

NOTAS SOBRE LA HISTORIA DE ARTESANÍAS DE COLOMBIA S.A. Y LA ARTESANÍA COLOMBIANA

Ponencia presentada por Artesanías de Colombia S. A. en el marco del seminario “Políticas públicas para el sector artesano de América Latina”, realizado en Cartagena-Colombia del 15 al 19 de octubre de 2012

Documento preparado por Daniel Ramírez- Cendar, revisado por Gladys Salazar e Iván Moreno Sánchez.

Con el nuevo siglo Colombia inició un proceso de identificación, debate y consolidación de los elementos que describían su identidad nacional, tal como se había desarrollado con antelación en países como el Reino Unido, España e Italia en el marco de la construcción de las estrategias de “marca país”. Este proceso abierto, participativo y dinamizado por algunos medios masivos de comunicación, dio como resultado la elección del sombrero vueltiao como símbolo cultural de la nación entre otras 39 opciones.

La votación *on line* dio como ganador al sombrero vueltiao posicionándolo como el objeto más representativo de Colombia en el nuevo siglo, recordando que durante el siglo XX fue el café el producto que ostentó ese lugar. Esta elección no es extraña si se observa que durante la década del noventa el vallenato, al que el sombrero está ligado como referente de lo costeño, se posicionó como una manifestación musical masiva y nacional que opacó los aires andinos. Aunado a esto, hay que tener en cuenta los procesos de posicionamiento del sombrero como símbolo costeño y nacional desplegados por el Ministerio de Cultura, que culminaron con la sanción por parte del Congreso de la República de la Ley 908 del 2004 donde se declaró al sombrero vueltiao como símbolo cultural de la nación, enaltecendo con ello la “cultura del pueblo Zenú asentada en los Departamentos de Córdoba y Sucre” y se impele, entre otras entidades a Artesanías de Colombia, a contribuir con “el fomento, promoción, protección, conservación, divulgación, desarrollo y financiación de los valores culturales expresados por nuestros pueblos indígenas” (Artículo 4).

Podrían ser innumerables los factores que habrían de enlistarse para destacar lo familiar o natural que nos resultó a los colombianos esa votación o la misma sanción legislativa; sin embargo, lo que quiero resaltar es el hecho mismo que haya sido un sombrero, como objeto artesanal, el elegido como símbolo cultural de la nación y que ello haya servido para enaltecer la cultura de uno de los grupos indígenas de Colombia.

En lo que sigue, intentaré recapitular algunos antecedentes y enunciar unas consecuencias derivadas de esa elección; dos cuestiones que resultan relevantes a la hora de entender el papel que ha jugado Artesanías de Colombia S.A. en la conformación y fortalecimiento de las artesanías en el país.

“Sacudirse de la somnolencia centenaria”

A pesar de que varios autores (García Canclini, 1982; Turok, 1988; Malo González, 1982; Herrera, 1992), en múltiples espacios y temporalidades, han sostenido que la producción artesanal se puede rastrear hasta los albores de la humanidad y se toma al neolítico como el periodo en el que se dio inicio a la cerámica, la cestería y la tejeduría. Incluso a pesar del más reciente llamado de la filosofía contemporánea por entender la artesanía como la habilidad de hacer las cosas bien, no sólo aquellos objetos de producción manual, sino todo el ejercicio mismo de la vida, incluido el de la ciudadanía (Cf. Sennett, 2009). A pesar de ello y de la fuerza del hábito de pensar la historia como una sucesión de eventos que dan cuenta de un proceso continuo de maduración, las artesanías, las artesanas y los artesanos de Colombia, pero también los de América Latina (Cf. Lauer, 1989), difícilmente pueden ser pensados en esa línea de tiempo que hunde sus raíces en el olvido mismo.

En Colombia la figura de los artesanos como practicantes de un oficio puede rastrearse hasta el inicio del periodo colonial o antes, si se permite incluir en esa

categoría a los pobladores prehispánicos que el afán colonizador y el de la república, pretendieron borrar de la historia. De igual forma, se puede hacer una exaltación de la incidencia que tuvieron los artesanos en los procesos de consolidación del partido liberal mediando el siglo XIX y luego dar un salto hasta la segunda mitad del siglo XX resaltando herencias y formas de transmisión generacional que hacen de esta figura del artesanado una constante en la historia de la nación.

Desde esta perspectiva se podría evaluar como tardanza o una simple demora el hecho que sólo hasta la década del sesenta el Estado colombiano empezara a considerar a los artesanos como una fuerza productiva importante para la economía y por lo tanto un grupo al cual atender. De hecho, como lo sugirió en 1972 Graciela Samper de Bermúdez, primera Gerente General, mujer, de Artesanías de Colombia, la atención estatal que iniciaba era apenas el despertar de sueño centenario:

“Por mucho tiempo el artesano colombiano permaneció marginado de los beneficios de la Administración Pública y el vigor con que la artesanía se manifestó en otras épocas fue debilitándose mientras el país avanzaba por otras rutas de desarrollo. Últimamente, bajo el impulso y la gestión del Estado, y mirando hacia el mercado de las exportaciones y hacia el incremento del turismo como fuente de riqueza, la artesanía ha comenzado a sacudirse de su somnolencia centenaria y ha logrado ponerse de moda” (1972: sp)

El problema con esta forma de leer la historia de la artesanía en Colombia y de su valoración dentro de los planes de desarrollo económico del Estado, donde la postura de aquella gerente es apenas un ejemplo y no el más notorio, es que esconde la riqueza de los procesos y mecanismos que han llegado a constituir ciertos grupos humanos como artesanos y a identificar ciertas producciones culturales como artesanías, algo que resulta fundamental a la hora de entender la forma cómo los indígenas colombianos llegaron a ser considerados como artesanos, lo que en última instancia nos conecta con la elección y sanción legislativa del sombrero como símbolo cultural de la nación.

En este sentido, lo primero que hay que rescatar de manos del olvido es que la producción artesanal empezó a ser relevante en Colombia más por la puesta en marcha de la política estadounidense del buen vecino, enmarcada en la Alianza para el Progreso y agenciada por los Voluntarios de los Cuerpos de Paz, que por un ejercicio espontáneo de visibilización por parte del Estado Colombiano. Así lo expuso Cecilia Iregui de Holguín, una folclorista colombiana (Cf. Piñeros Corpas, Jiménez de Muñoz e Iregui de Holguín; 1972) durante una de las sesiones del *Primer Seminario sobre Diseño Artesanal*, que fue el primer evento público destinado a pensar con algo de sistematicidad el desarrollo de la producción artesanal en Colombia:

“En la última década, en el mundo occidental, se despertó un inusitado interés por las artesanías provenientes del tercer mundo, quizás por el cansancio que conlleva la producción en serie, originada con la creciente industrialización del mundo desarrollado. Los cuerpos de paz, creados durante la administración de Kennedy [...] llegaron a nuestros campos bien intencionados pero ignorantes del medio [y] de las raíces culturales de este continente. Ante nuestra mirada displicente, iniciaron en el país una gran promoción artesanal enfocada a la exportación de los productos.”
(1972: II)

Iregui de Holguín, como otras figuras de la academia colombiana que trabajaban temas culturales, dejaba claro que muy a pesar de la alerta suscitada por estas acciones que derivaron en la creación de Artesanías de Colombia en 1964 y su vinculación al Ministerio de Desarrollo Económico en 1968, la producción artesanal y la comercialización de los productos artesanales habían sido un asunto menor dentro de las agendas del Estado en términos económicos y sobre todo culturales. Aquí debo hacer una precisión, los Cuerpos de Paz llegaron a Colombia en 1962 y su trabajo, en el campo de las artesanías, se desarrolló en Sandoná y Pasto (Nariño), La Chamba (Tolima), Ráquira (Boyacá), Pitalito (Huila), Sibundoy (Putumayo) y San Jacinto (Bolívar); aprovechando su trabajo en estos lugares y apuntando hacia la exportación de los productos se constituyó

Artesanías de Colombia Ltda. como una empresa comercializadora. Después que esta empresa pierde apoyo estadounidense para la exportación entra en una crisis financiera y misional que será la oportunidad para que desde un contrato de fideicomiso con el Ministerio de Desarrollo Económico, el Estado colombiano empezara a atender a este tipo de productores.

En su intervención en este seminario sobre diseño, la misma Cecilia Iregui de Holguín enfatiza la forma cómo algunos sectores de la sociedad colombiana leyeron el trabajo de los Voluntarios de los Cuerpos de Paz y, por esa vía, el inicio de Artesanías de Colombia:

“Esta ligereza de “la mirada displicente” es explicable porque no existía una conciencia responsable para advertir que estaba en juego la cultura de un pueblo. No puedo dejar pasar inadvertido que fueron numerosas las personas que sabían la importancia y admiraban la ingenua belleza de nuestra artesanía tradicional, posiblemente su influencia no llegó hasta los sectores donde hubiera podido detenerse la vandálica destrucción como acaeció en algunos de nuestros centros artesanales.

El arte popular menospreciado hasta entonces, se convirtió en el tema de moda, se abrieron nuevos y remunerativos mercados y se tornó en elemento útil y decorativo para las clases de alto nivel económico” (Iregui de Holguín; 1972: III)

Para entender esta intervención en toda su complejidad es necesario advertir un par de cuestiones a modo de contextualización: durante la década del sesenta varios economistas, sobre todo estadounidenses, desarrollaron estudios de diagnóstico y proyección para fortalecer los procesos de industrialización en Colombia. Muchos coincidieron en que el desarrollo económico del país tendría buenas posibilidades en el momento en el que la manufactura, donde estaba incluida la artesanía, se lograra modernizar para convertirse en industria. Como lo advirtió García Canclini (1982) tomando como referencia el caso mexicano, lo que estaba en juego era la eliminación de un rezago del pasado que impedía el desarrollo económico de los países subdesarrollados. La apuesta entonces era modernizar un sector productivo para mejorar las condiciones de desarrollo, hasta allí el trabajo de los estadounidenses no representaba ninguna amenaza; sin

embargo, en el momento en que estos estadounidenses desarrollaron sus acciones con el pueblo de la nación, los campesinos, interviniendo sobre algunas de sus expresiones culturales para mejorar sus posibilidades de comercialización en el extranjero, porque como rezago al consumo nacional no le interesaban estos productos, la amenaza era inminente se estaba propiciando una *vandálica destrucción*. Por lo tanto el Estado debería entrar a intervenir ya no sólo para el fortalecimiento y mejoramiento de un sector productivo sino también, y en franca tensión, para la conservación de las tradiciones nacionales. Así las cosas y como lo deja ver la intervención de Cecilia Iregui de Holguín, para la década del setenta la producción artesanal ya no sólo era parte de la manufactura sino también la forma de expresión del pueblo y por eso se rechazó el trabajo de los Voluntarios de los Cuerpos de Paz. Aquí otra precisión, como legado del pensamiento colonial ilustrado los indígenas no hacían parte del pueblo de la nación que se pensaba como mestizo; de hecho, los objetos que los indígenas elaboraban no eran una manifestación artesanal sino “material etnológico” o “arte primitivo” que, además, tenía por destino a los museos.

Retomando, la intervención de Iregui de Holguín, es claro que allí hay una tensión entre mejorar y conservar las artesanías. En términos de diseño ésta quedó consignada en las conclusiones de ese primer seminario donde se resaltaba la necesidad de “Promover al artesano hacia nuevos diseños” y, a la vez, “conservar y respetar los diseños tradicionales”. Paradoja que ha sostenido Artesanías de Colombia durante los últimos cuarenta años, expresada en un mejoramiento de los productos a través del diseño para incrementar las posibilidades de su consumo y al mismo tiempo procurar conservar y fortalecer las tradiciones de los artesanos.

Estas consideraciones ponen de manifiesto que entre el segundo y tercer cuarto del siglo XX en Colombia, como en otros países de la región, la mirada Estatal a la producción artesanal no fue un despertar a una somnolencia centenaria, más bien fue la conformación de un nuevo campo productivo y cultural que respondió en buena medida a unas directrices políticas y económicas de orden internacional.

Descubrir al artesano

Si bien este *Primer Seminario de Diseño Artesanal* le dejaba una paradoja a Artesanías de Colombia como directriz de trabajo, su mayor problema no estaba centrado en tomar postura hacia uno u otro polo, que hay que decirlo, colmó buena parte de las discusiones políticas, económicas y culturales que se dieron en torno a lo artesanal hasta finales de la década del ochenta. Por el contrario su mayor problema, estuvo constituido porque no tenía certeza sobre quiénes eran y dónde estaban esos artesanos a los que como parte del Estado debía ofrecer la paradoja.

En un evento en el que Artesanías de Colombia celebraba la constitución de la primera asociación regional de artesanos que se pensaba engrosaría la Federación Nacional de Artesanos, Graciela Samper de Bermúdez —la primera Gerente General de la empresa- dejó consignado ese reto:

“Artesanías de Colombia’ se orienta actualmente a descubrir, dignificar y organizar al artesano colombiano, con el fin de crear una base humana de calidades superiores, capaz de producir una artesanía que sin perder ni deformar sus raíces nacionales, esté a la altura de las necesidades contemporáneas tanto en el aspecto utilitario como en el aspecto estético. Para ello es necesario localizar al artesano donde éste, así sea en el más recóndito lugar y llevarle una asistencia integral que debe comprender materia prima, crédito, asesoría en diseño, control de calidad, superación cultural, profesional y técnica, educación y hasta servicios públicos” (1972: sp)

A pesar de los esfuerzos realizados durante su administración, este reto fue de difícil resolución por tres razones: la primera, tácita en la expresión “recóndito lugar”, que da cuenta de un momento en el que si bien, hay un territorio nacional delimitado, éste no es totalmente accesible o transitable, lo que dificultaba la presencia institucional del Estado, entre ellas la de Artesanías de Colombia. La segunda, consecuencia obvia de la anterior, porque llegar a “descubrir” a los artesanos en esos *recónditos lugares* resultaba muy costoso para una entidad que

apenas si podía solventar sus gastos de operación en Bogotá. La última dificultad, se deriva de lo que hasta la década del noventa se conoció como los Territorios Nacionales, una figura político administrativa heredada del siglo XIX en la que los Estados federados —cuando Colombia no era un estado central sino federal-, luego Departamentos, le entregaban al central los territorios que consideraban baldíos o poblados por indígenas, que en términos civilizatorios y gracias al pensamiento colonial, eran algo similar a esta cualidad espacial, por tanto poco interesante para el Estado .

Es decir, que el trabajo de *descubrir* y *organizar* al artesano —omito por el momento la *dignificación*- no se resolvía simplemente yendo a buscar a los guardianes de la tradición, los campesinos; sino que ameritaba todo un cambio en la forma como el Estado administraba el territorio y a sus poblaciones, y que desbordaba las posibilidades de Artesanías de Colombia. En buena medida esto explica porque sólo hasta mediados de la década del noventa, cuando muchos de estos problemas se resolvieron como consecuencia de una nueva Constitución Política, la empresa pudo realizar y publicar el censo económico del sector artesanal.

A pesar de estas dificultades, entre 1977 y 1987, Artesanías de Colombia en la figura de las gerentes Graciela Samper de Bermúdez y María Cristina Palau, buscó la forma de identificar, describir y clasificar la producción artesanal en Colombia. Finalizando la década del setenta y atendiendo a las directrices emitidas por organismos multilaterales como la Organización Internacional del Trabajo (OIT) (Cf. 1970), se buscó la forma de definir y clasificar la artesanía colombiana. La estrategia desarrollada fue la de tres seminarios realizados en ciudades distintas en las que se convocó a los artesanos para que brindaran sus aportes, recordando que esto era más fácil que la opción que la empresa llegara a los lugares de producción.

Durante el gobierno del presidente Betancur en el que se apostó por la profesionalización de la mano de obra y la inclusión de los indígenas como parte de las poblaciones que debían ser atendidas por el Estado, esos seminarios dieron como fruto la Ley 36 de 1984 con la que sancionó una definición oficial de la profesión del artesano y se estableció una clasificación jerarquizada del ejercicio productivo en maestro artesano, instructor, oficial o aprendiz; para ello se tomaban como referencia los conocimientos y habilidades que los productores debían demostrar ante Artesanías de Colombia y el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA). Con esta misma Ley se declaró el 19 de marzo como día nacional del artesano.

Tres años después y como resultado de otro encuentro nacional de artesanos, se firmó el Decreto 258 que reglamentó la Ley. Allí aparece una clasificación de la producción artesanal en Colombia que atiende a criterios étnicos, raciales y territoriales y que aunado a la diferenciación profesional, reconoce la existencia de Artesanía Tradicional Popular, la Artesanía Indígena y la Artesanía Contemporánea. La Tradicional Popular fue definida como:

“Es la producción de objetos artesanales resultantes de la fusión de las culturas americanas, africanas y europeas, elaborada por el pueblo en forma anónima con predominio completo del material y los elementos propios de la región, transmitida de generación en generación. Esta constituye expresión fundamental de la cultura popular e identificación de una comunidad determinada” (Artículo 6)

La indígena como: “aquella en que el aborígen utilizando sus propios medios transforma, dentro de sus tradiciones, en objetos de arte y funcionalidad los elementos del medio ambiente en que vive para así satisfacer necesidades materiales y espirituales, conservando sus propios rasgos históricos y culturales” (Artículo 5) y, la Contemporánea como: “producción de objetos artesanales con rasgos nacionales que incorpora elementos de otras culturas y cuya característica es la transición orientada a la aplicación de aquéllos de tendencia universal en la realización estética, incluida la tecnología moderna” (Artículo 8)

Finalmente, casi diez años después, durante la administración de Cecilia Duque Duque y derivado de los procesos iniciados durante la década del ochenta para la consolidación del Censo Económico Nacional, Artesanías de Colombia reconoce un listado de 49 oficios como artesanales (Cf. Herrera; 1996).

Lo que hay que resaltar en este punto es que, entre otras cosas, estas apuestas legislativas y reglamentarias buscaban depurar los efectos derivados de la implementación de las políticas de generación y aumento del empleo iniciadas desde principios de la década del setenta, donde gracias al bajo costo que suponía la creación de un puesto de trabajo en este sector productivo, distintas entidades de orden público y privado en el ámbito nacional, departamental y municipal, empezaron a formar mano de obra para la producción artesanal. Con esto además, el mercado nacional se saturó de productos de distintas calidades que comercialmente dispuestos como artesanías empezaron a minar las posibilidades de mayores ingresos para todos aquellos que se reconocían, enunciaban o habían sido titulados como artesanos. La estrategia para conjurar esto es esa de la dignificación que había dejado de lado.

Dignidad desde la comercialización

En 1984, María Cristina Palau ingresó a Artesanías de Colombia como Gerente General, inmediatamente notó que muchos escenarios de capacitación para la producción artesanal se habían constituido en espacios formativos para desempleados que en el mercado terminaban minando las posibilidades de ingreso de ellos y de aquellos que se venían desempeñando como artesanos:

“Movidos por un sentido, equivocado a veces, de colaboración a la comunidad se dedican a enseñar [a hacer] 'Manualidades' que no obedecen a la tradición de la población que la[s] recibe, ni a la apropiada utilización de los recursos naturales que la circundan.

[...]

[Para resolver esto] realizamos [...] el Primer Simposio de la Creatividad en el Sector Artesanal, el cual fue considerado como el punto de partida de este programa [Escuela Nacional de Capacitación

de Instructores]. Este simposio fue un llamado a las Entidades Públicas y Privadas las cuales generalmente, con actitud paternalista se dedican a la capacitación desordenada en la artesanía para trabajar conjuntamente con la Empresa evitando 'Capacitar para formar desempleados'.

Los llamados Mercados o Ferias Artesanales, están llenos de las 'buenas intenciones' de estas entidades. Estamos seguros que si ese desarrolla correctamente esta idea de la capacitación de instructores, a nivel nacional, evitaremos la deformación de nuestra artesanía y el que el artesano produzca y no venda" (1985: 14)

Esta estrategia que se concentró en Bogotá, donde Artesanías de Colombia S. A. ha estado domiciliada a lo largo los 48 años de su existencia, y que buscaba consolidar la idea de artesanía consignada en la Ley y el decreto, es decir "una actividad creativa y permanente de producción de objetos, realizada con predominio manual y auxiliada en algunos casos con maquinarias simples obteniendo un resultado final individualizado, determinado por los patrones culturales, el medio ambiente y su desarrollo histórico" (Artículo 2, Decreto).

Ahora bien, si el trabajo en Bogotá le apuntaba a cualificar a los instructores para que éstos tuvieran un efecto deseado sobre la producción, en algunos otros municipios del país la estrategia se complementó con dirección a la comercialización; esto, claro, amparado en una directriz trazada por el Plan Nacional de Desarrollo en el que se buscaba la descentralización de los servicios del Estado. Es en ese marco que finalmente la comercialización se posiciona como una estrategia para dignificar el trabajo de los artesanos, así que para contrarrestar el problema de la proliferación de mercados artesanales y la consecuente disminución de ingresos por bajas ventas, se buscó "darle al artesano un lugar digno donde exponer su trabajo, en Medellín, Bogotá y Cali inicialmente, a través de construcción de parques o mercados permanentes" (Artesanías de Colombia S.A; 1985: 41).

Es necesario advertir que ésta no fue la primera estrategia diseñada para descentralizar el trabajo de Artesanías de Colombia, puesto que desde la década

del setenta, sobre la línea de atención integral trazada por Graciela Samper de Bermúdez —materia prima, crédito, asesoría en diseño, control de calidad, superación cultural, profesional y técnica y educación-, Artesanías de Colombia constituyó Centros Artesanales en la mayoría de los sitios en los que habían trabajado los Cuerpos de Paz, esto es: Sandoná y Pasto (Nariño), Pitalito (Huila), La Chamba (Tolima), Ráquira (Boyacá), San Jacinto (Bolívar) y Bogotá (Artesanías de Colombia S.A.; 1981: 20). Esta estrategia de descentralización trazada por Samper de Bermúdez sería retomada por Palau para empezar a posicionar el trabajo de asesorías en diseño para el desarrollo de productos en la figura de los Centros de Desarrollo Artesanal.

Fue en la administración de Cecilia Duque Duque en la que la estrategia de descentralización cobró renovado énfasis mediante la creación y puesta en marcha de los laboratorios de Diseño, retomando las experiencias anteriores e introduciendo nuevos actores (entes territoriales y sector privado empresarial).

Los Laboratorios de diseño se crearon con la misión original y específica de llevar a cabo la interacción de los conocimientos de artesanos y diseñadores en aras de enriquecer, por una lado el saber hacer indígena, afrocolombiano, campesino y rom y por otro, los conocimientos académicos de los diseñadores, para convertir los resultados de esta dinámica cognitiva en motor de desarrollo del sector artesanal, mediante la descentralización y ampliación de la cobertura de los servicios de la Empresa en departamentos como Quindío, Nariño, Caldas, Risaralda, Putumayo, Bolívar y Cundinamarca, a través de los laboratorios de Armenia, Pasto, Manizales, Pereira, Sibundoy, Cartagena y Bogotá, que han contribuido igualmente al desarrollo integral de la cadena de valor del sector, brindando asesorías y capacitaciones orientadas a convertir las diferencias comparativas de la producción artesanal de nuestro país, en ventajas competitivas para el mercado a nivel local, nacional e internacional.

Los laboratorios se han constituido en espacios de concertación público–privado y en instrumentos de articulación y sinergia de entidades del nivel regional y nacional y de organismos de cooperación, involucrados en proyectos de desarrollo local que la actual administración ha retomado y está potenciando, de manera que en un futuro cercano, se pueda contar con una cobertura mayor en todo el país.

Retomando el asunto de los mercados como estrategia para dignificar la labor artesanal y, a la vez, diferenciarla de las manualidades; la gerente Palau consigue que en Cali la administración municipal construya el Parque Artesanal de Santa Cruz de la Loma.

En Bogotá, durante la gerencia de Cecilia Duque Duque se construye y pone en funcionamiento la insigne Plaza de los Artesanos, desde donde, como lo planteó ella misma se buscaba “proveer al sector de un lugar digno y al nivel de sus necesidades de promoción y progreso. Se trata de una estrategia que pretende la institucionalización y reactivación permanente de los artesanos” (1992: 49). La dignificación mediante la comercialización tiene para Artesanías de Colombia el punto más alto en la feria anual de exhibición y venta de productos artesanales, Expoartesanías, la vitrina artesanal más grande de esta parte del continente y que en diciembre de este año cumplirá 21 años de existencia.

En esta línea de la dignificación desde la comercialización no puedo pasar por alto la incidencia que ha tenido el diseño industrial, el diseño gráfico y el diseño de modas. Sin estas disciplinas difícilmente se habrían podido desarrollar las líneas de productos que conformaron las colecciones anuales, entre el 2002 y el 2006, de “*Casa Colombiana*”, la estrategia que buscó posicionar en el nicho del interiorismo la producción artesanal con valor agregado desde el diseño y que sólo se disponía al mercado en el marco de Expoartesanías. Sin éstas ramas del diseño habría sido muy difícil lograr la inserción de la producción artesanal en la industria de la moda, cuyos resultados más visibles son: la *Pasarela Identidad*

Colombia que tuvo lugar en Milán (Italia) durante el 2004 y el *Desfile en Traje Artesanal* que se viene desarrollando desde el 2008 en el marco de Concurso Nacional de Belleza gracias a las gestiones adelantadas por Paola Andrea Muñoz, entonces gerente de la empresa. En esta misma línea de moda y como caso más reciente está la invitación que la actual administración le hizo a los diseñadores de modas más reconocidos dentro y fuera del país, para que interpretaran las mantas Wayúu y con sus prendas lograr una exhibición comercial de alto impacto en el marco de la Cumbre de las Américas que se desarrolló aquí en Cartagena en abril de este año.

En este punto de mi exposición cabe la pregunta por la relación entre el sombrero vueltiao y la historia de Artesanías de Colombia que he construido. Como lo anuncie en un principio, la votación *on line* y la sanción legislativa que ubican al sombrero vueltiao como símbolo cultural de la nación tiene unos antecedentes o unas condiciones, que si bien desbordan la labor misional de Artesanías de Colombia —como el caso del vallenato- dan cuenta de buena parte del trabajo que esta entidad ha hecho a lo largo de 48 años, labor que ha estado centrada en el posicionamiento de la producción artesanal como una alternativa económica —en términos de mayor empleo y mayores ingresos- para la que ha tenido que descubrir y formar a los artesanos; pero también, de los productos artesanales como manifestaciones culturales de la nación que son apreciados, consumidos o apropiados por consumidores que la entidad también ha contribuido a formar desde sus programas de divulgación y comercialización.

En este orden de ideas, el sombrero vueltiao es sólo el ejemplo más visible, quizá no el más exitoso, desde el que se puede mirar el trabajo que el Estado colombiano, en la figura de Artesanías de Colombia, ha hecho para promocionar y fortalecer la producción artesanal.

Ahora, he dicho que el sombrero vueltiao no es el caso más exitoso y esto tiene asidero en lo que ahora se constituye en un reto. El sombrero vueltiao ha sido

objeto de varias prácticas de consumo. Éste objeto ha pasado de un consumo práctico y restringido a los campesinos de los departamentos de Córdoba y Sucre, con una comercialización voluminosa y de bajo costo; a un consumo suntuoso y festivo desplegado por personas en contextos urbanos en los que la comercialización es restringida y de costos aumentados por las estrategias de *branding*. Si bien este posicionamiento en el mercado ha permitido la diversificación de productos utilizando la misma materia prima, dando lugar a bolsos, tapetes, cojines, etc.; también ha significado que el sombrero o la trenza con la que es hecha, desaparezcan como producción artesanal y se conviertan en simple evocación: sombreros en cartón sobre los que se imprime la imagen del vultio para promocionar una marca de cerveza o, la referencia de un balón de fútbol con que se alude a uno de los lugares donde se produce el sombrero y sobre el que se imprime la trenza, son sólo dos ejemplos de lo que ahora Artesanías de Colombia procura conjurar desde las estrategias de protección a la propiedad industrial e intelectual con miras a que la producción artesanal no desaparezca o se desestime.

Pero otro reto se deriva de esto. Es el hecho de que el sombrero y las trenzas con las que es hecho, se tornen en simple evocación, es un indicador de la abstracción que el producto logra de quienes lo hacen y de las formas como lo hacen; por ello ahora, Artesanías de Colombia, se enfrenta nuevamente al reto de reposicionar los oficios dentro de lo artesanal.

De la misma manera, la presente administración de Artesanías de Colombia, se enfrenta a desafíos derivados de la necesidad de ampliar la cobertura, la oportunidad y pertinencia de la prestación de servicios para la población artesana del país.

Nos hemos propuesto la generalización de los laboratorios de diseño en los territorios (departamentos) que presentan claras vocaciones artesanales, en

asocio con los entes territoriales respectivos, el sector privado empresarial y la academia.

La progresiva formalización de los artesanos, de manera que les permita acceder a los servicios de seguridad social (salud y pensiones) se constituye en agenda de nuestra empresa, sintonizada con la política pública nacional, formulada para las unidades económicas de pequeña escala.

Recientemente (octubre de este año) se ha radicado en el congreso de la Republica una iniciativa legislativa de proyecto de ley, que retoma y actualiza la legislación anterior sobre el sector artesanal y propone la creación de nuevos instrumentos tales como la creación de un fondo de cofinanciación de programas y proyectos para el apoyo y desarrollo de la actividad artesanal en Colombia.

Lo anterior permitirá, si logra convertirse en ley de la Republica, estimular la participación de otros actores regionales, la canalización de nuevos recursos del gobierno central y de otras fuentes para lograr el incremento de la cobertura y la pertinencia de las acciones a favor de los artesanos colombianos.

Gracias.

Referencias

- Artesanías de Colombia S.A. (1981). *Informe de labores 1980*. Bogotá: Artesanías de Colombia S.A.
- Artesanías de Colombia S.A. (1985). *Informe de labores 1984*. Bogotá: Artesanías de Colombia S.A.
- Duque Duque, C. (1992). Una estrategia de desarrollo, (1), 5–9.
- García Canclini, N. (1982). *Las culturas populares en el capitalismo*. México, D.F.: Editorial Nueva Imagen.
- Herrera, N. (1992). *Artesanía y organización social de su producción : estructura de su organización gremial*. Bogotá: Artesanías de Colombia, CENDAR.
- Herrera, N. (1996). *Listado general de oficios artesanales*. Bogotá: Artesanías de Colombia - Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA).
- Iregui de Holguín, C. (1972). Primer Seminario sobre Diseño Artesanal (p. I – VII). Presentado en Artesanía Tradicional, Bogotá: Artesanías de Colombia - Asociación Colombiana de Promoción Artesanal.
- Lauer, M. (1989). *La producción artesanal en América Latina*. Lima: Mosca Azul Editores.
- Malo González, C. (1982). Cultura popular y «otras culturas». *Artesanías de América : revista del CIDAP.*, 14, 3 – 21.

- Organización Internacional del Trabajo. (1970). *Hacia el pleno empleo : un programa para Colombia*. Bogotá: Biblioteca Banco Popular, Divulgación Económica y Social.
- Piñeros Corpas, J., Jiménez de Muñoz, E., Iregui de Holguín, C., & Corporación Ballet de Colombia. (1972). *Trajes regionales de Colombia*. Bogota: [Lithografía Arco].
- Samper de Bermúdez, G. (1972). Palabras de la Gerente de Artesanías de Colombia S.A. Doña Graciela Samper de Bermúdez. *Los artesanos en el Colón*. Bogotá: Artesanías de Colombia S.A.
- Sennett, R., & Galmarini, M. A. (2009). *El Artesano*. Barcelona: Anagrama.
- Turok, M. (1988). *Cómo acercarse a la artesanía*. México, D.F.: Plaza y Valdés Editores.