

D1-1997.15

UNIDAD DE DISEÑO

CONVENIO ICBA- FUNDESBOY

LA ARTESANÍA DEL VALLE DE TENZA Y SUS PROYECCIONES

CLARA INES LÓPEZ GÓMEZ

1. GENERALIDADES

1.1. ANTECEDENTES

En mayo de 1985, la División de Ingeniería e Industria del Fondo Colombiano de Investigaciones Científicas y Proyectos Especiales "Francisco José de Caldas", COLCIENCIAS, presentó el documento "Programa de Regionalización de la Ciencia y la Tecnología en Colombia", en desarrollo del Plan de Concertación Nacional en Ciencia y Tecnología propuesto por el gobierno de Belisario Betancur con el ánimo de fomentar la investigación científica, el desarrollo tecnológico y la popularización de la ciencia en los municipios colombianos.

El documento, entregado a las regiones seleccionadas para la implementación del proyecto (Tolima, Magdalena, Boyacá), encontró en Boyacá acogida en la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, la Oficina de Planeación Departamental, la Fundación para el Desarrollo de Boyacá y la regional del Fondo Desarrollo Rural Integrado, entidades que diseñaron un paquete de once proyectos de "impacto social y económico para la región", denominados Programa de Ciencia y Tecnología Francisco José de Caldas para el Valle de Tenza, Tecvatenza (Colciencias, Gobernación de Boyacá, 1985:99).

La escogencia del Valle de Tenza como centro de experimentación en Boyacá tiene explicación en las grandes potencialidades de desarrollo económico, además de su ubicación geográfica privilegiada por su cercanía a Bogotá que facilita el control del proyecto y la descentralización de los recursos económicos (Colciencias, Gobernación de Boyacá, 1985:2). Por otra parte, los problemas detectados en el diagnóstico agropecuario -estructura minifundista de tenencia de la tierra, carencia de vías de comunicación, deficiente estructura de mercadeo, estacionalidad de la producción, deterioro de los suelos-, y la existencia de recursos apropiados para mejorar las actividades económicas, justifican la selección de la zona y la implementación de acciones en el campo agropecuario, turístico, de la microindustria y de la participación comunitaria (Colciencias, Gobernación de Boyacá, 1985:2-3).

Específicamente, el diagnóstico del sector artesanal concluyó con las siguientes recomendaciones:

1. Diseño de investigaciones que tiendan a aplicar nuevos paquetes tecnológicos para la fabricación de canastos e incremento de la producción, variedad y calidad.
2. Capacitar al campesino de los municipios restantes en este oficio puesto que ha demostrado ser una fuente importante de ingreso y de empleo.

OFICINA DE INVESTIGACION
ECONOMICA Y SOCIAL
"FONDA"

F. 5013

3. Seleccionar y promover un mejor bambú en la región y que tenga una rentabilidad mayor, una mejor textura y versatilidad.
4. Capacitar a los campesinos con nuevos y mejores paquetes tecnológicos para la realización y producción alfarera.
(Colciencias, Gobernación de Boyacá, 1985: 74-76).

Atendiendo estas recomendaciones y la tradición artesanal del Valle de Tenza, dentro del Programa Tecvatenza se incluyó el proyecto Fomento de la Microindustria Artesanal, con los siguientes objetivos (Colciencias, Gobernación de Boyacá, 1985: 127-128):

1. Producir variedad y calidad de canastos en la mayoría de los municipios que producen la materia prima.
2. Aplicación de nuevos paquetes tecnológicos que incidan en el volumen de producción, calidad, precio de los artículos.
3. Incrementar el ingreso de la familia campesina del Valle de Tenza.
4. Conquistar nuevos mercados.
5. Fomentar el turismo.
6. Mejorar y ampliar las técnicas de alfarería.
7. Iniciar una comercialización agresiva de estos productos a través de organizaciones, reduciendo así el margen de intermediación.
8. Aprovechar la habilidad que tienen los campesinos de la región para la producción artesanal.
9. Mejorar las condiciones de vida del campesino de la región del Valle de Tenza.
10. Ocupar más mano de obra familiar.

Para lograrlos, el Programa Tecvatenza propuso como estrategias la realización de investigaciones conducentes a aplicar nuevos paquetes tecnológicos a los procesos de producción de artesanías, la capacitación artesanal y la organización campesina para la comercialización.

En 1987, cuando casi vencía el plazo para la entrega de resultados, el Programa Tecvatenza encontró en el Instituto de Cultura y Bellas Artes de Boyacá (I.C.B.A.) la posible entidad ejecutora del proyecto. A comienzos de 1988, el Centro de Investigación de Cultura Popular (C.I.C.P.), dependencia del I.C.B.A. encargada del estudio y promoción de las manifestaciones de la cultura popular en Boyacá, inició actividades dentro del proyecto LA PRODUCCION

ARTESANAL DEL VALLE DE TENZA Y SUS PROYECCIONES (Ortiz, 1987), cuyos objetivos replantean racionalmente los propuestos por el Programa Tecva-tenza, ajustándose a los lineamientos institucionales del C.I.C.P. para el Area de Investigación Cultural en Boyacá. El Plan de Operaciones del C.I.C.P., los presenta sintéticamente así (1988: 37-38):

General:

Contribuir con diagnósticos y recomendaciones al mejoramiento de la actividad artesanal en el Valle de Tenza.

Específicos:

1. Identificar y analizar los procesos de producción y comercialización de productos artesanales.
2. Elaborar un censo de artesanos y productos artesanales regionales.
3. Establecer la situación socioeconómica de los artesanos.
4. Prestar asesoría técnica en diseño a los artesanos.

El nuevo proyecto restringió el área de trabajo a tres de los nueve municipios boyacences que integran la zona denominada Valle de Tenza (Guateque, Tenza, Guayatá, La Capilla, Somondoco, Sutatenza, Pachavita, Garagoa, Chinavita), en atención a su trayectoria artesanal más destacada a nivel regional, como pudo establecerse luego de visitas de prospección y reconocimiento practicadas en todas las localidades.

Por su importancia dentro del proyecto de investigación y por sus características particulares, el estudio de los procesos de comercialización de productos artesanales de Tenza, Pachavita y La Capilla, se diseñó como un subproyecto de la investigación sobre producción artesanal del Valle de Tenza, cuyos resultados se exponen en el presente informe.

1.2. JUSTIFICACION

En primer término, el estudio tiene justificación dentro del proyecto de investigación artesanal en el Valle de Tenza y, todavía más, dentro del Programa Tecva-tenza. Desde este punto de vista, no tendría sentido efectuar una identificación, observación y análisis de los procesos de manufactura de artesanías regionales con el objeto de introducir mejoras en ellos y en las técnicas de producción, si tales propuestas no consideran los problemas que enfrenta el artesano con los artículos tradicionales y las posibilidades de comercialización de los nuevos productos. No se trata pues, de obrar con ligereza propiciando la creación de nuevos diseños, proponiendo nuevos y más apropiados mecanismos de acopio de materias primas, nuevos usos para

especies vegetales y/o aumentos en los volúmenes de producción de los objetos que hoy se encuentran, si el artesano no puede gozar los beneficios de tantas innovaciones.

Para la entidad comprometida en la investigación, Centro de Investigación de Cultura Popular, este estudio tiene validez en tanto que la artesanía -objeto y oficio- forma parte del patrimonio cultural del pueblo boyacense, en cuya revitalización, promoción y difusión se encuentra empeñado como mecanismo de reafirmación de la identidad regional. De otra parte, las recomendaciones finales del proyecto suministran al C.I.C.P. y a otros organismos gubernamentales pautas para la formulación de políticas de desarrollo cultural para Boyacá, atendiendo de esta manera una de sus funciones de ley(1) y las orientaciones que rigen hoy el quehacer cultural en Colombia.

Independientemente del proyecto de investigación en el cual se inscribe este trabajo y del propio I.C.B.A., el estudio de los procesos de comercialización de productos artesanales de Tenza, Pachavita y La Capilla obedece a varias consideraciones:

- *Escasa bibliografía sobre el tema:* existen tres textos básicos sobre la artesanía en Boyacá. El primero de ellos es el resultado de una investigación exhaustiva propuesta por Artesanías de Colombia para "desentrañar la realidad artesanal de ayer y de hoy" en Colombia, presentándola en informes útiles para aquellas personas o instituciones interesadas en invertir esfuerzos y recursos en esta actividad. Del trabajo realizado en Boyacá, departamento con el cual se inició la experiencia, ha quedado un informe editado bajo el título Artesanía Boyacense (Solano, 1974) que reúne todas las manifestaciones artesanales discriminadas según las materias primas empleadas: arcilla, lana, fique, esparto, cerda, tagua, etc. Cada capítulo del libro relaciona los productos que se obtienen de los diversos materiales, destaca los municipios productores y hace énfasis en los procesos de manufactura, los cuales describe con detalle. En esta publicación no hay mención alguna al oficio artesanal en Pachavita.

Otra publicación, del Instituto de Investigación de la Expresión Colombiana, IDEC, "El hombre y su oficio: cerámica, cestería y tejidos en Boyacá" (1983), corresponde a un fragmento de la investigación "Patrimonio Cultural Colombiano: Artes y Oficios de la Región Cundiboyacense", iniciada también en Boyacá. En la obra el territorio colombiano se divide en cuatro comarcas artesanales (central, occidental, del sur y del norte), entre las cuales la de sur se considera especializada en cestería y cerámica, con el municipio de Tenza como núcleo por la tradición de sus objetos, por la comercialización que allí se

(1) Decreto Ordenanza No. 00094 de 1984.

da de los productos comarcales y por la presencia de grupos sobresalientes en la especialidad. Para cada comarca se relacionan los productos de la especialidad, así como sus procesos de manufactura, rematando cada capítulo con un glosario de términos vernáculos asociados a la actividad artesanal. En la zona de influencia de la comarca figuran la localidad de La Capilla y sólo aparece una corta mención a la cestería de Pachavita.

Otro trabajo, con el tema específico de la cerámica de Ráquira, remata el conjunto de ediciones dedicadas a la artesanía boyacense. Por lo demás, la literatura sobre el tema, dispersa en publicaciones periódicas -entre las que se destaca la Revista Colombiana de Antropología de COLCULTURA- está dedicada a las prácticas de otros núcleos artesanales del departamento.

- *Razones de tipo económico:* las anteriores y otras investigaciones menos ambiciosas llegan a la conclusión, cierta y vigente, sobre los escasos beneficios económicos que percibe el pequeño productor artesanal con su oficio. La indefensión del artesano y su escaso poder de negociación, se suman a su desconocimiento del producto en términos de costos de fabricación y, sobre todo, del mercado.

El conocimiento de aspectos sociales, económicos y de las condiciones de trabajo del campesino artesano del Valle de Tenza, así como del mercado actual de artesanías regionales, suministra las bases para proponer ajustes a los modelos de comercialización existentes y/o formas de comercialización y organización que eliminen las barreras de ingreso y le permitan al artesano acceder a mejores condiciones de vida y trabajo.

- *Razones de tipo social y cultural:* las minas de esmeraldas en Somondoco, las haciendas ganaderas de los Llanos Orientales, Bogotá, las condiciones de vida, el minifundio, llevan a hombres y mujeres, adultos y jóvenes, a abandonar la tierra natal en busca de mejores oportunidades. Mucho más cerca, Guateque y Garagoa absorben población de los municipios aledaños, gracias a que su condición de cabeceras provinciales favorece su desarrollo económico.

El fomento de la artesanía, fuente indiscutible de ingresos familiares, puede contribuir significativamente a disminuir el fenómeno migratorio regional, asegurando de paso la conservación de una tradición cultural de origen precolombino y colonial.

- *Razones de tipo ecológico:* para el caso concreto de Pachavita y La Capilla, la práctica artesanal ha conducido al agotamiento y la extinción de especies vegetales silvestres y a la erosión de los suelos por la continua extracción de arcillas.

Más que una justificación, el problema ecológico y ambiental que genera el corte de bejucos y la tala y quema de árboles para activar los hornos alfareros, debe considerarse factor paralelo en acciones de mejoramiento de las técnicas alfareras y de producción cesterá, de manera que se atienda la conservación del equilibrio ecológico de la zona, canalizando la motivación del artesano hacia la recuperación de los suelos que le suministran parte del sustento familiar.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. Objetivos Generales

- Realizar un diagnóstico de los procesos de comercialización de productos artesanales de los municipios de Tenza, Pachavita y La Capilla teniendo en cuenta la participación en ellos de productores, intermediarios y consumidores.

Presentar un conjunto de recomendaciones que apunten a la solución de los problemas detectados, considerando el beneficio final para el productor.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Establecer el perfil socioeconómico de los artesanos, intermediarios y compradores finales de artesanías del Valle de Tenza.
- Identificar los productos artesanales locales (nombres, tipos, usos, materiales, procesos de manufactura).
- Investigar la participación de entidades vinculadas al desarrollo artesanal que puedan tomar parte en acciones de mejoramiento de la actividad.
- Diagnosticar y evaluar los procesos de comercialización de productos artesanales regionales, identificando estrategias básicas de artesanos e intermediarios.
- Recomendar acciones y/o programas de trabajo cuya implementación conduzca a mejorar la comercialización de productos locales.

1.4. FUENTES DE INFORMACION

1.4.1. Fuentes Primarias

Considerando que la literatura sobre la actividad artesanal de Pachavita y La Capilla, principalmente, es bastante escasa, fue necesario recurrir a fuentes primarias de información con el fin de recopilar datos necesarios para el estudio.

Por esta razón, la mayor parte de las informaciones sobre estas localidades que reúne este informe, se obtuvo gracias a la colaboración de canasteras y alfareros, quienes fueron visitados en su totalidad en sus viviendas, y en varias oportunidades, en las plazas de mercado de Garagoa y La Capilla donde venden sus productos. Fueron hechos los registros pertinentes a nombre, edad, sexo, ocupación principal del artesano, lugar de vivienda, etc.

En Tenza la información se obtuvo en seis de las trece veredas que forman el municipio, incluida la cabecera, entrevistando en cada una de ellas un promedio de seis artesanos. No se dispuso de censos levantados con anticipación en desarrollo de investigaciones particulares y/o institucionales, como base para definir muestras de trabajo. Debido a la gran cantidad de personas dedicadas al oficio -se estima que más del 80% de la población produce algún tipo de artesanía - y por razones económicas, sólo se visitaron las veredas de Valle Grande Abajo, Volcán, Cora Grande, Cora Chiquito, Rucha y Centro.

Con respecto a los intermediarios fueron identificados tres comerciantes mayoristas de artículos tenzanos y se entrevistó a los propietarios de ocho locales al detalle. En la tesorería municipal de Tenza figuran debidamente registrados diez comerciantes, aunque en rigor existen aproximadamente 15. Dos de los ocho almacenes sobre los cuales se tiene información, son propiedad de comerciantes mayoristas, mientras que un tercero es de la Cooperativa Artesanal de Tenza, que también opera como intermediario.

En Pachavita y La Capilla no existen locales destinados a la venta de artesanías locales ni regionales. En Paipa se visitaron tres locales artesanales, en Villa de Leiva cuatro, en Ráquira y en Garagoa uno, respectivamente.

En la ciudad de Bogotá se trabajó en 22 almacenes ubicados en El Lago, Centro Internacional Tequendama Chapinero, Centro Artesanal Colombiano, Pasaje Rivas y Pasaje Colonial y en dos stands de una Feria Artesanal Nacional realizada en el Parque Simón Bolívar.

La escogencia de los detallistas capitalinos se apoyó en la revisión de la guía telefónica de Bogotá, después de detectar "zonas artesanales" conocidas. Dos grandes centros comerciales -Unicentro y Hacienda Santa Bárbara- no se incluyeron puesto que las tiendas artesanales que allí funcionan son, en su mayoría, sucursales cuya casa principal tiene sede en El Lago.

Un total de 28 almacenes, llamados de artesanías ubicados en el sector de la calle 53 con avenida Caracas, no se incluyen dentro de la muestra pues se trata de negocios que venden útiles y elementos para trabajos manuales, arreglos florales, vinilos, barnices, materiales para elaborar maquetas, etc.

El trabajo de campo se realizó entre 1989 y 1990 en Pachavita y La Capilla y entre 1990 y 1991 en Tenza.

1.4.2. Fuentes Secundarias

De gran utilidad para el análisis de la información recopilada y para la presentación de propuestas fueron artículos y publicaciones editadas por Artesanías de Colombia, la Asociación Colombiana de Promoción Artesanal, el Instituto Colombiano de Antropología, el Banco Popular, Colciencias y el propio I.C.B.A. También fueron consultados documentos de archivo y centros de información de la Corporación Nacional de Turismo, Oficina de Turismo de Boyacá, Compañía de Servicios Varios de Tunja, Fundeboy, Casa de Boyacá, Secretaría Jurídica de la Gobernación de Boyacá, Fondo DRI y CORFAS, entidades que de una manera u otra están relacionadas con la actividad artesanal en Boyacá y/o en Colombia.

1.5. ALCANCES Y LIMITACIONES DEL ESTUDIO

La proyección más significativa derivada de este estudio está representada en los beneficios socioeconómicos que resulten de la implementación de las recomendaciones propuestas, favoreciendo a los artesanos de tres localidades del Valle de Tenza.

Por otra parte, este trabajo contribuye a destacar y difundir otra cara del Boyacá Artesanal que propios y extraños podemos encontrar en pequeños municipios olvidados como La Capilla y Pachavita, que nunca han visto reseñados sus saberes artesanales en publicaciones sobre el tema, opacados por la cestería tenzana, la cerámica raquireña, los tejidos de Nobsa...

La descripción de las condiciones de vida y de trabajo del pequeño artesano, que en este informe se presenta, en alguna medida contribuye a comprender el valor de la artesanía en nuestro patrimonio cultural y al artesano como portador y transmisor de tradiciones ancestrales que hacen parte de la cultura popular boyacense.

Varias situaciones aparecieron como limitaciones para el desarrollo del estudio, especialmente para la obtención de la información requerida:

- *Con los artesanos* -principalmente de Tenza- por su negativa a suministrar los datos necesarios sobre su saber, descreídos de tantas promesas hechas por entidades encargadas del fomento y desarrollo de la artesanía.
- *Con los mayoristas* por la dudosa veracidad de algunos datos y por las

dificultades para acopiar la información, ya que aunque muchos residen en Tenza, poco permanecen en sus veredas, dedicando gran parte de su tiempo al mercadeo de artesanías en otros municipios y regiones del país. Por esta razón, la Asociación de Artesanos del Valle de Tenza se tomó como mayorista institucional y no como funciona en realidad, es decir, como mayoristas independientes cobijados por un nombre común.

La dispersión geográfica de los integrantes de la muestra de artesanos en Tenza: mientras que en La Capilla y Pachavita los productores se hallan concentrados en tres y dos veredas respectivamente, en Tenza están dispersos por todo el territorio municipal. Si bien el acceso por carretera a las veredas es posible, se limita a los sábados, día del mercado semanal, que el artesano destina a otros oficios. Por esta razón y por limitaciones económicas, fueron visitadas veredas situadas entre una y dos horas de distancia a pie desde el pueblo, cubriendo así el 50% del territorio que se pretendía recorrer.

1.6. AREA GEOGRAFICA DEL ESTUDIO

Las localidades de Tenza, Pachavita y La Capilla definen el marco geográfico de este estudio, determinado previamente por el macroproyecto de investigación artesanal en el Valle de Tenza.

La división político-administrativa de Boyacá ubica a Tenza y La Capilla en la Provincia de Oriente con capital en Guateque. Pachavita aparece en algunos textos formando parte de la Provincia de Neira con capital en Garagoa y en otros como municipio de la Provincia de Oriente.

Tenza dista de Tunja 93 Kms., tiene una temperatura promedio de 20 grados centígrados y una altura de 1543 m.s.n.m. Limita con La Capilla y Pachavita por el norte, por el oriente con Garagoa, por el sur con Sutatenza y por el occidente con Guateque y La Capilla. El área municipal es de 55 Kms.2 distribuidos en dos pisos térmicos: medio (42 Kms.2) y frío (13 Kms.2). El territorio está dividido en las veredas de Mutatea, Rucha, Valle Grande Abajo, Valle Grande Arriba, Resguardo, Quebradas, Chaguatoque, Barzal, Cora Grande, Cora Chiquito, Volcán, Aposentos y Centro. En 1985 su población era de 5998 habitantes (986 en la cabecera), proyectada a 6013 en 1990. En 1986 el municipio estaba dividido en 4241 predios de los cuales 3908 eran rurales. Día de mercado: sábado.

Pachavita dista de Tunja 76 Kms., tiene una temperatura promedio de 18 grados centígrados y una altura de 1980 m.s.n.m. Limita por el norte con Umbita y Chinavita, por el oriente con Chinavita y Garagoa, por el sur con Tenza y por el occidente con La Capilla y Umbita. El área municipal es de 68

Kms.2 distribuidos en tres pisos térmicos: medio (26 Kms.2), frío (34 Kms.2) y páramo (8 Kms.2). Son sus veredas las de Soaquira, Llano Grande, Pie de Peña, Guacal, Buenavista, Hato Grande, Aguaquiña, Sacaneca y Centro. En 1985 tenía 4250 habitantes (385 en la cabecera) y para 1990 se esperaba una población total de 4006 habitantes. En 1988 estaban registrados 3869 predios de los cuales 3695 eran rurales. Día de mercado: miércoles.

La Capilla está situado a 92 Kms. de la capital departamental, tiene una temperatura promedio de 19 grados centígrados y una altura de 1770 m.s.n.m. Limita por el norte con Umbita, por el oriente con Pachavita, por el sur con Tenza y Guateque y por el occidente con el departamento de Cundinamarca. El área municipal es de 59 Kms.2 distribuidos en tres pisos térmicos: medio (11 Kms.2), frío (40 Kms.2) y páramo (8 Kms.2). Veredas: Chaguatoque, Peñas, Tizuco, Chucío, Palma Arriba, Palma Abajo, Camagoa, Ubaneca, Santa Fita, Páramo, Hato, Zing, Barro Blanco y Centro. En 1985 tenía 3811 habitantes (748 en la cabecera) y la población se proyectaba para 1990 en 3948 habitantes. En 1986 el pueblo comprendía 3988 predios de los cuales 3714 eran rurales. Día de mercado: lunes.

Las tres localidades disponen de servicio telefónico, correo, energía eléctrica rural, y transporte intermunicipal. Hay puesto de salud en Pachavita y La Capilla y hospital en Tenza. Sólo Tenza cuenta con hoteles y/o residencias para alojamiento de turistas.

En concreto, el marco espacial del estudio comprende las veredas de Palma Arriba, Palma Abajo y Camagoa en La Capilla, únicas en el municipio dedicadas a la producción alfarera. En Pachavita se escogieron las de Sacaneca y Centro, cuyos habitantes elaboran canastos de bejucos y cañas que constituyen el producto artesanal representativo del municipio. Otras dos veredas -Hato Grande y Aguaquiña- elaboran canastos de chin y fique, dada la influencia que sobre ellas ejercen las veredas vecinas de Tenza. La producción cestería de estas veredas no recibió, para los efectos del estudio, ningún tratamiento especial. En Tenza, como se ha dicho, se elaboran artesanías en todas las veredas, pero sólo hacen parte del marco geográfico las de Valle Grande Abajo, Volcán, Cora Grande, Cora Chiquito, Rucha y Centro.

2. ANTECEDENTES DE LA ACTIVIDAD ARTESANAL EN LA REGION

La cestería y el desarrollo de los entramados vegetales aparece como una de las adquisiciones más antiguas de la humanidad. Para el hombre primitivo saber ligar y atar (piedra al palo, palos entre sí), constituyó una necesidad vital, que tenía como referencia ejemplos naturales como los nidos de aves o las lianas y ramajes de los bosques. Los orígenes de la cestería se remontan hasta nuestros antepasados homínidos, quienes ante la necesidad de contar con un medio para transportar el fruto de la recolección hasta los campamentos, seguramente "inventaron algún tipo de talego hace unos tres millones de años" (Leakey en Kuoni, 1981: 19-23). La cestería también encuentra bases para su desarrollo al ponerse en práctica el tejido de fibras vegetales para procurarse una vivienda, un medio de protección contra el clima.

La invención de la cerámica, según lo demuestran hallazgos arqueológicos de cerámicas antiquísimas, surge de la impermeabilización con arcilla de tejidos vegetales en forma de cuencos que, una vez cocidos al fuego, dan origen a una forma moldeada (Leakey en Kuoni, 1981: 21-22).

En Colombia poco se sabe del nacimiento y desarrollo de la cestería y los tejidos, ya que de ellos no quedan restos arqueológicos que puedan investigarse (Villa, 1983: 28). No obstante, algunos autores afirman que las técnicas de cestería empleadas por nuestros aborígenes eran superiores a las españolas a la llegada de los colonizadores e, inclusive, muchas técnicas de uso corriente hoy en hispanoamérica ya las usaban los indígenas en el siglo XVI (Mora de Jaramillo, 1974: 297). Los objetos de cestería fueron elaborados por nuestros indígenas "con fines utilitarios relacionados con la producción agrícola y el procesamiento de alimentos" (Ortiz, 1989: 30).

Para el caso de Boyacá, la investigación del IDEC nos muestra que "durante la Colonia, en Boyacá, la cestería se desarrolló en comunidades aisladas y sus productos principales fueron canastos y sombreros [que continuaron produciéndose] para uso doméstico según la tradición" (1983: 21).

2.1. DESARROLLO DE LA CESTERIA DE CHIN EN TENZA

Los datos encontrados sobre el desarrollo de la cestería tenzana arrancan en 1965 cuando llegaron a Tenza, y a Colombia, los Cuerpos de Paz con la misión de procurar mejorar sustanciales en los niveles de vida del campesino. William Müller, integrante del grupo, se dedicó a promover entre los artesanos la diversificación de la producción y el uso frecuente de más y mejores colores, hirviendo las anilinas que hasta entonces se aplicaban en frío.

Igualmente, congregó a artesanos en torno a la idea de formar una organización que, en efecto se creó en 1968, y hoy funciona como Cooperativa de Artesanos de Tenza Ltda.

Posteriormente, en 1981, por conducto de un senador tenzano, una comisión de profesores chinos llegó al municipio y durante varios meses enseñó a los artesanos a teñir el chin con ácido nítrico y a tejer nuevos objetos y puntadas. Otras versiones, acaso desprovistas de intereses políticos, señalan a Artesanías de Colombia como patrocinadora de la comisión china. A los cursos asistieron artesanos de todas las veredas, quienes se convertirían luego en instructores de aquellos que no tuvieron oportunidad de asistir a la capacitación. Al poco tiempo de permanecer en Tenza, y al parecer por discrepancias entre los dos gobiernos, los chinos abandonaron el país sin terminar de dictar los cursos previstos, pero dejaron las bases de un trabajo de creatividad que los artesanos continuaron desarrollando.

De esta experiencia surgió la cestería que hoy se denomina "china", que se diferencia de la teñida por los pigmentos café, negro y naranja de las cañas.

En atención a sus propósitos, la Cooperativa Artesanal implementa programas de capacitación a cargo de diseñadores de Bogotá, a los cuales asisten sus afiliadas sin costo alguno. Las canastillas caladas, la coloración de los materiales con aerosoles, las costuras en fique y numerosas puntadas son resultado de estos cursos en los que la deserción es una constante.

Una extensa variedad de objetos ha sido promovida por Artesanías de Colombia a través de cursos de diseño, tinturas, perfeccionamiento de técnicas, etc. Profesionales de esta entidad, con participación de los artesanos, diseñan o modifican modelos que luego encargan en grandes volúmenes a los artesanos más pulcros en el oficio.

A doña Salomé Viuda de Ortiz se atribuye la invención de la cestería del chin y la cerda en miniatura. Junto a su señora madre trabajó los canastos grandes por casi cinco años y por curiosidad probó a hacerlos pequeños. Empezó a tejerlos con fique y casualmente descubrió que la cerda era más apropiada para hacer canásticos. La teñía tal como hacía su madre con el chin y tuvo tanto éxito que abandonó por completo el otro oficio.

Por más de 45 años ha trabajado la cerda y durante 21 de ellos se dedicó a enseñar su saber a los jóvenes del Instituto Nacional de Promoción Social. Su prestigio es incomparable y a su casa acuden permanentemente turistas nacionales y extranjeros con la esperanza de verla trabajar y comprarle alguno de los pocos objetos que vende (en su casa). Conserva, como reliquia y muestra de sus habilidades juveniles, un pesebre hecho en cerda, fique, chin

y cabellos humanos con los personajes tradicionales y un gracioso diablo. Su mayor virtud consiste en elaborar figuras humanas de unos 12 cms. de altura perfectamente vestidas -la mujer hasta con enaguas- a las que ya terminadas les quita los armantes de chin, haciéndolas más bellas todavía.

Hace poco tiempo una investigadora intentó construir una historia de la cerda en Tenza, y encontró que el oficio se inició gracias a una mujer chilena que se instaló durante algún tiempo en el pueblo y sugirió a varias artesanas la fabricación de miniaturas como las que se producían en su país. Sin embargo, no se conocen mayores detalles de la investigación ni los informes escritos de la misma.

Sobre este tema, Solano (1974: s.p.) afirma que el uso de la cerda o crin de caballo en la cestería, usada por los españoles en cedazos, lazos y cinchas, surgió "con naturalidad en nuestros hábitos al conjugarse el aporte español (...) con una ancestral inclinación y habilidad indígena para el tejido y el trenzado que aplicaban minuciosamente a toda clase de fibras (...) [incluso] el cabello humano".

Es difícil establecer el papel del Centro Artesanal de Tenza en el desarrollo de la artesanía local, puesto que no se conocen con precisión los objetivos institucionales ni las acciones que en materia artesanal ha emprendido en los últimos años. Al menos por el momento, el CAT cumple funciones que poco tienen que ver con la artesanía, su promoción y desarrollo, en virtud de la escasa receptividad de la población a los programas que propone.

Otro factor que ha contribuido al desarrollo de la cestería tenzana es la vinculación de damas de otras ciudades al negocio de la comercialización de objetos artesanales y los encargos de visitantes regulares de la población. En este caso el artesano hace el modelo que le han encomendado y posteriormente lo ofrece en el mercado o los almacenes; si el objeto tiene buena acogida se sigue produciendo y/o modificando por iniciativa propia o atendiendo las sugerencias de los compradores. En el primer caso se trata de señoras que se trasladan hasta las veredas y establecen relaciones comerciales exclusivas con artesanos, quienes no pueden mostrarlos a otros y, mucho menos, venderlos a persona diferente (2).

(2) Se han conocido casos en los que las entregas de mercancías se realizan dentro del más absoluto sigilo y hasta se señalan artesanos que trabajan encerrados en sus casas para evitar que otros copien sus muestras. El hecho ha llegado al extremo de hacer firmar a los productores contratos de exclusividad por varios años, cuyo incumplimiento -según el contratante- le acarrearía al artesano multas y hasta cárcel.

La influencia de los chinos, de los Cuerpos de Paz y de intermediarios es evidente en algunos objetos, que por sus formas y usos rebuscados que nada tienen que ver con los productos tradicionales, denuncian la presencia de culturas extrañas al medio. Sin duda el aporte de estas experiencias es significativo, pero bien valdría la pena que las instituciones que los promueven -en particular las gubernamentales- definan criterios de capacitación coherentes con la realidad sociocultural local.

2.2. LA CERAMICA EN LA CAPILLA

Investigaciones sobre comercio e intercambio de productos entre los Muisca del Siglo XVI hacen referencia a la elaboración de tejidos de algodón y objetos de cerámica en Tenza (Langebaek, 1987: 95). De esta tradición alfarera se encuentran hoy huellas en el municipio de La Capilla, segregado de Tenza en 1793.

Allí se producen piezas de cerámica cuyas formas y hechuras delatan su ancestro indígena (Solano, 1974: s.p.).

La colonización española introdujo cambios en las técnicas indígenas como el vidriado o "alcoholado", en los instrumentos de trabajo con el torno de patada y en el sistema de cocción con los hornos de colmena. Los diseños de las vasijas también fueron modificados, especialmente en cuanto a la orientación de las asas y la aparición de picos para verter líquidos. El uso de recipientes de barro como materas también se considera de procedencia europea (IDEC, 1983: 22; Broadbent, 1974: 238).

En la actualidad, La Capilla es el único municipio del Valle de Tenza en donde se elaboran vasijas utilitarias y miniaturas en barro. En Sutatenza funciona un taller que produce objetos de características bien diferentes, y en esencia decorativos, fabricados a partir del caolín. El mismo tipo de artículos se produce en talleres de Tenza, algunos de ellos de propiedad de ciudadanos con estudios formales en escuelas de arte.

Aproximadamente en 1974 La Capilla fue incluido en un programa de asistencia técnica auspiciado por el SENA, entidad que trasladó un profesor de cerámica con el ánimo de realizar cursos de perfeccionamiento de técnicas y diversificación de la producción. Con las niñas, el profesor trabajó objetos pequeños que con destreza se fueron reduciendo hasta lo que hoy son las miniaturas. Las ollitas, jarras, floreros y animalitos encontraron acogida entre los jóvenes, mientras que las mujeres continuaron trabajando la loza.

Más recientemente, -unos ocho años atrás-, el Fondo Cristiano apropió los dineros para la permanencia en el pueblo de un profesor norteamericano que

sin miramientos introdujo modelos desastrosos y decoraciones estrafalarias que siguiendo un proceso natural, muy pronto entraron en desuso ante su escasa aceptación en los mercados que manejan las loceras. Todavía se conservan, como recuerdo, uno que otro frutero-candelabro, alpargatas de barro y figuras difusas de personas y animales.

Después del gringo Tomás, también el Fondo Cristiano pagó los servicios de un conocido ceramista de Sutatenza que trajo consigo el uso de moldes de yeso y la decoración con vinilos, tal como se emplean en ese municipio. Los jóvenes recibieron con interés las instrucciones y aprendieron -sin perfeccionarla- esta técnica. Indios pielrojas, elefantes, tabletas, casas, ángeles y otros objetos aparecieron entonces y ocasionalmente se les ve en los mercados. De este curso surgieron los cuadros que hace Israel Ortega en Camagoa, con molde y retocado manual. Su dedicación lo ha convertido en especialista, perfeccionando cada vez más sus trabajos, caracterizados por una rústica belleza.

En la sede del Fondo Cristiano en La Capilla no se tiene información ni documentación sobre las razones o estudios previos que propiciaron la venida de los instructores ni tampoco sobre los efectos de los cursos. Su compromiso con la idea parece que no iba más allá de sufragar -con las mejores intenciones- los gastos de los profesores y no respondía a acciones planeadas con la debida responsabilidad y seriedad.

Hacia finales de 1988 el Programa Tecvatenza financió otro curso con el fin de pulir las técnicas de alfarería, proponer nuevos diseños a partir de los modelos tradicionales y motivar a los niños en el aprendizaje del oficio. Esta actividad hacía parte del proyecto de investigación artesanal en el Valle de Tenza.

El taller se propuso como mecanismo para fomentar la artesanía con mejores beneficios para el artesano a partir de trabajos de mayor calidad. La participación de los niños apuntaba hacia la conservación del oficio tradicional (producción de loza), a cargo hoy de una docena de mujeres de edad, cuyos hijos se dedican a la miniatura.

No se logró realizar un trabajo sistemático con las loceras ni con las artesanas más jóvenes, y los niños no volvieron a casa de la artesana-instructora, por atender sus deberes escolares y de la finca.

El taller, dirigido a artesanos tradicionales, se trasladó entonces al casco urbano en donde un grupo de siete personas dedicadas a otras actividades lo clausuró con una exposición. Se trataba en su mayoría de objetos basados en formas tradicionales y alusivos a la vida campesina, notablemente mejorados en el diseño y la técnica de manufactura.

Los objetos, decorativos en primera instancia, tienen una función utilitaria que les es propia (espejos), opcional a gusto del comprador (múculo) o creada (lámina pisapapeles), buscando satisfacer a un comprador diferente de objetos artesanales que combina lo funcional con lo decorativo. Esta alternativa representa para sus autores mejores ingresos -cada pieza es única- y localmente un status más elevado para él y para sus creaciones (ceramista no alfarero; obras no artesanías), lo cual se traduce en el precio de los artículos. Estos nuevos ceramistas comparten hoy su tiempo entre sus actividades principales y la elaboración de piezas por encargo.

2.3. LA CESTERIA EN PACHAVITA

Aparte de las superficiales informaciones de don Ramón C. Correa sobre la producción en pequeña escala de sombreros de ramo en Pachavita (19 :), es poco lo que se conoce sobre la artesanía de este municipio. Los trabajos con bejucos y cañas -principalmente el chusque- se sitúan en Boyacá en Paipa y algunos otros pueblos de las provincias de Tundama y Sugamuxi (Solano, 1974: s.p.). A pesar de su cercanía a Tenza, la cestería pachavitense no ha merecido atención por parte de entidades relacionadas con el sector y prácticamente sólo se conoce a nivel regional.

En 1988 el proyecto de investigación artesanal en el Valle de Tenza, atendiendo las sugerencias y solicitudes de las canasteras y las posibilidades de desarrollo de esta cestería, contrató los servicios de un diseñador especialista en cestería y en las técnicas de tinturado a partir de anilinas naturales, para capacitar a las canasteras en estos trabajos. Los resultados de teñir con mora y hojas de plantas conocidas como surca y lanzo, significó un estímulo para las artesanas en el proceso de exploración de su creatividad y de los recursos naturales de su entorno. Por desgracia, la vida de estas prácticas fue efímera pues el mercado de canastos mercaderos no repara en el color, menos aún en el valor de los procesos que le dan origen, y no existieron compradores en Garagoa para las novedosas presentaciones (3).

Uno de los pocos niños que asistió al taller, hijo de una reconocida canastera, hizo modificaciones a los canastos manijeros y abiertos que ya sabía tejer y los redujo hasta una medida al alcance de sus manos. Como resultado de las permanentes creaciones y búsquedas de esta familia artesana, surgieron los canastos pequeños y luego las miniaturas.

(3) Los mercaderos teñidos, aunque se vendieron en Tenza a precios relativamente favorables, no tuvieron gran acogida entre los comerciantes de esa localidad puesto que los canastos de chin, teñidos con anilinas industriale aparte de ser más vistosos son más baratos.

Los nuevos modelos, sin apartarse de los productos tradicionales en cuanto a técnicas y diseño, han partido la historia de la cestería de Pachavita. Su desarrollo y apropiación son la respuesta del deseo natural del artesano de vender más y a mejores precios su trabajo.

Ante las bondades de la miniatura (menos material, mejores precios, mayor producción) las artesanas se dieron a la tarea de aprender a trabajarla, pero finalmente desistieron y hoy su producción corre por cuenta de una familia. Rosita y sus hijos no hacen más canastos grandes.

El crecimiento repentino de la demanda de canastos de Sacaneca, propiciada por acciones del proyecto Tecvalenza, ha hecho evidente el proceso de extinción de materias primas que venían padeciendo las canasteras desde años atrás. A menos que se tomen medidas al respecto, la cestería de cañas y bejucos no subsistirá por muchos años más.

3. LOS ARTESANOS Y SUS CONDICIONES DE TRABAJO

Un hecho caracteriza a los artesanos de Tenza, Pachavita y La Capilla: su condición de campesinos. Salvo un reducido número de artesanos radicados en el casco urbano de Tenza y un pequeño grupo de nuevos artesanos de La Capilla, mujeres y hombres campesinos tienen a su cargo la elaboración de canastos y piezas de cerámica.

El trabajo artesanal es un complemento de la dinámica productiva de la familia que permite tener acceso a los servicios y bienes que no suministra el campo. La agricultura provee alimento para el consumo familiar y excedentes para la venta en los mercados regionales que, al igual que las artesanías, van a satisfacer necesidades básicas como educación, vestido, etc. La labranza y los animales anteceden a los canastos y las vasijas, a los cuales se dedica el tiempo que dejan aquellas actividades y las labores del hogar.

La agricultura es responsabilidad de los varones de la familia. La preparación de la tierra, la siembra, el cuidado de las parcelas y la distribución de las cosechas (mercados y consumo de la familia), eventos trascendentales en la vida campesina, son planeados y coordinados por el jefe de hogar, quien además determina la participación en ellos de los otros miembros de la familia.

Los niños se integran paulatinamente a este grupo productivo esencial desempeñando oficios menores como llevar el almuerzo para los obreros y mantenerles la provisión de guarapo, haciendo tantos viajes hasta la casa como se requieran. De esta forma compeñan el tiempo que dedica a la escuela pudiendo llegar a faltar a la enseñanza en las épocas de mayor necesidad de mano de obra.

Los jóvenes muy pronto asumen por sí mismos gastos básicos (botas, vestuario, recreación) ocupándose como obreros o peones en fincas vecinas o con el producto de la venta de siembras en compañía.

Por la geografía del Valle de Tenza, es común encontrar campesinos con dos o más predios pequeños ubicados en pisos térmicos distintos, aún en la misma vereda. Pachavita, por ejemplo, tiene la ventaja de tres pisos térmicos en su territorio, lo que da variedad a la alimentación familiar, permite la rotación de lotes de cultivo, y mayor participación en el mercado de productos agrícolas. En estos casos las siembras se planean cuidadosamente a fin de que ningún cultivo carezca de la mano de obra necesaria en cada una de sus etapas.

La variedad de climas da lugar a una extensa variedad de cultivos entre los que sobresalen los de papa, yuca, maíz, caña de azúcar, pepino, tomate, hortalizas, plátano y varias frutas. Como en muchas otras zonas del altiplano, se combinan cultivos que aparte del clima coinciden en la época de siembra, período de desyerbe y aplicación de fumigantes, cosecha, etc.

La tecnificación y el cultivo extenso de productos como el pepino, intensifica el uso de la mano de obra disponible en la familia. Durante la siembra y la cosecha, por ejemplo, pocas mujeres pueden trabajar artesanías. Son épocas agotadoras en las que cocinan para la familia y los obreros, se ocupan del funcionamiento del hogar y del cuidado de los hijos y, además, trabajan en el campo.

Las labores que desarrolla la mujer aseguran el funcionamiento de la familia: crían los hijos, asean la vivienda, lavan y remiendan las ropas, preparan los alimentos, participan en el trabajo agrícola. Casi siempre cuidan de una o dos vacas, varias gallinas, cuando mucho un par de cerdos y, por supuesto, de los perros y algún gato. Todos ellos merecen la atención que se les prodiga porque ayudan a la mujer en su misión de conservar el bienestar familiar, ofreciéndole leche, queso, cuajada y huevos para la venta o el consumo, carne, vigilancia para la casa y control de plagas. La cría y levante de cerdos se hace con fines exclusivamente comerciales.

No es el Valle de Tenza una zona ganadera; tal vez por lo quebrado del terreno y la preponderancia de la agricultura y la minería, la cría de animales se limita a los que el ama de casa puede cuidar. Aunque sea poco, el ganado vacuno absorbe buena parte del tiempo puesto que en el día se hacen viajes hasta donde esté la vaca para llevarle pasto, agua, sombrearla si hace mucho sol, ordeñarla, dejar mamar los terneros y en la noche para asegurarla. Estos animales no pastan libres en los potreros ya que no se justifica destinar una porción de tierra, su alimento, en detrimento de la extensión cultivable que de por sí es poca. En lugares poco aptos para cultivar alimentos se siembran variedades de pasto para suministrarlo al animal en las cantidades necesarias, complementando la dieta con desperdicios de cocina y partes no comestibles de los vegetales sembrados. Corresponde a los señores la venta del ganado vacuno.

El respiro que dejan la cocina, los animales, los niños, la casa, la ropa, etc., es el tiempo del oficio artesanal, que abarca varias horas entre el almuerzo y la comida y un rato más corto después de ésta.

Si bien los canastos y ollas han sido elaborados tradicionalmente por mujeres, esposos e hijos varones vienen participando activamente en la producción. En

las veredas cesteras de Pachavita y en las alfareras de La Capilla, la vinculación del sexo masculino a la artesanía -antes limitada a la ayuda en la recolección y adecuación de los materiales-, ha sido el resultado de un considerable aumento en la demanda de los productos por parte de intermediarios de localidades vecinas y compradores de otras ciudades del país. La dedicación de los hombres al oficio se hace más regular al aproximarse las fechas de entregas de pedidos. No obstante, los ingresos por venta de artesanías son administrados por las mujeres -por lo menos así lo afirman ellas-, y se invierte en el mercado de grano, en útiles y el restaurante escolar, uniformes, ropa y calzado para los pequeños y las jóvenes. Una parte de dinero se reserva para comprar material de trabajo, si es el caso, y para gastos de transporte hasta el punto de venta.

Las mujeres de mayor edad que no tienen hijos menores a su cargo, garantizan asistencia médica y drogas para aliviar sus enfermedades y al no tener hijos en el hogar, se permiten -con la venta de artesanías- visitarlos en las ciudades donde residen. Las jóvenes, cuya manutención es más prolongada que la de los varones, se procuran artículos básicos con el trabajo artesanal y/o la venta de hortalizas.

En Tenza, donde semanalmente se venden al menos \$3.000.000.00 en artesanías, la participación del hombre en el oficio es significativa. La especialización de los tenzanos en el oficio de la cestería ha llevado a la familia a vincularse de lleno al proceso productivo que se inicia con la siembra de la materia prima básica sin descuidar, por supuesto, los cultivos tradicionales.

La labor artesanal, en definitiva, encuentra justificación en los niños y en el cubrimiento de necesidades primordiales de la familia. Aún si no hubiera necesidades urgentes que cubrir, la artesanía se elabora porque "de la agricultura no se coge plata todos los días".

En la agricultura como en la artesanía operan relaciones sociales y laborales cuyo fin es la mutua cooperación entre los involucrados. En el trabajo agrícola el sistema más conocido es el de la "mano vuelta" o "prestar el brazo", en el cual una persona trabaja en la parcela de otra que paga con trabajo en la parcela de su temporal trabajador. En la artesanía es ilustrativo el caso de las canasteras de Pachavita quienes integran 15 familias, emparentadas entre sí por lazos sanguíneos y de compadrazgo que fortalecen la ayuda mutua. El hecho de verse afectadas por un problema común -escasez de materias primas- hace que el trabajo colectivo sea una necesidad. Por otra parte, la cercanía geográfica entre unas y otras y la asistencia a un mismo mercado (el mismo día, a la misma hora y en el único bus que les sirve) propicia acciones grupales, el conocimiento de las capacidades de trabajo de cada una y la situación familiar en cada hogar.

La existencia de un grupo de oración en Sacaneca, dirigido por el esposo de una canastera, ofrece un espacio de reunión dominical en diferentes viviendas cada vez para leer y comentar el evangelio y encargar a los asistentes la realización de obras de caridad y propósitos cristianos con la familia y los vecinos.

Para la recolección de bejucos y cañas, las canasteras de Pachavita suelen asociarse entre parientas y vecinas, haciendo expediciones en las que prefieren acompañarse de uno de sus esposos o hijos mayores. Si la jornada es fructífera, cada cual es dueña de los que encuentre y corte, pero -en todo caso-, ninguna volverá con las manos vacías, repartiendo de la mejor manera lo que hayan encontrado. De estos viajes se traen anécdotas y aventuras que fortalecen amistades y mitigan los peligros y el trabajo propio de caminatas en la oscuridad, paso de quebradas, subidas a los árboles, etc. Los viajes empiezan entre 3 y 4 de la madrugada y terminan hacia las 4 ó 5 de la tarde.

Estos viajes sirven además como instrucción de los niños sobre el punto de maduración de las fibras, el modo de recolectarlas y para detectar zonas de acopio para futuras ocasiones.

Otra ocasión para prestar un servicio es la ida a Garagoa. Siempre que no sean muchos, una canastera puede llevarle a otra sus canastos al mercado, trayéndole luego las cuentas. Cuando se va al mercado a vender al detalle, una canastera presta un cuarto desocupado de su casa -situada a orillas de la carretera- para que otras guarden desde el día anterior los canastos. Así, al otro día se evitan caminar con las maletas de canastos en la oscuridad. Aunque sean del mismo tipo, los canastos raras veces se confunden y sus dueñas no dudan en identificarlos.

Pero la artesanía es también causa de tensiones y distanciamientos. Los motivos son los mismos que suelen darse en otro tipo de actividades, tales como el reconocimiento permanente del trabajo de una canastera por parte de los compradores. Así mismo, discordias surgidas entre familias afectan las relaciones entre las canasteras, aunque ellas no estén directamente involucradas.

El patrón de aprendizaje de la cestería es similar al que rige en otras prácticas agropecuarias. Las 18 canasteras que trabajan actualmente en Pachavita aprendieron a tejer al lado de alguna parienta, casi siempre la madre. Los tres adultos varones que hacen cestería se entrenaron viendo día tras día a sus esposas. Uno de ellos aprendió hace sólo unos pocos años cuando él y su esposa observaron que las jaulas se vendían mejor que los manijeros que la canastera hacía, lo cual resultaba más conveniente para sufragar los gastos de crianza de sus siete hijos.

Para don Juan, don Libardo y don Antonio la vergüenza o el pudor no existen; sin reparos trabajan con la esposa o solos mientras ella se dedica a algún quehacer doméstico. Don Víctor Cristancho, cestero en potencia, lamenta el hecho de ser zurdo porque al tramar hacia la izquierda a una persona diestra se le dificulta continuar el tejido; como trabaja en la labranza todo el día, don Víctor prefiere no empezar ningún canasto si no está seguro de poder echar la copa. A Rafael, canastero adolescente, todas le reconocen su habilidad para encontrar material; a Antonio se le considera el mejor acompañante en las travesías a buscar material por su entusiasmo y jovialidad; a Adán nadie le niega su gran habilidad como tejedor de canásticos.

Los niños incursionan en el arte hacia los 9 o 10 años. Primero aprenden tareas sencillas -descascarar material, rajarlo, hacer las chipas, cortar armantes- y luego, bajo la orientación materna, dan vueltas al asiento y la copa hasta que pueden armarlos, tejerlos y enmanijarlos. A los 15 años hay jóvenes tan expertos como su maestra y mientras los muchachos de esa edad trabajan en el campo en iguales condiciones que los adultos, las jóvenes se convierten en valiosa ayuda para la madre no sólo porque le alivian el trabajo del hogar, sino porque aumenta la producción o por lo menos disminuye el tiempo de trabajo. Esto significa, entonces, un incremento en la capacidad para atender pedidos y/o aumento de los canastos disponibles para la venta en el mercado.

Cuando se prepara una entrega o un mercado, el corredor y patio de la casa permanecen cubiertos de chiquero de los bejucos, chipas de material, asientos de canastos, platonos con agua, cuchillos, trapos. Las mujeres no tejen al tiempo que van realizando otra labor; tampoco caminan y tejen simultáneamente (como las esparteras de Ráquira) porque las largas hebras se arrastran y se ensucian o enredan. Aún siendo pequeños, los canastos se tejen en el lugar escogido para trabajar, donde están las herramientas y platonos en que se remojan las fibras.

Los tres tipos de objetos cerámicos que se elaboran en La Capilla corresponden a dos grupos bien diferenciados de artesanos. De una parte están las loceras, las mujeres que hacen loza de arena y de la otra, son las portadoras de una antigua tradición que se ha ido extinguiendo como ellas. Su avanzada edad y precaria salud las ha ido relegando del oficio, privándose de unos pesos que les ayudan a vivir.

En la actualidad, de las 10 loceras que viven en el municipio, sólo ocho continúan trabajando y de ellas, seis ya sobrepasaron los 60 años de existencia. Las dos restantes tienen más de 50 años. Entre todas, dos han diversificado su producción y, además de loza, hacen miniaturas que se venden más que la loza tradicional.

El otro grupo es el de artesanos de las miniaturas y el molde, del cual forman parte tres hombres; dos de ellos son hijos de loceras y el otro esposo de alfarera de la miniatura e hija de locera. Casi todas las mujeres de la miniatura son hijas de locera y a pesar de que aprendieron a hacer ollas, desde la venida del profesor del Sena casi todas se dedicaron a la miniatura. Los artesanos de este grupo son todos jóvenes (entre 20 y 35 años) y los de Palma Abajo y Palma Arriba están estrechamente emparentados debido a que son hijos de tres loceras hermanas o de hermanos de sus esposos. Por ello, los apellidos Gómez y Salgado son predominantes.

Hoy en día la alfarería ayuda al sustento de unas nueve familias, una cuarta parte de las que Solano registró en su investigación en 1974 (40 familias), y menos de la décima parte de las que cuantificó el IDEC en 1983 (150 talleres).

La vinculación de los niños a la alfarería es más temprana con la miniatura que con la loza, puesto que los tornos están hechos para ser operados por adultos. Entonces, los pequeños empiezan haciendo locitas (pocillos, platos, etc.) y luego sí, las vasijas grandes. Sin embargo, con el auge de la miniatura, los niños de hoy aprenden a elaborar las diminutas figuras y conocen el proceso de producción de loza por observación.

Como para ir de las veredas alfareras al pueblo no existen medios de transporte, cada locera viaja por separado y ocasionalmente se encuentra con otra en el camino. El regreso, luego de estar varias horas en el mercado, tampoco suele programarse en grupo. Las artesanas de la miniatura no acuden colectivamente o por separado a un mismo punto de venta, pues la mayoría de las veces venden en su propia casa. Sin embargo, se agrupan para cumplir los pedidos grandes que les encargan sus compradores habituales, actividad que coordina y supervisa una artesana de mucho prestigio local.

4. LA ARTESANIA FRENTE A OTRAS ACTIVIDADES ECONOMICAS REGIONALES

4.1. LA AGRICULTURA Y LA GANADERIA

La zona denominada Valle de Tenza no corresponde en rigor a lo que comúnmente se denomina valle. Es en realidad un terreno montañoso cruzado por numerosas corrientes de agua, donde los valles son más bien escasos. La accidentada geografía permite a ciertos municipios gozar de hasta tres pisos térmicos, lo cual posibilita la rotación de cultivos, variedad de productos agrícolas para comercializar y para la dieta familiar y mayor aprovechamiento de la mano de obra y de los predios.

Este hecho, que representa una ventaja económica considerable para la familia nuclear, contribuye a agudizar el "más grave problema que afecta al Valle de Tenza: el minifundio" (Gobernación de Boyacá, 1967: 100), al fraccionarse en parcelas muy pequeñas las propiedades dispersas geográficamente de un mismo propietario. El minifundio y los problemas que origina constituyeron el tema central alrededor del cual giraron los debates sobre el desarrollo económico de la zona en la Gran Asamblea de Integración Popular del Valle de Tenza (Guateque, 1967). Meseş después el diagnóstico elaborado para el Plan General de Desarrollo de la Región del Upiá y del Valle de Tenza, concluyó -luego de estudios sobre uso y tenencia de la tierra-, que los terrenos agrícolamente aptos están atomizados en parcelas "de explotación antieconómica, afectadas por la erosión, y con una fertilidad que disminuye rápidamente por no existir prácticas de conservación y restauración de los suelos" (Gobernación de Boyacá, 1967: 112).

Desde entonces el problema no ha tenido solución. Recientemente, los delegados de los municipios del Valle a las reuniones para consolidar el Plan Integral de Desarrollo de Boyacá 1982, nuevamente urgieron la toma de medidas para frenar fenómenos como el de la migración cuyas causas se remontan, entre otras, al minifundio.

A pesar de todo, el Valle de Tenza se destaca a nivel regional por su gran variedad de productos agrícolas. Actualmente provee a sus habitantes y a consumidores del centro del país de alimentos como frijol, papa, maíz, arveja, habichuela, café, yuca, arracacha, plátano, tomate, pepino, pimentón, cítricos, durazno, lulo, mora y otras frutas y, en menor grado, hortalizas (Secretaría de Agricultura, 1990: 9-27). Tenza, Pachavita y La Capilla ocupan un lugar importante en la producción de frutas, pepino de guiso y papa, respectivamente, que se venden en los mercados locales a intermediarios de Corabastos y Paloquemao.

4.2. MINERIA

La extracción de esmeraldas de Somondoco resulta la principal actividad minera de la región. La extracción de carbón, arena y cascajo se practican en menor escala.

Con menor intensidad que en otras zonas del departamento, la explotación de las minas de esmeraldas es causa de conflictos y hechos de violencia. Las esmeraldas pagan los espectáculos pirotécnicos que ofrecen los mejores polvoreros de Boyacá y Bogotá y las orquestas que animan las fiestas populares de muchos municipios del Valle.

Esta actividad constituye una causa de migración regional. Jóvenes campesinos y estudiantes de municipios vecinos abandonan el campo y las aulas con la esperanza de encontrar en las minas una vida excitante y un mejor futuro económico.

4.3. COMERCIO E INDUSTRIA

Por ser cabeceras de provincia, Garagoa y Guateque aparecen como polos de actividad comercial comparables, guardadas las proporciones, con Duitama y Sogamoso a nivel departamental. Son ciudades intermedias en las que existe mejor prestación de servicios públicos, de comunicación, de transporte, educativos, bancarios y de asistencia técnica especializada.

El Censo de 1985 estimó en 10822 habitantes la población de Guateque y en 15705 la de Garagoa. En las demás localidades, con un promedio de 4500 habitantes, la actividad comercial es limitada a lo estrictamente indispensable (graneros, cafeterías, cigarrerías, panaderías, minimercados, droguerías, bares y cantinas, ropa y calzado, papelería, funeraria, etc.). En Tenza, Guateque y Garagoa se encuentran locales de artesanías regionales y nacionales, que en los otros municipios no existen.

Una planta procesadora de café que funciona en Chinavita, varios chircales para la fabricación de ladrillos y tejas y unas cuantas fábricas paneleras, forman el panorama industrial de la región. Aparte de ellas, la industria que ha logrado mayor desarrollo es la avícola, con plantas tecnificadas que surten de huevos, pollitos y carne a otras regiones.

4.4. LAS ARTESANIAS

Cuando se habla del Valle de Tenza es casi obligado referirse a la artesanía regional. Tales comentarios se dirigen, las más de las veces, a la cestería

tenzana que, a nivel nacional, identifica esa región boyacense y al departamento mismo, junto con la alfarería de Ráquira. No obstante, también se encuentran tradiciones artesanales en Somondoco (canastos, instrumentos musicales, recipientes de totumo), Guateúque (canastos y cotizas), Guayatá (zurrones de cuero de res y tallas en madera), Garagoa (tapetes y mochilas de fique) y, por supuesto, en Pachavita y La Capilla. Pero en muchos de ellos los volúmenes de producción de los campesinos artesanos apenas cubren las demandas escasas de otros campesinos.

Pachavita en nada se beneficia de la artesanía y todavía menos la apoya y promueve. Ninguna canastera lleva un canasto al mercado de su pueblo, pues tendría que regresar con él a su casa. Los canastos de bejuco no encuentran compradores en el mercado local de los miércoles, en el cual no hay espacio sino para los productos agrícolas y los expendios de carne.

Por otra parte, y a pesar de la tranquilidad, el clima y belleza del pueblo, el turismo es escaso, limitándose, en realidad, a las visitas de parientes y amigos de residentes durante las festividades de San Isidro y las Luminarias en el mes de diciembre.

En iguales circunstancias se encuentra la alfarería de La Capilla, pero a pesar de la indiferencia de las autoridades locales y de los habitantes hacia la labor de las loceras y ceramistas, se dan incursiones de turistas llegados a Tenza para quienes sesenta minutos a pie por un camino real o diez en vehículo no son obstáculo para conocer el pueblo y su artesanía. La Capilla es otro sitio de interés de Tenza.

Aunque la loza de plástico y de aluminio han logrado desplazar a la loza de barro, es menester reconocer que campesinos y pobladores urbanos conservan cierto gusto por la loza, las materas, alcancias y juguetes de barro que se venden los lunes en la plaza de mercado local y en el parque principal durante las fiestas de La Candelaria.

En La Capilla, la cosecha de pepino genera más movimiento y actividad en una semana (inclusive por las noches), que la cerámica en todos los lunes del año.

Por el contrario, en Tenza varios factores se conjugan para hacer de la artesanía una ocupación relevante. La arquitectura del lugar y su acogedor clima, hicieron favorable la construcción de un hotel turístico dotado con todas las comodidades. No se sabe a ciencia cierta si la artesanía ha propiciado el desarrollo turístico, o si el turismo ha favorecido el desarrollo y expansión de la artesanía. En todo caso, los almacenes de artesanías del pueblo viven del turista, al punto que algunos abren sus puertas, únicamente los fines de semana y en temporadas vacacionales.

La artesanía ha propiciado la creación de la Cooperativa Artesanal de Tenza, del Centro Artesanal de Tenza, de la Asociación de Artesanos del Valle de Tenza, y ha motivado la intervención en la zona desde los Cuerpos de Paz hasta fundaciones internacionales. El Instituto Nacional de Promoción Social de Tenza incluye dentro de sus programas académicos la enseñanza de la artesanía, como medio para promover el bienestar económico y social de los habitantes.

Sin embargo, el significado de la artesanía para la economía del Valle de Tenza no se traduce en beneficios concretos distintos al turismo -que favorece a Tenza y Sutatenza, principalmente-. Por fortuna, este núcleo artesanal está empotrado en una de las más prósperas regiones del departamento a nivel agropecuario, con dos cabeceras provinciales de prestigio a las cuales se destinan partidas considerables del presupuesto departamental. El renombre de la artesanía del Valle de Tenza, es decir, de la cestería tenzana, contribuye a destacar la importancia de esa región al enumerar sus bondades, siendo un rasgo identificador frente a otras provincias de Boyacá. Es innegable que los programas que para la Provincia de Oriente ha trazado el gobierno departamental en otros campos (vías, comunicación, etc.), han favorecido indirectamente el desarrollo del trabajo artesanal, al menos en Tenza.

5. APOYO INSTITUCIONAL AL SECTOR ARTESANAL

Son numerosas las entidades departamentales, nacionales y aún de capital extranjero que de una u otra forma han contribuido con programas y aportes en dinero al desarrollo y fomento de la artesanía de Tenza y Sutatenza. Ahora, con las tímidas acciones del Programa Tecvatenza a través del ICBA, Pachavita y La Capilla empiezan a considerarse en una dimensión artesanal más próxima a la realidad.

En este punto casi es obligatorio referirse al papel que cumplió en su momento la Alianza para el Progreso en la expansión y desarrollo de la cestería tenzana.

A comienzos de la década del 60 llegan a Tenza los Cuerpos de Paz con su misión de "aumentar la proporción del desarrollo económico y social de las naciones latinoamericanas para elevar el nivel normal de vida de sus pueblos" (Luque de Salazar, 1986: 90). Para entonces, 687 de las 1363 familias del pueblo trabajaban la cestería (En Solano, 1974: s.p.). William Muller, integrante de la comisión, se interesó en la cestería que producían los habitantes y se dedicó a promover nuevos artículos y mejores técnicas para teñir las fibras.

Mucho se ha discutido sobre los resultados y consecuencias de la intervención de los Cuerpos de Paz en algunos núcleos artesanales donde ejercieron su acción, cuestionándose, más que otra cosa, los diseños que promovieron, ajenos al contexto cultural de los artesanos y a su propia tradición sobre la idea de la diversificación de la producción.

En Tenza la obra máxima de este programa está representada en la reunión de las artesanas en torno a lo que hoy es la Cooperativa Artesanal de Tenza, cuyos fines se detallan más adelante.

5.1. A NIVEL DEPARTAMENTAL

5.1.1. Instituto de Desarrollo de Boyacá

La Ordenanza No. 14 de 1968 crea el IDEBOY como entidad de carácter departamental y de servicio público "cuya misión será cooperar en el fomento económico, social y cultural mediante la prestación de servicio de crédito (...) en favor de las obras de servicio público que operan dentro del Departamento de Boyacá, de preferencia las de índole regional, de interés común de varios municipios o de carácter municipal". Posteriormente, el Acuerdo No. 016 de 1987, emanado de la Junta Directiva del Instituto, y por el cual se expide el estatuto orgánico de la entidad, establece entre otros objetivos los de "atender

CENTRO DE INVESTIGACION
DE CULTURA POPULAR
"ICBA"

la captación de recursos, promover, fomentar, financiar y ejecutar en el departamento, programas y proyectos de desarrollo industrial, minero, turístico y artesanal, mediante la prestación de los servicios de crédito, asesoría y asistencia técnica, financiera y de garantía para la realización de obras rentables de índole departamental, regional o municipal y aquellas (...) que se efectúen con el propósito de satisfacer necesidades sociales o que tiendan a elevar y lograr el bienestar de las comunidades de la región" (IDEBOY, 1987: 3) (4).

Para ejecutar los programas y proyectos de desarrollo artesanal que se anuncian entre sus objetivos, figura en el Organigrama del IDEBOY la División de Turismo y Artesanías y en el presupuesto institucional un rubro al que desde hace varios años se le ha asignado la suma de \$1.000.00, cifra suficiente para evitar su abolición, con la confianza de sus directivas por canalizar alguna partida más importante del Gobierno Departamental. Vale decir que el IDEBOY no tiene en realidad ningún programa de trabajo en el renglón artesanal y no lo ha concebido desde hace años. En esta medida, resulta difícil establecer si la carencia de planes obedece a la falta de recursos económicos o si por el contrario no se han gestionado los recursos por no existir ningún programa de trabajo.

La inactividad, por no decir incompetencia, del IDEBOY con respecto al sector, tiene que ver con su absurda politización que origina la remoción permanente de sus empleados, ocupando los cargos los personajes recomendados por el gobernante seccional de turno.

El artesano boyacense no encontrará en este Instituto más apoyo del que puede procurarse por sí mismo.

5.1.2. Compañía de Servicios Varios de Tunja

El Decreto 0144 de 1988, por medio del cual se crea COMSERVAR, le asigna a la entidad "la organización, la administración, y prestación de los servicios públicos de aseo (...), mantenimiento y conservación de zonas verdes, parques y avenidas (...)."

Si bien estas funciones no contemplan de manera directa su vinculación a acciones de fomento artesanal, COMSERVAR es la encargada del mantenimiento del parque Bosque de la República en el que desde hace cerca de 15 años se ha celebrado la tradicional Feria Artesanal Nacional de Tunja.

(4) Subrayado de la autora.

Esta feria se ha "descentralizado" a la plazoleta de Las Nieves y al Parque Recreacional del Norte, donde se han realizado varias versiones del evento.

Comservar concede a los organizadores de la feria artesanal el permiso para hacer uso del parque cobrando una suma que varía según el número de puestos que los organizadores pretendan instalar. Hasta 1988, la autorización y el cobro del impuesto a los participantes, estaba a cargo de la Secretaría de Gobierno Municipal.

Terminada la feria, Comservar debe asumir los gastos de las cuadrillas de aseo puesto que el estado del Bosque de la República después de estos eventos es lamentable. a las basuras que dejan los participantes y compradores, se agrega el deterioro de los juegos infantiles y zonas verdes.

La actual administración de la entidad, ante los resultados de la feria de mayo de 1991, determinó impedir en el futuro la realización del evento en el parque, medida que busca también dar vida real al Parque Artesanal de Tunja, cuyo cuidado (celeduría y aseo), también le corresponde.

Mediante un convenio con Artesanías de Colombia, cofinanciadora de la obra con el municipio de Tunja, la Compañía co-administra el parque y, de alguna manera, está relacionada con la programación que se desarrolle en ese sitio. Esta responsabilidad, al menos hasta junio de 1991, era compartida ambiguamente con la Secretaría de Cultura, Recreación, Turismo y Artesanías de Tunja y la Coordinación Regional de Artesanías de Colombia en Boyacá.

No obstante las acertadas intenciones del gerente en ejercicio sobre la implementación de un programa de ferias con artesanos tradicionales en el Parque, Comservar ha aceptado facilitar el Bosque de la República para las siguientes versiones de la feria, debido a las presiones de las asociaciones artesanales del Tundama y Sugamuxi y de Chiquinquirá, organizadoras de la feria anual. La ciudadanía tunjana no entiende cómo existiendo un cómodo parque, las ferias continúan desarrollándose en el mayor desorden en otro lugar de la ciudad.

En la actualidad, y si fuera asunto de su competencia, Comservar no dispone entre sus funcionarios de personal calificado para diseñar propuestas de operativización del Parque del Artesano ni los recursos para contratación de un programa y/o su implementación.

5.1.3. Secretaría de Cultura, Recreación, Turismo y Artesanías de Tunja

Esta oficina, de creación reciente, está encargada de diseñar y ejecutar actividades culturales y recreativas en Tunja y de la promoción turística de Boyacá y sus artesanías. La Secretaría también aparece informalmente, como responsable del diseño y cumplimiento de una programación en el Parque del Artesano.

Esta dependencia municipal no cuenta con una propuesta estructurada de trabajo en torno al Parque, pero comparte con Comservar la intención de dar cabida allí al "artesano puro", al creador de objetos artesanales de tradición en Boyacá y, en particular, de Tunja.

Una de sus primeras acciones, encaminada a la consecución de un listado de artesanos capitalinos, fue la de contactarse con las asociaciones de artesanos de Boyacá, ASARBOYACA, y de Tunja, ASARTUNJA, para realizar una feria artesanal en el marco del Festival Internacional de la Cultura en Tunja (1991), evento que no llegó a realizarse.

De nuevo se encuentra que la Secretaría, si fuera la encargada del Parque, tampoco dispone de recursos económicos para programas y actividades (5).

5.1.4. Asociaciones Artesanales de Boyacá

En los archivos de la Secretaría Jurídica de la Gobernación de Boyacá, reposan copias de los estatutos de siete asociaciones de artesanos con personería jurídica. Son ellas las Asociación de Artesanos de Chiquinquirá (1986), Asociación Grupo Artesanal de Guacamayas (1990), Asociación de artesanos del Tundama y Sugamuxi (1990), Comité de Artesanos de la Vereda de Morcá-Sogamoso (1987), Asociación de artesanos de Boyacá (1990), Asociación de Artesanos de Tunja (1990) y, la más veterana, la Asociación de Artesanos del Valle de Tenza (1978). También tiene personería jurídica el Centro Artesanal del Barrio La Magdalena de Sogamoso.

Para los fines de este estudio, se concede especial importancia a las asociaciones de Boyacá, Tunja, Chiquinquirá, Tundama y Sugamuxi y Valle de Tenza.

(5) Las informaciones aquí presentadas sobre Comservar y la Secretaría de Cultura, Recreación, Turismo y artesanías de Tunja, se obtuvieron mediante entrevistas personales con el Gerente y la Directora, respectivamente.

El objetivo ^{le.s.} fundamental de estas organizaciones, palabras más palabras menos, es común a todas:

- 1) Profesionalización de la actividad artesanal;
- 2) Representar a los socios ante organismos gubernamentales nacionales;
- 3) Promoción de nuevas asociaciones;
- 4) Fortalecer los centros artesanales;
- 5) Fomentar la artesanía;
- 6) Financiar proyectos de desarrollo social (educación, salud, vivienda) en beneficio de los socios.

La calidad de artesano, condición obvia para pertenecer a estas organizaciones, se define así:

"Aquellas personas que ejerzan una actividad profesional creativa en torno a un oficio concreto en nivel preponderantemente manual y conforme a sus conocimientos y habilidades técnicas y artísticas, dentro de un proceso de producción, trabaje en forma autónoma o dependiente, derive su sustento principal de dicho trabajo y transforme en bienes o servicios útiles su esfuerzo físico y mental"(6).

Interpretando este concepto, los presidentes de las asociaciones opinan que artesano es cualquier persona que haga cualquier cosa con las manos. Así pues, para ASARTUNJA, por ejemplo, un cerrajero, un carpintero y un zapatero no se diferencian en nada de una alfarera de Ráquira, un cesterero de Tinjacá, un tejedor de Nobsa, etc.

Al requisito de ser artesano se agregan otros relacionados con la edad mínima de los socios, lugar de residencia, imposibilidad de pertenecer a otra organización similar, etc.

La Asociación del Tundama y Sugamuxi, agrega a lo anterior: "el artesano será aceptado luego de una rigurosa selección para que no esté representando por intermediarios que sólo buscan su beneficio personal", y lo comprueba mediante visita al taller o lugar de trabajo de quienes aspiran a ingresar a la asociación.

Sin excepción, los socios de estas organizaciones tienen el deber de cumplir con los estatutos y reglamentos, asistir a las asambleas, etc., etc., normas establecidas para todas las entidades de esta naturaleza.

(6) Ley 36 de 1984. La ley del Artesano.

Un hecho caracteriza la existencia de estas organizaciones: sus constantes enfrentamientos y discordias. Los chismes, los intereses personales de directivas y socios y las malas administraciones, despiertan acaloradas disputas internas y entre asociaciones, las cuales se ventilan sin reserva en cualquier ocasión.

Al iniciar este trabajo en 1989, se tuvo noticia de las frecuentes discordias entre las asociaciones de Tundama y Sugamuxi, venidas de años atrás. Sorpresivamente, en 1990 se presentaron sus presidentes en la Gobernación de Boyacá y expresaron su voluntad de fusionarse en una sola, como de hecho funciona actualmente.

Las asociaciones del Tundama y Sugamuxi y la de Chiquinquirá han sido las tradicionales organizadoras de la feria artesanal de Tunja y de las que anualmente se llevan a cabo en Duitama, Sogamoso y Chiquinquirá.

Asociación de Artesanos del Valle de Tenza

Fundada por iniciativa del señor Eduardo Riaño, la Asociación tiene personería jurídica desde 1978, domicilio principal en Tenza y duración indefinida. Es una organización sin ánimo de lucro, de carácter privado que tiene los siguientes objetivos (7):

- 1) Buscar el acercamiento, organización, bienestar económico y social de sus afiliados.
- 2) Representar y gestionar los intereses individuales y colectivos de los asociados ante los organismos públicos y privados, particularmente ante las empresas vinculadas por razones económicas, educativas y sociales a las actividades artesanales.
- 3) Intervenir ante los organismos gubernamentales y las Empresas privadas para fomentar el desarrollo de las artesanías en la región y su valoración en la economía nacional, en la producción de empleo y su importancia como fuente de divisas para el país.
- 4) Colaborar igualmente con todas las entidades afines para lograr los objetivos comunes.

(7) Fueron varios los intentos por dialogar personalmente con el actual presidente sobre el funcionamiento, fines, logros y beneficios de la Asociación, pero siempre indicó que los datos requeridos se hallaban consignados en los estatutos. Parte de los datos que se han consignado se obtuvieron en entrevistas con algunos socios y antiguos miembros de la organización.

- 5) Integrar y fortalecer todos los grupos de artesanos que funcionan actualmente de manera aislada en el Valle de Tenza (8)
- 6) Crear almacenes, talleres, escuelas, grupos cooperativos y en general cualquier tipo de organización que propenda por el mejoramiento cultural, social y económico de los artesanos (9)
- 7) Aprovechar los recursos naturales y de crédito para el mejoramiento, ampliación y difusión de la actividad artesanal, buscando posibilidades de mercadeo interno y externo solicitando la colaboración del Estado y las entidades que cumplan esta finalidad.
- 8) Adelantar una permanente tarea de carnetización de artesano de base, dándole oportunidades de beneficio común (10)

A pesar de los fines sociales que consagra en sus objetivos, la Asociación está bien lejos de cumplirlos y, más bien, dedica casi todos sus esfuerzos y acciones al mercadeo de objetos artesanales sin mayor preocupación por el tan añorado y proclamado beneficio económico y social de sus miembros y de los artesanos de la región.

Cuenta con 40 socios, aproximadamente, que trabajan por su cuenta y riesgo. Aportan cuotas para gastos ocasionales de funcionamiento y se reúnen con alguna periodicidad. Los socios, hombres en su mayoría, conocen el oficio de la cestería y aunque se definen a sí mismos como artesanos, su ocupación principal es la compra y reventa de artesanías. En Tenza se les conoce con el nombre de "canasteros". El presidente y la secretaria ocupan esos cargos desde hace más de 13 años.

Institucionalmente recibe invitaciones frecuentes para participar en exposiciones, ferias, festivales artesanales, etc., pero pocas veces participa como institución en estos eventos. El socio que tenga los medios suficientes se

(8) En los estatutos que rigieron hasta 1987, se leía también en este punto: "Para el efecto la Asociación adelantará una permanente tarea de intercambio entre estos grupos, bien sea de conocimientos teóricos y prácticos y lograr su bienestar general".

(9) Aquí también se suprimió una segunda parte: "sin olvidar que fundamentalmente se desea elevar la condición humana del artesano a niveles dignos y de amplio bienestar económico".

(10) El complemento de este objetivo también se descartó en la reforma: "Este propósito es fundamental para evitar que en el futuro el artesano trabajador esté representado por intermediarios que sólo buscan su beneficio personal".

desplaza con sus propios recursos; en nombre de la Asociación se inscribe (con los descuentos que existen para estas agrupaciones) y, a título personal, realiza las transacciones comerciales del caso.

Su actividad comercial se ha visto favorecida con los planes de carnetización de artesanos implementados por Artesanías de Colombia en Tenza. El documento, entre otras ventajas, le asegura, a quien lo posea, descuentos para inscribirse en ferias, créditos, asistencia, etc. Al decir de muchos habitantes de Tenza, los canasteros fueron los primeros en carnetizarse.

5.1.5. Cooperativa Artesanal de Tenza

Fundada en 1968 gracias a la iniciativa de los cuerpos de Paz, la Cooperativa "es el esfuerzo organizativo de mujeres tenzanas que derivan su sustento elaborando artesanías. La integran mujeres campesinas que han logrado mantenerse unidas desde hace 20 años para superar mediante su cooperación la pobreza y la marginación. Buscan mejorar la calidad de su cestería y demás artesanías que semanalmente hacen y comercializan en la Cooperativa, institución jurídica con capacidad para colocar pedidos a cualquier parte de Colombia y el extranjero. La Cooperativa posee sede propia con un salón de exhibición y ventas donde se consiguen toda clase de artesanías" (Tomado de Cestería Boyacense. Folleto divulgativo de la entidad).

Los órganos de dirección y administración son los que la ley establece para las cooperativas. Los cargos de su estructura orgánica están ocupados por mujeres, excepto la gerencia y la revisoría fiscal. El gerente anterior ocupó ese cargo por más de 15 años.

Hasta 1991 tenía cerca de 120 socias que aportaban mensualmente \$150.00. La Cooperativa ayuda a sus afiliadas en caso de enfermedad, suministrándoles el 50% del valor de los medicamentos formulados por profesionales en salud. Concede también préstamos para adquisición de materiales, para construcción, ampliación o reparación de vivienda hasta por \$30.000.00. Obligatoria mente educa a sus socias en los fundamentos del cooperativismo y programa cursos de capacitación en técnicas artesanales, asumiendo en la medida de lo posible, los gastos de alimentación de las participantes durante los días de instrucción. Los socios no están obligados a vender toda su producción a la entidad, pudiendo hacerlo a otros comerciantes del pueblo y a los canasteros.

A pesar de las ventajas comparativas de la Cooperativa frente a otros intermediarios, la institución no ha logrado aglutinar un porcentaje conside-

rable de artesanos locales. Su problema esencial radica en que no tiene una infraestructura de distribución y ventas de suficiente magnitud para manejar altos volúmenes de productos. La labor de ventas recae principalmente en la persona del Gerente y se realiza recorriendo en forma permanente la geografía nacional.

En Bogotá la Cooperativa guardaba sus mercancías en la misma bodega de los canasteros, hasta la entrada del nuevo y joven gerente. De martes a jueves los socios llevan sus productos al almacén de la entidad en Tenza, candelándoles de inmediato el valor de las mercancías. Ocasionalmente se les expide un recibo para cobrar posteriormente la suma convenida.

Antiguamente la Cooperativa funcionaba con más mercancía en consignación que propia, pero este hecho debilitaba su posición frente a los otros mayoristas, que siempre pagan de contado las mercancías que adquieren.

De unos años para acá, la entidad se ha propuesto cancelar las compras al momento mismo de realizarlas, política que sin duda ha reforzado su relación con los socios. Aunque no siempre pague los mejores precios, no hace padecer a los artesanos los inconvenientes de las fluctuaciones de precios, como ocurre con otros mayoristas. La opinión de muchos tenzanos sostiene que la Cooperativa vende sus productos a precios superiores a los de otros establecimientos, lo cual -en algunos artículos- se pudo comprobar.

Es de apreciar su labor de promoción de las artesanías, al capacitarlas en aspectos contables, manejo de inventarios, compras y ventas, programas de los cuales se favorecen, en primera instancia, las artesanías radicadas en el casco urbano, quienes pueden asumir con facilidad la responsabilidad de los cargos administrativos.

5.1.6. Centro Artesanal de Tenza (11)

Este Centro, según parece, surgió hacia 1970 por iniciativa de un grupo de prestantes personalidades de Tenza. Su objetivo principal es ofrecer capacitación a la población en artes manuales para promover el mejoramiento de la calidad de vida en los hogares. Programa cursos de modistería, arreglos florales, cestería (diseño, tinturas, manufactura, etc.), tejidos y cerámica.

(11) En las directivas del CAT se encontró escasa colaboración para conocer en detalle el funcionamiento de la entidad. Funcionarios de la Secretaría de Educación de Boyacá no encontraron la documentación mínima que sobre el Centro debía reposar en esa dependencia. La Oficina de Alfabetización de Adultos, que supervisa los programas presentados por el CAT, solicitó la información pertinente a su director, pero nunca se obtuvo respuesta.

El personal que labora en el CAT pertenece a la Secretaría de Educación de Boyacá, que asume los gastos de nómina, en tanto que la Alcaldía Municipal se encarga de algunos gastos y es propietaria del inmueble donde funciona.

Su papel como promotor de la cestería local y del artesano es cuestionable, no sólo por las funciones que hoy cumple (aula de clases para estudiantes del bachillerato por radio), sino porque sus acciones y programas no obedecen a una planeación sistemática de proyectos de trabajo coherentes con su naturaleza y objetivos y con las necesidades de la población (12).

5.2. A NIVEL NACIONAL

5.2.1. Artesanías de Colombia

Es una sociedad de economía mixta del orden nacional, del tipo de las anónimas, vinculada al Ministerio de Desarrollo Económico y sometida al régimen contemplado para las empresas industriales y comerciales del estado, con personería jurídica, autonomía administrativa y capital propios.

Tiene como objeto la "dignificación y mejoramiento del artesano colombiano, elevando su nivel cultural, profesional, social y económico, así como el desarrollo y promoción de la industria artesanal" (Artesanías de Colombia, 1977: 4).

Creada en 1964, Artesanías de Colombia recibe anualmente del gobierno nacional un auxilio económico para realizar la promoción de ventas de productos artesanales y desarrollar y fomentar la artesanías en todo el territorio nacional.

Entre sus funciones se cuentan:

1. Prestar asistencia integral al artesano con suministro de materias primas, asistencia en diseño, crédito y mercadeo.
2. Promover la creación y transformación de asociaciones, cooperativas, empresas artesanales.

(12) El informe de comisión de un delegado de Artesanías de Colombia se refiere al CAT como "un costurero donde se dictan cursos de sastrería y modistería", y agrega que para la población "lo prioritario es la subsistencia". (Informe de la comisión realizada por Mario Pinzón, asistente de la Escuela Taller de Diseño a Tenza, La Capilla (sic) durante los días 13, 14, 15, 16 de abril de 1978. p. 4). De lo anterior se desprende que el CAT no ha logrado mejorar su desempeño en la comunidad.

3. Auspiciar y promover la participación de capitales nacionales en dichas asociaciones.
4. Gestionar, tramitar y recibir créditos y donaciones nacionales y extranjeras para sí misma y para las organizaciones artesanales.
5. Censar, carnetizar y clasificar al artesano para elevar su categoría profesional y artística.
6. Efectuar compras de productos artesanales de todo el país.
7. Comprar y vender materias primas, utensilios y herramientas para hacer objetos artesanales.
8. Vender en Colombia y en el exterior directamente o con intermediarios los productos artesanales colombianos.
9. Construir y administrar en todos el país centros de promoción y capacitación artesanal.
10. Constituir con personas naturales y/o jurídicas, públicas, privadas, departamentales o municipales, sociedades, cooperativas y asociaciones de producción y/o mercadeo.
11. Programar y realizar concursos y exposiciones artesanales.
12. Participar en la estructuración de políticas de desarrollo artesanal.
13. Fomentar la creación y participar con entidades de otros gobiernos destinadas al fomento de las artesanías, en la estructuración de asociaciones artesanales para el desarrollo y mercadeo de estos productos.

Aunque en Boyacá solamente funciona el Centro Artesanal del municipio de Ráquira, municipios como Cerinza, Guacamayas, Duitama, Paipa y Tenza, entre otros, se han beneficiado con los programas de capacitación promovidos por Artescol entre las personas dedicadas a estos oficios.

Actualmente, los programas que se implementan en Tenza, Cerinza, Soatá y Tunja, son responsabilidad de un coordinador regional a partir de la detección de necesidades de los grupos artesanales. Sin embargo, hoy día el énfasis de los proyectos de capacitación está en la formación de artesanos para la autogestión, más que en diseño y técnicas artesanales. De esta manera se busca que el artesano esté preparado para diseñar y presentar proyectos de

trabajo, constituir organizaciones y, en general, para ser artífice de su propio desarrollo.

Aparte de las asesorías en diseño a artesanos de Tenza, Artescol se mantiene en contacto con los productores en virtud de sus operaciones de compra. La entidad no ha implementado acciones con artesanos de La Capilla y Pachavita.

5.2.2. Asociación Colombiana de Promoción Artesanal

Creada en 1967, cumple los siguientes objetivos:

1. Crear conciencia sobre los valores de la cultura material.
2. Recopilar y exhibir lo más auténtico de la producción material de los oficios tradicionales.
3. Fomentar, divulgar y conservar la artesanía autóctona del país.
4. Investigar y promover la cultura material en sus diferentes manifestaciones.
5. Desarrollar planes y programas tendientes a elevar el nivel cultural, económico y social del artesano colombiano.
6. Estimular y reforzar el espíritu de organización de los artesanos, con el fin primordial de que se agrupen a través de diversas formas asociativas que les facilite tener asistencia técnica, profesional, financiera y de comercialización tanto interna como externa.
7. Servir de puente de enlace entre el comprador y el artesano.

Dentro de sus programas culturales, educativos, sociales y económicos, se destaca el Museo de Artes y Tradiciones Populares, en el que se exhibe la cultura material de las comunidades rurales, manifestada en sus artesanías. En las cinco salas del Museo están expuestas las artesanías nacionales clasificadas por técnicas, temas y regiones: maderas, cuero, metales; cestería, sombreros, trabajos en coco, calabazos y totumos; tejidos; cerámica, cacho y conchas marinas, y el salón indígena con piezas de los Arhuacos, Guambianos, Cholos y Tucanos, entre otros.

El Programa de Investigación, Educación y Desarrollo del Artesano tiene como propósitos la investigación, rescate y promoción de la cultura popular tradicional; la identificación con los artesanos de sus problemas sociales y

económicos; la implementación de programas educativos, de organización y desarrollo en las áreas de producción, mercadeo, diseño, procesos técnicos y formas asociativas, y la promoción y estímulo de nuevas empresas de carácter social administradas directamente por los artesanos.

En el área de mercadeo, el Programa realiza estudios sobre la producción artesanal considerando los aspectos de costos, planificación de la producción, mercados y fuentes de comercialización. Fomenta la creación de centros de acopio, distribución de materias primas y almacenes administrados por los artesanos, y promueve los productos en mercados nacionales e internacionales para garantizar ingresos fijos a las comunidades de artesanos.

El Programa Galería del Museo de Artes y Tradiciones Populares dispone de una sala de ventas al público y un departamento de exportaciones, que promueve en diferentes países y ferias internacionales las artesanías colombianas.

En la actualidad, la Asociación desarrolla su labor en Boyacá en las localidades de Guacamayas, donde ha contribuido a la creación y fortalecimiento de un grupo precooperativo, y en Ráquirá, donde dispone de una sala de exhibición y ventas. Proximamente aspira a implementar acciones en la localidad de Nobsa.

Hasta ahora la Asociación ha mantenido relaciones comerciales con Tenza para la compra y venta de sus artesanías. Con Pachavita y La Capilla las relaciones, de cualquier naturaleza, no existen.

6. ARTESANIAS LOCALES: PRODUCTOS Y MANUFACTURA

6.1. CESTERIA DE CHIN, FIQUE Y CERDA EN TENZA

La artesanía tenzana, rica en objetos de las más variadas formas y tamaños, se aprecia aún más por la variedad de sus materias primas, convirtiendo a sus hacedores en modelo de gentes recursivas e ingeniosas. En este informe se destacan los trabajos de cestería en chin o Caña de Castilla, fique y cerda o crin de caballo, por ser los más representativos de la localidad.

6.1.1. Materias primas: obtención y adecuación

La Caña de Castilla, conocida regionalmente como Chin, es una planta gramínea que los tenzanos cultivan, compran o contratan por cortes para proveerse de un medio básico de sustento familiar.

Al año de sembrarse, el chin se poda para que el tallo se vigorice y uno o dos años después se corta para utilizarlo. Los meses de lluvia -abril a junio- son los más convenientes para cortar las cañas e impedir que los bretones se sequen. El chin da punto de maduración cuando el tallo es de color amarillo.

Los tallos, cortados y desprovistos de hojas, se transportan a la vivienda en donde se amontonan contra una pared o un árbol protegidos del sol.

Actualmente la medida corriente para comprar chin es la carga, que algunos cuantifican entre 240 y 250 chines y otros definen como "lo que haga la mula en la angarilla y un *colmo*" (13). También se conoce el "*tiro*" que equivale a 50 chines ó 25 pares. El valor de la carga oscila entre \$5.000.00 y \$7.000.00 de acuerdo con la calidad, grosor, tamaño del canuto y longitud de la vara. Si es del caso, aparte se pagan \$1.000.00 o \$1.500.00 por el transporte en mula desde el sitio de corte hasta la casa del artesano. Los artesanos de la miniatura adquieren por \$50.00 un chin de buena calidad.

Los artesanos que no disponen de material sembrado o no se abastecen con el de la finca, pagan por un *corte* de chin, es decir, "el derecho a cortar las matas de un sembrado" (Ortiz, 1989: 27), un valor que acuerdan las partes.

En los municipios de Guateque, Guayatá, La Capilla y aún en Pachavita, se encuentra chin que los tenzanos demandan durante las épocas de escasez en Tenza.

(13) El "colmo" es un montón de chines que se acomodan encima de los que se han puesto en las angarillas.

Algunos artesanos aseguran que es necesario dejar reposar el chin durante varios días para que se deje trabajar mejor. Llegado el momento se raspan la corteza y los nudos y se limpia la caña con un trapo húmedo. Entonces se raja en telas, cuyos nudos se machacan sobre un tronco con el fin de darle mayor flexibilidad a la vara, y se desbasta el corazón quitando más pulpa a las telas que se destinan a canastos pequeños. Ligeramente se cortan los bordes de las tiras para quitarles el filo y no cortarse las manos al manipular las hebras. Generalmente se emplea un cuchillo para ejecutar estas labores, pero para sacar el filo se emplea también un sencillo aparato de madera acanalado en el centro con dos cuchillas graduables, de manera que al pasar por entre ellas una tela, se cortan los dos bordes y todas quedan de igual anchura.

Las varas de chin rajado se tiñen con anilinas industriales de colores encendidos o con ácido nítrico. Si se desea teñir con anilina se toma un rollo de chinos rajados y se deja hervir un cuarto de hora en una olla con la mezcla de anilina y agua y una pizca de sal. El color se fija a la parte interna de la caña, que por lo mismo tendrá que estar bien raspada. No es necesario cambiar el agua cada vez que se va a teñir de otro color; de ser posible, se agrega al agua otra anilina para obtener un nuevo color, ahorrando tiempo y dinero. Por ello, muchos artesanos tiñen siguiendo un orden lógico que permita combinar colores para lograr otros sin desperdiciar anilinas. Las chipas teñidas se dejan secar a la sombra.

La tintura del chin con ácido nítrico debe realizarse con gran cuidado evitando aspirar en exceso los vapores de la sustancia y, sobre todo, el contacto con la piel que ocasiona dolorosas quemaduras. El ácido se aplica externamente con un trapo a la caña entera pero raspada, protegiendo la mano con un guante o bolsa. Para acelerar la fijación se pasa la vara por sobre un fuego de hojas y corazón de chin, aunque puede obviarse este paso y dejar que se sequen al sol. Bien secas se procede a rajarlas y quitarles el corazón, igual que si no se hubieran teñido.

El fique se compra a \$1.000.00 el atado o manojo de hilos blanco y largos, que es el más útil, práctico y rendidor. Con mucha dedicación, el artesano "peina" el atado con los dedos desenredándolo y desechando hebras muy gruesas o cortas. Se lava cuidadosamente con detergente para blanquearlo hasta que desaparezca el agua verdosa propia del color natural de la hoja de fique. Seco, se peina nuevamente y se tiñe con anilinas del mismo modo que las chipas de chin.

La cerda o crin de cola de caballo se compra en Bogotá a \$4.000.00 Kg. En Tenza pueden adquirirse colas de res por \$300.00 o \$400.00, pero se recurre a esta clase de material en casos extremos, debido a que el teñido no resulta de buena

calidad y las hebras son más cortas y menos suaves que las de caballo. Además, la cerda a teñir debe ser blanca para que se fijen los colores de las anilinas. La crin se lava minuciosamente para eliminar suciedades y el olor a estiércol y se hierve en agua con las anilinas y unas gotas de limón para darle brillo. El color café, aunque puede utilizarse natural, se tiñe para no aumentar costos.

6.1.2. Productos

Intentar hacer una relación de los productos elaborados por artesanos de Tenza es tarea dispendiosa por las innumerables variaciones que pueden encontrarse de un mismo objeto. La Cooperativa de Artesanos de Tenza, por ejemplo, maneja un kardex de algo más de 300 referencias, siendo las paneras la línea de mayor profundidad con cerca de 30 presentaciones diferentes. Por lo anterior, se identifican las principales líneas y se hacen observaciones sobre sus variaciones que, casi siempre, tienen que ver con la decoración final de los artículos.

6.1.2.1 Cestos de Chin o Caña de Castilla

Dos variables permiten organizar la relación de productos de chin: la forma del asiento y la forma del cuerpo de los canastos. Por su forma visible, los canastos son cilíndricos, globulares, cuadrados y tipo jarra, los asientos son redondos, cuadrados u ovalados. Las diferentes combinaciones de asiento y copa dan como resultado los siguientes artículos:

Asiento/Cuerpo	Líneas
Redondo-cilíndrico	Roperas, vineras, revisteros, portamateras, paneras, costureros, portalápices, cofres, papeleras, fruterías.
Con excepción de las vineras, portalápices y papeleras, los demás productos vienen casi siempre en juegos de tres unidades guardadas una dentro de otra, llamándose a la más grande ropera primera, por ejemplo, y a las otras dos, segunda y tercera, respectivamente. Las roperas y vineras chinas son más corrientes que las teñidas, mientras que los demás artículos se encuentran en colores naturales, teñidos o tipo chino.	

Asiento/Cuerpo	Líneas
Redondo-cónico recortado	Papeleras, canastillas.
Redondo-globular	Globas.
Son el modelo representativo de esta combinación. Las hay chinas, naturales y listadas de colores. Esporádicamente se producen muy grandes de un solo color o listadas.	

Asiento/Cuerpo	Líneas
Redondo-globular de cuello alto y cilíndrico	Jarrones y jarras.
Todos del tipo chino, disponibles en dos tamaños y dos tejidos básicos: paralelos y caracol.	

Asiento/Cuerpo	Líneas
Cuadrado-cúbico	Baúles, loncheras, canastas, canastillas caladas.
La diferencia entre baúles y loncheras es el tamaño, puesto que se les encuentra en juegos de hasta cinco unidades, igual decoración y sistema de cierre. Los baúles son más grandes y un poco menos cuadrados. Las canastas tienen el tejido apretado y manija dispuesta transversal o longitudinalmente; la canastilla calada es de tejido hueco y agarradera que cruza a lo ancho del asiento.	

Asiento/Cuerpo	Líneas
Ovalado-ovalado	Paneras, canastas, cubierteros, cunas niñeras, cofres.
Las variaciones de las paneras se localizan principalmente en el cuerpo del canasto -forma de la copa, puntadas, decoraciones- y luego en la tapa (suelta o agarrada) y su decoración (con moño o sin él). Las canastas, fruterías y cofres, se trabajan también con fique intercalado en el tejido formando una franja en el centro de la copa (lazo o cabuya y hebras sencillas, según el tamaño del objeto). Las cunas para bebés, llamadas niñeras, con raras excepciones, provienen de Cora Chiquito, vereda que se ha especializado en su elaboración. Tienen gola en el asiento, capota entera o armazón para colocarles velo.	

Otros objetos

Pantallas de luz en forma de globo y estilo sombrilla; cortinas colores naturales y teñidas hechas de argollas encandadas de por lo menos 1.50 m. de longitud; chinas para avivar el fuego.

61.2.2. Cestos y Productos en Fique

- Joyeros o cofres: son canastos con cuerpo redondo u ovalado, tejido en uno o más colores, tapa decorada o sencilla, armantes de chin o sin esqueleto cuando el canasto es de fique torcido.
- Miniaturas: canastos con armantes de chin; cuerpo redondo, ovalado, cónico invertido; tejido en uno o más colores (listas o cuadros); sin tapa -excepto las globas que siempre la llevan-; pata de apoyo en el asiento (gola) en modelos a escala de canastillas; manijeros de una o dos agarraderas o abiertos tipo cazuela. Vienen en tamaños desde 1/2 cm. hasta 7 cms. de copa.
- Alpargatas y cotizas para aretes con capellada de crin o del mismo material; para niños y adultos con capellada tejida en lana.
- Línea hogar: individuales, servilleteros, gallinas para guardar huevos, paneras, tapetes de fique cosido a máquina.
- Otros: bolsos, tarjetas, recordatorios y adornos de pared, pantuflas. Los bolsos son estilo talego listados o blancos con bordados sencillos. Son famosos los que teje doña Natividad Roa de Daza, por el pequeño y rústico telar que utiliza desde hace 40 años. Es analfabeta, pero aprendió a escribir "Tenza", palabra que borda con lana en los bolsos, atendiendo la sugerencia de uno de los "gringos" de los Cuerpos de Paz.

61.2.3. Tejidos en Cerda

- Accesorios para dama: aretes, pulseras, prendedores, anillos, collares y arreglos para el cabello hechos de diminutos canastos, sombreros, alpargatas, cotizas, flores, campanas, guitarras, relojes, aros, etc. Los objetos más pequeños vienen sin armantes.
- Objetos decorativos (de pared y repisa): mariposas, sombrillas, canastos de todo tipo, campanas, copones, cálices, jarras, vajillas, floreros.

61.2.4. Otros Materiales

Bambú:	portamateras, jaulas para aves, muebles.
Sauce:	jaulas o hueveras
Gramma y palma:	sombreros, esteras.
Cerámica:	tabletas, portalápices, búhos, chivas, campanas campesinas, casas.
Lana:	alpargatas y tapices.

6.1.3. Procesos de manufactura

En términos generales, el proceso se cumple agotando los siguientes pasos: cortar armantes, colocar armantes, armar el canasto, tejer asiento y copa, meter armantes, enmanijar (Véase 6.2.3. Pachavita. Procesos de Manufactura). El "enruedado" o cubrimiento de los armantes con una sobreboquilla o sesgo también de chin es de uso corriente en todos los canastos tenzanos, excepto en miniaturas.

En loncheras y baúles se amarran con alambre al asiento dos cañas colocadas a lo largo de la base, con el fin de evitar que el tejido se encoque. Las cañas se pueden dejar en el sitio hasta que el canasto tenga la forma correcta.

El uso del non se obvia cruzando el listón de chin por dos armantes o bien abriendo uno por la mitad hasta el centro del asiento. Este procedimiento es muy práctico en los canastos más grandes y en miniaturas, puesto que en el corazón del asiento se forman bultos por la cantidad de armantes que deben colocarse.

Las puntadas más comunes son la tafetán y caracol o espiral, frecuente en jarrones, jarras y cofres. La extensa gama de tejidos externos que se observan en las paneras, por ejemplo, son aplicaciones o varillas de chin superpuestas a la copa formando X, espigas, escamas, etc. El uso de estas varillas en sentido vertical se denomina paral. Los cofres sin armantes se tejen enrollando un manojo de hilos de fique, cosidos a la carrera anterior con aguja y más fique. Es uno de los pocos artículos totalmente naturales y por su sencillez y textura son bastante solicitados por los compradores.

Las argollas para anillos y aretes de cerda se tejen utilizando como forma y sostén de la trama, cañas de chin de diferentes grosores. Terminado el "enchuzado" (14), se saca el tejido de la caña, se le quitan los armantes y se remata con aguja.

(14) Así se llama al proceso de armar y tejer un aro en cerda. El uso de una caña como molde no sólo facilita el tejido, sino que permite obtener del mismo tamaño los aros de un accesorio.

Los cestos de asiento redondo y cuerpo cónico y los ovalados de poca anchura -como papeleras, canastillas y cubierteros-, llevan una pata o base en el asiento para que no se ladeen.

Terminados, los cofres de chin -y algunos de fique-, paneras, pantallas, canastillas, loncheras, cortinas y costureros, reciben una mano de laca rendida con ACPM o petróleo que, además de hacer brillar los colores, da firmeza a los objetos. Al secarse, el canasto adquiere una consistencia acartonada y un tanto viscosa, por lo que con frecuencia las tapas se pegan a los canastos. Muchos turistas recorren almacenes en busca de cestos que no tengan este acabado, no siempre necesario, que impregna de un olor penetrante el interior de los objetos y, seguramente, su contenido.

Con el mismo propósito, los canásticos de fique, los accesorios para mujer y algunas miniaturas en cerda, se cubren con colbón o esmalte transparente para uñas. Sin embargo, la principal causa de la difusión de esta práctica, es que evita rematar cosiendo con aguja los bordes de los objetos para que el tejido no se deshaga, lo que representa un considerable ahorro de tiempo en grandes volúmenes de producción. Doña Salomé, por ejemplo, cose sus miniaturas enhebrando la cerda en una aguja y ribeteando los extremos, hecho del que con razón se ufana ante la notable pulcritud y naturalidad del acabado de los canásticos. El remate se reserva para los miniaturas sin armantes o tejidas sin ellos, pero son pocos los artesanos que prestan atención a este acabado.

El colbón y el esmalte, aunque no desmejoran la apariencia de los artículos, sí le restan mérito al tejido y no permiten apreciar la textura natural de las fibras.

Los productores de aretes deben adquirir las gruesas (paquetes de 1000 unidades) de broches a presión o para orejera de hueco, y pliegos de cartulina que se cortan en cuadros para colocar los adornos.

La ropa de comedor, las tarjetas y adornos de pared en fique se confeccionan en máquina de coser. Sobre entretelas de algodón se coloca una capa de hebras de fique que se cosen formando cuadros, ondas o líneas en todas direcciones. Se bordan con fique o se decoran con flequillos del mismo material y aplicaciones de miniaturas en fique y/o cerda. A las tarjetas se les coloca por dentro un pergamino con leyendas apropiadas para diferentes ocasiones.

6.2. CESTERIA DE BEJUCOS Y CAÑAS EN PACHAVITA

Por sus especiales características, se hace énfasis en la cestería que elaboran artesanas de las veredas de Sacaneca y Centro. Como ya se ha mencionado, los productos de Aguaquiña y Hatogrande son iguales a los de Tenza en donde, de hecho, se venden en el mercado confundidos con los provenientes de sus veredas.

6.2.1. Materias primas: obtención y adecuación

Los canastos de Pachavita son tejidos en fibras vegetales silvestres propias de los climas medio, frío y páramo.

Los bejucos utilizados -puro bejuco, guatamo, bicuco, china y vena o raíz de gaque-, se obtienen sobre los 3.000 m.s.n.m., sitios a los cuales se llega luego de varias horas de camino. Su recolección requiere gran habilidad para no destruirlos puesto que son raíces que enredan en los árboles y plantas o se extienden bajo tierra, siendo necesario seguirles el rastro con cuchillo o peñilla para desenterrarlos.

Especial cuidado requieren el bicuco, la china y el propio o puro bejuco por ser espinosos. El puro bejuco, con espinas grandes y virbas, se conoce también como bejuco de espuela o "uñegato".

La llamada raíz de gaque es una vena que cuelga de la copa de estos árboles y que al llegar a tierra enraiza. Aunque puede utilizarse la vena aérea, las canasteras la descartan por ser quebradiza, lo cual es propio en las fibras verdes o "churis".

Las cañas crecen generalmente a orillas de las quebradas en alturas superiores a los 2.000 m.s.n.m. y se conocen localmente con los nombres de sona, sira, chusque y cañuela. Todas ellas se cortan cuando presentan el punto de maduración que las canasteras reconocen porque la mata "está hijeada en el cogollo" con hojas de color amarillo. Una vez se corta la caña -y con frecuencia también las manos por las vellosidades de las varas-, se desprenden las hojas que brotan en los nudos para facilitar el transporte hasta la vivienda, en donde termina la adecuación del material.

Cortado y despajado, el "tiro" (15) de cañas se cepilla y, si es necesario, se deja

(15) El tiro de cañas en Pachavita no tiene un número exacto de varas. Obdulia Ramírez, canastera especializada en la producción de jaulas, utiliza esta medida para referirse a un conjunto de más o menos 30 varas.

marchitar durante algunos días a la sombra de un árbol o recostado en una pared, para luego limpiarlas y rajarlas en toda su longitud sacando hebras o astillas del grueso apropiado para los canastos que se vayan a elaborar. Previamente se han seleccionado las varas, destinando las más gruesas y de canuto largo para los canastos que deban resistir mayor peso.

El corazón o carnosidad interna del chusque y la sona se desbasta en proporción al peso que tengan que soportar los canastos terminados. Estos residuos se emplean como combustible en los fogones. La sira es hueca, pero para usarla debe adelgazarse en los nudos, única parte en que presenta carnosidad interna. La cañuela se utiliza entera, raspando los nudos para que no se quiebre.

Como consecuencia de la escasez de la fibra tradicional, ultimamente se vienen utilizando ramas de sauce como material sustituto de la cañuela en la elaboración de jaulas pequeñas.

Las ramas de sauce se cortan de distintos calibres, se despojan de su corteza negra, se lavan y ponen a secar hasta quedar blancas. Si las ramas no se dejan secar el tiempo suficiente, luego de tejidas se encogen y el canasto con ellas elaborado se desbarata fácilmente.

Las hebras o telas de cañas y bejucos se enrollan formando "chipas" (Rollo) que pueden guardarse por varios meses sin sufrir deterioro. Los materiales enteros deben conservarse en sitio sombreado y seco puesto que el sol las oscurece y vuelve "rejudas" o quebradizas y la humedad las "peocea" (mancha) por el lado interno.

En el mismo sitio en que se recolectan, los bejucos -sin espinas y deshojados- son machacados con piedras para ablandar y retirar la corteza que los cubre, lo cual hace que conserven su color -en particular el gaque- y disminuyan de peso. Al igual que las cañas, se enrollan en chipas que se cargan en la espalda o alrededor del cuello.

Todos los bejucos se rajan en telas de diversos grosores (el guatamo suele utilizarse entero por ser delgado), conservando y rajando también el corazón de los materiales más gruesos. Aunque no existe un patrón de uso de los materiales en cada parte del canasto, es común encontrar el asiento tramado con vena de gaque y bejuco y la manija con gaque y corazón de bejuco. La copa se teje con las cañas y bejucos de que se disponga, pero se prefieren el chusque y la sona en canastos destinados a trabajo pesado. En todo caso, las canasteras buscan combinar los materiales para darle vistosidad y colorido a los tejidos. Así pues, un canasto de puro bejuco, bicuco, guatamo y gaque tendrá los

colores morado oscuro, negro, verde oscuro y amarillo y marrón si se ha enmanijado con corazón de bejuco.

En todo el proceso de recolección y adecuación de los materiales se cuenta con la ayuda única de cuchillos y/o peinillas como instrumentos de trabajo. Platones y ollas viejos sirven para poner en remojo las chipas, mientras que en las albercas se humedecen los rollos grandes de bejuco. Las zanjas de desagüe de las albercas y las quebradas cercanas a las viviendas son los sitios más convenientes para remojar las varas de cañuela.

6.2.2. Productos

Durante años las canasteras de Pachavita han elaborado tres tipos de canastos: abiertos, manijeros y jaulas. Varían los tamaños y la combinación de los materiales.

El canasto abierto (sin manija o agarradera) y el manijero o mercadero se utilizan para recolectar, almacenar, lavar alimentos o para recoger desperdicios orgánicos para animales. Los manijeros, además, cuelgan en las cocinas de horquetas para que los insectos no pisen los alimentos que contienen.

Los canastos pioneros (manijeros pequeños) se emplean casi exclusivamente para llevar el almuerzo a los obreros, el cual se envuelve en hojas de plátano marchitas al fogón para conservar el calor y el sabor de los alimentos.

Cuando llegan las cosechas de café en municipios vecinos, se elaboran por encargo los canastos cafeteros (abiertos con dos agarraderas) que los recolectores se aseguran a la cintura con fajas de fique.

Las cunas son canastos manijeros relativamente recientes -en Pachavita- que, por su forma y armada, representan un avance importante en la cestería local. Fueran abiertos o manijeros, grandes o pequeños, todos los canastos tenían el asiento redondo. La cuna, por su base ovalada, implicó aprender un tejido distinto del asiento, que rápidamente se difundió entre las artesanas.

A raíz del curso de diseño programado por el proyecto de investigación de artesanías en el Valle de Tenza, surgieron nuevas formas que han sido acogidas con éxito en los mercados de Tenza y por compradores de otros lugares del departamento. Con vena de gague y sira se hacen canastos de menos de 25 cms. de copa y miniaturas de hasta 3 cms. de altura. En esta línea se encuentran el mucurito, el corrosco o patico, manijeros y cunitas de varias medidas, cachicamas, olletas, dulceritos y portacazuelas.

Las cachicamas -canásticas ovaladas con tapa- siguen un modelo de lonchera que llevó a Garagoa un intermediario de Tenza. Inicialmente se designaron con el mismo nombre, pero para distinguirlas de aquellas, la familia que las produce las bautizó así debido al parecido con el caparazón de un armadillo. También el canasto corrosco deriva su nombre de este animalito. Los mucuritos tienen forma similar a los recipientes de barro que así se denominan.

Las cachicamas también constituyen un avance en la cestería tradicional debido a la aparición de argollas encandadas en la tapa y cuerpo del canasto. Aún para manos diestras, la enmanijada de las argollas traseras es una parte del proceso de manufactura en la que se invierte tanto tiempo como en la hechura del canasto completo:

6.2.3. Procesos de manufactura

La técnica de la cestería de Pachavita consiste en entrecruzar el elemento del sistema activo de hebras o telas (trama) pasándolo alternadamente una vez por encima y otra por debajo de cada elemento del sistema pasivo de varas (urdimbre o trama). La trama es de un solo elemento, es decir, se teje hebra por hebra. El uso de tramas de varios elementos apenas se está explorando en los asientos de canastos pequeños.

En las jaulas el elemento activo no se entreteje, sino que se superpone y asegura horizontalmente a la urdimbre en forma de trama, sin que sean propiamente una u otra, ya que la trama está formada por cañas atadas a dos o tres chipas del mismo material. Con un elemento externo -cabuya- se aseguran los dos sistemas.

A manera de ilustración, se presenta en forma breve el procedimiento que sigue una canastera para obtener un cesto:

6.2.3.1. Cortar armantes

Los armantes son las varas verticales por entre las cuales se tejen las hebras. Son el esqueleto del canasto. Pueden ser de chusque, sona o bejucos rajados o enteros.

Se cortan al tamaño que se necesiten, todos de igual longitud y suficientemente largos para la copa que se tejerá, excepto dos con los cuales se formará la manija y por lo tanto son más largos. Un canasto en miniatura tiene hasta cinco armantes y uno de tamaño normal por lo menos siete. Aparte de los

anteriores, se requiere un non o armante que mide la mitad de uno de los cortos.

6.2.3.2. Armar el canasto

Para un canasto redondo se colocan primero dos armantes cortos formando una cruz y cruzados sobre ellos todos los demás haciendo una estrella o asterisco. De este modo, si se teje un canasto con siete armantes, la estrella tendrá 14 puntas y el non. Los armantes-manijas se colocan al final cuidando que ocupen el centro del asterisco, partiéndolo en dos mitades iguales.

Para una cunita se colocan los armantes largos en sentido horizontal y por entre ellos (por encima y por debajo) los cortos que formarán las paredes laterales, apretando este tejido inicial para que adquiera firmeza. La manija se coloca en sentido vertical, en el centro de los armantes cortos.

Dispuestos los armantes, se inicia el tejido. El extremo de una primera hebra se asegura colocándola debajo de un armante y se pasa por encima de los dos armantes siguientes, luego por debajo de los otros dos, etc., hasta encontrarse en el punto de partida, donde culmina la primera vuelta. En adelante la trama se teje por entre los armantes de uno en uno. En este punto se introduce el non, que hace que la hebra no pase por el mismo lugar en todas las carreras. Así, si en una vuelta la hebra cubre un armante, en la siguiente pasará por debajo de él.

En una cuna se trama por entre los armantes sin apartarlos por pares aún antes de introducir el non. En este asiento, a diferencia del redondo, no se distingue el punto de partida del tejido.

Para el asiento de los portacazuelas los armantes se disponen como para cuna, pero se separan en grupos de dos o tres, tramando así varias vueltas, formándose entre ellos huequitos en forma de cuadro.

6.2.3.3. Asiento y copa

Una vez asegurados los armantes, se continúa tejiendo el asiento hasta el tamaño deseado. Entonces se doblan perpendicularmente los armantes para empezar a subir el tejido. Previamente se comprueba que todos estén centrados, uniendo sus puntas sobre el corazón del tejido. En caso de resultar un extremo más largo, se corrige tirándolo con fuerza hasta igualarlo.

Muchas canasteras acostumbran pulir la cara interna del asiento antes de echar la copa, porque después se dificulta cortar puntas e hilachas que desmejoran el aspecto del canasto.

Es usual encontrar que el canasto se arme y gran parte del asiento se teja en el piso sobre una ruana o costal. Descalzas, las canasteras se paran sobre el asterisco de armantes y van tejiendo agachadas, girando simultáneamente con la fibra que trama, facilitando la operación de sostener la urdimbre. En el regazo, el tamaño de los armantes no permite maniobrar con comodidad.

6.2.3.4. Meter armantes

Al terminar la copa se adelgazan o desbastan las puntas de los armantes. Con ayuda de agujas de acero para coser fique o zurrónes se facilita la introducción de cada armante entre el tejido, junto al armante siguiente. Desde hace poco se han empezado a meter los armantes dejando uno de por medio, mejorando notablemente el acabado de los canastos. Los armantes para la manija se introducen junto al armante del frente, pero más profundo de modo que soporte cualquier peso depositado en el canasto. En Pachavita no se utiliza, como en Tenza el "enruegado" o remate de los canastos.

6.2.3.5. Enmanijado

Con raíz de gaque o corazón de bejuco rajado en telas se cubre la manija, empezando desde el sitio hasta donde logró meterse el armante (más o menos hasta la mitad de la copa). También puede enmanijarse cada armante por separado unos tres o cuatro centímetros sobresaliendo de la copa, luego las dos telas se unen en un solo tejido y se separan nuevamente como al iniciar.

En los canásticos pequeños pueden dejarse las manijas tal como quedan al cruzarlas, amarrándolas en el centro con una cinta delgada de gaque para que no se separen.

6.2.3.6. Tejido de una jaula

Si bien las jaulas parecen sencillas de hacer, las canasteras aprendices logran la correcta ubicación de las cañuelas y la solidez del encordado echando a perder material y horas de trabajo.

La herramienta básica que se utiliza para armar este canasto es un telar que funciona como molde. Se trata de una tabla con varios agujeros en línea recta, distantes entre sí unos 10 cms. y en tres de los cuales se colocan, equidistantes, sendas estacas de madera, más separadas o unidas según la jaula sea grande o pequeña. El telar se sostiene en cuatro patas, por lo que cuando no presta su función principal, se utiliza como banca.

Determinado el tamaño de la jaula -las hay de uno, dos y tres palmos, maleteras y bulteras-, se escogen las cañuelas apropiadas, previamente humedecidas. Inicialmente se forman tres chipas redondas o achatadas según la jaula sea redonda o "bolonga" (ovalada) y se amarran perfectamente centradas a las estacas. Las cañuelas se van enrollando alrededor de las chipas principiando por el frente de la primera y asegurándola con cabuyas que las canasteras tuercen con este propósito. Al terminarse una vara -siempre en una chipa extrema, pero pasando por sobre las otras dos-, se coloca la siguiente en la chipa del extremo y lado contrarios. Es decir, si una caña termina en la chipa de la derecha, frente a la canastera, la siguiente se colocará en la chipa izquierda por el lado de atrás, invirtiendo así el sentido de cada caña. Al enrollar las varas hacia abajo, el óvalo del asiento se va cerrando; entonces se desata del molde lo que va del canasto y empiezan a colocarse cañuelas desde la parte superior de las chipas hacia atrás -como formando un techo-, hasta encontrarse los dos tejidos en el centro, de manera que en un punto del canasto el tejido es doble (uno horizontal y otro vertical).

Armando la jaula, canastera y canasto van girando alrededor del telar para atar la caña a cada chipa; luego la jaula gira en el regazo de la mujer como saliendo al encuentro de la vara, que apenas sí se mueve. Al objeto terminado se le amarra una cabuya de la primera a la tercera chipa para que pueda colgarse. Las agarraderas de las jaulas son las mismas chipas que no quedaron cubiertas por el tejido.

La medida común para canastos y jaulas es el palmo. En los canastos los palmos van de un borde al otro -pasando por el asiento-, aunque también se puede medir en palmos de asiento. Los palmos de una jaula se miden de extremo a extremo bordeando la boca del canasto, o se toma una cabuya y se toma la distancia entre los extremos, que luego se traduce a palmos midiéndola con la mano. Este método es menos ventajoso porque en línea recta la distancia entre los puntos es menor; tal vez por eso es el sistema de medición preferido por los intermediarios.

6.3. ALFARERIA EN LA CAPILLA

6.3.1. Materias primas: obtención y adecuación

El barro constituye la materia prima básica del producto artesanal de La Capilla. La región es rica en arcillas cuyas clases y colores (roja, amarilla, blanca, negra) las hacen más aptas para unos productos que para otros. Los diversos tipos de material se mezclan para obtener tonalidades diferentes, texturas más manejables o sencillamente para rendir el barro y disponer de ?

El barro se extrae de minas ubicadas en las veredas de Camagoa y Barro Blanco, vereda en la que no se existen personas dedicadas al oficio. Esporádicamente se traen "chilaos" (costalados) de barro de Tenza y Garagoa de sitios cercanos a las carreteras y caminos que recorren las artesanas o de lugares en construcción en los cuales, muchas veces, aparecen vetas de arcilla de buena calidad.

En la extracción se emplean herramientas para el trabajo en la labranza y en la finca -barretones, picas, palas-, y en esencia, la fuerza humana. El material se consigue a \$1.000.00 carga en la puerta de la casa y a \$1.000.00 "al pie de la mina" el de Barro Blanco por ser de mejor calidad, más el transporte en mula hasta la vivienda que cuesta cerca de \$800.00. La carga no tiene un peso exacto, siendo más bien el nombre con que se designa un viaje de barro.

Proveerse del material no es tarea sencilla, mucho más cuando los propietarios de las minas se niegan a venderlo por el deterioro que produce en los suelos su extracción. De esta situación se ven notoriamente afectadas la alfareras de la loza, puesto que requieren mayor cantidad de arcilla que quienes se dedican a producir miniaturas.

Otro componente del producto, la arena, se utiliza como desgrasante y se trae de la quebrada de Guaya. Para obtenerla basta escarbar el lecho de la quebrada y recoger los puñados de piedrecitas oscuras que se encuentran. En la casa, la arena se seca en costales o tiestos y luego se cierne para utilizar los granos parejos.

Siempre la adecuación del barro se llevará a cabo estando el material suficientemente húmedo. Al llegar a la vivienda se echa a ablandar con agua en el pozo, hueco de poca profundidad con paredes y piso empedrados para que el barro no se mezcle con tierra. Allí también van a parar ollas y loza cruda que no puede cocinarse por defectos irreparables. La humedad del barro se mantiene cubriendo el pozo con hules y trapos viejos que, además ayudan a conservarlo limpio de ramas, hojas e insectos.

Muy cerca del pozo está la laja de "pisar". El barro húmedo recibe un sinnúmero de golpes que la artesana le propina con una tabla (pisón), destruyendo grumos y terrones. En la misma laja se "soba", amasándolo a dos manos, extrayendo las partículas que escaparon del pisón. Antiguamente el barro se pisaba con los pies, disminuyendo el tiempo de sobado. El frío del material causaba afecciones renales y las piedras y astillas cortaduras y heridas en los pies, lo cual condujo esta práctica al desuso.

Al tiempo de sobar el barro se agrega la arena -si es el caso- y se continúa amasando hasta lograr una textura flexible y algo grasosa del material. En

seguida se forma una "pella" (porción de barro de forma cónica recordada) y se pasa a modelar la loza en el torno.

El barro para las miniaturas se ablanda en el pozo, a menudo reemplazado por una caneca plástica con tapa, y en estado líquido se cuela varias veces en mallas sintéticas para eliminar todas las impurezas. Del rigor con que se efectúe este colado, depende, en buena medida, la calidad de los objetos.

Luego se soba en la laja y se guardan las pellas en bolsas plásticas. Como va perdiendo su humedad, basta agregar agua al barro y sobar nuevamente las porciones que se vayan a utilizar en una sesión de trabajo.

El mismo grado de limpieza del barro se requiere para moldear objetos, técnica en la cual se trabaja con barro líquido. Para dar mayor consistencia al material, algunos artesanos le agregan silicato de sodio y/o caolín.

6.3.2. Productos

En La Capilla pueden distinguirse tres tipos de objetos cerámicos con trayectorias, funciones y actualidad particulares:

Tipo de objeto	Trayectoria	Función	Actualidad
Loza	Larga tradición	Utilitaria	Producción y uso reducidos
Miniatura	Mediana tradición	Decorativa	Producción en auge
Piezas de molde	Reciente introducción	Decorativa	Producción esporádica

6.3.2.1. La loza

La loza incluye los objetos que se utilizan o sirven para preparar, guardar, servir y/o transportar alimentos: ollas, moyas, pioneras, chorotes, tazas, platos, pocillos, jarras, alcuzas, burritos, cazuelas, lajas. Aunque no cumplen esta función, las materas y alcancías constituyen objetos tan tradicionales como las ollas mismas y al referirse a la "loza", las artesanas suelen enumerarlas en este grupo.

La loza es de dos clases: de arena y corriente. *La loza de arena*, al llevar este aditamento, puede exponerse al calor del fogón sin reventarse, por lo cual se usan para cocinar (ollas, moyas, chorotes, cazuelas, lajas). No obstante, pueden no tener arena si se han hecho con un propósito específico (guardar agua, guarapo, leche).

Las ollas y moyas son recipientes redondos, grandes, con la boca un poco vuelta hacia afuera y más angosta que el cuerpo y dos orejas. La diferencia

radica en que las ollas tienen las orejas colocadas en sentido horizontal como las de aluminio, mientras que las moyas las tienen en sentido contrario como las de una olleta.

Los chorotes tienen cuerpo redondo y alto, cuello angosto y pico ligero para verter los líquidos que contienen. Los más pequeños tienen bastante parecido a una olleta corriente. Todos, grandes o pequeños, son de asiento redondo. Estos, así como las moyas y ollas, dependiendo de su capacidad, son arroberos y medioarroberos, aunque no existe un sistema durante su elaboración que permita comprobar qué realmente pueden contener tales medidas. Excepcionalmente, la artesana se equivoca al darle el tamaño durante la armada.

A los ojos de un comprador desprevenido, las pioneras son ollitas pequeñas y, aunque es cierto, tienen -por llamarlo así- su propia personalidad. Al decir de las loceras, están hechas a la medida del almuerzo de un obrero o peón, de donde seguramente derivan su nombre, siendo éste el fin con el que se las identifica.

Las cazuelas parecen ollas cortadas por la mitad, con la boca ligeramente cerrada. Se mantienen las orejas y aparece un pequeño pico en el cuerpo que apenas sí sobresale de la superficie. Son ideales para hervir leche y para amasar arepas. También las hay pequeñas, sin pico y con mango ligeramente curvo que reemplazan a las agarraderas.

Aunque estas vasijas tienen asociado un uso más frecuente, no es posible hablar de usos específicos para los objetos. Desde que se puedan colocar en el fogón, sirven para fritar, asar, cocinar, asar y aún servir los alimentos.

Las lajas, destinadas exclusivamente para asar, son redondetes de barro con una pared de menos de dos centímetros de altura y mango de cazuela. Curiosamente, en los hogares campesinos son reemplazadas por lajas de piedra, puesto que las lajas recogen demasiado calor y los alimentos se queman al menor descuido.

Dentro de la *loza común* se encuentran tazas, platos, pocillos, jarras, alcuza, burritos, alcancías y materas.

Las tazas, iguales a las de cualquier vajilla industrial, son las únicas piezas de loza que no llevan orejas.

La alcuza se diferencia del chorote en el cuello, más corto y angosto que el de éstos y generalmente son de menor tamaño. En La Capilla su uso más extendido es el de recipiente de agua bendita que los peregrinos recogen en una gruta ubicada en los bajos de la iglesia.

CENTRO DE INVESTIGACION
DE CULTURA POPULAR
"ICDA"

Las jarras se distinguen del chorote por el asiento (plano en la jarra) y por la composición del barro (la jarra nunca lleva arena), pero su forma es idéntica.

Los burritos son jarros como los que se emplean en tabernas y bares para servir cerveza.

Las materas siguen todas el mismo patrón: asiento plano con orificio, cuerpo globular y boca vuelta ligeramente hacia afuera con borde ondulado. Junto con la loza de arena y las tazas, constituyen objetos esenciales en la producción artesanal local. En materias y pioneras se echan a cocer las locitas y juguetes en miniatura, servicio adicional que hace indispensable su fabricación.

6.3.2.2. Las miniaturas

Son reproducciones en pequeñísima escala de la loza grande, de animales (chanchos, ovejas, ratones, palomas, tortugas), escenas de la vida cotidiana y objetos variados (alpargatas, cotizas, floreros). A este tipo de objetos pertenecen también las cuentas para collares. Los juguetes son piezas de loza pequeña -no en miniatura- que resultan muy apropiadas para los juegos de niñas.

Las diminutas versiones de loza pueden disponerse en bandejitas redondas de menos de 10 cms. de diámetro en las que se colocan olla, jarra, chorote, plato y pocillo, florero (a veces hasta con flores), salero, copa, cafetera y cacerola.

Las cuentas para collares son figuras esféricas, cilíndricas y romboidales lisas o labradas de diversos tamaños. Agregándoles una pequeña argolla, los animalitos en miniatura cumplen la misma función.

A pesar de que se hacen con molde, son miniaturas las casitas planas, para cuentas de collar se intercalan con bolitas y tubitos en estos accesorios. Todas las piezas para collar se entregan tal y como salen del horno a un comprador mayorista que se encarga de pintarlas, ensartarlas en nylon y colocarles broche, salvo contadas ocasiones en que el artesano elabora el adorno completo.

6.3.2.3. Piezas de molde

Con la ayuda de moldes se elaboran objetos puramente decorativos y, con pocas excepciones, de regular calidad técnica y estética. Muchos son totalmente ajenos al contexto natural (elefantes, indios) y hay tendencia a presentar el producto terminado profusamente decorado. Se elaboran también figuras animales y humanas, campanas campesinas, casas y botas.

Es de destacar la producción de cuadros o tabletas con imágenes del pueblo y de la Virgen de la Candelaria, patrona del municipio, cuya elaboración le implica un delicado trabajo al único artesano que produce este tipo de objetos.

6.3.3. Procesos de manufactura

Los productos artesanales locales -loza, miniaturas y piezas de molde-, se obtienen por las técnicas de modelado en torno, modelado directo y moldeado, respectivamente.

6.3.3.1. Modelado en torno

Es la técnica más común entre las alfareras para producir loza y algunos juguetes. En el torno se logran formas simétricas ahorrando tiempo y esfuerzo, ventajas que lo hacen preferible a la técnica del modelado directo.

La cabezuela (16) del torno manual -con acierto llamado de patada-, gira impulsado por el movimiento que el pie de la artesana le imprime a una rueda de madera, conectada a la cabezuela por un palo (jucesillo), que, atravesando la rueda, termina en un puntillón clavado a una piedra (eje).

El otro pie, casi siempre el izquierdo, se apoya en el travesaño que sostienen dos palos cortos enterrados junto a la rueda gítoria. El pie derecho se mueve de atrás hacia adelante con rapidez hasta que se forma el objeto y, lentamente, cuando se pule. La rueda se detiene apoyando el pie sobre ella confirmeza. El accionar del torno con el pie, deja en libertad las manos de la artesana para manipular el barro, principal ventaja de esta técnica.

Complementan el aparato un banco en el que se sienta la artesana y un mesón o tablón en donde se depositan las piezas en proceso o terminadas.

Sobado el barro, se centra la pella en la cabezuela del torno y se hace girar. Los pulgares de la mano se hunden en el material para formar un cuenco y las palmas pulen las paredes y dan la forma específica del recipiente. Mitades longitudinales de pocillos y tazas, por su forma llamados "cascos", emparejan las paredes por fuera y por dentro de la pieza al rozar suavemente la figura en rotación. Esta herramienta es de uso exclusivo en la producción de loza común, cuyas paredes son perfectamente lisas.

(16) La cabezuela del torno es el disco de madera sobre el cual se colocan las pellas. La pieza se separa de lo que quede de la pella, cortándola con una cabuya o pita delgada y se coloca a secar provisionalmente en el tablón. Unas horas

después se orejean uniendo el cuello y el cuerpo de las vasijas con una tira de barro, humedeciendo previamente las partes a unir (oreja y recipiente). La loza común, una vez orejeada, se pone a secar en forma definitiva.

Si se trata de loza de arena, se centra la pella para "armar" o modelar la vasija, cuyo tamaño es considerablemente menor que el que tendrá una vez terminada. No se le da el tamaño definitivo en el torno porque al estar sentada, la artesana no alcanza a meter el antebrazo en la olla y mover las manos para darle altura.

Separada de la pella, la vasija se trabaja -hasta terminarla- en un molde o plato ancho de barro ligeramente hondo. Entre un paso y otro transcurren primero varias horas y luego días, puesto que se van agotando a medida que la loza esté más seca. De esta manera, en el último paso del proceso la vasija prácticamente está lista para el horno.

Después de reposar boca abajo en el tablón -para que el asiento no se aplane o la vasija no se caiga-, se procede a "aliñarla", es decir, agrandarla hacia arriba y de ancho adelgazando las paredes (17). El procedimiento consiste en raspar con una piedra de aliñar el interior de la vasija para desbastar las paredes, mientras que la otra mano va por fuera revisando y aprobando el efecto. La piedra se humedece con frecuencia para facilitar la operación. Posteriormente se orejean.

Al aliñarlas, las vasijas quedan uno poco deformes -sumidas o sopladadas- por lo que es necesario "alisarlas" o "sacarles asiento" con ayuda de una piedra de alisar y en el molde, en el que se ha puesto más arena.

Las piedras de aliñar y alisar se buscan en las quebradas y su pérdida es irreparable, ya que por el continuo uso, las manos de la artesana se acostumbran a ellas y el desgaste natural por fricción va perfeccionando su utilidad. La de alisar es gruesa y ovalada como un huevo; la de aliñar es aplanada en forma de media luna, cuya base es la que frota el barro.

Más seca, la olla se "raspa" con un zuncho (pedazo de hierro o cuchillo viejo) para quitarle las piedrecitas de arena que sobresalen. Es el momento de remendar fisuras y corregir defectos porque en seguida se deja secar hasta cocerlas.

(17) Al decir de las artesanas, "la loza se arma y queda chiquita; se aliña y queda grande".

De una alcancía se hace primero el cuenco o cuerpo, cerrado un poco en la boca, y luego la tapa que llevará la agarradera y/o cabeza si es alcancía de gallina. La cola, las alas y la cabeza se modelan por separado y se pegan a la tapa, después de un breve secado. Hecha la ranura para meter las monedas, se pegan las dos mitades humedeciéndolas y emparejando la unión con el dedo.

6.3.3.2. Modelado directo

Mediante esta técnica se obtienen las miniaturas y, si se desea, algunas piezas de loza. Fue aprendida por artesanas que hoy modelan en el torno, por lo cual su uso en la producción de loza es poco frecuente.

El recipiente se arma en las manos de la alfarera, sosteniendo la pella en una de ellas. Hecho el cuenco, se coloca entonces en el molde para darle el tamaño final y pulirlo. Las manos deben ocuparse de hacer girar el plato y trabajar en la vasija y, aunque el objeto resulte tan redondo y parejo como en el torno, se invierte más tiempo y esfuerzo en la hechura. A continuación se alían, alisan y raspan -siempre en el molde-, como se ha explicado.

Por modelado directo se obtienen casi todas las miniaturas, por lo cual la técnica es del dominio de todos los alfareros jóvenes.

La producción de locitas se realiza paso a paso siguiendo el principio de división del trabajo:

- Se forman bolitas de barro del tamaño requerido.
- Se modelan las figuras manipulando el barro con las yemas de los dedos.
- Se introduce por el extremo delgado un palito terminado en una pequeña bola y, acostándolo en la palma de la mano, se hace rodar hacia adelante y hacia atrás hasta que la figura queda hueca.
- Se orejean.
- Se ponen a secar.

Los animalitos, en cambio, se hacen de uno en uno después de tener hechas las bolitas de barro. Agregando otras bolitas y tiras de material de otros colores, se van formando cabezas, patas, orejas, colas y alitas, que se perfeccionan haciendo incisiones, perforaciones, raspados, etc., con seguetas de dientes finos, palitos de punta roma o afilada, esqueletos de bolígrafos, espinas, palos de colombina, etc. Así pues, las alas y colas de las palomas se rayan con una espina para recrear las plumas; los cuerpos y las cabezas de las ovejitas se raspan desordenadamente con la sierra representando la lana; presionando con suavidad palitos huecos, esferos sin mina o espinas, se hacen los ojos y rasgos de las orejas.

El molde de una casita se hace de la siguiente manera: se forma un pequeño redondete de barro en el que se labra una casa con una aguja o cuchillo puntudo; las ventanas y la puerta se estampan con palitos de punta esférica o cúbica y el techo se cuadricula o raya en diagonales. La figura, preferiblemente quemada al horno, se utiliza como sello que se pone en tortitas de barro de 0.5 cms. de grosor, en las que queda la impresión en relieve de la casa a una profundidad de dos o tres milímetros, como cuando se presiona una llave en una barra de plastilina.

Los redondetes -también cocinados (18)-, se presiónan sobre arepitas de barro, luego se corta la casa por el borde, retirando los sobrantes de barro y, si es necesario, se pulen detalles. En seguida se perforan con una aguja atravesando el techo de extremo a extremo y se ponen a secar.

De las alpargatas y cotizas se hace primero la suela, luego la capellada y, finalmente, las correas.

6.3.3.3. Moldeado

Esta técnica, de uso reciente en el municipio, permite obtener con facilidad objetos decorativos con un esquema elemental de producción en serie.

Por modelado directo se configura un primer objeto del cual se saca un molde de dos piezas en yeso con un orificio en la parte superior para verter el barro líquido. Las partes del molde se unen formando un bloque y se aprietan con bandas de caucho; la unión se sella con una tira de barro para evitar que el barro se derrame.

En seguida, se vacía barro líquido por el orificio y después de secarse por algunas horas, se voltea el bloque de yeso dejando que salga el material sobrante(19) y sólo se conserva el que se adhiere a las paredes. Al rato se separan las dos partes del molde para retirar la figura y con una lima de uñas o un cuchillo se cortan las crestas de barro que se forman en la unión. Las piezas se dejan secar y luego se cocinan en el horno.

(18) La casita que se utiliza para hacer el molde, y el molde mismo, se queman al horno para evitar que la humedad del barro en que se copia la figura borre los rasgos y ablande el molde hasta deshacerlo.

(19) Este paso se agotó únicamente en figuras macizas.

Con moldes se producen figuras macizas (toros, indios) o huecas (materas, floreros, botas). En los cursos que enseñaron esta técnica a los artesanos, se dieron instrucciones sobre la confección de los moldes, pero la mayoría de los que hoy se utilizan fueron comprados en Bogotá y su uso frecuente los ha deteriorado al punto que muchos objetos salen con rasgos confusos.

La facilidad y rapidez con que se copian figuras una y otra vez, ha llevado al artesano a producir objetos que poca o ninguna salida tienen en los sitios de venta por la pésima calidad técnica y temática de las piezas.

Los cuadros de Israel Ortega son muestras valiosas de trabajo artesanal por el esfuerzo, ingenio y colorido con que se elaboran. Los moldes se hacen siguiendo el procedimiento descrito para las casitas de collar, poniendo en juego toda la habilidad del artesano para labrar las figuras que integran el conjunto.

Una vez se retira la lámina de barro del molde, se procede a resaltar detalles (columnas de la iglesia, labrados de las puertas, rosetones de las ventanas) echando cera derretida con una jeringa con o sin aguja dependiendo de la delicadeza de las líneas. Pegando bolitas de barro se le da volumen a los rostros, nubes, plantas, aves, etc. Con pinceles gruesos se colorean los espacios grandes, mientras que los relieves finos se pintan con un pincel hecho de palo de colombina derretido. Como todos los demás, estos cuadros llevan escrito con barro su título y el nombre de su autor.

6.3.3.4. Decoración de la cerámica

La loza cruda tiene cuatro posibilidades de decoración: pintada con liga, vidriada con alcohol, ondulada por presión digital o estampada con sellos.

La liga se trae de las quebradas, aprovechando los viajes en busca de arena. Las piedras, rojizas y arenosas en su interior, se pulverizan en una piedra con una mano de moler; el polvo se utiliza desatándolo en agua.

Pocas veces se prescinde de esta mezcla que, además de resultar económica, le da "lustre" (color) a la loza. En realidad, las vasijas no se pintan; sencillamente se ligan para que no queden pálidas, trazando pinticas (rayas, ondas, puntos, rudimentarias ramas, etc.) en el cuerpo y cuello de la vasija y por dentro de las tazas. Se aplica con pincel o con un pedazo de tela.

El alcohol es una piedra de visos plateados que se muele trabajosamente hasta obtener un polvo negruzco y brillante. Esta dispendiosa tarea, así como su precio (\$500.00 libra), lo convierten en material valioso que se dosifica con esmero(20).

El polvo disuelto en agua se aplica con pincel a las alcuzas, jarras y burritos, únicas piezas que se decoran con esta substancia. La pieza cruda se ve pintada de gris; ya cocida, adquiere una coloración amarilla o verdosa brillante. A pesar de aplicarse con cuidado, muchas piezas alcoholadas salen chorreadas del horno, puesto que la mezcla se derrite durante el proceso de cocción de la loza.

La loza en miniatura y algunas piezas de lozá grande se adornan con puntos blancos, producto de la aplicación de caolín disuelto en agua.

Las decoraciones con liga, alcohol y caolín se hacen en las piezas crudas y no requieren tiempo de secado por lo cual, la mezcla puede aplicarse poco antes de ponerlas a cocer.

Por presión digital se ondulan los bordes de las materas, siendo las únicas piezas doblemente decoradas, ya que infaliblemente van ligadas y/o selladas.

Los sellos llegaron a La Capilla con los cursos del Fondo Cristiano. Con paciencia y un poco de creatividad, cualquier artesana puede procurárselos, pero tal vez por lo mismo, muy pocas los hacen y utilizan. Son cilindros de barro de dos o tres centímetros de altura y ancho variable, labrados en las paredes con incisiones de cuchillo o estampados con palos de punta redonda o cúbica, huecos o macizos. El sello se hace rodar sobre el cuerpo de la vasija, presionándolo suavemente para que el barro penetre en los grabados. El resultado no es bueno, ya que por falta de cuidado en su uso y limpieza, los residuos de barro de anteriores aplicaciones mutilan las figuras.

Algunas piezas de molde -campanas campesinas, floreros, tabletas-, modeladas a mano -bebederos de aves, gallinas- y miniaturas se pintan sin mayor cuidado con vinilos de colores vivos rendidos con agua.

El uso de arcillas de diferentes colores, generalmente en contraste, hace innecesaria la decoración con pinturas de los animales en miniatura.

Las cuentas para collar, alpargatas y cotizas cocidas al horno pueden tinturarse en grandes cantidades sumergiéndolas en vinilos aguados.

(20) El examen practicado en los laboratorios de geología de la U.P.T.C. a una muestra del material, indica que se trata de una "GALENA PbS sulfuro de plomo y principal mena de este material, pero como se está utilizando para vidriado de la loza, los vapores desprendidos durante su calcinación, son nocivos y producen intoxicación a nivel de sistema nervioso central". Informe del Profesor Salvio Luengas.

6.3.3.5. Secado

Entre un paso y otro de la hechura, las piezas de loza se van secando en el suelo o sobre tablas, colocándolas boca abajo para que conserven el asiento redondo y no aniden en su interior cucarachas y arañas.

La loza no se seca al sol porque se raja o "*chitea*". Los corredores con alero, habitaciones de la vivienda y los alrededores del horno, sitios cubiertos y sombreados, se invaden de vasijas. En las noches las ollas que están fuera de la casa se cubren con trapos para protegerlas del rocío de la madrugada o se guardan en alguna habitación, compartiendo el espacio con las personas que allí duermen.

Los corredores se aprovechan hacia arriba, arrumando la loza de arena, olla sobre olla, siempre con el asiento para abajo. El tiempo que dura el secado de la loza varía con el clima y el lugar en que repose. No es necesario cocinarlas tan pronto estén secas, pudiendo permanecer varios meses crudas.

Las miniaturas, amontonadas en plásticos, cajas de cartón o tapas de latas de galletas, se secan, con buen tiempo, en menos de un mes.

6.3.3.6. Cochura de la cerámica

En las viviendas donde habitan loceras y alfareros de la miniatura se pueden encontrar un horno grande para la loza y otro pequeño para cocer miniaturas.

Construidos con ladrillo y adobe, los hornos, denominados de colmena tienen dos niveles y forma de iglú. El fogón o cámara de combustión ocupa el nivel inferior, en donde se quema la leña introduciéndola por una abertura a ras del piso. El depósito donde se cuece la loza (nivel superior) está ubicado unos 40 cms. abajo de la puerta de entrada -ubicada en sentido opuesto a la del fogón-, parte más angosta del horno desprovista de techo para facilitar la acomodación de la loza en el interior del depósito. El bulto que forman la loza amontonada en este sitio y los tiestos de arena pegados con barro que lo cubren, reciben el nombre de "*saqueo*".

El piso del horno o arcadura, es una parrilla de ladrillos dispuestos en fila encima de la cual se ordenan las vasijas. Arcos de medio punto sostienen el piso del horno.

Tres agujeros en los costados de la colmena -uno a cada lado del saqueo y otro sobre la puerta del fogón- y uno más en el centro del techo, llamados "*bujadas*", permiten que la loza "*respire*" (21) y la artesana observe el proceso de cocción.

El horno y sus alrededores está cubierto por una enramada que sostienen cuatro pilares levantados con piedras.

Como combustible es muy apetecida la madera de ocal (eucalipto), pero al fin de cuentas, cualquier madera sirve, excepto el pino que por su dureza no alcanza a consumirse en el fuego. El chamizo -ramas y leña menuda- se reserva para el caldeo o calentamiento del horno y el bagazo de caña para avivar el fuego.

La leña se compra por tercios (30 ó 32 astillas), cargas (2 tercios), puchos (media carga), pares (2 astillas) y el palo entero. En este caso se pagan \$1.500.00 por una buena viga de ocal y \$1.000.00 el día a los obreros que se pagan para que la rajen. La madera lista para el consumo se compra a \$1.500.00 o \$1.600.00 carga, más \$200.00 o \$300.00 del transporte hasta la vivienda. Un costalado de bagazo vale \$100.00 y una carga de chamizo aproximadamente la mitad de una de leña.

Cada locera sabe cuánta leña necesita su horno, pero dependiendo de la cantidad de loza a cocer y de lo seca que esté la leña, consumirá más o menos astillas. En promedio, una hornada completa de loza en un horno grande requiere aproximadamente seis cargas de buena leña, incluidas dos que se consumen durante el caldeo.

Para empezar y terminar la jornada temprano, un día antes de cocerla, se trastea la loza hasta el horno. La artesana, metida dentro de él y parada en la arcadura, va "hornando" o acomodando en el horno la loza de arena grande. Las vasijas se encarran y "calcejean", es decir, se aseguran con pedazos de ollas de arena (calzas) para que no se derrumben. Esta precaución se toma porque a medida que se coce, la loza "va bajando" como si se encogiera.

Al día siguiente se horna el resto de la loza. Las locitas y miniaturas se echan entre materas, pioneras y cazuelas, cuidando de calcejearlas bien para que al bajar la loza no se volteen y se rieguen las figuritas en el depósito de leña, de donde sería difícil recuperarlas.

Con la loza alcoholada se toma otra medida preventiva; el utensilio así decorado se coloca entre cazuelas o platos de sopa en los que se pone una cama de hojas de plátano, evitando que el alcohol derretido escurra y se pegue a alguna otra pieza.

(21) Estos orificios son necesarios para que la atmosfera de cocción sea oxidante (Mora de Jaramillo, 1974: 40).

Hornada la loza, se tapia la puerta del horno con tiestos y barro corriente. Entonces se enciende una fogata en la puerta de la cámara de combustión, iniciando el caldeo del horno. El chamizo se va agregando lentamente, controlando el aumento acelerado de la temperatura que hace reventar la loza.

Poco a poco se van distribuyendo las brasas por el depósito para que el calor suba parejo a todo el horno. Al cabo de cinco o seis horas, cuando la loza está "negra" (ahumada) se empieza a agregar la leña gruesa, avivando las llamas con puñados de bagazo, que hacen que el techo y el saqueo se cubran de hollín y por las bujadas salgan bocanadas de humo negro. Al cobrar fuerza el fuego, la loza se pone al rojo vivo y llamas de igual color brotan por las bujadas, primero con timidez y luego con espectacular vigor. Más tarde el fuego se torna amarillo y cesa la humareda.

Repentinamente el bulto de la puerta del horno se incendia reinando el alborozo entre quienes asisten a la jornada. El "revuelo" del saqueo anuncia la próxima culminación de la tarea. Para entonces la loza ha bajado y el espacio entre las ollas y el techo permite observar el interior del horno.

Al rato se procede a "tomar punto" a la loza, metiendo por alguna bujada un chamizo que al contacto con las vasijas se incendia, alumbrándolas. Se comprueba entonces que la liga esté oscura y el alcohol brillante.

Se añaden otras astillas -que a veces hacen revolver el saqueo de nuevo- y se verifica una tercera condición: que el saqueo esté limpio, sin hollín. Cumplido este requisito no queda duda de que la loza está cocida.

En total pasan cerca de diez horas desde que se enciende la fogata hasta que se determina no agregar más leña al fuego.

Al día siguiente se destapa el saqueo para que el horno termine de enfriarse y ya entrada la tarde o al día siguiente, se deshorna la loza. A medida que se sacan las ollas, se sostienen en la palma de la mano y se les da un golpecito con los nudillos para comprobar que tengan "tallido", sonido parecido al de una campana. Un sonido ronco indica que la olla está rota. Estas vasijas -dependiendo de la gravedad del daño-, pueden remendarse con la carnosidad de una cáscara de banano, pero no pueden usarse para guardar líquidos y mucho menos para cocinar.

Las vasijas "cochas" o crudas se delatan por la palidez del barro y de la liga, pero bastará con cocinarlas de nuevo en la próxima hornada para que queden buenas.

Pocas creencias existen alrededor de la cochura de la cerámica. No se observó ninguna actitud especial como invocaciones u oraciones, rechazo por la presencia de extraños o preocupación por el mal estado del tiempo. Se evita, eso sí, cocinar en las fiestas y fechas mayores del calendario cristiano (Viernes Santo, por ejemplo), días en los cuales se atienden las labores absolutamente esenciales de la finca, puesto que la desatención de la guarda está asociada en muchas partes a la ocurrencia de calamidades y desastres (22).

(22) Doña Fidelina Moreno de Guerrero, artesana de Palma abajo, fijó la fecha de quema de la loza que había preparado en el último año, para el 10. de Noviembre, sin recordar la celebración de Todos los Santos. Decidió entonces posponer la labor para el día siguiente, pero su única hija, preocupada por no hacernos perder el viaje desde Tunja a observar el proceso, finalmente la convenció de que nada ocurriría alegando que el día de guarda era el lunes venidero, al cual se trasladaba la fiesta por efecto de la Ley Emiliani. Por fortuna, sólo dos ollas de la hornada se echaron a perder.

7. DIAGNOSTICO DE COMERCIALIZACION

Una vez hecho el seguimiento de los productos desde su lugar de origen hasta los puntos de venta al consumidor, es evidente la posición ventajosa que alcanzan los objetos de chin, fique y cerda elaborados por artesanos de Tenza.

Salvo contadas excepciones, los objetos artesanales de Pachavita y La Capilla logran traspasar las fronteras regionales y llegar a puntos de venta ubicados en la capital de la república. Por esta razón, los productos artesanales de las tres localidades no se tratan en el presente capítulo como un paquete. Se ha optado, más bien, por describir la comercialización de los tres tipos de artesanía atendiendo su particular comportamiento. En cada caso se describen los canales de distribución empleados para la comercialización de los objetos, las características de los agentes que intervienen en cada nivel de los canales, así como las variaciones de precios de venta al comprador final.

Aunque hubiera sido deseable suministrar información sobre los mercados y comportamiento de la artesanía tenzana en el exterior, en las entidades pertinentes no fue posible acopiar los datos necesarios, como tampoco se logró ubicar a aquellas personas que se han dedicado a vender en el extranjero la cestería de Pachavita y las miniaturas de La Capilla.

7.1. CESTERIA DE PACHAVITA

La comercialización de productos artesanales de Pachavita ha sufrido innovaciones sustanciales en los últimos años, como consecuencia de las acciones adelantadas por el proyecto de investigación artesanal en el Valle de tenza. Se presenta la evolución del mercadeo y se analizan en cada estadio sus ventajas y desventajas.

7.1.1. Canal de distribución Productor-Comprador

Por muchos años la venta directa de artesanías -canal de distribución de nivel cero- fue el único sistema de colocación de productos empleado por las canasteras de Pachavita, puesto que se ajusta a las características del mercado y a las limitaciones propias de la mujer campesina.

La plaza de mercado de Garagoa es el punto de venta de la cestería local. Las ventas se dan únicamente los domingos entre las 7 de la mañana y 1 de la tarde. De las 18 canasteras de Pachavita, solamente dos se desplazan adicionalmente a los mercados de Chinavita y Umbita.

7.1.1.1. El punto de venta y el vendedor

Junto al pabellón de carnes, domingo tras domingo, los compradores del mercado (el de plaza) de Garagoa, puede observar canastos esparcidos por el piso y a las canasteras de pie silenciosamente junto a ellos en actitud pasiva. No son como las vendedoras de alimentos, quienes atraen la atención de las amas de casa llamándolas con palabras cariñosas invitándolas a probar alguna fruta, anunciándoles la oferta del día o sencillamente preguntándoles qué van a llevar. Las canasteras raras veces buscan a sus clientes.

Observaciones de estas mujeres en ejercicio de su labor de ventas, han permitido establecer un patrón en el que su comportamiento como vendedora está asociado al transcurrir de las horas del mercado. Al principio no hay prisa; todavía se dispone de varias horas para vender y el mercado no está en su punto máximo de concurrentes. Al aumentar la agitación, se prueba el mercado para fijar precios a los productos. Al acercarse el medio día, se ofrecen tímidamente los canastos al paso de los compradores, se regatea un poco y se vende. A las doce del día, cuando sólo queda una hora de mercado (para vender, recoger los canastos, comprar el mercado) y es urgente reunir lo suficiente para el pasaje de regreso y las compras, las canasteras no pierden oportunidad de llamar a los compradores ni tiempo en discusiones de precio. Afanosamente recogen los que no han vendido y los llevan a algún granero o donde un conocido, (y dejan a guardar los cestos), pagando una pequeña suma por el servicio o comprando el mercado en ese lugar a manera de contraprestación. A la una de la tarde el bus pita varias veces, corren a consurgir un asiento o cualquier espacio y un rato después se preparan para terminar la jornada a pie hasta sus casas.

7.1.1.2. El mercado

El mercado de artesanías en Garagoa, es decir de canastos, está formado por amas de casa y campesinos de Umbita, Chinavita, Tenza, La Capilla y Pachavita.

Son compradores de bienes y servicios para su uso, y sus compras de canastos están determinadas por factores culturales, sociales y económicos. Así pues, aunque todos necesiten algún recipiente (llámese canasto, bolsa, costal, etc.) para guardar lo que compran, es más probable que una campesina adquiera con este propósito un canasto de bejuco y que una ama de casa prefiera, muchas veces, una canasta metálica con rueditas. Su manera de satisfacer sus necesidades está estrechamente relacionada con

su forma de vida, sus valores, sus costumbres, etc. Y si bien la necesidad es la misma, para el campesino el canasto es un valor de uso, en tanto que para el ama de casa puede ser, al mismo tiempo, un valor decorativo.

Los compradores coinciden en el número de unidades de ³⁴ suelen adquirir, pero se diferencian en su nivel de ingresos y en la forma de gastarlos. Las características socioeconómicas y culturales del mercado, además de tomar parte en sus decisiones de compra, son un punto de referencia para la fijación de precios por parte de la artesana.

7.1.1.3. El precio de los canastos

El procedimiento más sencillo para fijar el precio de un producto consiste en incrementar en determinado porcentaje el costo del artículo. En cierta forma es éste el principio que emplean las canasteras de Pachavita, aunque no saben con mediana precisión cuál es el costo de los canastos que elaboran. ¿Cuánto vale la materia prima que han empleado? ¿Cuánto valen sus horas de trabajo y las de su familia? ¿Cuánto tiempo le toma producir un lote? son preguntas que la artesana no sabe responder.

En una reunión colectiva con artesanas se trató de establecer el costo de los tres artículos que más se producían entonces (jaula, majiñeros, abiertos). El resultado fue desalentador. El conocimiento del producto es tan artesanal como la artesanía misma. Se pudo concluir, sin embargo, que se consideran -no valoran en términos monetarios- elementos del costo y de ventas, así:

- el jornal invertido en la recolección de los bejucos (costo materiales)
- el tiempo de trabajo (mano de obra)
- el costo del transporte del productor y los productos hasta el punto de venta (gastos de ventas)
- el costo de vida

Pero, curiosamente, no se consideran antes de vender el artículo, sino después para concluir si los precios fueron buenos o no. Por ejemplo: una canastera hace ventas un domingo por \$3.000.00 y con ellos espera comprar el mercado (aceite, arroz, panela, sal, pasta, café) y el pasaje a Pachavita de regreso. Se advierte que con tal suma es imposible adquirir todos estos bienes y servicios. La canastera, entonces, llega a la conclusión de que el mercado estuvo malo y los precios bajos porque "qué se compra con \$3.000.00 y cuánto no vale el jornal al páramo y el trabajo de uno".

La materia prima es silvestre; su costo es el del tiempo que se gaste en su recolección. La canastera trabaja a ratos y no tiene idea del tiempo que le requiere un determinado volumen de producción. Conociendo el valor de un jornal sería fácil deducir los costos de materiales y mano de obra, al menos, si tan sólo la canastera tuviera presente el número de unidades que produce en una determinada unidad de tiempo. Así las cosas, la estimación del costo de los productos es ambigua y, por tanto, no se tiene ninguna base cierta para fijar precios.

Cuando la canastera sale de su casa lleva en su cabeza un precio mínimo de venta de sus productos, el cual establece con base en datos históricos de mercados anteriores. En la plaza de mercado, enfrentada a hechos reales, asigna el precio de cada objeto teniendo en cuenta:

- El nivel socioeconómico de los clientes: es frecuente que se manejen precios levemente diferentes para cada tipo de comprador, pero aún siendo iguales, la canastera regatea más con una señora del pueblo que con una campesina.
- El tamaño de los canastos: el precio que ha asignado a un canasto pionero, por ejemplo, le da la medida para fijar el de un canasto arrobero o viceversa.
- El acabado de los canastos: si dos canastos son iguales en forma y tamaño, valdrá más el que esté mejor enmanijado y rematado. También tendrán mayor precio los canastos que representen mayor dificultad en la hechura, como las jaulas, aunque sean pequeñas.
- La hora del día: mientras más cercana esté la culminación del mercado, los precios van descendiendo y se regatea menos con los clientes que al comienzo del día.

En la fijación del precio también se toman en cuenta las circunstancias particulares de la canastera. En caso de enfermedad o gasto urgente, la canastera trata de vender el mayor número de unidades que pueda, aunque para ello deba disminuir los precios, perjudicando a las demás artesanas.

Los precios de los productos de mayor demanda en Garagoa se presentan a continuación en la Tabla N^o 1:

PRODUCTO	PRECIO 1989	PRECIO 1990
Canasto pionero	\$150-\$200	\$250-\$300
Canasto medio arrobero	\$300	\$400
Canasto arrobero	\$400	\$500
Canasto de dos arrobas	\$600	\$700
Manijero de 3 palmos de asiento (por encargo)	\$1.500	

El único caso de venta directa en un sitio diferente al de la plaza de Garagoa, lo protagonizó una canastera invitada a la feria artesanal que tradicionalmente se realiza en Villa de Leiva durante las festividades de la Virgen del Carmen. Acompañada de su hijo y con una buena provisión de materiales para hacer la obligatoria demostración de destreza artesanal, la canastera permaneció en Villa de Leiva tres días. Sus trabajos tuvieron gran acogida, al punto que durante dos noches ella y su hijo trabajaron hasta la madrugada haciendo canásticos que vendieron a excelente precio.

Este canal tiene dos ventajas básicas: permite a las productoras reconocer las necesidades del mercado y orientar hacia ellas la producción. Además, el mercado es agente definitivo en la conservación de la práctica artesanal.

Entre sus desventajas están: los bajos niveles de precios debido a las características socioeconómicas de los integrantes del mercado; la actividad de ventas está limitada por la duración y frecuencia del mercado local de Garagoa; la manera y el lugar en que se exhiben los productos no son los más convenientes para atraer compradores; las necesidades del mercado y los hábitos de uso de los canastos, no contribuyen a desarrollar la creatividad del productor.

7.1.2. Canal de distribución Productor-Detallista-Consumidor

Sólo cinco almacenes compran artesanías de Pachavita directamente a las canasteras: uno de Garagoa, tres de Tenza y uno de Villa de Leiva.

El local de Garagoa es el único en su género en el municipio. Funcionan otros dos establecimientos en los que las artesanías del valle de Tenza se exhiben en poca cantidad confundidas con ropa, calzado, juguetes, etc.

La artesanía de Sacaneca (jaulas, mucuritos y cunitas) que se vende en el local de Villa de Leiva es comprada por su propietaria en Garagoa, de donde es oriunda. En este negocio se venden artesanías de todo el país. En otros locales de Leiva se venden jaulas y canastos de Pachavita comprados a intermedios mayoristas, como se verá más adelante.

Las tres tiendas de Tenza son las únicas del pueblo en que se consiguen canastos de Sacaneca. Dos de ellas son semejantes a las demás en surtido, atención, disposición física y tamaño del local, etc.; sus propietarios viajan a Garagoa a recoger las mercancías que previamente han encargado o bien le pagan a la canastera el transporte hasta Tenza para que lleve los productos al local.

El tercer almacén es parte de un negocio de compra y venta de artesanías al por mayor. Es el almacén más amplio del pueblo, semejante a un super mercado con muchos productos agrupados por líneas a manera de departamentos e identificados con avisos rústicos. Su extenso surtido se debe al ejercicio del comercio mayorista que realizan sus propietarios, lo cual le permite abastecerse de mercancías de otros sitios del país.

Los tres locales son atendidos por sus dueños, quienes además se ocupan de las compras, las ventas, la exhibición de las mercancías y las cuentas del negocio. Todos abren sus puertas a diario.

El negocio grande fija sus precios incrementando el costo de sus mercancías en un porcentaje que, mínimo, es del 20%. En los otros dos el incremento sobre el costo comúnmente se establece en pesos. Los propietarios de los tres locales recuerdan a la perfección el precio de costo de cada una de las mercancías y, como es apenas natural, se especializan en la cestería tenzana al igual que el local de Garagoa.

Estos comerciantes minoristas establecen márgenes de utilidad distintos para los productos de Pachavita y deciden el volumen de compras teniendo en cuenta la especialidad del negocio, el mercado, los competidores y hasta la forma de proveerse de los artículos. Considerando lo anterior tenemos que:

- Garagoa y Tenza adquieren pocas cantidades porque la demanda de productos tenzanos en sus locales es mayor y es su especialidad.
- Villa de Leiva compra en pocas cantidades debido a que maneja muchas líneas de productos.
- El mercado en Villa de Leiva es de turistas que pueden pagar precios más altos.
- Aunque el almacén de Garagoa, por no tener competencia a nivel local, puede manejar márgenes de utilidad mayores, la cercanía a Tenza motiva a muchos compradores a viajar hasta Tenza en busca de surtidos amplios y "*precios de fábrica*".
- En Tenza, el precio de la cestería de Pachavita está condicionado por el precio de la cestería local, que resulta más vistosa y económica.
- El precio de la cestería de Pachavita en Tenza puede sujetarse al factor exclusividad, puesto que sólo se consigue en tres tiendas del municipio.

7.1.2.1. Evolución del mercado detallista

Hasta 1989, los únicos detallistas del canal eran los almacenes de Garagoa y Villa de Leiva. Estos negocios compraban canastos pioneros y jaulas en pocas cantidades (máximo tres docenas por pedido) unas dos o tres veces al año.

Al desarrollarse en Sacaneca el taller de capacitación en diseño y técnicas de manufactura de canastos programado por el proyecto Tecvatenza, surgieron dos tipos de canastos que significaron un notorio avance de la cestería local: los canastos teñidos con mora, surca y lanzo que daban a las fibras tonalidades morado, gris y amarillo, y los canastos pequeñitos, creados por el hijo de una canastera. Los primeros canásticos fueron bautizados con los nombres de corrosco o patico y mucurito, cuya función decorativa primaba sobre la función de uso que hasta entonces caracterizaba toda la producción.

De los canastos teñidos se hicieron y vendieron no más de 12 unidades, puesto que los gastos adicionales en leña, sal, mora y la búsqueda del lanzo y la surca, aumentaban su costo. El mercado de Garagoa no respondió al aumento en el precio y prefirió los canastos de colores naturales un poco más económicos e igualmente útiles.

Los canásticos se llevaron varias veces al mercado, pero su tamaño limitaba sus usos y tampoco fueron aceptados por los compradores, acostumbrados y necesitados de canastos más funcionales.

Para ese entonces, las canasteras entraron en contacto con los detallistas de Tenza. Para ellos y para el comerciante de Villa de Leiva, los nuevos productos estaban más cerca de satisfacer sus mercados que los canastos grandes tradicionales. Se dió un notable aumento en la producción como consecuencia del incremento en la demanda de canásticos, demanda que absorbió casi por completo el mayorista-detallista de Tenza, que en razón del volumen y unidad medida de sus pedidos (docena), disminuía notoriamente los precios unitarios. Los otros detallistas, al no poder competir con pedidos con este comerciante, poco a poco fueron desapareciendo del escenario.

En la Tabla Nº 2 se registra el primer pedido de cestería de Pachavita por comerciantes de Tenza.

Para atender los voluminosos pedidos del mayorista-detallista, las canasteras dedicaron todo su tiempo a producir para este comerciante. Unos meses después, la demanda se concentró en jaulas de diversos tamaños, cunas para anchetas de navidad y, básicamente, miniaturas que el comerciante compraba en su totalidad.

Para evitar confusiones de tamaños, se estableció la medición de las jaulas en palmos (tal como hicieron siempre las canasteras), y no en las ambiguas medidas de grande, mediana y pequeña. En la Tabla Nº 3 se registran los precios, a junio de 1990, de jaulas y miniaturas.

Obsérvese que el mayor precio de las jaulas, sin incluir la maletera, es menor que el mayor precio que se pagaba en 1989. Sin embargo, las canasteras manifestaron que el comerciante al cabo de un año, había aumentado los precios de las jaulas en \$100.00 por docena, es decir, menos de \$9.00 por unidad. El aumento se hacía más insignificante ante las continuas exigencias del comerciante para que las jaulas fueran lavadas con agua jabonosa y cepilladas para eliminar las suciedades de la cañuela, que se limpia antes de trabajarla. Otras veces, las naturales suciedades con que llegaban a Garagoa las jaulas, luego de viajar en el techo de los buses, junto a cerdos y gallinas y por carretera sin pavimentar, era razón suficiente para descontar unos pesos en el precio por docena del artículo.

Los justos reclamos de las canasteras sobre el aumento aparente de los precios, llevó a un acuerdo entre las partes: en adelante se producirían jaulas de tamaños exactos (1, 2, 3 palmos, maleteras y bulteras), cada una con precios específicos. Las jaulas se medirían con el sistema tradicional de las canasteras, es decir, en palmos por la parte externa y no con una cabuya tensa de extremo a extremo, evitando que jaulas que salían de Pachavita de dos palmos, por ejemplo, en Garagoa se convirtieran en otra de 1.5 al cambiar el sistema de medición. Por otra parte, se privilegiarían en precios las jaulas limpias y las que elaboraban una o dos artesanas, cuya experiencia se traducía en objetos de excelente calidad.

Con esta medida se erradicaría otro problema: comerciante y canastera sabrían de antemano el precio del pedido y no como antes, que se negociaban precios de artículos ya trabajados, de manera que si al comerciante no le convenía el que fijaba la canastera no llevaba los canastos o los pagaba a menos precio. La artesana, antes que devolverse a su casa con dos o tres docenas de canastos, prefiere venderlos a menos precio. No hay registros sobre los precios de este acuerdo. Meses después, estaban llegando a Garagoa canasteros de Tenza que a la distancia observaban las transacciones.

Los últimos datos de precios de compra disponibles corresponden a miniaturas y canásticos pequeños que estaban siendo encargados de nuevo por los detallistas de Tenza, con vigencia de un año. Tabla N^o 4

PRODUCTO	PRECIO/DOCENA	PRECIO/UNIDAD
Manijero miniatura	\$800.00	\$66.00
Cuna miniatura	\$1.000.00	\$84.00
Dulcerito y cunita 2a.	\$1.600.00	\$133.00
Corrosco, mucurito y olletas	\$2.800.00	\$233.00
Cachicama pequeña	\$4.800.00	\$400.00
Cazueleros redondo-taza	\$1.500.00	\$125.00

En esta época se registró la venta de un juego de ocho canastos abiertos metidos uno dentro de otro con uno y tres palmos de asiento el primero y último, respectivamente, por la suma de \$2.800.00

Los precios de venta al comprador final en los almacenes detallistas de Tenza (en enero de 1991), se registran en la Tabla Nº 5.

PRODUCTO	PRECIO DETALLISTAS /Unidad	PRECIO DETALLISTA-MAYORISTA/Unidad
Mucurito, corrosco y olletas	\$400.00	\$400.00
Dulcerito	\$150.00	\$150.00-\$130.00
Juego de tres cunitas	\$1.000.00	- o -
Cunita 1a.	\$300.00	- o -
Cunita 2a.	\$350.00	- o -
Cunita 3a. (1 palmo de asiento)	\$380.00	- o -
Manijero y cunita miniaturas	- o -	- o -

Los detallistas menos fuertes esperaban desde hacía varios meses pedidos de manijeros y cunitas en miniatura, que las canasteras no habían atendido por cumplir los pedidos del mayorista-detallista. En este local tampoco se encontraron miniaturas y los propietarios del local, preguntados sobre el asunto, confirmaron la suposición de que estas mercancías están destinadas a mercados internacionales, puesto que los venden en Bogotá a una persona que se dedica a la exportación de artesanías.

Tampoco en Villa de Leiva y Garagoa se encontraron estos canásticos.

Ventajas del canal

- Los detallistas amplían el mercado, extendiéndolo a regiones a las que el artesano no podría llegar por sí mismo.
- No implica costos adicionales de transporte por volúmenes mayores de mercancías.
- Los ingresos por venta son mayores.
- Los intermediarios propician la difusión de la artesanía de Pachavita.
- El detallista promueve nuevos usos, acordes con la naturaleza de sus compradores, para la cestería de Sacaneca.
- El canal permite llegar a compradores de mayores recursos, puesto que el mercado de los detallistas está formado principalmente por turistas.
- La artesanía se va ajustando a las exigencias del mercado a través de las sugerencias del detallista al productor.
- El productor se entrena en la actividad de ventas.

Desventajas del canal

- Al aumentar el volumen de los pedidos, se acelera el proceso de extinción de las materias primas.
- Estimula la producción de canastos pequeños y miniaturas, técnica a la cual se han adaptado muy pocas artesanas.
- Aumenta la competencia y rivalidad entre productores por el reducido número de compradores (detallistas).
- Este sistema de distribución desplaza el mercado de consumidores por uno de vendedores cuyas decisiones afectan directamente al productor.

7.1.3. Canal de distribución Productor-Mayorista-Detallista-Consumidor final

Por lo menos hasta agosto de 1990, este canal de dos niveles incluía a un mayorista y a varios detallistas que sostenían relaciones comerciales con el intermediario, el mismo que es, a la vez, detallista en Tenza.

Reservadas las cantidades que venderá directamente al comprador final en su almacén, este mayorista programa cada dos o tres meses una correría intensiva de dos o tres días de duración por ciudades y municipios cercanos en los que la venta de artesanías constituye una forma de vida, asociada casi siempre a los atractivos turísticos del lugar.

En un camión liviano carga mercancías de Tenza, Pachavita, Cerinza, Paipa, Villa de Leiva, Duitama, La Chamba, Ráquira, Sutatenza, Tinjacá y Nariño, por ejemplo, y en cada lugar las vende o cambia por mercancías de producción local o de otros sitios que no están en su área de cobertura. Entonces en Ráquira puede vender canastos de Tenza y puede cambiar bolsos de esparto de Cerinza y jaulas de Pachavita por loza de barro; en Cerinza compra individuales de esparto hechos en el pueblo y paga con loza de La Chamba y bolsos de iraca de Nariño, que cambió en Villa de Leiva por algún otro artículo.

Las operaciones de venta y canje de mercancías la mayoría de las veces no obedece a pedidos previos de los detallistas, corriendo entonces el riesgo de no poder colocar los productos que se han llevado para negociar. Esto supone un buen conocimiento por parte del mayorista de los mercados que atienden los detallistas, para ofrecerles los productos que necesitan o pueden venderse en cada sitio. Este sistema implica también una cuidadosa selección de los proveedores -ya sean productores o detallistas- para obtener mercancías de alta rotación.

La fuerza de ventas del negocio mayorista son los mismos propietarios, quienes aprovechan sus correrías para observar productos de otras regiones del país e informarse de los gustos del mercado. Luego, proponen a sus proveedores-productores la adaptación de sus artesanías de acuerdo^{ca} a las exigencias de los compradores. De esta forma, por ejemplo, encargan a artesanos de Cerinza bolsos de esparto iguales a los de palma de iraca y poco a poco van modificando el broche, las agarraderas, el asiento, etc.

Las cachicamas de Pachavita, como se ha indicado, son una copia mejorada de una cesta que un campesino tenzano regaló a los mayoristas. La cesta no era de chin sino de bejucos parecidos a los de Sacaneca, por lo que rápidamente tuvieron la idea de mandarlos hacer.

Este negocio le ha permitido a sus dueños desarrollar el mejor local de artesanías de Tenza con un vendedor asalariado y un camión propio. A la pregunta sobre cuál consideraba el mayorista la clave de su éxito, respondió haciendo referencia a la búsqueda permanente de la satisfacción total del cliente, ilustrándolo con el siguiente ejemplo: en el almacén se vendían bandejas de barro de La Chamba, cazueleros de esparto de Ráquira y cubiertos de madera de Duitama. Para ofrecer un artículo completo al cliente, el mayorista encargó a Ráquira portabandejas sobre medidas y a Duitama cucharitas para servir aderezos, formando un producto nuevo que presta un servicio completo al comprador.

La promoción se basa en la proposición de los más variados usos para los productos. Mientras que las canasteras de Pachavita indican que las jaulas sirven para cargar huevos, frutas, pollitos y lechones; en Tenza, este mayorista anuncia que las jaulas sirven para guardar cepillos de pelo, cosméticos, flores secas, calcetines, hebillas, juguetes, etc., además de huevos y frutas. Los mucuritos y corrosocos se venden como novedoso empaque para sorpresas de fiestas infantiles.

Para los intereses de este estudio, se recorrieron establecimientos detallistas de Paipa (tres), Villa de Leiva (cuatro) y Ráquira (uno) en Boyacá, en busca de los artículos de Pachavita(23). De estos ocho locales, siete hacen parte del canal. Sus propietarios o encargados suministraron información relativa a los precios y confirmaron su procedencia y nombre del proveedor. En Bogotá solamente en dos locales se encontraron cestos de Pachavita; en uno de ellos se confirmó su origen boyacense, mientras que en el otro se informa a los

(23) Las características de estos detallistas se presentan con amplitud en 7.3.3. Canal de distribución Productor-Mayorista-Detallista-Consumidor Final

clientes que tales mercancías (mucuritos y olletas) provienen del Vaupés. En este sitio se encontraron jaulas de cañuela (de hechura tenzana según el propietario) que hacían parte del mobiliario decorativo del local y no estaban en venta.

Los precios de venta al comprador final en los lugares visitados se presentan en la Tabla N^o 6. Como quiera que hasta el momento sólo se conocía un mayorista dentro del canal, y como punto de referencia, se incluye en la Tabla el precio de costo de estas mercancías para este agente.

Los manijeritos miniatura se encontraron en un local de Paipa, haciendo parte de un producto ampliado que formaban muchas miniaturas de diferentes clases cocidas a un manar o balay.

La escasez de estos artículos en los tres municipios terminó confirmando la suposición sobre la venta en el exterior de los canásticos, puesto que luego de la primera venta en Paipa, el mayorista no volvió a ofrecerlos ni a aceptar los encargos que se le hicieron de esta mercancía.

Ventajas y desventajas del canal

La principal ventaja del uso de un canal de esta naturaleza está representada en la ampliación del mercado en virtud de la ubicación geográfica de los detallistas. Esto no implica necesariamente que más personas conozcan a Pachavita como núcleo artesanal, ya que estos comerciantes a veces mantienen en reserva el lugar de procedencia de sus mercancías o dan información falsa al respecto, temerosos de hacerse a nuevos competidores (24). La cestería de chin, por el contrario, no está marcada por restricciones de esta índole. En todos los locales visitados, las roperas, baules, paneras, etc., se identifican con Tenza como lugar de origen.

Pero al aparecer un nivel adicional, los precios al comprador aumentan, como es natural, en proporciones hasta del 300% con respecto al precio de venta del artesano al mayorista. Desde la óptica del artesano, la existencia de un solo

(24) En una tienda de Paipa el propietario informó que las jaulas las había encargado a un artesano de Ráquira, pero luego corrigió su declaración e indicó que en efecto las había comprado en Ráquira, a donde habían llegado con un intermediario que resultó ser el de Tenza.

En Villa de Leiva la encargada de un almacén manifestó que las jaulas se hacían en Boyacá. La propietaria indicó no conocer el lugar de procedencia del artículo, aunque personalmente conoce y compra canastos a la canasteras de Pachavita en Garagoa. Para el dueño del local de Ráquira visitado, las jaulas se hacen en Tenza.

mayorista es la principal desventaja del canal, puesto que esta circunstancia lo coloca en posición desfavorable para tomar parte en las decisiones relativas a precios.

Los volúmenes de venta aumentan por crecer el número de detallistas involucrados en el canal, aumentando también las posibilidades de crear nuevos diseños y desarrollar las habilidades del productor. La dispersión geográfica de los vendedores favorece la venta de los productos en cada lugar, por estar relativamente lejos un pueblo de otro y, sobre todo, del centro productor. Pero entonces la imaginación pone a prueba la capacidad competitiva de los detallistas de un mismo pueblo, actitud que dinamiza las ventas a nivel local (25). La cercanía de Ráquira a Villa de Leiva, ha hecho que los detallistas de Leiva compitan por capturar la atención del mercado con productos distintos al barro y a la cestería de esparto, entre los que se encuentra la cestería de bejuocos y cañas de Pachavita.

7.2. CERAMICA DE LA CAPILLA

7.2.1. Loza de arena y loza común

Encargarse personalmente cada alfarera de la venta de su hornada es la forma más corriente y segura de hacer llegar al consumidor la loza de arena y la común. Salvo casos excepcionales, el mercadeo de loza se hace a través del canal de distribución básico en el que sólo toman parte el productor y el consumidor final.

Este canal, con menos frecuencia, opera en sentido contrario, es decir, del consumidor hacia el fabricante. En este caso, el comprador llega hasta la vivienda de la locera para comprarle sus productos o para encargárselos. Estos pedidos provienen, generalmente, de amistades de las alfareras, de los propios campesinos e, inclusive, de habitantes de Tenza o turistas llegados al vecino municipio. Las ocasiones en que los compradores son turistas, son escasas, pero tienen la ventaja de que el visitante puede ilustrarse sobre el proceso de producción de la loza gracias a las demostraciones que hacen las loceras. La experiencia para el extranjero suele traducirse en un sentimiento de valoración del trabajo artesanal y, al decir de la loceras, estos compradores pagan mejores precios por los artículos, llevan más unidades de productos y se sienten más satisfechos con sus compras.

(25) En un almacén de Paipa, por ejemplo, se encontraron jaulas de colores bastantes llamativas, pintadas con aerosol. El efecto final tiene gran parecido con un novedoso estilo de cestos brillantes de sobrios colores que inunda los mercados. Un canasta de leña de este tipo puede costar \$15.000.00, mientras que la jaula pintada costaba entre \$900.00 y \$1.100.00. La idea le ha dado al comerciante buenos resultados.

Las ventas normales en este canal se dan cada lunes en la plaza de mercado de La Capilla, los miércoles en la de Guateque y los domingos en la de Garagoa.

Tres loceras dependen exclusivamente del mercado local, mientras que otras cuatro alternan sus viajes a La Capilla con las idas a Garagoa y Guateque. Solamente una locera se desplaza con mayor frecuencia a Guateque que a las otras dos localidades cercanas. La posibilidad de atender mercados distintos al local tiene que ver con la edad y salud de la locera; se tiene entonces que, las que van a La Capilla son las más ancianas y, aunque las demás son también mujeres de avanzada edad, cuentan con la ayuda de familiares para cargar la loza o cuidar del hogar en su ausencia.

La loza se envuelve en hojas de helechos, se empaca con cuidado en costales y se carga "a las costillas" hasta La Capilla. De allí salen buses a primera hora del día con rumbo a Guateque y Garagoa. El mercado de Guateque no se diferencia en mucho del de Garagoa, que ya se ha descrito. El de La Capilla conserva iguales características, pero se reduce notablemente en el número de compradores por ser este municipio bastante pequeño y por el carácter marcadamente local de su mercado semanal.

A lo largo del año el mercado permanece estable; excepto durante las festividades de la Virgen de la Candelaria en febrero, cuando llegan visitantes de los pueblos vecinos, familiares de los residentes y los campesinos del pueblo, que se desplazan masivamente a las celebraciones.

El mercado de pobladores urbanos tiene preferencia por las materas, los juguetes para niñas y por la loza grande como objeto decorativo o para usos específicos como la preparación de bebidas para ocasiones especiales o para "pelar" maíz. El mercado de pobladores rurales compra loza para usarla. Aunque hoy la loza esmaltada y de aluminio -que también se puede colocar al fogón y conserva el calor de los alimentos, pero que no se rompe y es más bonita-, y las vajillas industriales de cerámica han desplazado la loza de barro, la influencia de la cultura, las tradiciones y las creencias es evidente en las decisiones de compra. Puede ser que la olla de aluminio dure más tiempo, pero en la de barro se fermentan mejor la chicha y el guarapo, las comidas se preparan en menos tiempo, no se destiñen causando males de estómago y el sabor de las comidas es mejor. Aparte de todo, son más baratas.

El sentimiento religioso del campesino actúa como estímulo externo para la compra de un objeto en particular. Cada año, durante las fiestas de la Candelaria, los peregrinos compran alcuzas grandes y chicas en las que recojen agua bendita de una gruta ubicada en los bajos del templo. El agua se emplea en baños de asiento de mujeres que van a dar a luz y se da de beber

a los enfermos y ancianos. En la hornada que todas las loceras preparan antes de las fiestas, las alcuzas son abundantes.

La loza se vende junto a los artículos con los que se compite (plástico, aluminio, esmalte y cerámica), que se exhiben con todas sus ventajas en la misma plaza de mercado y se anuncian ruidosamente con megáfonos y música. En estos puestos, además de ollas y loza, el comprador encuentra un sinnúmero de artículos indispensables en el hogar y la finca (coladores, baldes, vasos, portacomidas, platos, etc.).

Cada año los precios se reajustan para las fiestas y descienden levemente en los mercados siguientes hasta estabilizarse. Sin embargo, los aumentos son tan pequeños que, considerando el aumento del costo de vida anual, prácticamente resultan nulos. En la Tabla Nº 7 se registran los precios de la loza de mayor demanda durante las festividades de febrero de 1989 y en octubre de 1990.

PRODUCTO	PRECIO/Unidad 1989	PRECIO/Unidad 1990
Alcuza pequeña sin alcoholar	\$120.00-\$150.00	\$150.00
Alcuzas y jarras grandes alcoholadas	\$250.00	\$300.00
Olla pionera	\$200.00	\$250.00
Matera pequeña	\$300.00	\$350.00
Cazuela pequeña	\$100.00	\$120.00
Chorote arroyero	\$500.00-\$600.00	\$600.00
Burritos	\$ 80.00-\$100.00	\$120.00
Tazas pequeña	\$ 50.00	\$ 80.00
Taza grande	\$100.00	\$130.00

Raras veces los productos son vendidos a detallistas. Estos casos se limitan a esporádicos y reducidos pedidos de locales de Guateque y Garagoa, en donde los productos cerámicos que se exhiben son de fabricación raquireña.

7.2.2. Miniaturas de cerámica

Al contrario de la loza, las miniaturas raras veces se venden directamente al consumidor final. En un comienzo, paquetes de miniaturas se llevaban a la plaza con tan desalentadores resultados que las alfareras tuvieron que incursionar en los mercados de Tenza, Guateque y Garagoa. En esos sitios el volumen de compra es mínimo y los precios que se pagan muchas veces no justifican los viajes. Pocas artesanas venden a detallistas de Tenza, donde desde hace algún tiempo se están produciendo artesanías similares a bajo costo.

Las miniaturas se vendían principalmente a turistas; algunos de ellos volvieron interesados en adquirir mayores cantidades de animalitos, vajillas y ollitas, hasta consolidar el canal de distribución que hoy se utiliza para la venta de esta artesanía.

En este canal se da una integración horizontal entre productores -que coordina una prestigiosa alfarera-, con el propósito de atender la demanda de los intermediarios. Entre las artesanas de confianza de aquella que actúa como agente, se completan las cantidades convenidas en los pedidos grandes, poniendo especial cuidado al acabado de los productos, que la propia artesana revisa y selecciona. Una vez el pedido es recogido y cancelado, la artesana paga a las demás el valor de su trabajo al precio acordado con el intermediario, sin cobrar comisión alguna.

Los alfareros apenas si conocen a sus compradores por su lugar de procedencia. Entre ellos se mencionan un comerciante de Medellín, una señora de la Argentina y un alemán como clientes habituales. Estas personas van hasta la vivienda de las artesanas y hacen sus pedidos, regresando varios meses después a recogerlos.

La escasa información que tienen las ceramistas de sus compradores no permite establecer el destino final de las miniaturas, pero comentarios aislados de los compradores extranjeros indican que los productos son enviados a sus países de origen. El comerciante de Medellín, al parecer, es propietario de un local de artesanías en el que las miniaturas se convierten en cuentas de collar, a juzgar por los huequitos que se hacen a las piezas por solicitud expresa del intermediario.

Otra familia de ceramistas recibe pedidos de un comerciante de Bogotá, quien ha entregado modelos en plástico para copiarlos en barro. Es posible que estas piezas se utilicen también para collares, pero se desconoce el uso que se da a las que no llevan orificio.

Durante las visitas a locales artesanales de Bogotá y de los tres municipios boyacenses, no se encontraron animalitos de la misma o similar hechura a los de La Capilla, especialmente ovejas, ratones y palomas, inconfundibles por su excelente calidad; las vajillas que se venden en estos locales tienen el sello raquireño que a simple vista no da lugar a confusión (tamaño, decoración con rayas).

Las miniaturas se llevan al pueblo una vez al año, en las fiestas tradicionales, donde son solicitadas por visitantes ciudadanos. La gente del campo no es dada a comprar este tipo de artículos. Los cuadros con imágenes del pueblo que

elabora un artesano, se venden también en fiestas o por encargo a personas de mayoré recursos económicos.

Los precios de estas artesanías cambian de acuerdo con las características del intermediario (volumen de sus compras, frecuencia, procedencia, etc.). En la Tabla Nº 8 se registran los precios de miniaturas y cuadros.

PRODUCTO	PRECIO/Unidad 1989
Ratones, marranitos, palomitas,	
ovejas, tortugas	\$ 20.00
Casitas para collar	\$ 30.00
Paisaje campesino, floreros y	
ovejas y ratones medianos	\$ 50.00
Ovejas grandes	\$ 100.00
Vajillas	\$ 500.00
Cuadro de la Virgen (13X18 cms.)	\$ 2.500.00
Cuadros grandes (30X35 cms.)	\$15.000.00-\$50.000.00

7.3. CESTERIA DE TENZA

Hasta la llegada de los Cuerpos de Paz, la cestería de Tenza se producía y vendía para atender la demanda regional de canastos. Las mejoras en los diseños y técnicas de manufactura introducidas por los extranjeros, de una u otra forma contribuyeron a difundir la artesanía tenzana abriendo nuevos mercados para los productos tradicionales y conquistando otros con las nuevas creaciones.

Con la constitución del Cooperativa de Artesanos de Tenza y mucho después de la Asociación de Artesanos del Valle de Tenza, el mercado de consumidores finales pasó a manos de intermediarios y detallistas no sólo de Boyacá, sino del país entero.

La venta directa del productor al consumidor final prácticamente no existe; el productor no conoce a los usuarios de los objetos que produce y pareciera que tampoco tiene interés en relacionarse con ellos, pues pudiendo venderles parte de los productos el día del mercado, prefiere entregar su trabajo a los intermediarios mayoristas y a los detallistas locales.

Esta preferencia por compradores distintos ^{al} al final se fundamenta en dos consideraciones: el comprador final adquiere al detal y es exigente con la calidad del producto. Para venderle directamente, el artesano tendría que ir hasta el hotel, el parque y recorrer las calles cargando su producción, en tanto que el mercado transcurre y los intermediarios compran al por mayor. El esfuerzo para vender aumenta, el artesano descompleta sus docenas o

decenas de productos y puede que cuando decida vender a los intermediarios éstos ya no estén interesados, no tengan dinero para comprar o fijen un precio menor.

Por las anteriores razones, esta modalidad de venta es poco usual. Los canales de distribución de uso frecuente son los de uno y dos niveles, que se describen a continuación.

7.3.1. Canal de distribución productor-detallista-consumidor

Aparte de los detallistas tenzanos, son pocos los comerciantes que pueden adquirir directamente a los productores la cestería de chin de Tenza.

Existen allí cerca de 15 locales de artesanías y varias tiendas del tipo miscelánea en las que se venden algunos productos locales de cestería. Es difícil precisar el número exacto de establecimientos puesto que no todos están debidamente registrados en la tesorería municipal y algunos otros, en su mayoría de propiedad de canasteros-, abren sus puertas los fines de semana y festivos y cumplen el papel de bodega más que de almacén.

De los locales visitados en Tenza, ocho en total, seis son tiendas artesanales y dos son misceláneas (papelería, calzados, aseo, etc.). Entre los ocho detallistas, cinco se mueven únicamente en el canal de distribución de nivel uno, mientras que los tres restantes se dedican también al comercio mayorista, haciendo parte de un canal de dos niveles. Uno de estos locales es la sala de exhibición y ventas de la Cooperativa Artesanal de Tenza; los otros son de un mayorista independiente y de un canastero, miembro de la Asociación.

Sobre los detallistas tenzanos se tiene la siguiente información:

7.3.1.1. Especialidad del negocio

	ni
Cestería de chin	5
Cestería de cerda	2
Cestería de fique	1

El término especialidad no tiene que ver necesariamente con el volumen (en existencia o de ventas) de un determinado tipo de artículos. Se refiere más bien a aquellos artículos que el propietario del local considera de mejor calidad entre su mezcla de productos y/o surtido más amplio que el de otras líneas. En el caso de los tres locales especializados en cerda y fique, se trata de los objetos que producen los propietarios y/o sus familias.

7.3.1.2. Mezcla de productos según su lugar de origen

	ni
Únicamente de Tenza	1
Artesanía boyacense	-
Artesanía nacional	7

Aunque naturalmente la especialidad de los locales es la artesanía tenzana, en ellos se encuentran objetos artesanales de Sutatenza, Ráquira, Duitama, La Chamba, Cerinza y Nariño, principalmente. En tres almacenes se venden cestos de Pachavita.

7.3.1.3. Lugar de las compras

	ni
En la plaza de mercado	2
En el local únicamente	6
En los dos sitios	2

Los negocios que se abastecen de mercancías en su propio local, excepto la Cooperativa, son los detallistas propiamente dichos, quienes prefieren abstenerse de comprar en la plaza debido a que allí su desventaja frente a los canasteros es evidente. Por otra parte, y como se ha explicado, el artesano en cierta forma prefiere venderle al intermediario mayorista puesto que su capacidad de compra es mayor. Estatutariamente, la Cooperativa concede prelación a sus asociados para la compra de mercancías, pero ocasionalmente recibe productos a particulares. Socios o no, las personas interesadas en venderle a la entidad deben acercarse hasta el almacén.

El pequeño detallista va al mercado no tanto por comprar, como por enterarse de las fluctuaciones de precios y estar al tanto de las últimas creaciones de los artesanos.

La frecuencia de las compras es variable, pero los sábados son los días más propicios para renovar las mercancías.

Las compras de mercancías distintas a las locales se hacen a comerciantes que periódicamente llegan a Tenza y, en algunas ocasiones, a los detallistas que se desempeñan al tiempo como mayoristas.

7.3.1.4. Fijación de precios

	ni
Incremento porcentual sobre el costo	2
Incremento en pesos sobre el costo	5
Sin información	1

La mayoría de los comerciantes fijan el precio de venta de sus mercancías incrementando en pesos el precio de costo de las mismas. Estos incrementos varían entre \$50.00 y \$1.000.00 en los objetos más voluminosos.

Otros dos incrementan el precio de costo en un porcentaje mínimo (20% y entre el 5% y 10% respectivamente).

Si bien los detallistas afirmaron no indagar por los precios de la competencia, a nivel local existen pocas variaciones de precios. No obstante, en los locales de detallistas-mayoristas el precio de algunas mercancías es superior. Por otra parte, los productos que elaboran los artesanos-propietarios de tres locales son más económicos que en otros establecimientos.

Todos los dueños de locales recuerdan con precisión el precio de compra de las mercancías, lo cual les permite determinar rápidamente el precio mínimo de venta de los artículos; también se tienen presentes las fechas aproximadas de las adquisiciones. Aquellos productos que permanecen exhibidos entre seis meses y un año se venden, por lo menos, al precio de costo. No se realizan promociones de estos artículos para propiciar su venta rápida.

En la temporada de fin de año, para las fiestas tradicionales, se registran alzas en los precios, al igual que en temporadas de gran afluencia de turistas como la Semana Santa. Por regla general, los propietarios de los negocios afirmaron que al turista extranjero se le anuncian precios mayores que al turista colombiano.

7.3.1.5. Productos de mayor venta

	ni
Paneras, cofres, costureros, joyeros	4
Roperas y jarrones de chin y teñidos	2
Artículos de cerda	2

Dentro de la línea del chin los productos enumerados son los de mayor venta en todos los locales; en aquellos que se especializan en los aretes y accesorios de cerda, estas mercancías son las más solicitadas, ya que ofrecen un surtido amplio y de mejor calidad que en el resto de los almacenes visitados.

7.3.1.6. Los compradores

Más allá de reconocerlos como turistas, para los propios comerciantes no fue fácil establecer el perfil de sus compradores, puesto que a Tenza viajan turistas nacionales y extranjeros de diversa condición social, económica y cultural. No obstante, considerando que el visitante busca alojamiento en el Hotel Turístico de Tenza, primero que en otras hospederías, se estima que se trata de personas con alguna solvencia económica. Indagando entre comerciantes por las características de sus compradores, se logró establecer que:

- La decisión de compra de objetos artesanales casi siempre proviene de mujeres.
- Se buscan objetos utilitarios y decorativos, más que puramente decorativos.
- La cestería de cerda tiene mayor aceptación entre mujeres jóvenes.
- La cestería en cerda y los cofres de fique son los artículos que más se compran para regalar.
- Los portalápices son el regalo más corriente para caballeros.
- El turista no conoce o distingue la calidad de los artículos, aunque busque objetos "bien hechos".
- Las niñas motivan la compra de canastos pequeños y bolsitos de fique.
- El turista colombiano pide más rebajas.
- Son pocas las sugerencias del comprador sobre los productos (diseño, colorido, funcionalidad, etc.).

7.3.2. El mercado detallista de artesanías tenzanas en Bogotá

De los 36 locales tomados como muestra en la ciudad de Bogotá, únicamente seis adquieren mercancías tenzanas, y garn parte del surtido general, directamente a los productores. La información sobre estos detallistas se presenta en los numerales siguientes.

7.3.2.1. Ubicación por sectores de los detallistas del canal

	ni
Centro Internacional Tequendama	3
Sector Centro Granahorrar	3

7.3.2.2. Especialidad del negocio

	ni
Cerámica	1
Cerámica de Ráquira	1
Ninguna	4

7.3.2.3. Mezcla de productos por líneas

	ni
Cerámica	6
Cestería	6
Tejidos	6
Cobre	6
Cuero	6
Madera	5
Vidrio	2
Otros:	
- Ameros de maiz	1
- Joyas	1
- Bronce	1
- Acrílicos	1
- Ropa	1

Bajo el nombre de cerámicas se incluyen no sólo las tradicionales piezas de barro como las de Ráquira o La Chamba, sino también objetos de yeso, caolín y porcelana.

La línea de tejidos incluye mantas guajiras, gualdrapas, busos de lana virgen, tapetes de fique, chumbes, ruanas, cobijas, guantes, molas, tapices etc., en lana, algodón, hilo y fique.

Los objetos de madera son tallas, espejos y réplicas de balcones y casas coloniales de diferentes ciudades del país.

La línea del vidrio involucra frascos y toda clase de recipientes pintados de colores con la técnica del vitral.

En la línea de marroquinería se encuentran objetos verdaderamente artesanales (cofres repujados, licoreras, pantuflas) y artículos producidos industrialmente como maletas, billeteras, portafolios, etc., muchos de ellos de prestigiosas marcas.

Los textiles clasificados como "ropa" corresponden a camisetas estampadas con papagayos, siluetas de Cartagena y otros motivos alusivos a Colombia.

En lo que los comerciantes llaman "acrílicos" figuran pisapapeles con motivos precolombinos y llaveros en este material.

7.3.2.4. Mezcla de productos tenzanos (por líneas)

	ni
Cofres en chin y fique, miniaturas en crin y fique, roperas	1
Miniaturas en crin y fique, cestería de chin	1
Ninguno	4

Los propietarios de cuatro establecimientos conocen la cestería de Tenza, pero sólo la mitad tiene en venta muestras de esta artesanía. Se tiene entonces que de los cuatro comerciantes que no venden ningún objeto artesanal de Tenza, dos identifican los productos y la otra mitad no los conoce.

Al anotar por comprensión los productos de chin que vende un comerciante, se quiere indicar que ofrece un surtido extenso de cestos de este material (paneras, roperas, jarrones, globas, costureros, canastillas, canastas, papele- ras, etc.). Es probable que al menos una parte de estos objetos sea adquirida -en Tenza o en Bogotá- a un intermediario mayorista, a juzgar por los mucuritos y las olletas de Pachavita, atribuidas a artesanos de Tenza y a indígenas del Vaupés. Estas artesanías (Véase 7.1.3.) son compradas casi en su totalidad a las canasteras de Pachavita por un mayorista de Tenza.

Así mismo, las pequeñas cantidades de miniaturas en crin disponibles al comprador final en el otro local, dejan en entredicho su adquisición directamente al artesano productor, ya que manifestó no realizar sus compras en los núcleos artesanales que tiene representados en su local, sino recibirlas allí mismo, sistema de ventas de uso limitado entre los artesanos de Tenza, para quienes el viaje hasta la capital resulta demasiado costoso.

7.3.2.5. Concepto de la cestería tenzana de los detallistas reales

	ni
Es una buena mercancía (calidad, diseño, mercado)	1
Es una mercancía mala (calidad de la hechura, mercado)	1

7.3.2.6. Concepto de la cestería tenzana de los detallistas potenciales

	ni
Es de mala calidad en la manufactura	2
No tiene mercado	2
Es una mercancía muy popular	1
No la conoce	1

Al decir que la mercancía es muy popular, se hizo referencia a que estos canastos pueden adquirirse también en ferias, pasajes comerciales, plazas de mercado, en puestos ambulantes de cachivaches, etc. Según el detallista, la cestería tenzana no satisface cierto deseo de exclusividad que demuestran sus clientes al momento de adquirir objetos artesanales.

Para los detallistas de los sectores comerciales en cuestión, cuyos clientes son turistas extranjeros principalmente, el tamaño de las roperas, por ejemplo, es el principal inconveniente para vender estos objetos. Este "defecto", también se atribuye a las globas, canastillas y papeleras, con el agravante de que estos cestos no son útiles para guardar equipaje, como las roperas. Este servicio resulta práctico para los compradores por ser en su mayoría viajeros.

7.3.2.7. Procedencia de los compradores

	ni
Extranjeros principalmente	6
Residentes en Otras Ciudades	-
Residentes en Bogotá	-

Debido a que los clientes mayoritarios de estos establecimientos, son turistas, entre los detallistas existe la convicción de que se trata de personas con capacidad adquisitiva elevada.

7.3.2.8. Necesidades que satisfacen los objetos artesanales

	ni
Decorativas	1
Utilitarias	3
Sociales (obsequios)	2

7.3.2.9. Características de las artesanías que inciden en la decisión de compra

	ni
Originalidad	3
Calidad del objeto	3
Que sea hecho a mano	3
Que se pueda transportar fácilmente	2

En los locales del Centro Internacional Tequendama, los comerciantes hicieron énfasis en que los valores que el turista extranjero aprecia en las artesanías colombianas, varían con su nacionalidad. La experiencia le ha demostrado a estos detallistas que el visitante norteamericano compra casi cualquier cosa

hecha a mano, mientras que el europeo y, todavía más, el japonés presta especial atención a la calidad del artículo. Estos últimos, según los comerciantes, no son dados a comprar cestería nacional.

En ningún local se mencionó el precio como factor determinante de la compra.

7.3.2.10. Factores que afectan las ventas de artesanías

Todos los detallistas, sin excepción, ven afectadas sus ventas por la violencia que impera en el país, situación que disminuye el flujo de turistas hacia Colombia, como consecuencia de la imagen caótica que se tiene de nuestro país en el exterior.

7.3.2.11. Precios al comprador final

En la Tabla Nº 9 se registran los precios al comprador final de los objetos de chin, cerda y fique considerados de mayor demanda por los detallistas del canal.

7.3.3. Canal de distribución Productor-Mayorista-Detallista-Consumidor

El carácter de algunas informaciones requeridas para este estudio, representó una barrera para la obtención de datos. Varios detallistas y mayoristas entrevistados se negaron a responder las preguntas relacionadas con sus mecanismos para proveerse de mercancías, precio y procedencia de las mismas.

Aparte de la Asociación de Artesanos del Valle de Tenza y de la Cooperativa Artesanal de Tenza, Artesanías de Colombia S.A. y la Asociación Colombiana de Promoción Artesanal, sólo se identificó y contactó un intermediario mayorista independiente en el canal. Es necesario recordar que la Asociación de Artesanos del Valle de Tenza no funciona, para efectos de compra y venta de artesanías, como una organización, sino que cada socio -salvo casos especiales- realiza estas operaciones en forma individual. Como quiera que la actividad comercial de estas personas es homogénea (productos, precios, cobertura, etc.), se tomará en este canal como organización.

7.3.3.1. Los mayoristas

Cada sábado la Cooperativa Artesanal de Tenza e integrantes de la Asociación compran en Tenza grandes volúmenes de mercancías que despachan hacia Bogotá, en la madrugada del lunes, en un gigantesco camión.

Hacia las seis de la mañana las mercancías son entregadas a sus dueños en la bodega de la Calle 10 con Carrera 16, cerca del Parque de los Mártires en Bogotá. En una especie de parqueadero, con espacios marcados con el nombre de cada comerciante, se amontonan desordenadamente los canastos. De allí pasan a los pequeños locales en que se halla dividida la bodega, desde donde son despachados a los más diversos sitios.

En la bodega se atienden clientes mayoristas y detallistas y, con menos frecuencia, compradores finales. El lugar permanece abierto el lunes y, cuando mucho, hasta el medio día del martes.

Hasta comienzos de 1991, la Cooperativa y la Asociación compartían el sitio y pagaban equitativamente el valor del arriendo mensual. La administración cooperativa elegida ese año, con el ánimo de disminuir las constantes polémicas y problemas con su principal competidor, optó por arrendar un local separado, pero contiguo a la bodega.

Artesanías de Colombia, por su parte, compra mercancías de Tenza a través de su coordinador en la zona, quien lleva los modelos o especificaciones de los productos solicitados por la empresa en Bogotá. Esporádicamente compra pequeños lotes a la Cooperativa, pero en virtud de las numerosas y exigentes revisiones a que deben someterse las mercancías y del pago posterior de las compras, este grupo artesanal ha perdido interés en relacionarse comercialmente con la empresa. Por esta misma razón, son pocos los artesanos que venden sus productos a este intermediario.

Se desconoce el mecanismo de acopio de mercancías tenzanas que sigue la Asociación Colombiana de Promoción Artesanal, debido a que su relación con este núcleo artesanal es bastante irregular.

Estas dos últimas entidades figuran entre los principales exportadores de artesanías colombianas, en tanto que los otros mayoristas limitan su radio de acción al territorio colombiano.

Entre la Cooperativa y la Asociación se cubre el mercado detallista de artesanías de sectores como el 7 de Agosto, Pasaje Rivas, Pasaje Colonial, Pasaje de la Calle 60 con Carrera 13, plazas de mercado, sector de la Calle 53 con Avenida Caracas y, en menor grado, de El Lago y Chapinero, entre otros. En general se trata de almacenes situados en zonas muy populares de la capital, a los cuales llegan toda clase de personas -excepto turistas- que identifican tales sectores con las artesanías.

En numerales anteriores se ha hecho referencia a la frecuencia y a los lugares de abastecimiento de los productos tenzapos empleados por los tres mayoris-

tas, a las formas de pago de las mercancías, etc. Hay que agregar que si bien todos buscan adquirir grandes volúmenes de producción (para reducir precios de costo unitarios), la Cooperativa y el mayorista independiente se muestran más interesados en adquirir, antes que cantidad, productos de buena calidad. La Asociación, por el contrario, recibe productos casi de cualquier factura, contribuyendo a desmejorar la calidad de la cestería local de Tenza.

7.3.3.2. *Detallistas del canal*

Para conocer el mercado de artesanías tenzanas se visitaron 22 establecimientos comerciales en Bogotá, cuatro en Villa de Leiva, tres en Paipa y uno en Ráquira, que compran la cestería de Tenza a intermediarios mayoristas.

Un total de 28 almacenes, llamados de artesanías, ubicados en el sector de la calle 53 con avenida Caracas, no se incluyen dentro de la muestra pues se trata de negocios que venden útiles y elementos para trabajos manuales, arreglos florales, etc.

En gran medida, el perfil de los locales observados en la ciudad de Bogotá está condicionado por la ubicación misma del almacén. Por esta razón, los 22 locales de la capital se han agrupado en dos bloques: uno (B1) formado por los establecimientos ubicados en pasajes y los efímeros negocios de las ferias artesanales (13 en total), y otro (B2) integrado por establecimientos de zonas comerciales más exclusivas, como El Lago y Centro Granahorrar (9 en total). Esta segmentación se ajusta a la realidad de las condiciones de operación de los negocios y facilita extraer conclusiones.

Los locales bogotanos están ubicados en las siguientes zonas:

El Lago	5
Carrera 11 Calle 67	4
Pasaje Rivas	2
Pasaje Colonial	2
Pasaje de la Calle 60 Cra. 13	5
Pasaje Centro Internacional	2
Parque Simón Bolívar (feria)	2

TOTAL 22

A continuación se presentan los datos obtenidos de las entrevistas a los propietarios y/o encargados, reforzados -en algunos casos- con las observaciones hechas en cada sitio.

7.3.3.2.1. Especialidad del negocio

	B 1	B 2	VL	P	R	Σ
Cerámica	2	1	-	-	-	3
Cestería	-	-	-	1	-	1
Cerámica de Ráquira	-	-	-	-	1	1
Cestería de Tenza	2	-	-	-	-	2
Cestería de Tenza y cerámica de Ráquira	4	-	-	-	-	4
Tejidos en lana	-	-	-	1	-	1
Ninguna	5	8	4	1	-	18
TOTAL	13	9	4	3	1	30

La tendencia general no es precisamente la especialización en un tipo particular de artesanía, excepto en el bloque B1, en el cual la cestería de Tenza y la cerámica de Ráquira son productos básicos para casi la mitad de los locales. En Ráquira, obviamente, la especialidad son los productos locales. Del mismo modo, en Paipa los comercios están dispersos entre los tejidos propios (y los de Nobsa) y la cestería (incluida la local).

7.3.3.2.2. Mezcla de productos

	B 1	B 2	VL	P	R	Σ
Cerámica	11	9	4	3	1	28
Cestería	13	8	4	3	1	29
Tejidos	3	8	4	2	-	17
Cobre	2	7	2	1	-	12
Madera	13	8	4	3	1	29
Vidrio	-	2	-	-	-	2
Cuero	1	7	2	1	-	11
Artesanías Latinoamericanas	2	5	-	-	-	7
Otros:						
- Muebles de madera	7	-	-	-	-	7
- Trajes de danzas	1	1	-	-	-	2
- Joyas	-	2	-	-	-	2
- Acrílicos	-	6	-	1	-	7
- Varios (escobas, colchones, calzado, ferretería, etc.)	4	-	-	-	-	4

La cerámica, la cestería y los trabajos en madera son, como se aprecia en el cuadro, productos que tienen gran aceptación en los mercados que manejan los detallistas.

Los locales del bloque B1, Leiva y Paipa aparecen con mezclas de productos más amplias que en los demás conglomerados. Ráquira, por ejemplo, limita su mezcla de productos a tres líneas, de las cuales dos abundan en productos locales. Del mismo modo, los locales de pasajes prácticamente reducen sus líneas a tres: cerámica, cestería y madera, bien diferenciadas de las del bloque B2, Paipa y Villa de Leiva. Allí, los productos de madera son básicamente tallas y objetos de carácter decorativo, en tanto que en B1 se trata de artículos de uso en la cocina (artesas, cubiertos, tablas para picar, tablas para servir carnes, etc.) y productos de carpintería (camas, catres, bancas, mesas, mecedoras, taburetes, armarios), muebles que se ofrecen en la mitad de los locales.

Los artículos de cuero, vidrio, joyas y acrílicos, quedan reservados para los locales de zonas exclusivas de Bogotá y unos cuantos de provincia. Las artesanías latinoamericanas se encontraron solamente en Bogotá y en dos locales de un pasaje cercano al Centro Internacional Tequendama.

7.3.3.2.3. Detallistas de artesanías de Tenza

	B1	B2	VL	P	R	Σ
Reales	13	7	4	3	1	28
Potenciales	-	2	-	-	-	2
TOTAL	13	9	4	3	1	30

Con excepción de B2, con cinco negocios que compran y venden mercancía tenzana en cantidades limitadas, en los demás locales se mantienen considerables existencias de estos productos, especialmente de chin.

7.3.3.2.4. Mezcla de productos tenzanos (por líneas)

	B1	B2	VL	P	R	Σ
Cestería de chin, cerda y fique	4	4	4	2	1	15
Miniaturas de crin y fique	-	2	-	-	-	2
Cestería de chin	9	-	-	1	-	10
Cerámica	-	1	-	-	-	1
TOTAL	13	7	4	3	1	28

En el bloque B1, dentro del surtido de cestería tenzana, tienen una participación mayor los artículos de chin (roperas, jarrones, loncheras, baúles, cofres y costureros medianos, canastillas, paneras y, un poco menos, los joyeros y cofres pequeños); accesorios de cerda y fique, así como canásticos de fique en miniatura, son escasos.

En B2, de los cuatro locales que manejan las tres líneas tenzanas, dos se especializan, por decirlo así, en la cestería de chin, manteniendo bajas existencias de miniaturas de crin o accesorios en fique para dama. En este bloque y en los demás conglomerados, excepto B1, los canásticos de fique ensartados en gruesas tiras son abundantes. Los demás establecimientos del grupo exhiben más mercancías en miniatura, con lo cual se tiene que prácticamente cuatro locales venden únicamente este tipo de artículos. Un detallista informó comprar y vender cerámica de Tenza (búhos, sapos con graciosos letreros, figuritas pintadas de colores, etc.), cuya hechura no puede atribuirse con precisión a artesanos de esa localidad. Este almacén se especializa en la venta de toda clase de miniaturas en cerámica.

En Villa de Leiva, Paipa y Ráquira se venden productos de las tres líneas, con prelación (por cantidad) y notoriedad (por tamaño) de los cestos de chin.

7.3.3.2.5. Concepto de los detallistas reales sobre la artesanía tenzana

	B1	B2	VL	P	R	Σ
Buena (diseño, calidad, mercado, utilidad)	11	1	4	3	1	20
Buena (diseño, calidad, utilidad)	2	-	-	-	-	2
Regular (calidad, tamaño, utilidad)	-	3	-	-	-	3
Mala calidad	-	2	-	-	-	2
Mala (calidad, tamaño, precio)	-	1	-	-	-	1
TOTAL	13	7	4	3	1	28

El análisis horizontal del cuadro muestra la favorabilidad de los conceptos en torno a la cestería tenzana por parte de los detallistas: diseños llamativos, productos bien hechos, buena rotación, aceptación en el mercado, utilidad de los productos. Pero verticalmente, en B1 las opiniones resultan más bien negativas: los diseños no son atractivos para los compradores, los productos se desbaratan (los de crin, concretamente), los de chin son acartonados por la laca, las roperas ocupan demasiado espacio en los locales para las utilidades económicas que reportan, los turistas extranjeros, y aún los nacionales, no

suelen comprar objetos grandes como las roperas, etc. Por estas razones, como se ha anotado con anterioridad, de los seis detallistas de cestería de Tenza, nada más dos la venden y de ellos uno la considera una buena mercancía.

7.3.3.2.6. Concepto de los detallistas potenciales sobre la artesanía tenzana

	B1	B2	VL	P	R	Σ
Mala (precio, utilidad, calidad, diseño, tamaño, rentabilidad)	-	1	-	-	-	1
No la conoce	-	1	-	-	-	1
TOTAL	-	2	-	-	-	2

En cierta forma, para el detallista que informó no conocer la cestería de Tenza, es lo mismo decir que se trata de una mercancía mala, pues de lo contrario la identificaría y, según sus propias palabras, vendería en su negocio.

7.3.3.2.7. Procedencia de los compradores

	B1	B2	VL	P	R	Σ
Extranjeros	-	5	-	-	-	5
Colombianos y extranjeros	2	3	4	3	1	13
Residentes en Bogotá	11	1	-	-	-	12
TOTAL	13	9	4	3	1	30

Tanto en B2 como en los locales de provincia, los compradores de artesanías, ya sean extranjeros o de otras regiones del país, son turistas. En B1, en cambio, los clientes de los locales del bloque son los propios residentes de la ciudad. La marginación de turistas como clientes es comprensible si se tiene en cuenta, por ejemplo, la ubicación de los pasajes incluidos en el estudio: cuatro se hallan situados en una zona bastante peligrosa de Bogotá (Carrera 10 con Calle 10) y otros cinco funcionan en un callejón de Chapinero, que tampoco resulta el lugar más seguro para cualquier comprador desprevenido.

7.3.3.2.8. Nivel económico de los compradores

	B1	B2	VL	P	R	Σ
Buena solvencia económica	-	7	-	-	-	7
Mediana solvencia económica	7	2	-	-	-	9
Distinta condición económica	6	-	4	3	1	14
TOTAL	13	9	4	3	1	30

La información que sobre las características económicas de sus clientes suministraron los detallistas, muestra cómo ciertos sectores de Bogotá están reservados para compradores de mayores recursos, sean colombianos o extranjeros. En los otros sectores se atienden compradores de diferente capacidad adquisitiva. En los pasajes comerciales, por ejemplo, se pueden encontrar señoras comprando objetos artesanales para obsequio o para hacer recordatorios de fiestas, matrimonios de clase media comprando cunas para bebés, escolares y universitarios buscando mesas y bancas para estudiar, jóvenes buscando baúles metálicos de los que piden en el Ejército, etc.

7.3.3.2.9. Motivos de compra de objetos artesanales

	B1	B2	VL	P	R	Σ
Decoración y uso	11	3	3	1	1	19
Recuerdo y/o regalo	2	3	1	1	-	7
Sin especificar	-	3	-	1	-	4
TOTAL	13	9	4	3	1	30

Las funciones utilitarias y decorativas de las artesanías son las principales razones para comprar estos artículos. Otras de menor peso en la decisión de comprar artesanías, son su utilidad como regalo u obsequio y su carácter de souvenir, especialmente entre los compradores de otras procedencias.

7.3.3.2.10. Características de las artesanías que inciden en la decisión de compra

	B1	B2	VL	P	R	Σ
Calidad de la manufactura	-	4	2	-	1	7
Originalidad del diseño	2	4	1	1	-	8
Hechura a mano	-	3	-	1	-	4
Economía en el precio	9	3	2	2	1	17
Sin especificar	2	-	1	-	-	3

Definitivamente no parece tener mucha importancia entre los compradores la calidad de los artículos que se disponen a adquirir. El precio, por el contrario, sí es un factor determinante de las ventas, especialmente en los locales de B1 y provincia, por lo cual el vendedor está dispuesto a escuchar ofertas y conceder rebajas que, a veces, se cambian por artesanías pequeñas que se regalan por la compra.

Locales de B2 no dejan esta opción al alcance del comprador, quien ve llamativos letreros con la leyenda "Precios fijos". Pero aquí se prestan servicios adicionales como el empacado de las compras en papel de regalo, zona de parqueo, transporte de las compras hasta el vehículo del comprador, etc.

Para el comprador extranjero el que un objeto sea hecho a mano y original ("típico") tiene cierto valor. Por ello, productos como las chivas y pangas de Pitalito, tapices de Fonquetá y Santa Rosa (con casas y paisajes campesinos), molas de los Cunas (cosidas por los propios indígenas), hamacas de San Jacinto, etc., son los objetos de mayor demanda entre extranjeros.

7.3.3.2.11. Temporadas de mayor venta

	B1	B2	VL	P	R	Σ
Final y comienzo de año	2	8	4	3	1	18
En puentes	-	-	4	3	1	8
Para fiestas comerciales 8	1	-	-	-	9	
Todo el año	3	-	-	-	-	3

En Colombia existen numerosas fiestas comerciales que promueven la compra y venta de los más variados artículos: día de la secretaria, de la madre, del maestro, del padre, del alumno, del amor y la amistad. El calendario de meses de consumo casi obligado culmina en diciembre con la Navidad.

7.3.3.2.12. Líneas de mayor venta

	B1	B2	VL	P	R	Σ
Cerámica y cestería	7	5	4	2	1	19
Tejidos	-	5	-	1	-	6
Variable con la temporada	3	1	-	-	-	4
Ninguna en particular	3	3	-	-	-	6

Los objetos cerámicos y de cestería de mayor demanda en los locales sdetallistas varían según el tipo de establecimiento. Así, por ejemplo, en B1 y en los locales de provincia, en los cuales el surtido de cestería es más regional que nacional, los cestos que más se venden son los boyacenses: de Tenza, Duitama, Ráquira, Tinjacá y, un poco menos, los de Guacamayas.

7.3.3.2.13. Productos que compiten con la cestería tenzana

	B1	B2	VL	P	R	Σ
Cestería de Duitama	6	1	-	-	-	8
Cestería de Guacamayas	-	3	-	1	-	4
Cestería Nariñense	2	2	1	-	-	5
Cestería de esparto	2	-	-	-	-	2
Cestería de Duitama y Guacamayas	-	-	-	1	-	1
Cestería de esparto y Duitama	-	-	2	-	-	2
Cestería de bejucos	-	-	1	1	-	2
Cestería de esparto y fique	-	-	-	-	1	1
Otras	-	2	-	-	-	1
Ninguna	3	1	-	-	-	4
TOTAL	13	9	4	3	1	30

7.3.3.2.14. Las ferias artesanales

En las instituciones encargadas del fomento y desarrollo de la artesanía no se halló un calendario de ferias artesanales nacionales, pero tienen su reconocimiento las de Cali, Bucaramanga, Bogotá y Medellín. En Boyacá son ya tradicionales las de Tunja, Chiquinquirá, Duitama y Sogamoso. Desafortunadamente las asociaciones organizadoras de estos eventos ha desvirtuado los propósitos reales de las ferias, no sólo por el concepto que tienen de artesano y artesanía, sino por sus propios intereses económicos.

Los asistentes a cualquiera de las últimas versiones de la feria artesanal de Tunja, realizadas en el Bosque de la República, encontraron: artesanos de las plantas y las flores; artesanos de los alicates, tijeras y destornilladores; los de escudos de Mafalda, Carlitos y otros personajes infantiles; el artesano de las bromas con cigarrillos explosivos y ratones muertos; el de los aretes, hebillas, diademas y prendedores de fantasía "Fashion"; las señoras que venden muñecos de felpa, limpiones y guantes de cocina; los comerciantes de calzado de Bucaramanga y Cúcuta; los artesanos del sur con aguas para el amor y los negocios; los artesanos de traje típico ecuatoriano vendedores de ropa

de lana; las vendedoras de longaliza, pinchos y mazorcas... y unos cuantos puestos de cerámica, cestería y tejidos y de artesanos de la madera de Chiquinquirá.

Y casi los mismos vendedores con los mismos cachivaches pasan de una feria a otra, repitiéndola una y otra vez en lugares diferentes.

En la Feria Artesanal Nacional del Parque Simón Bolívar de Bogotá (julio de 1991) se podían apreciar artesanías del país entero, aunque no necesariamente quienes allí participan son verdaderos artesanos. Sin embargo, con excepción de uno o dos stands, el evento congregaba a artesanos colombianos.

Allí se encontraron cinco espacios dedicados a la venta de cestería: uno de canastos chocoanos y cuatro de Tenza y otras regiones. De estos se escogieron los dos que vendían canastos exclusivamente, descartando dos en los cuales la cestería se confundía entre flores secas y de tela, ornamentos de pared y otros objetos decorativos no artesanales.

Aparte de la cestería de chin, crin y fique propia del Valle de Tenza, se exhibían miniaturas de Nariño, canastos de Duitama, objetos de esparto y grandes jarrones de hojas de plátano. Las mercancías tenzanas son consideradas de buena calidad y rotación por los participantes que las vendían; según ellos, una parte se trae de Tenza y otra se adquiere en Bogotá en las bodegas de la Cooperativa y la Asociación. Sus clientes son los propios bogotanos que se desplazan al sitio preferiblemente durante los fines de semana que abarque la feria. El precio es un factor determinante de las compras y, como regla general, todos los visitantes de la feria piden rebajas y descuentos.

La asistencia masiva de visitantes a estas ferias se basa en la idea de que allí los productos se pueden conseguir a menor precio. En once *stands* de la versión 1991 de esta feria, los participantes -inclusive los bogotanos- afirmaron que en sus locales o talleres el precio de las mercancías es menor. El sobreprecio puede llegar hasta los \$1.500.00 o \$2.000.00 debido a que el inscrito debe asumir gastos de participación y, si no es capitalino, de transporte y estadía.

Días después, repitiendo el fenómeno de las ferias boyacenses, la misma feria se montó en un lote cercano a la plaza de mercado de Paloquemao, con unos cuantos participantes menos.

7.4. LOS DEMANDANTES FINALES

Para cualificar el mercado de compradores de artesanías de Tenza, Pachavita y La Capilla, se realizaron entrevistas a clientes potenciales y reales en Bogotá

(28); Villa de Leiva, Paipa y Ráquira (seis), y Tenza (cinco), a quienes se les formularon seis preguntas breves referidas, básicamente, a los motivos por los cuales se compran objetos artesanales y sobre sus opiniones de la cestería de la región.

7.4.1. Sexo de los usuarios de artesanías

	TENZA	V.LEIVA	PAIPA	RAQUIRA	B1	B2	Σ
Mujeres	4	1	2	2	8	13	30
Hombres	1	1	-	-	7	-	9
TOTAL	5	2	2	2	15	13	39

7.4.2. Edad de los usuarios de artesanías

	TENZA	V.LEIVA	PAIPA	RAQUIRA	B1	B2	Σ
Más de 25 años	5	-	2	1	10	11	29
Menos de 25 años	-	2	-	1	5	2	10
TOTAL	5	2	2	2	15	13	39

Los cuadros anteriores confirman la apreciación de los detallistas sobre una mayor participación de las mujeres en el mercado de artesanías. Se tiene, además, que de las 30 mujeres encuestadas, 25 tenían más de 25 años. Entre los cabelleros se encontró que cinco de ellos eran jóvenes de menos de 25 años de edad.

7.4.3. Procedencia de los compradores

	TENZA	V.LEIVA	PAIPA	RAQUIRA	B1	B2	Σ
Boyacá	1	-	-	1	-	-	2
Bogotá	4	2	2	1	5	11	25
Otras ciudades de Colombia	-	-	-	-	9	1	10
Extranjeros	-	-	-	-	1	1	2
TOTAL	5	2	2	2	15	13	39

Con excepción de B2, las personas que acuden a locales detallistas en busca de artesanías, son residentes en lugares diferentes al de ubicación del local.

Las artesanías, entonces, son productos hechos para turistas. En las plazas de mercado de La Capilla y Garagoa, se encuentra que los productos están dirigidos a los propios habitantes y, ocasionalmente, a los turistas.

7.4.4. Razones para comprar objetos artesanales

	TENZA	VLEIVA	PAIPA	RAQUIRA	B1	B2	Σ
Le gustan	3	2	1	1	6	2	15
Los necesita	1	-	-	1	2	9	13
Como recuerdo	1	-	1	-	7	2	11
TOTAL	5	2	2	2	15	13	39

La adquisición de artesanías, independientemente de los motivos concretos que inducen a comprarla, tiene que ver -al fin de cuentas-, con el aprecio por los objetos artesanales. Por ejemplo, un juego de individuales de esparto presta el mismo servicio que uno de tela acolchada y bordado con encajes; un portalápices de chin es igualmente útil a uno de alambre plastificado más a tono con los estilos actuales de muebles, pero hay quienes prefieren estos objetos (y por ello los compran) y quienes definitivamente prefieren adquirir artículos más urbanos. La artesanía está hecha para aquellas personas que dan cabida a estos objetos en los espacios que habitan, haciendo parte de su estilo de vida.

Aunque los datos están bastante parejos, quienes compran artesanías o están dispuestos a adquirirlas, lo hacen antes que por necesidad o costumbre -la de comprar objetos propios de los sitios que se conocen-, porque gustan de ellas.

7.4.6. Uso de las artesanías

	TENZA	VLEIVA	PAIPA	RAQUIRA	B1	B2	Σ
Para uso personal	2	-	-	-	-	-	2
Para decorar	-	-	1	-	5	4	10
Para regalar	1	1	-	-	10	-	12
Para prestar un servicio concreto	2	1	1	2	-	9	15
TOTAL	5	2	2	2	15	13	39

Resulta difícil sacar un parámetro de usos de los objetos artesanales con base en las informaciones recopiladas, debido a que en todos los estratos -con

excepción de Tenza y B2-, la variedad de líneas es extensa con productos que cumplen más satisfactoriamente una función que otra.

Pero si se toman los datos de los compradores encuestados en Tenza y B2, que se especializan en la venta de cestería de chin, fique y esparto, se nota que los objetos se compran en primera instancia para prestar un servicio concreto (por ejemplo, un canasto para la ropa; otro para el pan, etc), y luego para decorar ($n_i=4$), para uso personal ($n_i=2$) y para regalar ($n_i=1$). Estos datos encajan con el carácter esencialmente utilitario de la mayoría de los productos regionales.

7.4.7. Difusión de la cestería tenzana

	VLEIVA	PAIPA	RAQUIRA	B1	B2	Σ
La conoce	2	2	2	9	11	26
No la conoce	-	-	-	6	2	8
TOTAL	2	2	2	15	13	34

El cuadro no incluye, naturalmente, a los compradores entrevistados en Tenza. Ellos, como los demás encuestados, no identificaron los trabajos artesanales de Pachavita. Esto, sin embargo, no quiere decir que desconozcan los productos, pues recuérdese que en locales de bogotá, jaulas y canastos de bejucos y cañas se atribuyen a artesanos de otras partes. De los compradores encuestados en Tenza (cinco), tres habían sido informados de las tradiciones cerámicas de La Capilla, pero no habían tenido ocasión de conocerlos.

Las miniaturas de La Capilla (la loza no llega más allá de Guateque y Garagoa), si es probable que sean totalmente desconocidas por los compradores, puesto que casi todas se venden a intermediarios de lugares no incluidos dentro de la muestra y, además, en ninguno de los 36 establecimientos artesanales visitados se encontró este tipo de artesanías.

7.4.8. Compradores de artesanía tenzana

	TENZA	VLEIVA	PAIPA	RAQUIRA	B1	B2	Σ
Reales	5	1	2	2	2	6	18
Potenciales	-	1	-	-	7	5	13
TOTAL	5	2	2	2	9	11	31

La pregunta se formuló a quienes manifestaron conocer la artesanía tenzana y se refería a compras efectuadas recientemente o en un pasado más lejano. Tomando como punto de partida 31 personas, se tiene entonces que el 58% han comprado objetos de este núcleo artesanal. Con respecto al total de la muestra (n= 39), menos de la mitad (46.16%) han comprado en alguna oportunidad un objeto artesanal de Tenza.

El bloque B1 es el más apático a esta cestería, con sólo el 13.3% de compradores efectivos, en relación con el total de clientes reales.

De los 18 compradores efectivos, diez están dispuestos a comprar nuevamente algún artículo tenzano.

7.4.9. Opinión de los compradores sobre la cestería tenzana

	TENZA	VLEIVA	PAIPA	RAQUIRA	B1	B2	Σ
Le gusta	5	1	2	1	1	8	18
No le gusta	-	-	-	-	1	-	1
Le gustan algunos productos	-	1	-	-	-	1	2
Otras artesanías le gustan más	-	-	-	-	3	-	3
Regular	-	-	-	1	4	2	7
TOTAL	5	2	2	2	9	11	31

El 58.05% de las opiniones fueron favorables en forma definitiva (le gusta), lo cual puede tener explicación en las circunstancias particulares de cada localidad: en Villa de Leiva, el comprador tiene muchas más opciones para escoger sus compras de artesanías; en Ráquira, por el contrario, la especialidad y la fama del lugar corresponden a un oficio totalmente diferente, cuyos productos son, precisamente, los que los compradores quieren adquirir en el sitio. De la misma manera puede explicarse el hecho en el Bloque Bogotá 2: allí la cantidad de objetos de chin -sobre todo grandes- opacan otros estilos de cestería, así como en Tenza la cestería local (por ser la del sitio y la más numerosa) atrae la atención del comprador, restándole importancia a otros estilos y técnicas artesanales.

