ser y de vivir, como la condición a la que nadie escapa:

La “globalización” está en boca de todos; la palabra de moda se transforma rápidamente en un fetiche, un conjuro mágico, una llave destinada a abrir las puertas a todos los misterios presentes y futuros. Algunos consideran que la “globalización” es indispensable para la felicidad; otros, que es la causa de la

⁵⁵ BIRD-DAVID, Nurit. Las economías: una perspectiva económico cultural. En Porik An revista de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas. Universidad del Cauca. N 9. Popayán Colombia. (Diciembre. 2004); 130 p.

infelicidad. Todos entienden que es el destino ineluctable del mundo, un proceso irreversible que afecta de la misma manera y en idéntica medida a la totalidad de las personas. Nos están “globalizando” a todos; y ser “globalizado” significa más o menos lo mismo para todos los que están sometidos a este proceso⁵⁶.

Proceso económico, social y cultural, la globalización genera identidades, determina formas de organización, de pensamiento y de vida, y los pone en dialogo, “sólo una ciencia social para la que se vuelvan visibles la heterogeneidad, la coexistencia de varios códigos simbólicos en un mismo grupo y hasta en un solo sujeto, así como los préstamos y transacciones interculturales, será capaz de decir algo sobre los procesos identitarios en esta época de globalización. Hoy la identidad aún en amplios sectores populares, es políglota, multiétnica, migrante, hecha con elementos cruzados de varias culturas”⁵⁷.

La circulación como principio fundante de la modernidad y actualmente del mundo globalizado, permite que los objetos y los sujetos se desterritorialicen, siendo este fenómeno el que determina el cruce de las culturas, puede, por un lado, alejar a los objetos de su lugar de origen con el riesgo de caer en el anonimato de origen, como puede desterritorializar al sujeto quién al obtener objetos de otros lugares se aleja del suyo propio⁵⁸.

Ciudades intermedias como Pasto viven expuestas continuamente a estos diálogos, por lo tanto la revisión de las artesanías entre la cultura y el mercado implicó la revisión de discursos, observaciones directas y el situar los objetos simbólicos en un horizonte determinado: las percepciones de los actores que participan de su producción, circulación y consumo, como el acontecer histórico en que dichas percepciones se realizan.

⁵⁶ BAUMAN, Zygmunt. La globalización: consecuencias humanas. Argentina: Fondo de cultura económica, 1999. p.7.

⁵⁷ GARCIA CANCLINI. Consumidores y ciudadanos. Op. cit., p.109.

⁵⁸ Sobre la relación que existe entre la cultura y los riesgos de la desterritorialización revisar el texto Mundialización y cultura de Renato Ortiz.

3. EXPRESIONES DE LA GLOBALIZACIÓN EN PROCESOS, ESPACIOS Y ACTORES RELACIONADOS CON LAS ARTESANÍAS.

“Los hombres intercambiamos objetos para satisfacer necesidades que hemos fijado culturalmente, para integrarnos con otros y para distinguirnos de ellos, para realizar deseos y para pensar nuestra situación en el mundo, para controlar el flujo errático de los deseos y de la constancia o seguridad en instituciones y ritos”⁵⁹

Canclini

La globalización como el fenómeno cultural que se viene desarrollando a partir del siglo pasado, trae consigo expresiones concretas que para nuestro caso específico desarrollaremos a continuación:

a. Consumo y consumo de objetos:

“Lejos de ver el consumo como utilización de las cosas, éste se entiende como una actividad central que constituye una identidad”⁶⁰, el proceso de consumo de artesanías hace referencia a producción, circulación y recepción, no como subprocesos, ni en una relación lineal que determine uno a otro, ni como una indagación estadística, sino como un concepto importante para comprender dimensiones no económicas como usos y apropiaciones de objetos y mensajes, por tanto todos los actores que giran en torno a los procesos de producción mencionados en el capítulo anterior son los encargados de determinar el presente de las artesanías, el cómo las perciben, el cómo las proyectan y el cómo las protegen, son ellos quienes fijarán el papel de las artesanías en la relación presente-porvenir de riesgos y posibilidades.

El consumo en la actualidad, aborda entonces los subprocesos de producción, circulación y apropiación, desde la óptica en la cual los sistemas económico y cultural globales determinan las formas en que dichos subprocesos se desarrollan y el papel que compete a los hombres en tales procesos.

En la actual sociedad global, quizá solo hay un momento en que el consumidor es libre (parcialmente), y es en la elección del objeto que desea, puesto que el consumo en sí, constituye la forma en que las exigencias del sistema cultural global se evidencian manipulando los signos y procesos socioculturales (técnica, circulación y consumo). Las instancias del sistema cultural global son entre otras:

⁵⁹ Ibíd., p.53.

⁶⁰ BIRD-DAVID, Nurit. Las economías: una perspectiva económico cultural. En Porik An revista de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas. Universidad del Cauca. N 9. Popayán Colombia. (Diciembre. 2004); p. 114.

el orden económico y financiero, la moda, la discontinuidad, lógicas como comprar para seguir produciendo, producir un objeto para que este se acabe, entre otras.

“En los años sesenta, el paso de la primacía de la producción a la del consumo situó a los objetos en un primer plano”⁶¹, el consumo, más que el proceso de satisfacción de necesidades, es para Baudrillard “un modo activo de relación (no sólo con los objetos, sino con la colectividad y el mundo) un modo de actividad sistemática y de respuesta global en el cual se funda nuestro sistema cultural”⁶².

Los objetos satisfacen necesidades, pero en la historia siempre las han satisfecho, sólo en la sociedad contemporánea se consume “El consumo no es ni una práctica material, ni una fenomenología de la “abundancia”, no se define ni por el alimento que se digiere, ni por la ropa que se viste, ni por el automóvil de que uno se vale, ni por la sustancia oral y visual de las imágenes y de los mensajes, sino por la organización de todo esto en sustancia significativa; es la totalidad virtual de todos los objetos y mensajes constituidos desde ahora en un discurso más o menos coherente. En cuanto que tiene un sentido, el consumo es una actividad de manipulación sistemática de signos”⁶³.

Son dichas relaciones las que motivan la producción, adquisición y cambio de objetos, por ejemplo la producción de artefactos que duran un poco más de tiempo de garantía (electrodomésticos kalley) con el fin de que se cambien constantemente, el uso de objetos en las relaciones de pareja, los compromisos y matrimonio exigen una serie de objetos a ser cambiados en lapsos cortos de tiempo⁶⁴, el cambio de modelo de auto para responder a la moda y al nivel adquisitivo del grupo social en que el consumidor se desenvuelve son algunos ejemplos.

b. Artesanía como objeto:

Una de las pregunta que guían el desarrollo de estas líneas es: ¿Qué incita al consumidor a adquirir artesanías?, vistas estas como objetos, nos preguntamos entonces ¿Qué tienen de particular estos objetos para que gusten de ser adquiridos?

Jean Baudrillard en su texto *El sistema de los objetos* expone su inquietud sobre la forma en que los objetos son vividos y la forma en que estos responden a otras necesidades que no son necesariamente las funcionales, prestando especial

⁶¹ BAUDRILLARD. Op. cit., p.13.

⁶² Ibíd., p.223.

⁶³ Ibíd., p. 225.

⁶⁴ Un cambio de anillo de compromiso al anillo de bodas.

atención a aquellos objetos singulares, folklóricos, antiguos o exóticos, el autor determina que ellos responden a un deseo de testimonio, de recuerdo, de nostalgia, una “tentación de descubrir en ellos una supervivencia del orden tradicional y simbólico”⁶⁵

Cuadro 4. Diferencias entre objetos técnicos y objetos tradicionales.

OBJETO TECNICO	OBJETO TRADICIONAL
Ausencia de ser	Conjura el tiempo y el espacio
Se agota con la cotidianidad	Anterioridad en las formas y modos de fabricación
Se refiere a la actualidad	Nos acercan a una era anterior, a la divinidad, a la naturaleza, a los conocimientos primitivos
Elaborado por máquinas	Pasó por la mano de alguien cuyo trabajo está inscrito en el
Soluciona un problema práctico	
Sin historia	Cargado de connotaciones
No es consumado	Objeto consumado
Son funcionales ⁶⁶	Simbólicos
Es eficaz	Carente de valores de uso y cambio
Sin evidencia simbólica por ser producidos por energía miniaturizada y maquinizada	Al formar parte de la modernidad toman un doble sentido
Producido en serie	Valor simbólico
Valor de uso y de cambio	El tiempo del objeto es mitológico

Fuente. Esta investigación

“Los objetos tradicionales fueron más bien testigos de nuestra presencia, símbolos estáticos de los órganos de nuestro cuerpo. Los objetos técnicos ejercen una fascinación diferente por cuanto nos remiten a una energía virtual, y de tal manera ya no son receptáculos de nuestra presencia, sino portadores de nuestra propia imagen dinámica”⁶⁷.

Para el autor, el cambio de la significación de los objetos se encuentra en manos del sistema capitalista, en el papel de la técnica sobre el dominio del mundo, “la sociedad técnica vive apoyándose en un mito tenaz: el avance ininterrumpido de las técnicas y del “atraso” moral de los hombres respecto de estas técnicas”⁶⁸, como en los elementos de la moda y el consumo dirigido que hacen a los objetos más frágiles y efímeros.

⁶⁵ BAUDRILLARD, Jean. El sistema de los objetos. México: Siglo Veintiuno, 1999. p.83.

⁶⁶ Para Baudrillard lo funcional no significa necesariamente que el objeto este adaptado para un fin, más bien lo entiende como su adaptación a un sistema o a un orden.

⁶⁷ BAUDRILLARD. Op. cit., p.135.

⁶⁸ *Ibíd.*, p.142.

En la indagación a algunos consumidores se percibe como el objeto artesanal, es apropiado desde otras dimensiones, que no necesariamente responden a las funcionales y utilitarias:

A la pregunta sobre que significan las artesanías, la estudiante de literatura, Sara Ríos nos responde: “Es una forma diferente de adornarse, por ejemplo las manillas y demás. También creo que es una posibilidad de marcar y mostrar un tipo de personalidad ante la sociedad, como el uso de mochila. Aunque considero que actualmente es una forma de adquirir una identidad colombiana, es decir que al utilizar un sombrero volteado me siento más colombiano”⁶⁹.

Otro consumidor piensa al respecto: “Muchas veces, hay algunas artesanías que se ponen de moda. Tipo las manillas que están ligadas a la ceremonia del Yagé. Podríamos hablar de las artesanías tipo “africanas”, “andinas”, etc. La cosa es que se convierten en objetos del consumo cultural”⁷⁰.

Veamos algunas respuestas a la pregunta ¿Por qué adquiere artesanías?.

Adriana Eraso: “Objetos portadores de símbolos y significados para las comunidades que las elaboran y para quienes desde una valoración de lo estético y de las expresiones diversas (culturales – artísticas) las compramos”.

Juliana Delgado: “Por respeto, colaboración, recuerdo, conocimiento y gusto”.

El consumidor es movido por una búsqueda de alteridad, de conocimiento del otro, de otra cultura. La artesanía es un objeto material que vehiculiza una cultura, y lo otro, territorialmente lejano y ajeno, ya no lo es, de esta manera los objetos nos remiten al lugar del otro, a los lugares de la globalización: “En una época globalizadora, cuando la ciudad no está constituida solo por lo que sucede en su territorio, sino también por el modo en que la atraviesan migrantes y turistas, mensajes y bienes procedentes de otros países, construimos más intensamente lo propio en relación con lo que imaginamos sobre los otros”⁷¹.

c. La tienda de artesanías:

La tienda constituye un ejemplo interesante de la conjunción de circulación de personas, objetos y dinero.

⁶⁹ Formato de entrevista diligenciado por la señorita Sara Ríos.

⁷⁰ Formato de entrevista diligenciado por el señor Carlos Pérez.

⁷¹ GARCIA CANCLINI. Consumidores y ciudadanos. Op. cit., p.74.

La tienda de artesanías es el espacio en que los/as consumidores/as tienen el acceso a artesanías de diversos lugares y culturas, es aquí donde desembocan las relaciones de producción, pero quizá no sea este el espacio donde se transforma su significado, la dispersión de las simbologías desemboca en la tienda, más empieza con los fenómenos, que desde la producción incidieron en este proceso(modas por ejemplo).

Los productores, elaboran sus artesanías por pedido de comercializadores, interesados en cumplir con el agrado de sus compradores, los comercializadores en sus estudios de mercado, detectan que es lo mas conveniente producir, de esta manera es el comercializador quién define que se debe producir.

A su vez el comprador busca en la artesanía otra forma de consumo, mas cercana al apoyo cultural, que al comercial: “Los objetos artesanales pueden ser el medio para que los seres humanos que pertenecen a un segmento del mercado, tengan la posibilidad de experimentar otras sensaciones más creativas, de participar del intercambio entre el espíritu del artesano y el espíritu del ser humano que usa el objeto artesanal, del encuentro entre diferentes mundos para valorar al otro”⁷².

Fotografía 21. Collares disponibles en tienda Gaía



Fuente: esta investigación

⁷² QUIÑONES AGUILAR y BARRERA JURADO. Op. cit., p.103.

“Comprar objetos, colgárselos en el cuerpo o distribuirlos por la casa, asignarles un lugar en un orden, atribuirles funciones en la comunicación con los otros, son los recursos para pensar el propio cuerpo, el inestable orden social y las interacciones inciertas con los demás”⁷³

La tienda, provoca una admiración hacia objetos cargados de simbologías, como a la cualidad de ser elaborados a mano, sin embargo, reduce la complejidad simbólica de las artesanías a niveles que pueden ser la decoración, el souvenir, sin dimensionar el motivo por el cual se concibieron, la tienda las exhibe solas, sin sus relatos, excluyendo los usos rituales, políticos, culturales y sociales en los lugares de origen

La tienda entonces provoca una actitud de admiración por un objeto más que por su conocimiento, como William Ospina lo advierte: las cosas ya no existen para ser sabidas sino para ser consumidas.

Una vez en la tienda o en los diversos centros de comercialización, distantes de sus lugares de origen, las artesanías esperan por su consumidor y éste por ellas, entonces nos vamos acercando a la lógica de adquisición de los objetos que cambian de función y significado, economía simbólica, economía de transición de lo oral a lo letrado, de lo local a lo nacional y de lo nacional a lo global.

Economía que deposita su confianza en los símbolos de diversas culturas como garantes para que las mercancías tengan mayor acogida en el mercado⁷⁴. Se producen por lo tanto, objetos que, de las localidades, pasaron a configurarse como símbolos universales, disponibles en todo el mundo como el caso del indígena Piel roja. (Ver fotografía 21).

⁷³ *Ibíd.*, p.47.

⁷⁴ Sobre “eficacia simbólica” ver el artículo sobre iconografía indígena en los envases de plantas medicinales, Disponible en: <http://www.antropologiavisual.cl/mandel.htm>

Fotografía 22. Barniz de Pasto aplicado sobre diversos objetos.



Fuente: esta investigación

En la fotografía se pueden apreciar trabajos realizados en la técnica del barniz de Pasto, la atención particular es sobre la talla de un indígena Piel roja que evidencia como se representan culturas de diversos lugares del mundo con técnicas artesanales locales

Además de los diversos procesos mediante los cuales una artesanía es revalorada en su dimensión simbólica, se encuentra, por otro lado la revaloración en términos de costos: el comercio de artesanías como otros requiere un incremento de precios justificado en razones como las siguientes: la tienda de artesanías se encuentra ajustada a una serie de requerimientos legales y sanitarios para llevar a cabo su actividad comercial, los costos de arrendamiento del local comercial, los servicios públicos del local y los diferentes impuestos que deben pagar hacen que el precio de las artesanías incrementen; frente a estos aspectos el comercializador debe incrementar los precios de la artesanía y no siempre este incremento se traduce en un aprovechamiento o explotación del trabajo artesanal, mas bien las actividades de comercialización y producción desde este punto de vista se colaboran, facilitando, por un lado, las fuentes/objetos que nutren las tiendas, por el otro, el espacio para que a artesanía sea vendida.

d. Circulación de artesanías:

Renato Ortiz, en su texto mundialización y cultura, expone como la circulación configura el ideal y el hacer de la modernidad, la integración del mundo es un hecho en el siglo XIX, sin embargo el transporte entre continentes aún es muy lento vía marítima, es en el siglo XX cuando comienza el circuito de intercambios culturales en la dimensión mundial, el advenimiento de las industrias culturales demuestra la capacidad del modo de producción para expandirse, las culturas populares y sus productos también se insertan en esta lógica de circulación “El

modo de producción, aplicado a los dominios de la cultura, tiene la capacidad de impulsarla al circuito mundial. Lo que se encontraba restringido a los mercados nacionales ahora se expande.”⁷⁵

e. Artesanía en el capitalismo:

La globalización es quizá el fenómeno contemporáneo que determina muchas prácticas culturales como son la producción, circulación y el consumo de las artesanías, sin embargo, los intereses detrás de estos objetos provienen de épocas anteriores, por ejemplo en la colonia la producción de textiles se levanta sobre la mano de obra a favor de la producción española en los obrajes.

Una vez descubiertos los textiles andinos, las campañas de colonización optan por sacar provecho de este tipo de conocimientos y surgen los obrajes como fábricas textiles donde a partir de la lana, el algodón y el lino se producen para los españoles: lienzos, cortinas, mantas, ponchos, manteles, talegas, alfombras entre otras, “el obraje constituyó la primera fase del capitalismo en América”⁷⁶.

f. Asignación de valor a las artesanías: artesanía como mercancía:

“La antropología ofrece el recurso de sociedades y de culturas en las que la noción de valor tal como nosotros la entendemos es casi inexistente, donde las cosas nunca se intercambian directamente entre sí y siempre a través de la mediación de una trascendencia, de una abstracción.”⁷⁷ Maneras de circulación donde las formas de organización de las sociedades no permitían “la instalación de la trascendencia del valor, y con ello la trascendencia de poder ya que ésta se constituye principalmente sobre la manipulación de los valores”⁷⁸.

Los valores son la base sobre la cual se erigen diferentes tipos de dominio, ejemplos de esto son: el dominio moral que se instaura sobre el control de los valores de bien o del mal y el dominio del mercado que se levanta sobre los valores mercantiles: Valor de uso y valor de cambio son los pilares fundamentales sobre los que se levanta tanto la producción como el mercado, las artesanías, además de poseer a estos valores, la actual sociedad de consumo por un lado y la búsqueda de alternativas a ella por otro han desembocado en la asignación de otros tipos de valor: uno exótico, mediado por las necesidades de evidenciar viajes y comunidades ajenas a la propia y otro simbólico mediado por la inquietud por

⁷⁵ ORTIZ, Renato. Mundialización y cultura. Bogotá: Convenio Andrés Bello, 2004. p.63.

⁷⁶ ARIEL DE VIDAS. Op cit., p.27.

⁷⁷ BAUDRILLARD. Op. cit., p.18.

⁷⁸ *Ibíd.*, p.18.

conocer formas de comunicación y de vida distantes en tiempo y espacio a las propias.

Valor exótico: componente del turismo, el exotismo cultural para países como los de los Andes comprende vestimenta, arquitectura y manifestaciones como la música, la danza, la gastronomía, la medicina tradicional y las artesanías entre otras.

Valor simbólico: es aquel que resulta de la interconexión entre los tipos de valor mencionados, por tanto una artesanía siempre tendrá un valor simbólico.

Cuando la artesanía entra al comercio no sólo se ofrece el producto, sino aquello que el consumidor cree leer en él, esto es su mito, por tanto una evocación a un tiempo pasado, perteneciente a su lugar como a lugares distantes tal y como la globalización lo permite, “no es el presente lo que se propone como mercancía, sino un resurgimiento de un pasado”⁷⁹, viajar lejos es viajar lejos en el tiempo también.

El consumidor busca los objetos como la representación de cierta cultura, le asigna su simbología, aunque sólo sea la de pertenencia a un lugar, por ejemplo si en la ciudad de Pasto se adquiere una mochila de la Sierra Nevada el consumidor la adquiere evocando que en la Sierra Nevada existen cuatro comunidades indígenas, las cuales producen mochilas, pero no se entera de cuál de ellas proviene, que usos se les da en las comunidades y aquello que simboliza su tejido⁸⁰.

⁷⁹ ARIEL DE VIDAS. Op. cit., p.41.

⁸⁰ A propósito de los destinos de las mochilas Wayuu ver en “Relatos artesanales” el artículo de Alfredo Molano.

Fotografía 23. Mochilas de diverso origen y técnica



Fuente: esta investigación

En la fotografía se puede apreciar 2 tipos de mochila una de elaboración manual proveniente de la Sierra Nevada colombiana y otra de elaboración industrial y acabado manual elaborada en la India

Es sobre el reconocimiento de los valores simbólicos donde se encuentra la posibilidad de escapar al estatuto de mercancía de los objetos para hacer una mirada hacia el intercambio, una circulación de objetos mediada, más que por un contrato-convención abstracta entre dos términos, dos individuos-, por un pacto-relación dual y cómplice entre individuos-.

g. Moda y tendencias contemporáneas:

El consumo de artesanías en la actualidad se encuentra determinado por fenómenos culturales de masas tales como los medios de comunicación, las tendencias de la moda, turismo y demás aspectos que caracterizan a la sociedad de consumo, “vivimos en una época que aceleradamente cambia costumbres por modas, conocimiento por información, y saberes por rumores, a tal punto que las cosas ya no existen para ser sabidas sino para ser consumidas.”⁸¹

⁸¹ Disponible en Internet: <http://www.metas2021.org/congreso/ospina.htm> [citado el 17 de octubre de 2010]

A continuación se referencian perspectivas de algunos actores respecto a este fenómeno:

Un comercializador, el señor Carlos Arteaga, a la pregunta ¿En qué eventos o aspectos considera usted que se inspiran los/as artesanos/as para elaborar sus productos?, nos responde “Por ejemplo para carnavales se saca el cuy carnavalero, también las botellas con los nombres de los equipos de futbol, estas cosas atraen”⁸²

Un consumidor, la señorita Naidí Delgado, al cuestionamiento sobre la influencia de la moda y las tendencias de consumo contemporáneas sobre los procesos de consumo de artesanías, nos manifiesta: “De acuerdo a lo que he podido conocer, sí considero que influyen las unas sobre las otras y viceversa. Creo que hace parte de la inevitable globalización, los cambios en gustos y exigencias de las personas, la reivindicación de tradiciones y costumbres, ente otros. Es una relación sana en la medida que no se “sacrifique” la esencia y valioso de las artesanías en nombre de lo moderno, lo comercial, la transacción”⁸³.

Por su parte la estudiante de literatura responde a la misma pregunta: “Sí, por mi parte creo que al volverse de moda una artesanía empieza haber una producción masiva de la misma que se aleja del sentido simbólico que esta pueda tener para la comunidad que la realice, al mismo tiempo la producción masiva empieza a emplear otras técnicas que disminuyen la calidad del producto o lo deteriora. También existen personas como los diseñadores que utilizan las técnicas innovan y se olvidan de dónde salió la idea original, y cuando llega a la ciudad identifican esa técnica con el diseñador y las personas omiten que ese conocimiento viene de un lugar determinado”.

h. El diseño y la artesanía:

Colombia es el País donde, por excelencia se relacionan el diseño y la artesanía: a manera de disputa, competencia, saqueo, exclusión, integración, compartimiento y salvaguarde de técnicas- en la introducción de esta investigación, se mencionó un trabajo sobre esta relación-, estas dos expresiones, se han integrado y en manos de los diseñadores y los/as artesanos/as se encuentra el camino hacia un diálogo que no excluya, sino que fortalezca a las dos partes⁸⁴.

⁸² Entrevista realizada al señor Carlos Arteaga en la tienda Artesanías Saldaña, realización, desarrollo y transcripción Tatiana Paz. Archivo 23, Marzo 19 de 2010.

⁸³ Formato de entrevista diligenciado por la señorita Naidí Delgado Montenegro.

⁸⁴ Sobre los caminos hacia una relación justa entre diseñadores y artesanos ver el libro “Diseño con responsabilidad social” de Gloria Barrera y Cielo Quiñonez.

i. Incidencia de discursos en la producción artesanal:

Dentro de los procesos globales que ejercen algún tipo de influencia sobre los procesos de producción, circulación y consumo de artesanías, se encuentran las políticas y los discursos que circulan en las instituciones de carácter cultural como ministerios, empresas oficiales y privadas.

A manera de ejemplo se cita el eslogan del portafolio de servicios de la Institución Artesanías de Colombia en el año 2010:

ARTESANIAS DE COLOMBIA
Marca nuestra identidad

El subtítulo es muy claro para la comprensión de cómo los discursos inciden la producción artesanal y el ideario de lo artesanal.

La incidencia de los discursos va de la mano con el papel que ciertas instituciones destinadas a la “protección y fomento de las artesanías” han jugado en la conformación de la denominada industria artesanal. En los países andinos las instituciones relacionadas con la industria artesanal fueron creadas a partir de los años 60, y el objetivo en general de estas era adaptar la producción artesanal al mercado moderno, entre dichas instituciones se encuentran:

En los órdenes nacionales:

CENAPIA: Centro Nacional de Promoción de la Pequeña Industria y Artesanía DE Quito (Ecuador).

OCEPA: Organización comercial ecuatoriana para los productos artesanales (Ecuador)

EPPA: Empresa pública de la promoción de la artesanía (Adscrito al ministerio de industria del Perú)

DGA: Dirección general de artesanías (Adscrito al ministerio de industria del Perú)

En el orden Internacional:

Misión Andina: perteneciente a la oficina internacional del trabajo, destina fondos para el desarrollo y la comercialización de ciertas artesanías en los países Andinos, esta misión incluía asistencia técnica a comunidades indígenas.

CIDAP: Centro interamericano de artesanías y artes populares, organismo creado en 1975 por la OEA en Cuenca Ecuador, sus objetivos son la formación artesanal,

promoción comercial, investigación y preservación de formas de artesanías de los países pertenecientes a la OEA.

IADAP: Instituto andino de artes populares, creado por el pacto andino en Quito, este se encargaba de exposiciones culturales, experiencias de preservación de manifestaciones culturales y se encuentra en varios países

En Colombia este tipo de instituciones encuentra reflejo en Artesanías de Colombia, desde su creación en 1964, esta entidad tiene el mayor conocimiento y el mayor campo de acción sobre el sector artesanal.

“Las políticas de promoción cuyo carácter es esencialmente económico y cuya meta es el mercado turístico y el de la exportación, imponen así sus propias concepciones de lo que debe ser la artesanía y, en consecuencia, construyen la imagen étnica resultante”⁸⁵

j. Turismo, etnicidad y artesanías:

Aquellas actividades de viajar, recorrer lugares y estancias son tan antiguas como la historia del hombre sobre la tierra, (la literatura nos obsequia los relatos de los primeros viajes en La Odisea). El siglo XVI es una evidencia de viajes con el fin llegar a nuevos territorio y a sus riquezas, España, Gran Bretaña y Portugal son quizá los mejores ejemplos para ilustrar esta situación.

El siglo XIX, con la invención de las vías ferroviarias en Estados Unidos y Europa facilita la movilidad entre ciudades, antes realizada a caballo, la movilidad trae consigo la modificación del tiempo y el espacio, las tecnologías modifican los pensamientos y las formas de habitar el mundo.

A partir de este momento se empieza a dar importancia a monumentos y museos, considerados como lugares de interés turístico, y se les asigna horarios y precios. “Surge la primera Agencias de Viajes por el señor Thomas Cook en 1.841, quien ofrecía servicios de medidora entre la demanda del cliente y una oferta de transporte, alojamientos y atractivos Turísticos.”⁸⁶

El turismo internacional surge en los años 60 como un fenómeno de masas característico de la sociedad de consumo, surge junto al establecimiento de una cultura del ocio, del descanso, de la salud, de los negocios y el deseo de conocer culturas como un mecanismo de fuga a la sociedad industrial y a los horarios de trabajos establecidos, al estrés y a la contaminación de la cultura occidental. La

⁸⁵ ARIEL DE VIDAS. Op. cit., p.106.

⁸⁶ Disponible en Internet: <http://www.monografias.com/trabajos17/turismo/turismo.shtml> [citado el 17 de noviembre de 2010]

sociedad del bienestar, aparte de cubrir las necesidades básicas de los individuos, se interesa por la formación, el interés en viajar y el conocimiento de diferentes culturas. “La motivación esencial del turismo es disfrutar en otro lugar, en el sentido de procurarse placer, pero igualmente de hacer uso de ese “Allá”, de apropiárselo”⁸⁷ como también de acercarse al otro; de conocerlo, de aproximarse a su mundo.

Para algunos constituye una nueva forma de penetración colonial “El turismo internacional, en busca de especificidad vinculada a un lugar, tiene la tendencia a transformar en producto de consumo el patrimonio cultural de las sociedades tradicionales”⁸⁸, ofreciendo culturas y sus expresiones. El exotismo cultural se presenta como un atractivo compuesto por varias expresiones: vestimentas, arquitecturas, medicinas tradicionales, pasajes naturales, lugares sagrados, centros energéticos, y manifestaciones como fiestas, música, danzas, artesanías entre otras.

El turismo posee un carácter contradictorio es una amenaza para la cultura como también una posibilidad de mejoramiento de las condiciones de vida de los pueblos, se habla entonces de turismo cultural, etnoturismo o ecoturismo y demás tipos de turismo que se crean con el objetivo salvaguardar territorios y culturas.

Las artesanías se articulan con la globalización por medio del turismo, el flujo de turistas crea un nuevo mercado para los/as artesanos/as y también las artesanías locales entran en nuevos circuitos de comercialización a escala mundial. En los andes la relación del turismo con las artesanías es bastante evidente, históricamente se percibe una cierta continuidad desde la producción artesanal heredada de tiempos previos a la colonia y su adaptación a la actual economía de mercado, sin que ello signifique su pérdida, más bien la preservación o invención artesanal se encuentra vinculada con la imagen de identidad étnica en respuesta a los movimientos globalizantes. Esta continuidad ha experimentado varias mutaciones históricas de las cuales el turismo es quizá el último factor.

Las relaciones que existen entre el turismo y las artesanías son variadas, en la ciudad de Pasto se pueden destacar:

Oficina de turismo: para la directora de la oficina de turismo, la relación turismo artesanías consiste en que el primero demanda de objetos exóticos y el segundo los proporciona al tiempo que genera un valor agregado al turismo.

⁸⁷ ARIEL DE VIDAS. Op. cit., p.40.

⁸⁸ *Ibíd.*, p.7.

Plazas de mercado: “Yo me he dado cuenta por ejemplo que después de fiestas en enero viene la gente de otras partes y sí aprecia, ellos nunca dicen rebájeme por tal cosa, o tanto le doy, no vienen y de una pagan y aprecian, dicen ve que bonito ese sombrero que lindo, lo aprecian, lo valoran me entiende, si más que todo la gente de otras partes, porque en otras partes no hay lo que hay aquí en Pasto, aquí en Nariño.”⁸⁹

Fotografía 24. Turismo y artesanías

Leyenda de la valla:

*“Bienvenidos:
Señores turistas
Manos nariñenses trabajan para usted”*



Fuente: esta investigación

Sector Bomboná:

“La producción artesanal es valorada y promovida entonces como manifestación cultural, reveladora de una “identidad étnica” apreciada por los turistas en busca de productos originales y específicos de las poblaciones que visitan. En este contexto, la producción artesanal se adapta a esta demanda creciente que finalmente la orienta y la transforma”⁹⁰.

⁸⁹ Entrevista a la señora María Leoniza Ruano. Mercado los dos puentes, sector raleo. Realización, desarrollo y transcripción Tatiana Paz. Archivo 9. 25 de Enero de 2010.

⁹⁰ ARIEL DE VIDAS. Op. cit., p.37.

k. Artesanías entre la cultura y el mercado:

“Lejos de desaparecer, la actividad artesanal, ésta se adapta a las condiciones que le impone el mercado actual y a las necesidades que el artesano tiene y que pretende satisfacer con la comercialización de sus productos”⁹¹

La cultura y el comercio se enlazan en una dinámica complementaria que da a los productores de artesanías un medio para adaptarse a los cambios provenientes del exterior. Las nuevas modalidades de producción, circulación y consumo de artesanías vehiculizan culturas que están en permanente transformación, no sólo perdiendo sus tradiciones, sino evidenciando su carácter dinámico, su capacidad de adaptación con algunas riesgos; pero siempre su supervivencia.

Cabe preguntarse por las formas de representación y expresión propias de las culturas en relación con la necesidad de adecuar el producto a las exigencias del mercado, ¿acaso el mercado cuando busca un producto artesanal no está buscando aquellas representaciones, expresiones y connotaciones culturales propias del productor?, ¿acaso el mercado para productos artesanales no está buscando un vínculo con aquello que es y que esencia simbólicamente estos objetos?, ¿acaso no hay una necesidad en el mercado por significados de mundos paralelos y diversos, un deseo por encontrar y relacionarse con los mundos del productor que se vehiculizan en la artesanía?⁹².

Estos son los cuestionamientos que nos quedan a todos los involucrados en las investigaciones sobre artesanías y en general a los amigos de la cultura. Las respuestas se constituyen en guías y luces hacia el camino de la valorización de las artesanías y los artesanos y artesanas.

3.1 CASO EJEMPLIFICADOR: Relación Artesanal Sibundoy Pasto

La economía mundial para el sector artesanal, se expresa en factores como los que vimos en la primera parte de este capítulo, en una segunda parte se pretende ilustrar como las instituciones oficiales y las exigencias del mercado en sí inciden en la producción y transformación de tradiciones artesanales, es el caso de la integración de dos técnicas artesanales: las máscaras talladas en madera de la comunidad camëntsá del Valle de Sibundoy Putumayo y el decorado en Barniz de Pasto.

⁹¹ TUROK, Marta. Cómo acercarse a la artesanía. México: Plaza y Valdés, 2001. p.19.

⁹² QUIÑONES AGUILAR y BARRERA JURADO. Op. cit., p.55.

Fotografía 25. Máscara indígena decorada con barniz de Pasto



Fuente: esta investigación

El departamento de Nariño limita hacia el oriente con el departamento del Putumayo, entre los dos se ha establecido históricamente una relación de intercambio cultural y comercial en diferentes ámbitos, el caso que nos interesa es la integración cultural entre el barniz de Pasto y las tallas en madera de la comunidad *Kamëntšá*.

“El barniz de Pasto es un enchape sobre objetos de madera elaborado a base de mopa-mopa; su práctica viene de tradición prehispánica y seguramente se relaciona con la artesanía inca de elaboración de keros”⁹³, la materia prima que se utiliza en esta actividad es la resina de un árbol proveniente de la selva amazónica del Putumayo, Mocoa es el principal centro de recolección de la resina.

La primera relación que se establece entre los departamentos es de provisión de la resina como la principal materia prima, con el tiempo y respondiendo a las innovaciones de diseño, del Putumayo se obtienen las máscaras ingas y camëntsá y los bancos tradicionales *Kamëntšá* para ser enchapadas en barniz.

La forma en que una práctica artesanal va respondiendo a una realidad histórica determinada se puede evidenciar en los cambios que han experimentado las artesanías mencionadas. Veamos en primer lugar el barniz de Pasto: los primeros objetos que se realizan en barniz son platos, mesas, bancos, cofres, baúles,

⁹³ GRANDA PAZ, Osvaldo. Aspectos de cultura popular en el sur colombiano. Barranquilla: Travesías, 2010. p.11.

copas, algunas esculturas de fauna, y los keros⁹⁴, en la colonia se empieza a hacer apliques sobre marcos de cuadros y los diseños se encuentran influenciados por escenas religiosas, en el siglo XIX se incursiona el color al barniz con sustancias vegetales, en el siglo XX el barniz experimenta varias crisis, desaparece el taller de barniz de la Escuela de bellas artes de la Universidad de Nariño y con ello muchos artesanos se retiran del oficio, en la década del 50 comerciantes extranjeros crean la fábrica Waldaka, ellos captaron casi toda la producción de barniz y empezaron la aplicación de temáticas indígenas como las momias de San Agustín y diseños de platos Quillacingas y Pastos.

La decoración en barniz obedecía a modelos que fueron propuestos por los alemanes a partir de elementos precolombinos, el maestro Eduardo Muñoz Lora, sostiene que los grafismos antropomorfos, desarrollados a partir de la estatuaria de San Agustín, conocidos bajo la denominación de “momias”, tuvieron origen en la empresa Waldaka dadas sus estrategias de comercialización y venta de productos al exterior, en donde lo étnico y lo folklórico fueron asumidos con el propósito de conquistar nuevos mercados⁹⁵.

El anhelo de conquistar mercados provoca cambios al interior de la producción artesanal del barniz, aparece de esta forma la aplicación del barniz a nuevos objetos de madera, elaborados tanto en la ciudad como en otros lugares:

A partir de los años sesenta del siglo pasado, por influencia del comercio y las nuevas tendencias del diseño artesanal, los barnizadores pastusos enchapan esculturas; así aparecen búhos, patos, gallinas y posteriormente faisanes, gansos, armadillos, conejos, tortugas y otros. En los setentas se empiezan a laborar tallas típicas de Pasto y algunas traídas de san Antonio de Ibarra. Entonces se populariza especialmente el tema de la virgen de Chiquinquirá, ángeles campesinos, ñapangas, algunas obras de los indígenas camëntsá, y máscaras.⁹⁶

En 1977 se realizan los primeros proyectos de diversificación de productos en Pasto integrando a entidades productivas de la talla en madera y el barniz de Pasto, dichos proyectos fueron llevados a cabo por el diseñador Carlos Baquero Ángel por medio de la Escuela Taller de Diseño de Artesanías de Colombia. En 1977 el diseñador, por encargo de la gerente Graciela Samper de Bermúdez desarrolló unos talleres mediante los cuales se buscaba la diversificación de los productos del barniz de Pasto y su integración con oficios como la talla en madera, Artesanías de Colombia proporcionaría los diseños y los barnizadores

⁹⁴ Son los keros los principales objetos que demuestran el origen panandino de esta práctica, evidencias demuestran que en el suroccidente de colombiano se utilizaban objetos en madera acabados con resinas vegetales como los keros entre camëntsá e ingas.

⁹⁵ QUIÑONES AGUILAR y BARRERA JURADO. Op. cit., p.75.

⁹⁶ GRANDA PAZ. Op. cit., p.13.

ejecutarían los decorados, entre los diseños se encontraban patos (era lo más apetecido por el mercado), gallinas y una serie de animales que los/as artesanos/as implementaron.

Surge entre los/as artesanos/as muchas ideas creativas alrededor de las aplicaciones del barniz y en este contexto empieza la aplicación del barniz a objetos provenientes del Putumayo, exactamente objetos provenientes de las comunidades indígenas Inga y Kamëntšá, entre ellos están: máscaras Inga y Kamëntšá, bancos tradicionales Kamëntšá y los ángeles a los cuales se les asignó una utilidad práctica convirtiéndolos en candelabros y después las máscaras.

A continuación se evidencia la importancia cultural de la talla en madera para los indígenas Kamëntšá:

La talla en madera, niñěšéc en caměntsá es el arte más representativo de esta comunidad, a través de sus tallas los artesanos expresan mitos y leyendas mediante las figuras elaboradas con troncos de urapanes, cedros, arrayanes sauces y alisos, árboles próximos a sus casas.

De acuerdo a una investigación realizada en el año 2009 por los abogados Yésica Pérez y Juan Jacanamijoy, la tradición oral en la comunidad da cuenta de la importancia del banco tradicional -Tšeněš en caměntsá- : “como un elemento de trascendental importancia, ya que en la antigüedad solamente eran utilizados por la pareja en el hogar y su uso era sagrado, la ubicación y la utilización eran personalísimas y no se transferían, solamente con la muerte de alguno de los dos.”⁹⁷

Relacionado con la autoridad en el núcleo familiar, el Taita Ángel Jacanamijoy comenta al respecto:

El banco es un símbolo de autoridad en primer lugar, la autoridad de nuestros padres, nuestros mayores, su uso es sagrado ya que solamente nuestros padres podían sentarse en ellos, nosotros como hijos teníamos una banca larga, igualmente tallada en madera, para sentarnos, al igual que los invitados a la casa, en el salón principal se ubicaban dos bancas a los lados y al lado derecho se ubicaban los hombres y a la izquierda las mujeres, como símbolo de respeto al casero (...).⁹⁸

El banco tradicional también es utilizado en la Casa Cabildo (‘Casa de Justicia’) por el Gobernador y su Gabinete.

⁹⁷ Información recolectada y suministrada por los investigadores, abogados: Juan Jacanamijoy y Yésica Pérez, Sibundoy, 2009.

⁹⁸ Ibíd.

Las máscaras, son de uso ritual, festivo y alegórico al ser humano, sus creencias, patologías y su cosmovisión.

Es en la fiesta del Beschnaté (reconocida como carnaval del perdón) donde se puede apreciar la variada y hermosa producción artesanal de esta comunidad: collares de chaquira, collares de cascabeles, de semillas de la región del alto putumayo principalmente y de dientes de animales sagrados en la selva putumayense, las coronas, sus tejidos y el exuberante plumaje que solo la Amazonía nos permite percibir, los sayos, la cestería, además de los instrumentos musicales (cachos, bombos, tambores, rondadores, cascabeles, armónicas, flautas, instrumentos de viento, y botellas llenas de maíz que dan los ritmos al bailar en el carnaval) demuestran cuantas manos estuvieron laborando durante todo el año para el acontecimiento de esta gran día.

En esta fiesta las máscaras que se aprecian son las de matachín y la de sanjuanés, el San Juan es un personaje ritual del Carnaval (Bëtschnaté) que porta una máscara con la 'lengua afuera' y que sobre su traje tradicional lleva puesto un saco elegante (smoking) haciendo alusión a la imposición cultural de occidente; no obstante su expresión denota el rechazo a la cultura mayoritaria.

“Otra interpretación de este personaje es la atribuida a la tradición católica del suicidio de ‘San Juan Bautista’ quien muriera ahorcado en tiempos de Jesucristo.”⁹⁹

Además de las máscaras los artesanos tallan bateas, fruteros, cucharas para el uso doméstico.

Respecto al significado de la talla en madera para la comunidad, el maestro Ángel marino manifiesta:

El significado de la artesanía y en mi caso de la talla en madera, lo veo con un sentido comunitario (...). Desde niños nuestros padres nos han contado historias acerca de la llegada de los ‘españoles’, de los ‘misioneros capuchinos’, los cuentos tradicionales del oso, del arcoiris, de la bruja y otros, entonces me baso en esas historias para tallar mis obras (...). Los cuentos, los mitos y las leyendas pertenecen a toda la comunidad, así como los bancos tradicionales, las máscaras y los tejidos (...); yo no podría decir que las obras que tallo me pertenecen, o que el banco lo inventé yo, porque desde mi juventud entendí que todas esas tallas tenían un significado para la comunidad y que por lo tanto debíamos trabajar en la talla para preservar este conocimiento (...)¹⁰⁰.

⁹⁹ Ibíd.

¹⁰⁰ Ibíd.

De carácter colectivo, portadora de conocimientos, relacionada con la tulpa, con la chagra, con el yagé y la medicina tradicional, con instituciones de educación formal y no formal, la talla en madera es una expresión que identifica a su comunidad y ante los riesgos de la actual sociedad es un deber su protección.

En retorno a la relación con el barniz, se tiene que con el tiempo Pasto exige la elaboración de más máscaras, por tanto empieza a aumentar la producción (San Andrés en Santiago es el mayor proveedor de máscaras de compradores pastusos), al tiempo que talladores en la ciudad de Pasto empiezan a elaborar máscaras.

Esta elaboración de máscaras en un contexto donde el objeto pierde su carácter ritual y simbólico es consecuencia de la demanda del mercado como fuerza que motiva la producción, este objeto en el mercado vehiculiza una cultura, mas se dispersa su significado, pierde su relato.

Respecto a la integración entre la talla en madera y el barniz existen varias perspectivas, dos de ellas son, las de artesanos del valle de Sibundoy, quienes elaboran los objetos que llegan a Pasto, como la de artesanos de Pasto que realizan el acabado en barniz a los objetos provenientes del valle de Sibundoy:

Respecto al acabado en barniz de las máscaras del valle de Sibundoy, el maestro Ángel Jacanamijoy dice:

Para mí personalmente es malo porque a mí me han venido a pedir máscaras en crudo, yo no vendo así, porque se corre el riesgo, un maestro de Pasto empezó a copiar las máscaras y esa es la consecuencia de la comercialización, el que tiene habilidades la copia, con el banco pasó lo mismo, en Boyacá empezaron a sacar bancos y los llevaron a evaluar para la feria de Expo Artesanías en Diciembre y les dijeron que no podían participar porque ese era un banco camëntsá. La desventaja es el hecho de mandar a otras partes y se ha vuelto comercial y uno corre ese riesgo, Expo Artesanías exige catalogo y eso quiere decir producción en cantidad, entonces yo nunca he estado de acuerdo con el catalogo¹⁰¹.

La copia en este caso nos remite a la elaboración manual de objetos que gustan de ser adquiridos, pero el artesano desconoce en muchas ocasiones la implicación simbólica de la elaboración, la implicación ritual otorgada por la comunidad indígena a este objeto, y por otro lado desconoce que esta es una artesanía de propiedad colectiva y por tanto le pertenece a la comunidad camëntsá del valle de Sibundoy Putumayo.

Por otro lado cuando indagamos al maestro Jesús Ceballos la relación entre estas dos expresiones artesanales, a la pregunta si es peligrosa esta unión, el responde:

¹⁰¹ Entrevista realizada al maestro Ángel Jacanamijoy. realización, desarrollo y transcripción Tatiana Paz. 1 de junio de 2010.

No es peligroso porque eso es parte de la globalización, la globalización no es nueva, las culturas suramericanas ahora se diferencian por las fronteras, por ejemplo los cotacaches y los indígenas de Nariño, los límites hicieron que se separen los grupos culturales, pero en esencia había una universalización en donde no había dinero, se hacía intercambio de productos. Aquí hacemos micos en barniz por la influencia de la costa nariñense, la costa ecuatoriana, el amazonas, esto hace que se homogenice el cuento. Las máscaras se las decora aquí para que perdure en el tiempo, para que sea agradable al cliente, se mejoró lo que estaba hecho, se trató de darle color, esto despertó en el indígena del Putumayo la creatividad¹⁰².

Para el maestro Jesús, la idea de tomar elemento de culturas distintas y crear nuevos objetos hace parte del concepto del vivir, de la evolución y con el tiempo, las artesanías cambian, no ve en esta fusión una pérdida de la tradición, más bien la ve como un enriquecimiento para las dos expresiones culturales.

Respecto al punto de vista desde el cual la aplicación del barniz sobre las máscaras incentivó de la creatividad en los indígenas del Valle de Sibundoy puede ser cuestionable partiendo de la implicación que la artesanía tiene para dichas comunidades, formas de relacionarse con el universo, ellas no gustaban de agrandar a agentes externos a su comunidad, actualmente la demanda requiere permanente innovación de figuras y diseños, la sociedad y el mercado ejercen influencia en la creación artesanal.

Este fenómeno de integración cultural demuestra como los flujos de información, la circulación, las instituciones y las exigencias del mercado inciden en la producción de nuevas expresiones artesanales, los nuevos usos para ciertos objetos por un lado y la aplicación de la magia barnizadora sobre nuevos objetos puede demostrar por un lado la pérdida de las tradiciones como también dar “fe de su evolución, de su vitalidad y su capacidad de incorporar los cambios y las influencias que los rodean, preservando al mismo tiempo una habilidad ancestral”¹⁰³.

Bancos y máscaras tradicionales elaborados por indígenas camëntsá y acabado en barniz de Pasto evidencian la cercanía y la interacción entre estas culturas, dicha interacción surge de procesos económicos y simbólicos transnacionales- para el caso Artesanías de Colombia es la institución que materializa dichos procesos-. Artesanos barnizadores y talladores Camëntsá, comunidades artesanales con habilidades milenarias interactúan transmitiéndose técnicas, conocimientos, hasta relatos. El encuentro entre ellos parte del movimiento que las

¹⁰² Entrevista realizada al maestro Jesús Ceballos en su taller, realización, desarrollo y transcripción Tatiana Paz. Archivo 46. 4 de Abril de 2010.

¹⁰³ ARIEL DE VIDAS. Memoria textil e industria del recuerdo en los Andes. Op. cit., p.81.

culturas experimentan “el dinamismo de la vida las coloca en presencia unas con otras”¹⁰⁴ ejerciendo de esta manera influencias mutuas y preservando al tiempo las habilidades que a cada comunidad artesanal caracteriza gracias a la memoria colectiva.

Resultado de la difusión, este encuentro entre contenidos culturales diseminados en el espacio (Sibundoy-Pasto), permite entender como ejerce la globalización efectos particulares sobre las culturas y sobre objetos simbólicos de estas, interacciones entre objetos, tradiciones, relatos y proximidades.

¹⁰⁴ ORTIZ. Op. cit., p.81.

4. VOCES QUE RODEAN LAS ARTESANÍAS

“La tradición está en la mano de los artesanos porque son creadoras, no repetidoras mecánicas del pasado. Son brotes nuevos de una planta que tiene raíces en el pasado, hojas y flores en el presente y semillas hacia el futuro”¹⁰⁵.

Expuestos en el capítulo anterior algunas formas de cómo la globalización ejerce influencia sobre la producción, consumo y circulación de las artesanías y vistas estas formas como uno de los problemas que las prácticas artesanales tienen en la actualidad, se presenta al lector una serie de textos con la intención de aproximarse al sentido que las artesanías tienen para los/as artesanos/as, para comunidades y a partir de este reconocimiento se empiecen a buscar rutas encaminadas hacia la potencialización de sus actores como de los oficios en sí.

- Zimbabwe. Es un texto del arquitecto Juan Pergolis el autor hace evidente como los objetos artesanales encierran juegos con el tiempo y los espacios, de esta manera el relato que detrás del objeto se encuentra nos remite al tejido social en que se desarrolló.

ZIMBABWE

“El conjunto de ruinas de Zimbabwe se localiza en dos partes distantes entre sí algo menos de un kilómetro. Una sobre un cerro, la otra en el valle adyacente. Cientos de años después que el último de sus habitantes hubo desaparecido y el olvido erosionó sus fantásticas construcciones en piedra, llegó el primer karanga proveniente de la explotación bantú que disperso la raza por todo África. ¿Qué habrá pensado de los recintos de piedra? ¿Qué habrá significado para él, el vasto conjunto de palacios y de almacenes? o, ¿Qué misterioso respeto le inspiró tal obra, que prefirió construir su caserío con barro y paja, a la vera de las grandes ruinas que jamás tocaría?”

Pensando en esto, recorro la aldea abandonada y de pronto me encuentro con su último habitante: una anciana alfarera, que reacia a dejar su tierra, sobrevive vendiendo objetos de barro a los turistas. Paso más de una hora viéndola modelar con sus dedos secos, mientras mi mente descansa inundada con un suave zumbido que tal vez sea un torno que no logro ver.

Antes de abandonar Zimbabwe decido volver a verla, intrigado por el persistente zumbido. Por un ventanuco en la pared, detrás de la única vivienda habitada, descubro el origen del mágico zumbido: un hombre viejo, tan viejo como las piedras de la ciudadela, de las cuales conoció esplendor y

¹⁰⁵ *Ibíd.*, p.21.

glorias, trabaja a espaldas de mí, en la penumbra de una habitación colmada de pájaros en vuelo.

Un hombre viejo, que ya era viejo cuando el primer karanga pisó la región, fabrica pájaros rodeado de canastos con flores y plumas de los pequeños egrettes de la región, laminillas del oro de Ofir y piedras preciosas de los montes de Sabba.

Ahora entiendo que Zimbabwe nunca fue abandonada; que la aldea karanga tampoco lo será; que dos personas en el tiempo, se encontraron para hacer pájaros de oro y nidos de barro. También entiendo que miles de pájaros de oro anidarán en miles de objetos de barro que los turistas no compran ni comprarán.

Quienes crean pájaros y construyen nidos sobreviven a las piedras. Crean eternidades”¹⁰⁶.

- A continuación se presentan dos entrevistas realizadas a dos maestros artesanos, Maestro Ángel Jacanamijoy, indígena camëntsá de Sibundoy y Maestro Juan Carlos España, maestro en artes visuales, residente en la ciudad de Pasto.

- En la entrevista al maestro Ángel Jacanamijoy, se comprende como en la voz de un artesano, se encuentran reflejadas las voces de una comunidad; la alusión que el maestro hace a las prácticas que en la comunidad se desarrollan y en ellas la importancia de la artesanía nos hace entender como esta última es solo una parte del universo representacional de una comunidad, para este caso de la comunidad Camëntsá de Sibundoy, Putumayo.

Es interesante la posición que el artesano tiene respecto a las instituciones que en su territorio hacen presencia como también respecto a las exigencias que la economía ejerce sobre la producción artesanal: el artesano no se debe negar a las innovaciones y sugerencias del exterior, debe apropiárselas y hacer buen uso de ellas teniendo presente que la preservación de técnicas y símbolos contribuye a la preservación de su cultura en medios tan confusos como la globalización.

ENTREVISTA MAESTRO ANGEL MARINO JACANAMIJOY JUAJIBIOY¹⁰⁷

Después del saludo y en el taller del maestro Ángel, observo un vaso antiguo, un quero y los demás objetos que el maestro tiene en su taller, observándolos empiezo a realizar unas preguntas que el maestro muy amablemente respondió:

¹⁰⁶ PÉRGOLIS, Juan Carlos. Las otras ciudades. Bogotá: Universidad Nacional, 1995. p.4.

¹⁰⁷ Entrevista realizada al maestro Ángel Jacanamijoy en el resguardo indígena de Tamabioy, municipio de Sibundoy Putumayo, por Tatiana Paz. Archivo 58. Martes 13 de julio de 2010.

Tatiana: ¿Puede describirme los objetos que usted produce en su taller?

Maestro Ángel: Esto es para ceremonias especiales, no es para tomar cualquier bebida ni cualquier persona, es para personas importantes dentro de la familia o dentro de la comunidad, como compadres, una visita de las autoridades de la comunidad como el gobernador, para esto tengo reservado el quero, lo valoraban más por el tallado y estaba leyendo que es un artefacto inca y tiene la misma forma, es como un cáliz. Mi hermano si trató de rescatarlo recordando la forma, buscó algunos maestros para que lo reprodujeran y se sacó algunas muestras cuando fue gerente de una cooperativa artesanal cuando vinieron a trabajar los del Cuerpo de Paz, con ellos hicieron un trabajo muy bueno, al cual pertenecían los artesanos talladores, tejedores, maestros en instrumentos musicales y ellos tenían contacto directo con el exterior y exportaban pedidos, no había intermediarios. El tipo de máscaras son del estilo inga por eso se llaman máscaras ingas, acá en la comunidad camëntsá que yo recuerde solamente alcance a conocer 3 máscaras, San Juan hombre, San Juan mujer y la de matachín que son las que se utilizan en el carnaval, la del matachín es como guía; los San Juanes algunos dicen que es la forma no violenta de protestar contra la otra cultura, está sacando la lengua y la otra versión dentro de los camëntsá es que hubo gente que se ahorcó ante la impotencia de la otra cultura, son versiones y yo alcancé a conocer eso, en los primeros años no me nació lo del tallado sino que una vez terminado el bachillerato tenía en mente ir a la universidad y por diversas circunstancias llegué a Bogotá, empecé a trabajar allá y logré conectarme con amigos y familiares, empecé a estudiar y no pude hacer las dos cosas (trabajo y estudios) entonces decidí estudiar pero como mis papás no tenían recursos entonces me retiré, pero en ese tiempo alcance a conocer el Museo de Arte y Tradiciones Populares y se me ocurrió venir a comprar acá cosas que no habían en el museo, mascarar sobre todo y las llevaba a vender a Bogotá y ellos me sugerían las formas, acabados y tamaños y acá nunca las hacían como ellos querían. Por problemas familiares me vine de Bogotá pero me quedó en la mente regresar con artesanías, cierto día se me ocurrió hacerlas de acuerdo a las sugerencias y descubrí que tenía las habilidades, hice cierta cantidad y las llevé y allá les gusto mucho.

Tatiana: ¿Cómo fueron esas primeras máscaras que usted hizo?

Maestro Ángel: Las primeras fueron replicas de San Juan para que se las puedan colocar, y pedían que les cuente algo de lo que significaba la máscara. Cuando mi papá vivía en esa época lo visitó un gringo y mi papá le grababa cuentos, mitos y de niño no le daba importancia pero algo se me quedó, entonces ya entendí que era lo que pedía la gente; hacía también las de matachín y así empecé a ampliar los diseños, darles diferentes formas, mostrar los rasgos físicos de los camëntsá y me empezó a ir bien y eso me dió ánimo para continuar, hicimos una exposición en el Museo de Arte y Tradiciones Populares, formé un grupo de talladores y Artesanías de Colombia empezó a conocernos y empezaron a interesarse, nos

dictaron un taller, trabajamos con tierras minerales sobre todo para aplicar tintes color tierra y eso llevamos a Bogotá y llamó mucho la atención, hicimos una exposición, nos pidieron cosas antiguas más lo que habíamos trabajado, ahí ya incluimos mascararas basadas en alguna leyenda como el arco iris, los carnaleros, mascararas con gestos de grito, tocando algún instrumento, lentamente ya fuimos metiéndole lo del yagé. Primero para variar las formas de las máscaras, hice creaciones más a través de sueños, en un sueño yo noté que las mascararas empezaban a alargarse de ahí saque esas alargadas.

Tatiana: ¿Lo que usted me cuenta, hace cuanto tiempo fue?

Maestro Ángel: Yo comencé a la edad de 23 años a probar la talla y ya en este trabajo ya son 26 años en lo que es talla. De ahí ya innove la forma pero siempre sin perder la identidad, este es un matachín a mi manera. Yo respeto mucho las figuras de San Juan y matachín porque de ahí fue que yo aprendí, de tanto mirar fueron esas las primeras que hice. Con respeto también al maestro Basilio Juajibioy quien era el que antes portaba la máscara de matachín en los carnavales y hecha por el mismo, yo no conocí otro tallador de esa calidad, por él descubrí otras mascararas y a cada máscara le tenía su significado cuando mi hermano me llevaba a comprar algo para mandar a Bogotá, yo miraba cosa bonitas y yo le pedía que me enseñe y él se reía nomás y decía el que es de aprender no hay necesidad de enseñarle, que uno mismo debía intentar aprender y eso hice. Lo del yagé viene a raíz de comentarios de mi papá, el siempre sabía decir que los taitas que de verdad sabían estaban en el bajo Putumayo, decía: “porque yo alcance a tomar con ellos y ellos de verdad se convierten en tigre o en serpiente”, me decía él “yo vi eso por la noche en las ceremonias y mirábamos que salían por la puerta principal, al otro día ya sin el efecto del yagé mirábamos las huellas de la serpiente”, y yo no sabía nada y no me interesé nunca, ahora ya con el conocimiento llego a la conclusión de que pudo haber sido una visión, entonces eso me dio la idea de pasarlo a la madera, observando los chamanes como se visten a la hora de la ceremonia, con la corona de plumas y de ahí empecé unas que las llamo Transformación, otra Ritos del yagé, basándome en eso hice otro estilo de máscara. Hasta ahora solo he tomado yagé dos veces, en la primera empecé a mirar las figuras de los chumbes y mucho colorido, en muchas de mis obras aplico en las tallas las figuras del chumbe, esto es una visión, lo mismo el colorido, en otra oportunidad empecé a mirar diferentes gestos, con base en la transformación también, con base en visiones. En cuanto a colores apliqué el colorido selva, al comienzo empecé aplicar tintes naturales de hojas, semillas, hay una pepa de la linaza para el color oscuro, pero también hay que mezclarle la lengua de vaca, el cogollo del tumaqueño como fijador porque si uno llega a manchar una tela eso no sale con nada, se mezcla los 3, utilicé la remolacha, el color amarillo claro lo sacamos de la cáscara y hojas del nogal, el verde con hojas de lengua de vaca y frijol tranca.

El último trabajo que hicimos fue la recuperación de los bancos, porque estaba perdido el banco camëntsá, cuando empecé a tallar yo miraba donde mi mamá unos bancos viejitos y era rara la familia que no tenía bancos, entonces hicimos un convenio con mi hermano y nos dimos a la tarea de recuperarlos y empecé a hacerlos a la manera de acá porque siempre miraba unos con patas rectas, los hicimos y empezamos a comercializar y gusto mucho, pasaron los años y empecé aplicar tallas, esto fue cuando Artesanías de Colombia se interesó , ellos mandaron diseñadores para que trabajemos con ellos, ellos nos asesoraron en acabados para enviar al mercado exterior o al interior del país, teníamos que competir con otros productos, nos enseñaron acabados en cera, en tintillas, sin perder la identidad pero aplicando algo de la otra cultura. Me parecieron mejores los acabados en cera de abeja, cera de laurel, luego a raíz de una amiga de Artesanías de Colombia me recomendó la Feria de Expo Artesanías y eso sirvió como ventana para dar a conocer mis productos y hasta hoy no he dejado de participar en estas ferias, el primer año solo llevé lo que tenía, al segundo año ya cumpliendo los requisitos y sometiéndome a la selección. Los primeros años Artesanías de Colombia nos pagaba el stand, el alojamiento, alimentación, las ventas quedaban libres, lentamente cambiaron y empezaron a cobrar, ahora se paga pero ellos tienen convenios con Corpoamazonías y ellos nos han ayudado pagando el stand.

Tatiana: Usted siempre recalca que pretende preservar los elementos de su cultura. En relación con Artesanías de Colombia, usted como artesano, ¿qué elementos cree que debería aceptar o rechazar para que esa relación artesano-cultura se siga manteniendo?

Maestro Ángel: Eso lo hemos defendido casi siempre. Últimamente ha sido como una protesta ante Artesanías de Colombia porque hay mucho diseñador entonces se trata de perder, porque hace un tiempo se vino a hacer floreros, candelabros, entonces es algo que se salía de nuestra cultura, entonces se empezó recalcándoles a ellos no perder la identidad, uno puede hacer muchas cosas como artesano pero eso se sale de nuestra cultura y lo lindo es hablar de la comunidad a través de la talla, la talla es lo mismo que escribir un libro porque estoy contando algo de mi cultura. Lo mismo es analizando los tejidos porque mi mamá contaba que mi abuelita no sabía leer ni escribir pero ella tejía muy bien la faja y sabía lo que significaba, si no hubiera sido por la influencia de la otra cultura así estuviéramos escribiendo nosotros y eso trato de conservar, que a través de la talla en madera se cuente algo, más importancia le he dado a las historias, cuentos para transmitirlo a través de las obras, investigando con los mayores y aprovechando la conexión con el colegio bilingüe, me sirve ese puente porque yo le enseño a mi señora a tallar y ella enseña allá y yo aprendo de ellos, he hecho talleres en la elaboración de bancos, de máscaras.

Tatiana: ¿Todas sus obras representan la cultura camëntsá? ¿Tiene máscaras ingas?

Maestro Ángel: Los gestos y la forma es origen inga, actualmente si se hace yo los llamo rostro camëntsá, son estados de ánimo, reacciones a raíz de la toma del yagé, del vomito, del mareo, como el taita está concentrado, con visiones, llanto, risa, con la lengua afuera y luego viene al estado de quedar limpio, de alegría, de limpieza. Los cortes de cabello son bien tradicionales de hombre y mujer de nuestros mayores y estos también se reflejan en las máscaras.

Tatiana: ¿Que riesgos identifica cuando se comercializa la máscara, cuando llega a Pasto, cuando recibe otro tratamiento como es el barniz?

Maestro Ángel: Para mí personalmente es malo porque a mí me han venido a pedir máscaras en crudo, yo no vendo así, porque se corre el riesgo, un maestro de Pasto empezó a copiar las máscaras y esa es la consecuencia de la comercialización, el que tiene habilidades la copia, con el banco pasó lo mismo, en Boyacá empezaron a sacar bancos y los llevaron a evaluar para la feria de Expo Artesanías en Diciembre y les dijeron que no podían participar porque ese era un banco camëntsá. La desventaja es el hecho de mandar a otras partes y se ha vuelto comercial y uno corre ese riesgo, Expo Artesanías exige catalogo y eso quiere decir producción en cantidad, entonces yo nunca he estado de acuerdo con el catalogo.

Tatiana: Además implica repetición (...)

Maestro Ángel: Claro, y estaríamos pecando contra la misma naturaleza, una vez me dijeron de Artesanías de Colombia haga mil bancos, yo les dije esa no es mi misión, la recomendación entre artesanos aquí es: si tumbamos un árbol por lo menos sembramos otro, no acabemos con lo que tenemos solo por vender, pensando en nuestros hijos, de Artesanías de Colombia pensaron que esto es egoísmo, vinieron y se dieron cuenta, por eso no estoy de acuerdo con el catalogo, porque eso quiere decir que debo hacer lo que me pidan y la cantidad que me pidan.

Tatiana: ¿Que madera utiliza?

Maestro Ángel: El sauce, el urapán, el aliso que es fácil de crecer, del sauce se siembran las estacas se demora unos añitos, el urapán lo mismo.

Tatiana: ¿Quiere agregar algo sobre mi investigación?

Maestro Ángel: Me parece importante que se interesen, recomendándoles que no sea solo por un momento, sería bueno buscar otras formas de que se beneficie al artesano porque este es un trabajo duro, se necesita inversión, incentivos y es una forma de buscar el sustento alrededor de la artesanía no solo en la talla, en el tejido, lo de chaquiras, lo de las manillas que es nuevo sin perder la simbología. Variaciones que mantienen la esencia.

ENTREVISTA - MAESTRO JUAN CARLOS ESPAÑA MUESES¹⁰⁸

Juan España es un maestro en artes visuales, su relación con la artesanía y más con los objetos realizados a manos es la elaboración de maracas e instrumentos musicales de diversas culturas, para llegar a esta actividad manifiesta el maestro que existe un proceso de investigación de varios años de su vida. Sus palabras dan cuenta de las diversas prácticas que pueden girar alrededor de las artesanías o articuladas a ellas, para el caso del maestro son el acercamiento, investigación y conocimiento de las plantas sagradas y de rituales de curación de diferentes culturas ancestrales. Respecto a la función de un objeto artesanal en una cultura, manifiesta Juan, que ellas son las portadoras de conocimientos, que la interpretación que las culturas hacen del mundo encuentran su reflejo en las escrituras presentes en la artesanía, pero estas escrituras se pierden en el comercio y sólo en las comunidades de origen se encuentra su sentir. El maestro ve en la práctica artesanal un mecanismo de defensa frente a los movimientos de la globalización, frente a esa condición generadora de confusión, de pérdida de memoria, de origen la artesanía, y la práctica de conocimientos ancestrales actúan como una puesta crítica y de búsqueda de ser.

Tatiana: Por favor me regalas tu nombre y la actividad a la que te dedicas

Maestro Juan: mi nombre es Juan Carlos España Mueses, soy artista visual y además soy constructor de instrumentos musicales.

*Tatiana:*Cuál es tu relación con las artesanías?

Maestro Juan: Las artesanías que yo fabrico son instrumentos musicales del orden chamánico, los comencé a construir cuando tomé ayahuasca, fue un conocimiento que adquirí casi espontáneo gracias a la planta, fue un conocimiento que apareció en los sueños gracias a la planta.

Tatiana: Conoces otros tipos de investigación con artesanías.

Maestro Juan: Básicamente los tejidos que siempre se los considera como arte popular o arte primero que es la expresión de los pueblos, no es una artesanía popular sino un arte primero, porque el concepto de la creación de esas obras no es el comercio sino impregnar el conocimiento de los pueblos en esos objetos que los vemos como adornos pero su función es diferente, por ejemplo una manilla es un adorno, pero en un contexto ritual tiene otro significado.

Tatiana: Como relacionas el chamanismo con la elaboración de objetos artesanales como son los instrumentos.

¹⁰⁸ Entrevista realizada al maestro Juan Carlos España en su taller y casa de habitación, por Tatiana Paz. Archivo 33. 16 de marzo de 2010.

Maestro Juan: Yo comencé a aprender a través de los sueños, miraba manos viejas haciendo maracas y yo repetí eso. Mi relación es una exploración con el sueño, o con el ensueño, cuando yo repito esta acción que veo se genera un descubrimiento de las formas, del sonido que son copias de mis sueños no son creación mía ciento por ciento, mi relación es muy cercana porque hace parte de mi vida.

Tatiana: Cuando elaboras tus objetos que pretendes transmitir a quien los adquiere.

Maestro Juan: Básicamente las maracas que yo hago son objetos liberadores o sea que cuando la persona compra un instrumento, la trabaja, la percute, la hace sonar, hay un vínculo de su exploración espiritual hacia la magia.

Tatiana: Que esperas de quienes adquieren los productos, como es tu relación con los compradores.

Maestro Juan: Yo trabajo básicamente por pedido, me dicen las características de visiones y yo se los fabrico de una manera muy aproximada. No es una relación netamente comercial. Mi propósito es ayudar en ese sentido a las personas que vienen a mí.

Tatiana: ¿Hay otros lugares donde uno pueda conseguir estos instrumentos?

Maestro Juan: La característica de estos instrumentos debe ser personal, pero a veces no hay como la intención en las personas entonces mi trabajo se mete en ese nicho, funciona así.

Tatiana: y en cuanto a los tejidos?

Maestro Juan: Es muy relacionado con la tradición, nosotros somos mestizos, zambos, tenemos muchas mezclas, predomina más en unos la raíz española, afro, etc. Pero el tejido es importante en la medida que lleva la historia de ciertas tradiciones de todas las raíces y la importancia del tejido es esa, es como la escritura de los pueblos originales y no se la concibe de esa manera. Es la única manera que tienen los pueblos de perpetuar su conocimiento.

Tatiana: Cual es el papel de la artesanía en la actual sociedad de consumo.

Maestro Juan: Sabemos que el mundo globalizado es como una aldea global pero el peligro es que no tiene un piso firme en el cual construirse, entonces la importancia de un pueblo es su raíz, es el asidero de su cultura y la aldea global no tiene ese asidero, hay demasiada mezcla y todo se vuelve homogéneo, en ese sentido no sabríamos que decir porque no tenemos que contar, no tendríamos pasado. La importancia sería que en un tiempo de homogenización se valora este

tipo de tejidos, pero es una actitud muy superficial, no se conoce de donde viene el producto ni que significa.

Tatiana: De acuerdo a lo anterior, esta globalización hace que haya un fácil acceso a estos productos, pero que se debería hacer, desde tu sentir para que tus objetos no sean permeados.

Maestro Juan: En este momento las tradiciones se prostituyen al servicio del dinero, pero hay muchos movimientos en Latinoamérica y en Europa donde las tradiciones se las vende, no solo tejidos sino a nivel de plantas y en esa práctica comercial no hay mucho que decir, pagan por algo y a cambio reciben un producto, que no es valorado. Yo enfoco mi trabajo en el chamanismo, no soy un comerciante.

Tatiana: Desde tu experiencia con las artes visuales y con el acercamiento al chamanismo, ¿cómo diferencias tus producciones; cómo lo clasificarías, arte primero o artesanías?

Maestro Juan: En el campo de las artes visuales, lo que yo hago es la instalación. Hay otro objeto concepto, por ejemplo el “banquito poder”, donde se sienta el chaman, es un objeto concepto porque además de ser un banquito para sentarse es la encarnación del poder que tiene un taita, nadie puede sentarse en él. Hay un tambor en Siberia que es el doble de la estructura del universo, que cuando se lo toca, están percutiendo el universo, la raíz del universo.

Tatiana: Los comercializadores desconocen la simbología que hay tras de los objetos artesanales, pero cuál es la intención tuya como creador y cuál es la intención de quien lo adquiere y que esperas de él.

Maestro Juan: Los chamanes me dicen necesito una maraca con tales características para hacer tal curación, esa es una labor de aprendizaje, es una relación de doble vía. Los tejidos también, hay formas que funcionan igual que una piedra. El trasfondo de los objetos está en los pueblos, solo que el que ejerce ese trabajo debe buscar la materia prima más adecuada a la región, si en una región no se consigue determinada piedra, hacen la figura en tejidos. El Chamanismo es uno solo, es universal, cada pueblo lo trabaja a su manera, pero tiene las mismas funciones. No es como el jarroncito hecho en tamo, cada producto es de acuerdo a la persona que lo pide. Estos artesanos se han perfeccionado en cuanto al concepto, ese es el valor agregado del valor de los/as artesanos/as de acá.

Tatiana: Cual es la inspiración para tus diseños, de donde surgen.

Maestro Juan: Todos los diseños en sí mismos son la inspiración de la planta, por ejemplo en el putumayo lo que les enseña el yagé, por ejemplo el rombo es la figura básica que significa la tierra. Lo que determina la diferencia es que cada

comunidad deriva su propio conocimiento de ese conocimiento universal. Es un estado del estado puro pero salvaje del conocimiento, que es la planta, no es un estado de inspiración como en la concepción occidental. Todo lo que yo hago es copiar lo que veo, la pinta es dinámica, se mueve se transforma, lo que yo hago es recordar la vaga imagen de lo que miré. Los artesanos hacen una labor de réplica, pero su fuente no es el conocimiento puro.

Tatiana: ¿Transmites tu conocimiento a otras personas?

Maestro Juan: Sí, yo enseño a mis sobrinos y a un par de amigos la técnica, la parte formal, la parte conceptual la derivan ellos de sus experiencias.

Tatiana: ¿Es importante compartir este tipo de conocimientos?

Maestro Juan: Sí, en la medida en que nos da un poco de libertad, nos protege de lo global, el peligro es que uno se puede perder si uno como individuo no tiene bien cimentadas las raíces en su pasado, con este conocimiento obtenemos una mirada más crítica de lo que acontece en este tiempo.

Tatiana: Que medidas que se deben tomar como actos individuales, instituciones gubernamentales, etc. para valorar las artesanías y fomentar su desarrollo en la ciudad de Pasto.

Maestro Juan: Yo creo que sería importante que cada persona se personalice de su labor de ahondar en su pasado, primero hay un conocimiento de lo que uno es y de hecho hay una aceptación de uno mismo, eso es lo que da libertad para acoger o rechazar lo que el mundo globalizado le ofrece. A veces acogemos cosas sin que haya un aspecto crítico de por medio y esto contribuye a que nuestra cultura se pierda.

EL ORIGEN DE LOS TEJIDOS - NARRACIÓN DEL PUEBLO NASA

La siguiente narración devela el carácter mítico que expresan las prácticas artesanales, para este caso la mujer tejedora hace parte del universo cosmogónico que engendra la cultura Nasa del Departamento del Cauca.

El I'KWESX (espíritu visionario) les había enseñado la manera de coger a la hija del agua, para que les transmitiera sus conocimientos. Luego la niña les enseñó a elaborar muchos tejidos: jigras de cabuya, cuetanderas, chumbes, anacos, etc. La Cacica (la niña nacida del agua) se llamaba KIWE WASAKWE (mujer de la tierra); este era su nombre, pero por apodo le decían SXAPIKS, que refiere a los bejucos de la selva, el material con el cual ella tejía. Ella era muy esquiva y para no dejarse coger de los humanos (hermanos) en el agua, se convertía en araña: SXAPIKS U'YKWE (mujer araña, mujer traviesa, cacica sabia), que es la figura real y más significativa para las mujeres indígenas y

era la que la gente quería ver, es el espíritu de ella, la duenda, que en los chumbes se refleja como una mujercita con sombrero. Por eso una de las figura del chumbe es la araña, que se asocia con el tejer de la telaraña y simbólicamente con la espiral. Así que la mujer araña, que empieza a tejer la espiral, es el origen de la vida y de los conocimientos femeninos nasa y de los otros pueblos¹⁰⁹.

MOCHILAS AL VIENTO

Alfredo Molano, sociólogo y periodista relata en su artículo “Mochilas al viento”, una de las tantas historias sobre el saqueo del conocimiento y de los objetos culturales de los pueblos indígenas de nuestro país, otra forma de apropiación de la artesanía se percibe en este artículo cuando el valor que más apreciado en el objeto es el exótico y el relato de una identidad creada a partir de un objeto como es la mochila wayuu, en el ejemplo expuesto por este escritor las mochilas ya nos son creadas por las artesanas indígenas con los diseños originales, en cambio, son creadas por diseñadores reconocidos en el mundo de la moda y el consumo a nivel mundial y serán subastadas con fines de ayuda a Colombia; junto con este ejemplo el autor cita otros casos donde las apropiaciones que se hacen de las artesanías reflejan como a partir de discursos y prácticas se ejerce violencia simbólica sobre las comunidades que las producen.

Por: Alfredo Molano Bravo¹¹⁰

Primero los persiguen y acorralan, después los asesinan. Pasan los años y con el peso de la culpa en las costillas, les erigen estatuas y monumentos a indígenas, negros y colonos.

En Florencia hay un monumento a los colonos, carne de ganaderos; en Ciénaga, uno a los negros, masacrados por orden de la United Fruit Co., y en Neiva, uno a la Gaitana, bello, por lo demás. El 18 de abril de 2004 fueron asesinados en Portete, por Jorge 40, 12 indígenas wayuu, y desaparecidos 30. Sólo se encontraron cuatro cuerpos destrozados por motosierras. Se demoraron cinco años no para hacerles una estatua, sino para robarles una de sus joyas culturales: la mochila. Como se volvió elegantísimo que las señoras bien vayan a los cocteles con mochilas compradas en galerías que Salvan el Arte, los gringos le pusieron el ojo a esa original y vistosa prenda. Varias entidades llamadas filantrópicas –United For Colombia, Genesis Foundation, Key for Colombia, Fórmula Sonrisas y Give to Colombia— han dado en organizar una noche de gala en Miami bautizada “BeLive”, que “cuenta con el patrocinio de muchas empresas y la participación de grandes personalidades

¹⁰⁹ ASOCIACIONES DE CABILDOS DE TIERRADENTRO NASA CSHACXHA Y JUAN TAMA. Los tejidos nasa. Cosmovisión y simbología. Popayán: Litografía San José, 2005. p.13.

¹¹⁰ Disponible en Internet: <http://www.elespectador.com/columna173475-mochilas-al-viento> [citado el 17 de Noviembre de 2010]

colombianas y del mundo”. La justificación: recolectar fondos para hacer proyectos educativos y de salud, que no serán cosa distinta a una especie de Caballo de Troya de donde saldrán drogas patentadas, cremas de marca y revistas de modas. Una avanzada de la cultura consumista. Las mochilas wayuu serán las invitadas especiales para ser rematadas en pública subasta. Pero no serán –cosa obvia– las tejidas por las mujeres de la etnia, sino las diseñadas por Óscar de la Renta, Calvin Klein, Missoni, Amelia Toro y Silvia Tcherassi. Los dibujos originales que representan sus caminos, sus clanes, sus muertos, la vulva de la vaca, los intestinos del burro, el hígado de la tortuga, serán reemplazados por cuadritos, rayitas, bolitas, adornitos brillantes y, por supuesto, llevarán estampada la firma del autor. Adiós al tejido hecho con fibras de maguey y algodón, a los remates que parecen mandalas, a las gasas con que se guindan, a su peculiar olor a desierto, cabro y trupillo. Un robo cultural, simple y llano. Como tantos otros.

Como el que alguna empresa pirata de modelaje hizo de una airosa niña de los Nukak Makú –un pueblo nómada que ha sobrevivido comiendo en el basurero de San José del Guaviare– para pasearla por las pasarelas junto a esas muñecas de la mafia tan actuales. O como el sombrero vueltiao, tejido originalmente por los indígenas zenú de San Andrés de Sotavento –masacrados por Rodrigo Mercado, alias Cadena– que Uribe convirtió en símbolo nacional junto con los aguadeños y el poncho arriero que le sirven para disfrazarse en los consejos comunales. Se han hecho ricos los hijos del Ejecutivo vendiendo las manillas de cañaflera elaboradas en Tuchín, Córdoba, por Don Medardo, también indígena zenú. Abusos como la copia mamarrachuda y clasista que hacen las cadenas hoteleras y los concesionarios de parques nacionales de las mantas arahuacas, los paresos emberas o las ruanas guambianas.

Coda: Ophra Winfrey es una de las más prestigiosas presentadoras de televisión gringas. Alguna vez invitó a su programa al no menos famoso Tommy Hilfiger y le preguntó si era cierto que él había dicho: “Si yo hubiera sabido que afro-americanos, hispanos, judíos y asiáticos comprarían mi ropa, no la hubiese hecho tan bonita. Yo desearía que esta clase de gente NO comprara mi ropa, ya que es hecha para una clase superior de gente blanca”. El diseñador respondió con un seco Sí. Ophra lo echó del estudio. La ley del embudo.

ENTREVISTA - LUIS CARLOS ERASO

El sociólogo Luis Carlos Eraso, por su parte, ratifica el carácter cultural de las artesanías, afirmando que por medio de ellas se puede llevar a cabo una cercamiento a los pueblos, a su cultura e historia, cabe resaltar el papel que según el compete a la academia, ella debe participar en la potencialización de la artesanía por medio de la investigación.

¿Cuál es la relación que usted tiene con las artesanías?

(Es artesano, intercambia, las compra)

R/ Las compro, están entre los productos de mi predilección como elementos identitarios.

¿Que significan las artesanías para usted?

R/ Una forma de acercamiento a los pueblos, sus culturas, y su historia.

¿Por qué adquiere artesanías?

R/ Porque me gusta lo nuestro, propio, lo ancestral y porque es una forma de mantener viva las culturas.

¿Como las adquiere? (En tiendas, con los artesanos, en viajes)

R/ Principalmente en viajes y algunas veces con los artesanos.

¿Cuáles considera son las diferencias en adquirir artesanías en tiendas o con los artesanos?

R/ Sin duda la diferencia está sujeta al precio y al trato directo con él, la los, los artesanos, lo que da al artículo un valor no comercial.

¿Qué es lo que más le gusta de dichos objetos?

R/ Su manufactura es decir, su proceso de elaboración, así como su colorido y la posibilidad de leer a través de ellos la historia.

¿Qué usos le da a las artesanías? (decorativos, recuerdos de viajes, regalos, las porta en su cuerpo)

R/ El uso es principalmente decorativo y en ocasiones como obsequios.

¿Considera que la moda y las tendencias contemporáneas influyen en la producción, circulación y el consumo de las artesanías? ¿Qué piensa sobre esta relación?

R/ Por supuesto que existe influencia de las tendencias contemporáneas sobre las artesanías, sobre todo porque con los procesos globalizantes, existe una alta tendencia a la subvaloración de las artesanías. Basta leer "la Caverna de Saramago para entender el conflicto que generan las famosas tendencias contemporáneas en torno a esta relación: detrimento de las culturas y su

diversidad en pro de un sistema que desarraiga lo propio lo autóctono y que a toda costa busca homogeneizar las riquezas culturales de los pueblos”

¿Qué medidas considera se deben llevar a cabo a nivel individual, investigativo e institucional para el reconocimiento y la revalorización de los artesanos y las artesanías?

R/ Sin duda el papel de la academia no puede dejar de estar presente en los procesos investigativos en el tema. A partir de las investigaciones que se han desarrollado se pueden generar estrategias destinadas a potenciar lo artesanal y su producción sin que necesariamente esto signifique industrializar las artesanías, caso en el que perderían todo sentido como artesanías.

ARTESANIA CHAMANICA¹¹¹

Como texto final se presenta un escrito que la artesana Catalina Lasso realizó para esta investigación, en el sobresale la intención que muchas artesanas tienen en el momento de elaborar sus artesanías como también el significado que para ellas tienen:

.....

Como texto final se presenta un escrito que la artesana Catalina Lasso realizó para esta investigación, en el sobresale la intención que muchas artesanas tienen en el momento de elaborar sus artesanías como también el significado que para ellas tienen:

La creación de artesanía chamánica, surge desde la mirada que se le da al lugar vital y sagrado en el que vivimos, nuestra Madre Tierra; nos impregnamos de su energía vital y partiendo de esa relación de reconocimiento es posible crear una estética que va más allá de lo simplemente decorativo. Esta mirada que es más profunda es propiciada a través del encuentro con las plantas maestras y/o enteógenas que encontramos en nuestros Andes y Selva Amazónica. A partir de este encuentro cambia nuestra mirada no solo hacia las actividades creativas sino hacia la propia vida.

Lo que se crea entonces es aquello que se logra reconocer gracias al encuentro con estas plantas, los diseños cobran significado y evocan su propia energía cumpliendo una función específica en la vida de quien lleva consigo el elemento artesanal. En estos diseños se trata de plasmar lo que las plantas posibilitan y permiten ver. Es una pequeña materialización de la energía colorida que impregna todo lo que existe sobre la Tierra. Quien logra materializar esta energía tiene una manera propia de hacerlo, de desarrollar su habilidad, de plasmar su visión, así como cada quien tiene una propia voz, un propio canto, un propio sonido musical. De esta manera los objetos creados se vuelven únicos. Ellos están contando un estado emocional o

¹¹¹ Texto elaborado por la artesana Catalina Lasso para esta investigación.

espiritual diferente cada vez, ya que las visiones que se tienen en dichos encuentros están siempre relacionadas con lo que cada quien está viviendo específicamente en ese momento de su vida. Entonces es un arte cambiante que a veces se estanca, otras veces nos armoniza, otras nos purifica y algunas veces logra fluir plenamente con la energía vital de estas plantas maestras.

Algo más que identifica a la artesanía chamánica es que cada objeto que se elabora cumple una función determinada dentro de los rituales o procesos curativos de las personas además de la apreciación estética de los colores y diseños. Por ejemplo una pulsera puede convertirse en un elemento de protección para quien utiliza sus manos para sanar. Una cinta puede ser también algo que enfoque el poder de visión y recuerde ir más allá de los pensamientos. Un collar puede brindar energía y fortaleza al corazón y dar la fluidez del canto. Los instrumentos musicales acompañan la curación que las plantas brindan y armonizan la energía de la ceremonia y las personas. Así cada elemento tiene un lugar significativo dentro de un ritual o de un proceso curativo o de aprendizaje. Las culturas ancestrales sabían esto muy bien y así en su cotidianidad se acompañaban de estos elementos que infundían sus vidas de una estética siempre relacionada con la Tierra en la que vivían. Su modo de vivir es la inspiración que nos lleva a crear este tipo de artesanía. Es vital aprender de esta gente antigua, de este arte sanador que nos silencia, nos aquieta en estos tiempos afanados en los cuales vivimos. Es vital reaprender esta labor que nos permite ser quienes recordemos y materialicemos trabajos y significados milenarios, labor que nos permite comprender que a través de un acto creativo podemos reconectarnos con un poder que es personal y nos permite sanar, armonizar o simplemente celebrar la vida.

Creo que todos aquellos que podemos además sustentar una vida haciendo lo que amamos, poniendo nuestras manos al servicio de la energía creadora original, debemos sentirnos profundamente afortunados y agradecidos. Quienes dedicamos nuestra vida a hacer arte chamánico tal vez nunca lleguemos a acumular muchos beneficios económicos pero sabremos siempre que fuimos guardianes de un conocimiento milenario y sagrado.

De esta manera se pretende resaltar que son los/as artesanos/as quienes deben ser los principales partícipes de las políticas como de las acciones que se emprendan hacia su protección, como a su fortalecimiento como actores culturales, ellos son los portadores de memorias que antes que anclarnos en el pasado nos aclaran de donde venimos para así reconocernos y ser mejores constructores de porvenires.

.....

4.1 SUGERENCIAS COMO POSIBLES RUTAS A SEGUIR

Al inicio del informe se realizó la observación de quienes deben decidir el presente y porvenir de las artesanías son los/as actores/as que encuentran implicada su cotidianidad con ellas, es desde las voces y vivencias, donde se encuentra el camino hacia su reivindicación, se espera entonces que este trabajo sirva como fuente para posteriores investigaciones, como también para emprendimientos y acciones que se realicen con el fin de colaborar a artesanos/as y a comunidades artesanales.

Como posibles rutas que se pueden seguir, se presentan las sugerencias que, artesanos/as, comercializadores/as, y consumidores/as creen necesarias para la protección y el fortalecimiento de la artesanía y los artesanos/as.

Estas son algunas respuestas que los/as actores/as de esta investigación sugirieron como estrategias para la protección y el fortalecimiento de la artesanía.

Jesús Ceballos (Artesano):

“La cultura no se aprende de la noche a la mañana, la cultura nace con uno, se debería enseñar en las casas, en la escuela. La cultura regional son las características que tiene determinado pueblo para marcar la diferencia con los demás.”

“La idea es estar en la globalización a conveniencia, eso lo define uno, uno tiene que sobrevivir económicamente, entonces las artesanías se ajustan a estas influencias y la gente compra el producto y esa es la idea, que se vendan los productos. Pero tampoco hay que perder el concepto de región, de país, manejando la parte cultural y la parte económica, no hay que separar estos dos aspectos.”

Giovanni Nasmuta (Comercializador):

“Aquí en las instituciones educativas se debería realizar la identidad de la artesanía, hacer conocer al niño o al adolescente las técnicas, hay mucho desconocimiento de la artesanía de Nariño, esto sería bueno para que se identifique y lo dé a conocer afuera, mucha gente conoce el barniz de Pasto cuando sale de aquí.”

Adriana Eraso (consumidor):

“Siempre he creído en los procesos de educación y de reconocimiento de nuestro origen e historia, para mí de ahí parten las medidas para el reconocimiento y revaloración de los artesanos y artesanías.”

Juliana Delgado (consumidor):

“Primero un reconocimiento de las diversas culturas y comunidades artesanas, su importancia como patrimonio y evidencia de lo propio, de lo ancestral sin caer en una representación banal ni mucho menos una vitrina para tapar los conflictos y dificultades que han tenido en el país las diferentes comunidades indígenas. Legalizar los derechos de autor de cada artesano y artesana para que no sean Artesanías de Colombia las precursoras de los productos sino los artesanos en sí.”

Naidí Delgado (consumidor):

“Individual: valorar el trabajo de los artesanos y artesanas, interesarse por conocer qué significado tiene determinado trabajo, técnica, objeto o artesanía en sí, de dónde proviene y qué encierra, darle más peso a su valor-significado que a su valor comercial.

Investigativo: estudio de relación artesanía-cultura y los tejidos que esta genera (seguramente existen muchas investigaciones al respecto) y posterior a eso, gestionar desde la academia o la investigación formas de socializar, promocionar, dar a conocer a los diferentes grupos de interés relacionados con el sector, que a su vez permita ampliar las posibilidades del mismo.

Institucional: fortalecer la movilización del común hacia el conocimiento de las artesanías y su relación con la cultura y la tradición, apoyo económico y “moral” al sector.”

Wladimir Uscategui (Consumidor): Desde el punto de vista institucional, es sabido que los entes gubernamental prestan poca o nula atención a la producción de arte ancestral, mientras que las pocas organizaciones civiles dedicadas a las artesanías apenas pueden influir más allá del mercado global. La academia y los investigadores tienen la posibilidad de enriquecer el discurso de la artesanía con un aparato conceptual que permita una valoración y una lectura desde otros ámbitos. Si el mercado tiende a uniformizar la cultura, el investigador, el artista y el teórico pueden aportar elementos que permitan la inserción del arte ancestral en la cultura global sin que éste pierda sus características particulares.

Doris Torres (Representante institucional):

“A nivel nacional se está generando el imaginario de vincular el turismo con la artesanía, esto ha generado que se determine una política de artesanía y turismo, eso abre muchos caminos. De otra parte los/as artesanos/as siempre piden un escenario, una feria donde ellos tengan la oportunidad de exponer de una manera digna su trabajo, ojalá que esta política tenga una continuidad y al mismo tiempo se vayan haciendo los cimientos para que en un mediano plazo se pueda tener

una plaza de artesanías, lo que agregaría valor al turismo como en el caso de Boyacá.”

Fotografía 26. Registro de investigación



Fuente: esta investigación.

Visita realizada a un artesano en el corregimiento de Genoy con el objetivo de indagar sobre la cestería

Fotografía 27. Registro de investigación. Tienda Santacruz



Fuente: esta investigación.

Fotografía 28. Registro de investigación. Tienda de artesanías Gaía



Fuente: esta investigación.

Fotografía 29. Registro de investigación. Oficina de Turismo



Fuente: esta investigación.

Fotografía 30. Registro de investigación. Artesanías “La sureña”, Bomboná



Fuente: esta investigación.

Fotografía 31. Registro de investigación. Tienda Ayawasca



Fuente: esta investigación.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La relación e interdependencia entre la cultura y el mercado alrededor de las artesanías ambigua e indisoluble, las dos son dependientes la una de la otra.

Ante esta situación sería interesante la formulación de puentes entre estas dos categorías que pueden ser resultado de diálogos entre actores interesados en su fortalecimiento y protección, con el claro propósito de priorizar las necesidades económicas y de reconocimiento de los/as artesanos/as.

Respecto a la relación artesanías-globalización, es claro como este movimiento incide en los procesos socioculturales que giran alrededor de las artesanías mediante expresiones concretas como el turismo, la moda, los discursos y las instituciones, entre otros. Frente a esto es pertinente citar las palabras del Maestro Jesús Ceballos:

“La idea es estar en la globalización a conveniencia, eso lo define uno, uno tiene que sobrevivir económicamente, entonces las artesanías se ajustan a estas influencias y la gente compra el producto y esa es la idea, que se vendan los productos. Pero tampoco hay que perder el concepto de región, de país, manejando la parte cultural y la parte económica, no hay que separar estos dos aspectos”.

La comercialización es el medio en donde las artesanías circulan, es en este proceso dónde más evidente resulta la relación que el mercado tiene con la cultura, es aquí donde se expropia de sentido al objeto artesanal y a la actividad que el encierra.

Respecto a la comercialización, los/as artesanos/as deben procurar que los canales de distribución sean directos y que las tiendas tengan caracteres colectivos de propiedad guiadas por principios de comercio justo y consumo responsable. Las redes de artesanos/as permitirán por medio de la comunicación enterarse de encuentros y demás expresiones comunitarias que los pueblos vienen realizando como alternativas de resistencia, iniciativas de comercio justo, que mas que ferias de entretenimiento se consoliden como encuentros de saberes entre regiones integrando además de artesanías productos orgánicos, semillas, medicinas tradicionales, gastronomía y demás productos reflejo de los diversos conocimientos tradicionales de las regiones.

Respecto a la protección, se sabe que el sistema capitalista se encuentra en permanente búsqueda de nuevas fuentes de riqueza y acumulación de poder, detrás de conocimientos que son la fuente de su riqueza, las artesanías no son la excepción. Las comunidades artesanales deben conocer, primero, la importancia de sus conocimientos y producciones para su pueblos como para la historia, una vez reconocido, se debe, en articulación con diversos actores desarrollar

estrategias de fortalecimiento como la organización y mecanismos de protección, una experiencia interesante en este aspecto la constituye la comunidad indígena Camëntsá, siendo la primera comunidad artesanal que ha generado discusiones respecto a temáticas como la de la protección ante las patentes y otras formas de propiedad intelectual.

La relación entre artesanos/as, diseñadores y otros profesionales, es en la mayoría de ocasiones competitiva, y violenta desde el punto de vista de la utilización de técnicas y conocimientos artesanales que son ignorados en el momento de exponerlos públicamente. Con el fin de no caer en exclusiones y violentamientos sobre los otros y sobre sus conocimientos, se sugiere conocer las propuestas que, respecto a esta relación, propone la investigadora Gloria Barrera Jurado, para ella, dicha relación se debe dar entre pares humanos, como intercambio de saberes en la cual todos aporten en la búsqueda de respuestas creativas, coherentes, responsables y dirigidas hacia la solución, fortalecimiento o protección de una situación artesanal determinada.

Respecto al turismo, se debe tener presente que éste es al tiempo amenaza y oportunidad, para constituirse en oportunidad, las comunidades y redes de artesanos/as deben apropiarse de los elementos que la operatividad turística requiere, de esta manera se pueden emprender procesos de autogestión del turismo, en los cuales las artesanías juegan un papel fundamental.

Respecto a la producción masiva, se debe conocer que el artesano nunca podrá competir (lógica mercantil de la cual es muy difícil escapar) en precios con los productos industriales, pero sí en el terreno del diseño y la calidad. Los/as artesanos/as pueden ofrecer objetos singulares, únicos y específicos, ejecutados con habilidad e imaginación.

Respecto a políticas públicas: son las comunidades artesanales quienes deben decidir sobre las políticas, ellas deben participar directamente en la formulación y desarrollo de investigaciones, como en la elaboración y desarrollo de programas de apoyo.

Respecto a los apoyos institucionales: si bien la ausencia de capital financiero es uno de los problemas para el establecimiento de los/as artesanos/as la ayuda institucional no solo se debe ubicar en el campo económico sino en la formación tanto técnica como de auto reconocimiento como artesano, como portador de conocimientos tradicionales y representante vital de la cultura de un pueblo.

La educación debe incorporar en su quehacer acciones encaminadas hacia el reconocimiento de las diferentes expresiones culturales tradicionales, en ellas la artesanía debe ser reconocida como un bien cultural, las acciones que se pueden realizar son establecimiento de cátedras, su inclusión en debates públicos y

eventos como seminarios, congresos, talleres, el aprendizaje de las artesanías deberá integrar tanto la parte práctica como la teórica.

En el campo de la investigación se debe velar por la articulación entre investigadores de diversas regiones, la revisión de “¿cómo se están pensando las artesanías? permitirá un enfoque amplio e integrado para que los esfuerzos también se articulen, la investigación debe acompañar los procesos de reivindicación de los/as artesanos/as y debe responder a las realidades culturales de las comunidades.

BIBLIOGRAFÍA

ALBAN ACHINTE, Adolfo. Textiendo textos y saberes. Cinco hilos para pensar los estudios culturales, la colonialidad y la interculturalidad. 1^{ra} ed. Popayán: Universidad del Cauca, 2006. 300 p.

ALONSO, Luis Enrique. La mirada cualitativa en sociología. España: Fundamentos, 1998. 190 p.

ARIEL DE VIDAS, Anath. La memoria textil en el recuerdo de los andes. 1^{ra} ed. Quito: Abya Yala, 2002. 220 p.

ASOCIACIONES DE CABILDOS DE TIERRADENTRO NASA CSHACXHA Y JUAN TAMA. Los tejidos nasa. Cosmovisión y simbología. 1^{ra} ed. Popayán Cauca, 2005.

BAUDRILLARD, Jean. Contraseñas. Barcelona: Anagrama, 2002. 330 p.

_____. El sistema de los objetos. 16^a ed. México: Siglo XXI editores, 1999. 220 p.

BAUMAN, Zygmunt. La globalización: consecuencias humanas. 1^{ra} ed. Argentina: Fondo de cultura económica, 1999. 400 p.

BIRD-DAVID, Nurit. Las economías: una perspectiva económico cultural. En Porik An revista de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas. Universidad del Cauca. N 9. Popayán Colombia. (Diciembre. 2004); 130 p.

DE ORELLANA, Margarita. La mano artesanal. 1^{ra} ed. México: Artes de México, 2002. 220 p.

DELGADO BENAVIDES, Sandra Milena y POSSO MARTINEZ, Rubén Darío. Estudio Socioeconómico de los talleres artesanales de Barniz, cuero, madera y tamo en la ciudad de Pasto. San Juan de Pasto. 2006. 180 p. Trabajo de grado (Economista). Universidad de Nariño. Facultad de Ciencias económicas y administrativas.

GARCIA CANCLINI, Néstor. Las culturas populares en el capitalismo. México: Nueva imagen, 1982. 380 p.

_____. Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización. México: Grijalbo, 1995. 190 p.

GRANDA PAZ, Osvaldo. Aspectos de cultura popular en el sur colombiano. Barranquilla: Travesías, 2010. 330 p.

JACANAMIJOY JUAJIBIOY, Juan Carlos y CASTRO PEREZ, Yesica Andrea. Derechos de propiedad intelectual sobre el arte manual camëntsá. Manizales: 2009. 180 p. Trabajo de grado (Abogado) Universidad de Caldas. Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales. Programa de Derecho.

MOHANDAS KARAMCHAND, Gandhi Svadeshi. Instituto andino de artes populares. 2^{da} ed. Quito Ecuador: s.n. 1990. 296 p.

MONTERO FAYAD, Verónica. La tradición disidente: aporte para una reflexión crítica sobre las artesanías. Bogotá. 2002. 220 p. Monografía de grado (Antropóloga). Universidad de los Andes.

ORTIZ, Renato. Mundialización y cultura. Bogotá: convenio Andrés Bello, 2004. 110 p.

OSPINA, William. La escuela de la noche. 1^{ra} ed. Bogotá: Norma, 2008. 270 p.

PÉRGOLIS, Juan Carlos. Las otras ciudades. 1^{ra} ed. Bogotá: Universidad Nacional, 1995. 170 p.

QUIÑONES AGUILAR, Ana Cielo y BARRERA JURADO, Gloria Stella. Conspirando con los artesanos: crítica y propuesta al diseño en la artesanía. 1^{ra} ed. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana, 2006. 180 p.

SALAZAR ANGARITA, Daniel. Artesanía y diseño: construyendo una Colombia de calidad de exportación. Imaginarios del patrimonio, identidad e industria cultural en el proyecto Identidad Colombia de Artesanías de Colombia. Bogotá. 2006. 150 p. Monografía de grado (Antropólogo). Universidad de los Andes.

SUNKEL, Guillermo. El consumo cultural en América Latina. 2^{da} ed. Bogotá: Convenio Andrés Bello, 2006. 180 p.

TUROK, Marta. Cómo acercarse a la artesanía. México: Plaza y Valdés, 2001. 220 p.

WILLIAMS, Raymond. Sociología de la Cultura. Buenos Aires: Paidós, 1994. 250 p.

ENTREVISTAS:

Entrevista realizada al artesano Alfonso Rueda, en la tienda Wipala. Realización, desarrollo y transcripción Tatiana Paz. Archivo 48. 1 de Junio 2010.

Entrevista realizada al maestro Ángel Jacanamijoy en el resguardo indígena de Tamabioy, municipio de Sibundoy Putumayo, por Tatiana Paz. Archivo 58. Martes 13 de julio de 2010.

Entrevista realizada a la directora de la oficina de turismo, Doris Torres. realización, desarrollo y transcripción Tatiana Paz. Archivo 53. 28 de Junio de 2010.

Entrevista realizada al comercializador Giovanni Nasmuta, encargado de la casa del barniz en la tienda. Realización, desarrollo y transcripción Tatiana Paz. Archivo 12, 14 y 15. el 28 de Enero de 2010.

Entrevista realizada al director del CDA Artesanías de Colombia, Jorge Mejía, realización, desarrollo y transcripción Tatiana Paz, archivo 57. 28 de Junio de 2010.

Entrevista realizada al maestro Jesús Ceballos en su taller, realización, desarrollo y transcripción Tatiana Paz. Archivo 46. 4 de Abril de 2010.

Entrevista realizada al artesano José Ignacio Lucero, realización, desarrollo y transcripción Tatiana Paz. Archivo 10. 26 de Enero de 2010.

Entrevista realizada a la artesana y comercializadora Jackeline Enriques, en la tienda Wipala. Realización, desarrollo y transcripción Tatiana Paz. Archivo 47. 1 de Junio 2010.

Entrevista a la señora María Leoniza Ruano. Mercado los dos puentes, sector raleo. Realización, desarrollo y transcripción Tatiana Paz. Archivo 9. 25 de Enero de 2010.

Entrevista realizada a la comercializadora Raquel Ojeda en la tienda Ecotema. Realización, desarrollo y transcripción Tatiana Paz. Archivo 37. Marzo 19 de 2010.

Entrevista realizada a la comercializadora Sonia Montenegro, en uno de los locales al interior de Bomboná, realización, desarrollo y transcripción Tatiana Paz. Archivo 38. 19 de Marzo de 2010.

Entrevista al comercializador Willington Burbano, realización, desarrollo y transcripción Tatiana Paz. Archivo 40. 25 de Junio de 2010.

Entrevista realizada a la artesana Ximena Ordoñez, en la tienda Espirales. Realización, desarrollo y transcripción Tatiana Paz. Archivo 49. 1 de Junio de 2010.

Entrevista realizada a la comercializadora Yudi Muzuzu, realización, desarrollo y transcripción Tatiana Paz, archivo 43. 26 de Marzo de 2010.

NETGRAFIA

Disponible en Internet:

<http://www.elespectador.com/columna173475-mochilas-al-viento> [citado el 17 de Noviembre de 2010]

http://www.javeriana.edu.co/Facultades/C_Sociales/especializacion/estudios_culturales_colombia.htm [citado el 17 de octubre de 2010]

<http://www.metas2021.org/congreso/ospina.htm> [citado el 22 de octubre de 2011]

<http://www.monografias.com/trabajos17/turismo/turismo.shtml> [citado el 17 de noviembre de 2010]

<http://www.otraparte.org/actividades/cine/alice.html> [citado el 22 de octubre de 2011]

<http://www.turismonarino.gov.co/> [citado el 17 de octubre de 2010]