



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

Patrimonialización y uso turístico de las artesanías en Santander, Colombia

Luz Andrea Cote Navarro



Aquesta tesi doctoral està subjecta a la llicència **Reconeixement 4.0. Espanya de Creative Commons.**

Esta tesis doctoral está sujeta a la licencia **Reconocimiento 4.0. España de Creative Commons.**

This doctoral thesis is licensed under the **Creative Commons Attribution 4.0. Spain License.**



UNIVERSITAT DE
BARCELONA



Patrimonialización y uso turístico de las artesanías en Santander, Colombia

Tesis Doctoral

Luz Andrea Cote Navarro

Barcelona, julio de 2020



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

PROGRAMA DE DOCTORADO SOCIEDAD Y CULTURA:
HISTORIA, ANTROPOLOGÍA, ARTE Y PATRIMONIO

Patrimonialización y uso turístico de las artesanías en Santander, Colombia

Luz Andrea Cote Navarro

Director: Dr. Jordi Tresserras Juan

Tutor: Dr. Xavier Roigé i Ventura

Barcelona, julio de 2020

Esta tesis doctoral se realizó con el apoyo del Programa de Formación Doctoral en el Exterior, convocatoria 6171 de 2013 de Colciencias.

A Octavio, Roberto y mi familia, la fuente de todo...

A los artesanos y campesinos de Santander, el horizonte de mi trabajo...

A Ana Felisa Alquichire, quien, pese a ser considerada el símbolo de la artesanía
barichara, murió en la pobreza.

Contenido

Resumen	20
Preámbulo y agradecimientos.....	22
Capítulo I. Presentación de la investigación	26
1.1. Introducción	27
1.2. Planteamiento del problema	35
1.2.1. Estado de la cuestión y enfoque de la investigación	35
1.2.2. Preguntas y supuestos que guían la investigación.....	43
1.2.3. Objetivos de investigación	47
1.3. Aspectos metodológicos y herramientas de investigación	48
1.3.1. Enfoque metodológico	48
1.3.2. Delimitación de los casos de estudio y unidades de análisis	51
1.3.3. Etapas de investigación.....	53
1.3.3.1. La investigación de gabinete.....	53
1.3.3.2. El trabajo de campo	55
1.3.3.3. El análisis de contenido.....	60
Capítulo II. Patrimonio, economía creativa y turismo: El giro hacia la cultura como recurso.....	62
2.1. Del patrimonio a la patrimonialización: el patrimonio como hecho institucional y producción cultural.....	63
2.2. El patrimonio en la construcción de la identidad: del pasado al presente y de lo nacional a lo local.....	67
2.3. El Patrimonio inmaterial: la democratización del patrimonio y sus paradojas	72
2.4. Los giros de la cultura: patrimonio, industrias culturales y economía creativa	78
2.4.1. “Mercantilización de lo auténtico” y patrimonialización	80
2.4.2. Industrias culturales, economía creativa y economía naranja.....	82
2.5. Turismo, patrimonio y creatividad	88
2.5.1. El turismo como “hecho social total” y “mirada” socialmente construida.....	90
2.5.2. El turismo como contexto	93
2.5.3. Del uso a la producción del patrimonio cultural en el contexto turístico	95
2.5.4. Del patrimonio a la creatividad y del turismo cultural al turismo creativo	99
Capítulo III. Las artesanías como patrimonio, industria creativa y objeto de uso turístico	106
3.1. La indefinición de la artesanía como punto de partida	107
3.2. Artesanías para el desarrollo económico y las industrias creativas	111
3.3. La patrimonialización de las artesanías: de su delimitación a su puesta en valor	119
3.4. Viejos y nuevos usos de la artesanía en el turismo	125

3.4.1. Las artesanías en el turismo y el turismo en las artesanías: nuevos derroteros en la era de la creatividad	127
3.4.2. Autenticidad y legitimación de los artesanos y las artesanías en contextos turísticos	133
3.4.2.1. Diversificando la noción de “autenticidad” de las artesanías en contextos turísticos	136
3.4.2.2. Resignificación de las artesanías y legitimación artesanal: productos con y para la identidad	142
3.4.3. Vías de transformación artesanal: heterogeneización, incremento de la producción y calidad	145
3.5. Reflexiones teóricas finales para un marco de análisis	150
Capítulo IV. Artesanías de tradición para la innovación: Análisis de contexto colombiano.....	154
4.1. Antecedentes para la comprensión del enfoque de fomento artesanal en Colombia.	155
4.1.1. Una nueva oportunidad para la artesanía colombiana.....	161
4.2. La artesanía como patrimonio y recurso turístico en un país multicultural	166
4.2.1. Aproximaciones entre las políticas culturales y turísticas por el camino de la productividad y la competitividad	167
4.2.2. Del folclor al patrimonio inmaterial: nuevas formas de legitimación de la artesanía colombiana.....	176
4.2.3. Relaciones intersectoriales de la artesanía colombiana: un breve mapa institucional	182
4.2.3.1. Artesanías de Colombia S.A.....	183
4.2.3.2. Viceministerio de Turismo	187
4.2.3.3. Ministerio de Cultura.....	188
4.2.3.3.1. <i>Planes, programas y proyectos del Ministerio de Cultura</i>	191
4.2.3.4. Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA)	193
4.2.3.5. Departamento Nacional de Planeación (DNP)	194
4.3. Conclusiones del capítulo.....	195
Capítulo V. Relaciones entre patrimonio, turismo y artesanías en Santander	198
5.1. Santander, una economía diversificada y creciente que apuesta al turismo.....	199
5.2. El turismo de aventura en Santander ¿una apuesta competitiva?.....	204
5.3. La puesta en valor del patrimonio santandereano a través del turismo.....	210
5.4. La patrimonialización y el uso turístico de las artesanías en Santander	216
5.4.1. De los textiles prehispánicos al milagro colonial del Socorro.....	219
5.4.2. El fique: un hilo entre los Guane y la Santander del siglo XX	222

5.4.3. La proyección de las artesanías santandereanas hacia los mercados urbanos y turístico.....	225
5.4.3.1. Construyendo un valor patrimonial y turístico para la artesanía santandereana	231
5.5. Conclusiones del capítulo.....	235
Capítulo VI. Las artesanías como patrimonio y eje del turismo en Barichara, “el pueblito más lindo de Colombia”	238
6.1. Barichara, un pueblo campesino y artesano como Monumento Nacional.....	239
6.2. Gentrificación y patrimonialización: disputas entre “tierrafueras” y “patiamarillos” en la construcción del patrimonio barichara	245
6.2.1. ¿“Política cultural de mecenazgo” o “gamonalismo cultural”? la contracara de la debilidad institucional.....	250
6.2.1.1. Agentes sociales en la patrimonialización de los oficios artesanos de Barichara.	254
6.2.2. De oficios vivos y revividos: la patrimonialización de las artesanías en Barichara .	262
6.2.2.1. “Barichara, romance de piedra y barro”	265
6.2.2.2. La talla en piedra, actividad “típicamente barichareense”	270
6.2.2.3. “Es ancestral, ¿me entiende?”: Tejiendo relaciones con el pasado prehispánico ..	274
6.2.2.4. “Nos han tenido un poco olvidados”: de las ausencias y los oficios silentes	295
6.3. El turismo: “una aparición mágica” para Barichara.....	299
6.3.1. Gentrificación, expansión urbana y “destrucción” de la cultura local: ¿culpables e inocentes?.....	304
6.3.2. “Cultura y turismo aquí en Barichara están unidas”: en busca de un producto turístico.....	312
6.3.3. La artesanía en el mercado turístico de Barichara: ¿“si no hay turista no hay nada”	320
6.3.4. Hacia el turismo creativo y la puesta en valor de lo local.....	329
6.4. Transformaciones y adaptaciones del sector artesanal: entre las “artesanías de combate” y las “artesanías de diseño”	337
6.4.1. Gentrificación y modificación del mapa de actores del sector artesanal barichara	338
6.4.2. Diversificando para nuevas alternativas: la heterogeneización de la artesanía barichara	345
6.4.2.1. Nueva vida para el fique y los tejidos en fibras vegetales	347
6.4.2.2. De la tradición alfarera guane a la cerámica contemporánea.....	353
6.4.2.3. La talla en piedra: el oficio insignia de Barichara que muere de éxito.....	357
6.4.3. Apuntalando la diversificación, calidad e identidad artesanal desde el diseño	361
6.4.3.1. Apropiaciones, resistencias y “accidentes culturales”	366

6.4.3.2. Propuestas y respuestas para el fomento de la talla en piedra.....	368
6.5. Conclusiones del capítulo.....	372
Capítulo VII. Curití, un pueblo de tejedores como destino turístico de aventura	376
7.1. Curití, el “pueblo de tejedores” de fique	377
7.2. De los costales a las “artesanías”: en busca de la diversificación artesanal.....	381
7.2.1. Ecofibras, una apuesta por el fique con enfoque empresarial.....	389
7.2.2. Areagua y el camino de la asociatividad	393
7.3. Turismo, expansión e incremento de la producción artesanal	398
7.3.1. El incremento de la producción en el sector artesanal curiteño	402
7.3.2. La caída de los precios y de la calidad.....	407
7.4. La apuesta por la vía de la calidad y la diferenciación.....	413
7.4.1. Diseñar e innovar para competir.....	415
7.4.2. Controlando la calidad	421
7.4.3. Sellos, marcas y contradicciones	424
7.4.4. Emprendimiento, cultura empresarial y capacitación	428
7.5. Tejiendo una nueva relación entre turismo, patrimonio y artesanías	433
7.5.1. De la aventura a la cultura: diferenciando a Curití a través de los eventos culturales	440
7.5.2. Creando un producto de turismo artesanal: de la artesanía como industria cultural a la artesanía como patrimonio.....	445
7.6. Recapitulaciones acerca de la calidad, la innovación y la creatividad como fuentes de autenticidad	453
7.7. Conclusiones del capítulo.....	464
Capítulo VIII. Conclusiones generales	470
8.1. Las artesanías como patrimonio en el marco de nuevas economías culturales y creativas.....	472
8.2. Transformaciones de la artesanía santandereana en relación con su uso turístico y patrimonialización	480
8.3. Los desafíos de la artesanía a su categorización como patrimonio cultural inmaterial	487
8.4. Reflexiones finales acerca de los significados de la artesanía en contextos de desarrollo turístico y patrimonialización	489
Referencias Bibliográficas.....	494
Anexos	538

Índice de Figuras

Figura 1. Principales características de las industrias culturales y creativas.....	84
Figura 2. Composición del índice de competitividad de turismo y viajes del Foro Económico Mundial.....	96
Figura 3. Modelo de simplificación de la artesanía en contextos de turismo y patrimonialización.....	152
Figura 4. Modelo de complejización de la artesanía en contextos de turismo y patrimonialización.....	153
Figura 5. Ubicación de Santander en Colombia.....	199
Figura 6. Imagen publicitaria de Santander.....	207
Figura 7. Parque Nacional del Chicamocha.....	208
Figura 8. Acuaparque.....	208
Figura 9. Imagen publicitaria que denota diversificación de la oferta de turismo de aventura en Santander.....	212
Figura 10. Cañón del Chicamocha.....	215
Figura 11. Parque Cerro El Santísimo.....	215
Figura 12. Modelo parque temático Pienta.....	215
Figura 13. Divulgación de Barichara en la Red Turística de Pueblos Patrimonio de Colombia.....	216
Figura 14. Mochila guane hallada en excavación arqueológica.....	221
Figura 15. Tejido guane hallado en excavación arqueológica.....	221
Figura 16. Fachada del Museo del Lienzo de la Tierra en Charalá, Santander.....	233
Figuras 17 y 18. Interior del Museo del Lienzo de la Tierra en Charalá, Santander.....	233
Figura 19. Joya con motivo guane, elaborada por el Centro Agroturístico SENA.....	235
Figura 20. Portal de entrada al casco urbano de Barichara.....	240
Figura 21. “Hormiga culona”. Talla en piedra de Martín Galvis.....	240
Figura 22. Panorámica de Barichara.....	240
Figura 23. Mapa de ubicación de Barichara en Santander (punto rojo).....	241
Figuras 24 y 25. Taller de Papel de la Fundación San Lorenzo de Barichara.....	256
Figura 26. Fachada Escuela Taller Barichara.....	259
Figura 27. Interior Escuela Taller Barichara.....	259
Figuras 28 y 29. Construcción en tapia pisada.....	269
Figuras 30 y 31. Interior y exterior “Casa Pinto”.....	270
Figuras 32 y 33. Maestro Martín Galvis trabajando en una obra en piedra.....	272
Figuras 34 y 35. Parque de las Artes Jorge Delgado Sierra.....	274

Figuras 36 y 37. Fachada e interior del Museo Arqueológico y Paleontológico de Guane (Barichara).	277
Figura 38. Felisa Alquichire y su nieta en labores cotidianas de alfarería y tejido	278
Figura 39. “Tiestos” secándose en la casa de Felisa Alquichire	278
Figura 40. Exposición sobre trabajo alfarero – Casa de Cultura Emilio Pradilla G.	279
Figura 41. Felisa Alquichire trabajando modelado.	282
Figura 42. Medarda Torres preparando “la quema”	282
Figura 43. Artesanías de Orlando Díaz antes de la cocción.	282
Figura 44. Artesanía contemporánea de Sebastián Rueda.	282
Figuras 45, 46 y 47. Colección del proyecto de museo de Nirko Andrade (Guane)	285
Figuras 48 y 49. Taller de fique del Hogar Centro Día para la Tercera Edad.	288
Figura 50. Mochila guane prehispánica.	289
Figura 51. Mochila guane contemporánea.	289
Figura 52. Tejedoras de sombreros de jipijapa de la provincia de Neiva. Acuarela de Manuel María Paz, 1857.	295
Figura 53. Tejido de sombreros de iraca, nacuma o jipijapa.	295
Figuras 54 y 55. Trabajo de forja y ornamentación de Mario Carvajal	297
Figuras 56 y 57. Nichos de piedra en el cementerio de Barichara.	298
Figura 58. Plano y atractivos principales de Barichara.	302
Figura 59. Señalética de Barichara	303
Figura 60. Vista desde la capilla de Santa Bárbara.	303
Figuras 61 y 62. Llegada a Guane desde Barichara por el antiguo camino	303
Figura 63. Imagen promocional Urbanización Bagarí, a las afueras de Barichara.	307
Figura 64. Barrio de vivienda de interés social La Primavera.	307
Figuras 65 y 66. Listado de atributos de Barichara según taller Marga Región	313
Figura 67. Turistas visitando la capilla de Santa Bárbara.	318
Figura 68. Motocarros y turistas en Barichara	318
Figura 69. Turistas recorriendo Barichara.	318
Figura 70. Turoperador local.	318
Figuras 71 y 72. Taller y tienda Formas de Luz, de Muriel Garderet.	322
Figura 73. Tienda de artesanías curiteñas en Guane (Barichara)	327
Figura 74. Mochilas guane, alpargatas y otros productos en una venta ambulante	327
Figura 75. Sala de exhibición y venta de la Escuela Taller Barichara	327
Figura 76. Tienda de artesanías “Las Comadres”	327

Figura 77. Stand de la Red Turística de Pueblos Patrimonio en Expoartesanías 2014	328
Figura 78. Stand de la Escuela Taller Barichara en Expoartesanías 2014	328
Figura 79. Presentación de Barichara en la Web del programa “Rutas Artesanales de Colombia”	330
Figuras 80 y 81. Recorrido guiado por Diana Rojas de Expedición Extrema	332
Figuras 82 y 83. Visitas guiadas en Taller de Papel Fundación San Lorenzo	333
Figura 84. Turista en el taller de fique del Centro Día	333
Figura 85. Festival Saberes y Sabores de la Escuela Taller Barichara	333
Figuras 86 y 87. Nicodemos Virviescas y sus canastos.....	343
Figuras 88 y 89. Tienda-taller Sua-ty, de Marcela Carrasco.	348
Figura 90. “Cadenita” de producción del Taller de Papel Fundación San Lorenzo	351
Figura 91. Artesanías elaboradas en el Taller de Papel	351
Figura 92. La ceramista Nohra Sánchez.	357
Figura 93. El alfarero-ceramista Orlando Díaz	357
Figuras 94 y 95. Trabajo a mano y con cortadora. Maestro Eduardo Silva.....	360
Figura 96. Escultura, obra o arte. Maestro Martín Galvis.	361
Figura 97. Miniatura o artesanía que se vende anónimamente.....	361
Figura 98. Artesanía contemporánea o arte. Maestro Javier Martínez.....	361
Figura 99. Mapa de ubicación de Curití en Santander (punto rojo).	377
Figura 100. Panorámica de Curití.....	379
Figura 101. Fique teñido secándose al sol.....	379
Figura 102. Taller familiar en casa curiteña.	379
Figuras 103 y 104. Desfibrado y escarmenado del fique	383
Figuras 105 y 106. Tejido artesanal de costales de fique	384
Figuras 107 y 108. Individuales tejidos en fique hilado tinturado y crudo.....	387
Figuras 109, 110 y 111. Bolsos en fique crudo y tinturado, con forro y elementos en cuero y otros materiales como liencillo.	388
Figura 112. Tapete limpiapiés de fique en cabuya.	388
Figura 113. Guante de fique hilado.	388
Figuras 114, 115 y 116. Cortinas de rollo.	388
Figuras 117 y 118. Planta de producción de Ecofibras Ltda.	393
Figuras 119 y 120. Productos de Ecofibras.	393
Figura 121. Presentación de Patrocinia Pimiento en bitácora de diseño de Artesanías de Colombia.....	397

Figuras 122 y 123. Gabriel Rivero secando y torciendo fique	400
Figuras 124 y 125. Mujeres elaborando “artesanías”	401
Figura 126. Tienda de artesanías en fique	402
Figura 127. Artesanías en fique	402
Figura 128. Gabriel Rivero tejiendo tapete en telar vertical	403
Figura 129. Hilado de fique en torno eléctrico	403
Figuras 130 y 131. Tiendas de artesanías en Curití	403
Figura 132. Catálogo de hilos de Ecofibras	407
Figura 133. Hilo de Curití a la venta en Eurofique.com	407
Figuras 134 y 135. Ventas ambulantes de artesanías en Curití	410
Figuras 136 y 137. Bolso y bancos elaborados por Alix Joya	417
Figuras 138 y 139. Fotografías de archivo de Capacitaciones de Artesanías de Colombia a Ecofibras y Areagua	420
Figura 140. Proceso Ecofibras: teñido	424
Figura 141. Proceso Ecofibras: secado	424
Figura 142. Proceso Ecofibras: escarmenado	424
Figura 143. Proceso Ecofibras: hilado	424
Figura 144. Proceso Ecofibras: tejido	424
Figura 145. Tapetes sin finalizar	424
Figura 146. Diploma del Sello de Calidad “Hecho a Mano”	425
Figuras 147 y 148. Logos marca colectiva “Fique Curití” y Astecur	427
Figuras 149 y 150. Feria de carácter regional en San Gil (Santander)	431
Figuras 151 y 152. Tienda Arte y Estilo en el Parque Gallineral (San Gil)	431
Figuras 153 y 154. Stands de artesanías de Curití en Expoartesanías 2014	431
Figura 155. Espeleismo en Curití	435
Figura 156. Bus turístico llegando a Curití proveniente de Medellín	435
Figura 157. Turismos en Curití	435
Figura 158. Tuistas en Curití	435
Figura 159. Balneario Pescaderito	438
Figura 160. Basura dejada por visitantes en Pescaderito	438
Figura 161. Visitantes durante Festival de la Artesanía, la Cultura y el Turismo	443
Figura 162. “Mercasueño campesino”	443
Figura 163. Venta de artesanías en Festival de la Artesanía, la Cultura y el Turismo	443
Figura 164. Grupo de música carranguera	443

Figura 165. <i>Imagen promocional de muestra sobre Fique en Valencia.</i>	446
Figura 166. <i>Ramiro Niño, guía de Ecofibras.</i>	447
Figuras 167 y 168. <i>Visita guiada a estudiantes en Ecofibras.</i>	447
Figuras 169 y 170. <i>Demostración del proceso de transformación del fique en el Festival de la Artesanía, la Cultura y El Turismo.</i>	449
Figura 171. <i>Dibujos sobre la cultura campesina asociada al fique realizados en el marco del Convenio "Patrimonio Cultural Inmaterial desde la Perspectiva Local".</i>	451
Figuras 172 y 173. <i>Exhibición del trabajo en tiendas de artesanías.</i>	461

Dicen que este trabajo se va a acabar. Yo ora, como hace más de un año, taba sentada en una banca allá en Barichara esperando el carro ya pa venime un miércoles, y llegó una señora y se sentó al lado'e yo. Que disque había tado aquí. Le dije 'usté sí me conoció', me dijo '¿usté todavía trabaja el oficio?', y yo 'sí trabajo', 'eso no se ponga a trabajar, ese oficio se va a acabar, eso lo van a acabar, eso no se ponga a quitase la vida'. Entonces yo dije 'pues, hombre, ora se vende hasta poco', dijo 'sí, ese trabajo se acaba, eso ya no... naide lo compra ni naide hace cabeza pa eso. Eso no se ponga a trabajar'. Antonces yo le dije 'señora, pues no se sabe' -dije-, quién sabe si los que nos acabamos somos los que trabajamos, pero el trabajo quizás no se acaba -dije-, porque más que sea unos vamos muriendo, y otros van quedando pa que vayan reponiendo el trabajo.

(Ana Felisa Alquichire, "la última alfarera guane". Q.E.P.D.).

Resumen

Los productos artesanos pasaron de circular en mercados locales populares a llamar la atención de etnólogos y folcloristas, constituirse en objeto de interés turístico y conformar actualmente una importante industria creativa que los ha llevado a los mercados nacionales e internacionales. En este último giro han coadyuvado el desarrollo de la categoría de patrimonio cultural inmaterial y la inclusión en ella de la llamada artesanía.

Esta investigación se centra en las implicaciones que tienen las políticas transnacionales del turismo y el patrimonio para los sectores artesanales en espacios locales. Se indaga por la manera en que el uso turístico de las artesanías incide en su patrimonialización y cómo afecta esta relación a la dinámica artesanal de las localidades estudiadas, con especial atención a las estrategias de los artesanos para adaptarse y legitimarse en estos nuevos escenarios. Implica identificar el papel que juegan los distintos agentes sociales en dichos procesos; analizar la producción y negociación de narrativas de autenticidad; y reflexionar acerca de los significados que adquiere la artesanía en contextos de patrimonialización y desarrollo turístico.

El estudio empírico se realizó en Colombia, país cuya experiencia en el desarrollo del sector artesanal ha resultado de gran interés a nivel internacional por lograr una consolidación de la artesanía como industria creativa, con base en asociaciones con otros sectores como el diseño industrial, diseño de modas y turismo. Se centra la atención en el núcleo turístico del departamento de Santander, específicamente en los casos de Barichara y Curití, municipios que se vienen consolidando como pueblos artesanos en el mapa multicultural y turístico nacional.

Se concluye que la patrimonialización de la artesanía ha estado asociada a un proyecto económico local impulsado por agentes supra-locales en el que el turismo tiene una importancia creciente como vector que produce y reproduce valor patrimonial. Éste último, al recaer sobre oficios, materias primas y técnicas, y no sobre un canon de objetos, ha permitido una importante diversificación de la producción estimulada por la competencia en un mercado favorable a las artesanías que logran transmitir una conciliación entre tradición e innovación. Los artesanos se adaptan al nuevo contexto apropiando y reconfigurando criterios relevantes en él como los de identidad, calidad, innovación o creatividad, e implementando cambios en sus formas de producción y productos. Esta dinámica de transformación artesanal, que no ha estado exenta de conflictos intestinos, ha promovido la renovación de la artesanía como espacio productivo y simbólico a la vez, ya que su importancia en la nueva economía la transforma en un campo privilegiado para dirimir la identidad local.

Preámbulo y agradecimientos

Una tesis no es solo producto de una investigación científica, sino también de un proceso personal y profesional en el que se van disipando las incertidumbres y también las seguridades, se van ajustando las expectativas, se relevan o renuevan intereses, y al final se entiende que la tesis misma se inscribe de alguna manera en los ciclos de otras dimensiones de la vida y que su finalización no es sino una parada en un camino mucho más largo y dilatado. Además, no existe tesis alguna que no sea resultado de una decisión de vida: en mi caso, “dejar de ver los toros desde la barrera” y “meter los pies en el barro”.

Cuando terminaba mi carrera profesional me hicieron una propuesta que sería un punto de inflexión en mi vida: me invitaron a ser la conductora de una serie de televisión que realizaría la Universidad Santo Tomás de Bucaramanga, con la producción de NET Televisión, para la Televisión Regional del Oriente. La serie ya tenía nombre, aunque su contenido estaba poco claro: se titularía “Por los Caminos del Gran Santander”. El nombre daba para mucho, pero yo quise ser bastante literal y propuse al director del Departamento de Comunicaciones y a los productores de la serie invitar como asesor de contenidos a Emilio Arenas, sociólogo que venía publicando sus planteamientos acerca de la ocupación histórica del territorio de Santander en líneas de poblamiento que iban dejando como testimonio a los antiguos caminos “reales” y a las carreteras que unieron y unen los poblados de la región.

En la medida en que penetrábamos hasta los rincones más alejados del nororiente colombiano fui interesándome más por un tema que surgía por doquier: el empeño por desarrollar el turismo como una de las pocas alternativas que le quedaban a las localidades para subirse al bus del “progreso” y, a la vez, para que las “tradiciones” locales no desaparecieran. Todos parecían estar de acuerdo: alcaldes, concejales, habitantes locales - antiguos y recién llegados-, empresarios y microempresarios, funcionarios y asesores de las entidades estatales nacionales... hasta el punto de que yo misma llegué a convencerme de ello. No obstante, los ritmos de producción del programa no permitían profundizar en los distintos casos de interés que surgían por aquí y por allá.

Le propuse entonces a las directivas de la Universidad Santo Tomás de Bucaramanga apoyarme para iniciar un recorrido académico con miras a investigar el fenómeno y aportar, desde la institución, al desarrollo de un turismo sostenible en Santander, ya que comenzaban a ser claras las evidencias de los impactos negativos -al menos en cuanto a medio ambiente- del modelo de desarrollo turístico adoptado por el departamento, basado en el turismo de aventura. Desde mi punto de vista, resultaba relevante aportar desde la interpretación del patrimonio y del paisaje cultural, en una tierra plagada de caminos empedrados, pueblos “coloniales” y con una historia convulsa y

relevante en el contexto latinoamericano. Fue así como llegué al Máster en Turismo y Mediación Didáctica del Patrimonio del CETT - Barcelona School of Tourism, Hospitality and Gastronomy, donde inicié el recorrido que hoy cumple uno de sus principales hitos con la finalización de esta tesis doctoral.

Por supuesto, una vez en Barcelona, y ya en un entorno reflexivo que ponía en cuestión aquellas seguridades, fui viendo la necesidad de acotar las preguntas si es que quería llegar a alguna respuesta. Ese tramo me tomó tiempo porque desde mi mirada periodística tenía decenas de temas en el tintero, pero con la ayuda de mis profesores y compañeros fui centrando la investigación en los oficios artesanos y su relación con el turismo y con el concepto de patrimonio cultural inmaterial bajo el enfoque que ha quedado plasmado en este documento. Dicho esto, el siguiente paso es entrar a agradecer a quienes hicieron posible esta tesis.

En primera instancia, quiero dar gracias a mi director de tesis, Dr. Jordi Tresserras Juan, quien, con su bagaje a lo largo y ancho del mundo -el cual le ha permitido conocer gran número de experiencias de desarrollo turístico basado en el patrimonio cultural- me ayudó a aterrizar mis ideas -dejando de lado ilusiones inoportunas- y tener en cuenta nociones que resultaron ser fundamentales, como la de la economía creativa. También agradezco inmensamente al Dr. Xavier Roig i Ventura, quien fue mucho más que un tutor y se interesó siempre por ayudar a mejorar el trabajo investigativo estirando en muchas ocasiones su jornada laboral para darme oportunos consejos.

Extiendo mi agradecimiento a los demás profesores del Máster en Gestión del Patrimonio Cultural y del Doctorado en Sociedad y Cultura: Historia, Antropología, Arte y Patrimonio, de la Universitat de Barcelona. En especial, al Dr. Lluís Bonet i Agustí, a la Dra. Margarita Díaz-Andreu y al Dr. Llorenç Prats, quien, no obstante su jubilación, ha sido un maestro siempre presente. También a mis compañeros de ambos programas, especialmente a Yadur González, Raquel Nériz, Juan Manuel Amórtegui, Diana Cumbalaza, Omar Guzmán y Daniel Aquino, quienes no sólo fueron los mejores interlocutores para construir esta tesis, sino que sembraron de momentos inolvidables esta etapa de estudios. Sé que la vida sigue, y las amistades también.

Ahora quiero pasar a Colombia, específicamente a Santander, y agradecer, en primera instancia, a los habitantes de Barichara, Curití y Charalá, y sea esta la ocasión para lamentar el haber tenido que excluir el caso de este último municipio por temas de factibilidad. Las personas que en cada uno de estos pueblos abrieron su puerta, bien fuera para concederme una entrevista, brindarme información o ayudarme en temas logísticos,

construyeron esta tesis. Algunos fueron apoyo en todos los sentidos, y por eso quiero agradecer especialmente a José Raúl Moreno, Muriel Garderet, Luis Eduardo Mejía, Alexander Jiménez y Diana Rojas, en Barichara; a Alix Joya, Patricia Pimiento y Mary Rueda en Curití; a Guillermo Rosales y las artesanas de Corpolienco en Charalá; y a la profesora Esperanza Rodríguez, en San Gil. Igualmente quiero agradecer a mis antiguos compañeros de *Por los Caminos del Gran Santander*, con quienes inicié este viaje, y, en Chile, a Oscar Ulloa, quien dedicó parte de su escaso tiempo a leer y corregir esta tesis antes de darla por terminada.

Por último, están los que siempre están, los que no han cesado nunca en su apoyo, los que han sufrido, disfrutado y trasnochado con cada traspíe, retroceso y avance: mi familia. Agradezco a mi esposo, Roberto, quien me animó a iniciar, continuar y culminar esta tesis, y me ha prestado todo su apoyo, en todo sentido, para hacerlo. A mi hijo Octavio, quien ni siquiera tiene aún conciencia de que llegó al mundo a darle un nuevo y definitivo sentido a esta investigación y a todos mis esfuerzos. A mis padres, hermanos, Tere y Luciana, quienes con su amor han soportado cada letra de este documento e iluminan siempre el mejor camino a seguir en cada bifurcación. Y a toda mi gran y bella familia, la de sangre y la adoptiva en Chile, la que incluye a mis amigos de la vida, la cual me hace sentir tan afortunada como para no temer al fracaso.

Capítulo I. Presentación de la investigación

1.1. Introducción

Patrimonio, turismo y artesanías conforman actualmente una asociación que se ha naturalizado y parece indisoluble en el contexto global de desarrollo de la economía cultural. No obstante, esta relación se ha entretejido en la medida en que han variado las nociones o conceptos sobre los que se fundamenta cada uno de los tres campos y se ha fortalecido en tanto en cuanto los lazos resultan funcionales para los intereses de los actores involucrados en cada uno de ellos.

La representación de la artesanía como una actividad propicia para la generación de alternativas de desarrollo económico en países del sur global (Barrera & Quiñones, 2006) se retroalimentó con su constitución en objeto de interés turístico durante la década de 1960 con la expansión de la llamada “periferia del placer” (Turner & Ash, 1991), y como parte de la reacción de la sociedad occidental contra la producción “fordista” (Boltanski & Chiapello, 2002). Posteriormente, la refrendación de su valor cultural -hasta el momento circunscrito al ámbito de los estudios del folclor y trabajos etnográficos- en la categoría globalmente institucionalizada de Patrimonio Cultural Inmaterial (PCI), concretó una suma de factores que vinieron a potenciar el desarrollo de la artesanía como industria cultural y creativa (Vacheron & Vetrare, 2009). Esto ha implicado transformaciones, no solo en los productos artesanales, sino también en las condiciones o contextos en que se desenvuelven los artesanos al enfrentarse a nuevos mercados urbanos y turísticos que son fundamentalmente distintos a los rurales y populares en que solían circular este tipo de productos (Ariel De Vidas, 2002; García Canclini, 1982; Khan & Amir, 2013; Lauer, 1989; Novelo, 1999).

Esta investigación se centra en las implicaciones que tienen las políticas transnacionales del turismo y del patrimonio cultural para los sectores artesanales en espacios locales, con especial atención a la transformación de productos y procesos productivos, así como a la legitimación de las artesanías y los artesanos entendida como construcción de “autenticidad”. Esto supone indagar por los procesos mediante los cuales las artesanías adquieren su estatus patrimonial y se integran a la oferta turística, así como por los criterios que median en estos fenómenos y las relaciones que pueden establecerse entre ellos. También supone determinar el papel de los distintos agentes sociales en la configuración de estos procesos, ya que la consideración de las artesanías y oficios artesanos como manifestaciones del patrimonio cultural inmaterial ha involucrado en el ámbito artesanal a nuevos actores no relacionados directamente con la producción o comercialización, con las correspondientes tensiones que ello supone. Igualmente, se hace necesario observar las formas de adaptación de los artesanos a estos nuevos contextos,

especialmente en cuanto a su legitimación, lo que supone prestar atención a la producción y negociación de narrativas de identidad, y comprender las dinámicas de cambio del sector artesanal. Por último, interesa reflexionar acerca de los significados que adquiere la artesanía en el contexto de estos procesos.

En correspondencia con estos objetivos, la vertiente antropológica adquiere gran relevancia y determina el enfoque metodológico, específicamente la antropología del turismo y del patrimonio, si bien para la construcción del marco teórico se revisan conceptos y líneas de discusión provenientes de distintas disciplinas. De esta manera, se trata de una investigación de carácter cualitativo que parte de un análisis de los lineamientos internacionales y de las políticas nacionales y regionales de turismo, patrimonio y artesanías que afectan a los casos de estudio, y utiliza herramientas etnográficas para abordar el tema de investigación desde la perspectiva de apropiación e interpretación que hacen los actores locales de estas lógicas. Esto es consecuente con la manera en que se abordan conceptualmente los ámbitos temáticos centrales de esta investigación.

Por una parte, el turismo, más que como una industria o una práctica social, se aborda como un “hecho social total” (Mauss, como se citó en Hernández-Ramírez, Pereiro & Pinto, 2015, p. 281) que media en las áreas menos tangibles del quehacer humano (Capanegra, 2010; Hernández-Ramírez, 2006) y en la significación y organización de los territorios (Aledo, 2016; Nogués-Pedregal, 2003, 2006). El patrimonio, por su parte, y siguiendo una perspectiva ampliamente aceptada en la antropología, es entendido aquí como una construcción social, de manera que se comprende que ciertos elementos adquieren o no valor patrimonial en función de un contexto sociocultural específico, por lo que se hace indispensable estudiar los procesos de patrimonialización en relación con los sistemas sociales, económicos y políticos en los que están inmersos. Asimismo, identificar las formas en que estos bienes patrimoniales son usados y resignificados en el presente, al igual que los conflictos derivados de la multiplicidad de sentidos y usos que son asignados a estos bienes (Arrieta, 2006, 2010; Davallon, 2002, 2010; Kirshenblatt-Gimblett, 2001; Prats, 1997; Roigé & Frigolé, 2010; Van Geert, Roigé & Gonget, 2016).

En cuanto a la artesanía, teniendo en cuenta la variedad de definiciones que barajan las disciplinas interesadas en ella, y siguiendo las recomendaciones de Victoria Novelo (1999), interesa aquí partir de la indefinición para explorar las nociones y representaciones sociales que sobre ella tienen artesanos y agentes patrimoniales y turísticos, identificando cómo estos actores determinan las fronteras de lo artesanal y definen las formas de producción local y sus productos. Lo anterior, siempre bajo la premisa de que, para su

estudio, las artesanías no deben abordarse como objeto acabado o “esencializado” (Cardini, 2008, Resumen, para. 2), sino como un proceso que comprende dimensiones económicas, culturales, sociales e, incluso, políticas, que se articulan en un circuito de producción, distribución y consumo (Aguilar, 1999; Ariel De Vidas, 2002; Cardini, 2008; García Canclini, 1982; Lauer, 1989; Novelo, 1976, 1999).

En consecuencia, se propone una investigación principalmente sincrónica, centrada en la red de significaciones que se teje en el presente en torno al sistema que se estructura entre los ámbitos artesanal, patrimonial y turístico en cada una de las localidades estudiadas, y la forma como esta red incide en las dinámicas de cambio del sector artesanal. No obstante, se entiende que estos significados están asociados a procesos histórico-sociales locales y supra-locales, y que el estudio de la artesanía debe atender siempre a la especificidad de estos procesos para comprender las condiciones contemporáneas del artesanado (Lauer, 1989).

Debido a esto último, esta investigación busca reconstruir los procesos de desarrollo turístico, patrimonialización y fomento del sector artesanal vividos en las últimas décadas en Colombia, país donde se localiza el estudio empírico y cuya experiencia en el desarrollo del sector artesanal ha resultado de gran interés a nivel internacional por lograr una consolidación de la artesanía como industria cultural y creativa, con base en asociaciones con otros sectores como el diseño industrial, diseño de modas y turismo (Craft Revival Trust, Artesanías de Colombia & Unesco, 2005; Barrera & Quiñones, 2006; Unesco, 2009). Estas asociaciones permitieron al estado colombiano dar origen y consolidar proyectos como el Programa Nacional de Cadenas Productivas en el Sector Artesanal, seleccionado en el concurso Experiencias en Innovación Social, de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe de las Naciones Unidas (Cepal); el Laboratorio Colombiano de Diseño y Artesanías, experiencia que está siendo replicada por otros países; y Expoartesanías, la feria artesanal más grande de Latinoamérica. Todos ellos impulsados y organizados por Artesanías de Colombia S.A., una entidad que se ha consolidado como ejemplo internacional para lograr una creciente participación del rubro artesanal en las economías nacionales.

El contexto colombiano también resulta interesante porque, a la vez que el país mantiene elementos en común con la mayoría de los países latinoamericanos e iberoamericanos en cuanto a institucionalidad y marco legislativo para el ámbito cultural (García, 2007), el proceso particular de evolución de la política pública en las últimas dos décadas permite rastrear los canales de aproximación -y, como se verá, de subordinación- entre los ámbitos cultural, artesanal y turístico. Como en otros países latinoamericanos, la vigente Constitución Política de Colombia, promulgada en 1991, inauguró el

multiculturalismo como un nuevo marco para la construcción de nación, desplazando intereses sociales hacia la reivindicación de la diversidad cultural y reemplazando demandas sociales por demandas culturales (Chaves, Montenegro & Zambrano, 2010, p. 19).

Desde la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial adoptada por la Conferencia General de la Unesco en 2003, y durante un período en el que se sucedieron los gobiernos neoliberales de Álvaro Uribe y Juan Manuel Santos, este giro se ha ido traduciendo en procesos de patrimonialización de manifestaciones inmateriales de la cultura, lo que se relaciona estrechamente con una apuesta por el turismo como sector impulsor del desarrollo económico nacional (Chaves, Montenegro & Zambrano, 2014; Montenegro, 2013) y el posicionamiento de una nueva imagen de Colombia en el panorama internacional con base en el aprovechamiento de la diversidad biológica y cultural-étnica (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo [MinCIT] & Departamento Nacional de Planeación [DNP], 2014). Como resultado, han surgido programas institucionales que también se han convertido en referencias para otros países latinoamericanos, como la Red Turística de Pueblos Patrimonio de Colombia y las rutas artesanales asociadas.¹

En términos de patrimonio cultural inmaterial, la institucionalidad pública colombiana se ha interesado principalmente por las manifestaciones culturales de los grupos étnicos y comunidades afrodescendientes del país (Van der Hammen, 2014), de manera que también se hace más fácil encontrar investigaciones al respecto de los impactos de las políticas transnacionales del patrimonio y del turismo en estos contextos (Chaves et al., 2014). En consecuencia, la llamada ahora “cultura campesina”, que lleva asociadas manifestaciones como la artesanía “tradicional” (Departamento Nacional de Planeación [DNP], 2007a, p. 14), aparecen con menos recurrencia cuando se trata de estos temas de estudio. Emergen, entonces, con particular interés, casos como el Barichara, conocido mediáticamente como “el pueblito más lindo de Colombia”, el cual cuenta con uno de los centros históricos mejor conservados del país y es destacado en la Red Turística de Pueblos Patrimonio como un pueblo de oficios artesanos vigentes y dinámicos (MinCIT & Fondo de Promoción Turística, s.f.). Con estos atributos, Barichara se ha convertido en una pieza fundamental para la diversificación de la oferta en el llamado núcleo turístico del departamento de Santander, el cual se inició como destino de turismo de aventura, único en el país.

¹ A su vez la experiencia de la Red Turística de Pueblos Patrimonio de Colombia se basó en el modelo de los Pueblos Mágicos de México y Pueblos Blancos de Cádiz. El Dr. Jordi Tresserras Juan, director de esta tesis, participó en la reunión en Santa Fe de Antioquia en la que tomó forma el proyecto de la red en Colombia.

Llama la atención, sin embargo, que en este mismo núcleo, a solo 33 km de Barichara, se encuentra Curití, un poblado mucho más destacado en los programas de Artesanías de Colombia, el cual es designado y se autocalifica como la “cuna de la artesanía en Santander”. Ambos casos resultan disímiles ya que difieren en los productos artesanales que elaboran, así como en las formas de organización y complejidad del sector artesanal, y se trata de poblaciones con distintas estrategias, posicionamiento y afluencia turística, en las que, además, los procesos de patrimonialización han tenido dinámicas muy distintas. Esta diferencia permite abordar el tema de investigación manteniendo la riqueza del enfoque cualitativo en cuanto a la relevancia de los contextos específicos para el contraste de la teoría con las referencias empíricas.

Por otra parte, cabe destacar que la región específica de estudio, es decir el núcleo turístico de Santander, se traslapa en buena parte con el que fuera en la época colonial el distrito de producción artesanal más importante del Nuevo Reino de Granada, y, debido a ello, una de las zonas más prósperas de este territorio (Álvarez, 2006; Arenas, 1998; Bayona & Raymond, 1987; Martínez, 1999). Esta economía artesanal alcanzó el carácter de manufactura y estuvo vigente hasta finales del siglo XX, cuando sufrió un tardío, pero duro golpe, derivado de la industrialización del país (Álvarez, 2006; Raymond, 2013). Resulta interesante indagar cómo se reconfigura actualmente el sector artesanal teniendo en cuenta la importancia de las nociones de autenticidad, tradición e identidad en la legitimación de las artesanías -tanto en el discurso patrimonial como turístico- en un territorio cuya práctica artesanal se transformó tempranamente en manufactura, y estaba inmerso desde la colonia en el comercio interregional y trasatlántico.

El presente estudio se inscribe en la línea de investigación de Gestión de la Cultura y el Patrimonio del Doctorado en Sociedad y Cultura: Historia, Antropología, Arte y Patrimonio, de la Universitat de Barcelona. El origen de la propuesta reside en los hallazgos de la investigación titulada *El Patrimonio como Espacio de Conflicto: Tensiones en la Construcción del Patrimonio Cultural Inmaterial en Barichara – Colombia* (Cote, 2012), realizada como tesis para la finalización del Máster en Gestión del Patrimonio Cultural en la misma universidad. Este trabajo indagaba por las tensiones y conflictos derivados de la patrimonialización de lo inmaterial -concretamente de los oficios artesanos- en el espacio local de Barichara. Permitted observar la complejidad del mapa de actores relacionados con estos oficios, derivada del posicionamiento de Barichara en el panorama nacional a raíz de su declaratoria como Monumento Nacional y su activación turística. Específicamente, se detectaron tensiones y conflictos en torno a la legitimación de los oficios artesanos activados como patrimonio cultural y a la forma cómo están siendo intervenidos en la

dinámica de desarrollo del turismo. El propósito fue dar el paso de una fase exploratoria a una más analítica, centrando el foco en los oficios más afectados por las intervenciones patrimoniales y turísticas, y ampliando los casos de estudio al incluir otro municipio del núcleo turístico de Santander que no solo resultaba de gran interés, sino que favorecía la contrastación para enriquecer las conclusiones.

Esta tesis se estructura en siete capítulos, más un capítulo de conclusiones generales, siendo el presente el primero, en el cual se presenta el problema de investigación, se revisa brevemente el estado de la cuestión que habrá de complementarse en los siguientes capítulos, se plantean las preguntas y las hipótesis o supuestos de investigación, así como los objetivos, y se exponen los aspectos metodológicos que permitieron el desarrollo del trabajo.

Debido a que las artesanías, en el enfoque que aquí interesa, se encuentran en una especie de intersección entre los ámbitos cultural-patrimonial, turístico y el propiamente artesanal como subsector productivo, en los capítulos dos y tres, correspondientes al marco teórico, se tratan ciertos conceptos relativos a cada uno de ellos desde el enfoque antropológico con el cual se aborda el tema de investigación y se retoman ciertas líneas de discusión teórica que se presentan en el estado del arte incluido en el presente capítulo. En este sentido cabe señalar que ha sido necesario revisar, desde la teoría, los procesos que han permitido el acercamiento entre los tres campos en cuestión, así como los factores que han favorecido la patrimonialización y el uso turístico de las artesanías para su consolidación como industria cultural y creativa.

En el primer capítulo, en cuanto al ámbito del patrimonio cultural, se tendrán en cuenta especialmente sus conceptualizaciones como construcción social (Arrieta, 2006; Prats, 1997; Roigé & Frigolé, 2010), hecho institucional (Davallon, 2002, 2010) y producción cultural (Kirshenblatt-Gimblett, 2001), lo cual implica dar el paso a analizar y adoptar el concepto de patrimonialización, profundizando en las discusiones sobre las implicaciones del surgimiento y uso del concepto de patrimonio inmaterial. En esta vertiente será necesario también detenerse en la relación entre patrimonio e identidad y entre patrimonio, mercado y economía cultural, por la importancia que tiene esta relación en el giro semántico que ha vivido el concepto de patrimonio y el posterior análisis de las artesanías.

En cuanto al turismo, se retomará la complejidad que supone su definición debido a la variedad de las disciplinas que lo abordan y que lo entienden como una actividad humana, una cadena productiva, un sistema, una industria, un sector económico o un fenómeno

social, para derivar posteriormente en las propuestas teóricas que lo tratan como un “hecho social total” (Hernández-Ramírez, 2006) y un contexto que se constituye a partir de su presencia física y simbólica, y que media en la significación del lugar y de todas las prácticas sociales (Nogués-Pedregal, 2003, 2006).

Seguidamente, en el segundo capítulo, se profundizará en las discusiones teóricas que se han dado para la definición de la artesanía y lo artesanal; se estudiará la forma en que la artesanía llega a consolidarse como un recurso para el desarrollo económico y las industrias culturales y creativas, especialmente desde la óptica de entidades internacionales y de cooperación; y se analizará el proceso seguido para el ingreso de la artesanía en la categoría de patrimonio cultural inmaterial, lo cual deviene en un aporte de esta investigación ya que no abundan los trabajos que se detengan en ello. Así mismo, se abordarán los criterios y formas de inserción de la artesanía en el turismo y la economía cultural y creativa, y se analizarán las implicaciones que esta ha traído para la construcción de la autenticidad de las artesanías y las transformaciones del sector artesanal.

En cuanto al contexto colombiano, correspondiente al cuarto capítulo, se hace énfasis en el marco institucional y la manera como en él se han subordinado las políticas culturales y patrimoniales a las económicas y turísticas en un marco en el que se enfatiza en la competitividad y productividad. Por su parte, el estudio de las políticas artesanales aportado por esta investigación deja en evidencia la tarea múltiple y a veces contradictoria de las artesanías como actividad productiva llamada a jugar un papel en el crecimiento económico y las exportaciones del país; como baluarte para la defensa de tradiciones culturales; y como componente de desarrollo de proyectos turísticos, especialmente de turismo cultural y creativo.

Lo anterior constituye la primera parte de la investigación, que provee las herramientas teóricas y de contexto para pasar al análisis de casos en el área de estudio del núcleo turístico de Santander. En el Capítulo V se describirá el proceso que llevó del auge a la decadencia al sector artesanal santandereano entre los tiempos de la colonia y el siglo XX, para pasar a un análisis de los factores que hicieron que la artesanía tomara un nuevo aire al comenzar el siglo XXI. Esto conlleva estudiar el proceso de desarrollo turístico del territorio, el cual ha implicado también una transformación importante: pasar de ser el destino de turismo de aventura por excelencia en Colombia, a una diversificación de la oferta en la cual destaca el turismo cultural como una apuesta importante. Cómo han venido a unirse ambos procesos, es algo que se buscará esclarecer en este primer capítulo.

En el capítulo siguiente se ahondará en el análisis del caso Barichara. Este lugar, donde los oficios artesanos muestran hoy una gran vitalidad, pasó de ser un espacio de inspiración para unos pocos migrantes del ámbito académico, cultural y creativo, a convertirse en sitio de residencia temporal o definitiva de un número creciente de urbanitas con intereses diversos que incluyen el desarrollo del turismo y el negocio inmobiliario, presentando un proceso de gentrificación en el que nativos y foráneos se representan agrupados en dos categorías: los “patiamarillos” y los “tierrafueras”. Estos últimos han jugado un papel determinante en los procesos de patrimonialización de la cultura local y han fortalecido la economía cultural del pueblo y retroalimentado su proyecto turístico. En este capítulo se reconstruyen los procesos de patrimonialización de los oficios artesanos y de su integración en la oferta turística, con atención a la diversificación de las nociones de autenticidad y la construcción de narrativas de identidad por parte de agentes culturales, turísticos y artesanos, y se estudia la forma en que todo ello ha incidido en la transformación de las artesanías y del sector artesanal.

En el Capítulo VII, correspondiente al caso de Curití, se reconstruye el proceso de heterogeneización de las artesanías y de reconversión del sector artesanal desde la década de 1980 hasta el presente, con especial atención a las vías o ejes de transformación artesanal; se indaga por los significados que los artesanos adjudican a estos cambios; y se analiza la relación de estos procesos de transformación con el desarrollo turístico de la región y el municipio -enfocados ambos en el turismo de aventura- y con los incipientes procesos de patrimonialización de la cultura campesina local y las artesanías. En este marco se observa, al igual que en el caso de Barichara, la construcción de narrativas de identidad artesanal y la diversificación de nociones de autenticidad, principalmente entre actores del mismo sector artesanal, actores locales de los ámbitos cultural y turístico, y agentes de la política nacional de desarrollo artesanal y de salvaguardia del patrimonio inmaterial. Se pone atención sobre los conflictos intestinos del sector artesanal derivados de estos procesos.

Comprender las implicaciones de la patrimonialización y el uso turístico del trabajo artesanal resulta de gran relevancia considerando que las artesanías representan alrededor de una cuarta parte de las microempresas de los países en vía de desarrollo (MinCIT & Artesanías de Colombia, 2009, p. 5). Además, porque la artesanía ha sido el espacio de refugio económico de grupos vulnerables y minoritarios -la mujer cabeza de familia, el campesinado empobrecido o pueblos indígenas- que han encontrado en ella una fuente de ingresos en un escenario global de creciente interés por lo local (Khan & Amir, 2013; Organización Mundial del Turismo [OMT], 2008, 2013). Decisiones institucionales y de la

empresa privada de buscar mayor rentabilidad para el sector cultural a través de la asociación de la artesanía con otras áreas como el diseño, han favorecido una rápida inserción de las artesanías en la economía cultural y los mercados urbanos y turísticos sin que se previeran y analizaran las posibles consecuencias para los espacios locales (Barrera & Quiñones, 2006).

Quienes fomentan esta inserción parten de la premisa de que la relación turismo - patrimonio inmaterial favorece el fortalecimiento de las artesanías y los oficios artesanos, considerándola una alternativa de viabilización de estas formas de vida dentro del actual panorama socioeconómico mundial, más allá de las transformaciones en diseños, técnicas y formas de organización de la producción (OMT, 2008, 2013; Uribe, 2012). No obstante, es necesario esclarecer las implicaciones de los procesos de patrimonialización y los diversos usos turísticos que se le pueden dar a los productos y oficios artesanos, más cuando el turismo creativo plantea que esta relación no se limite a la compraventa de productos artesanales sino que implique un encuentro cultural y un diálogo de conocimientos globales y locales (Richards, 1999a). Esto supone, también, alejarse de la condena fácil a la mercantilización de las artesanías para explorar los nuevos sentidos que cobra este tipo de producción en el marco de las movilidades contemporáneas (Ariel De vidas, 2002).

1.2. Planteamiento del problema

Para ubicar el enfoque y los objetivos que guían esta investigación se hace necesario revisar antes cómo viene a componerse el tema de estudio desde tres vertientes principales de discusión teórica aportadas básicamente por la antropología: las representaciones de la artesanía, especialmente en el ámbito latinoamericano; los estudios sobre impactos del turismo en el sector artesanal; y el interés de los antropólogos por determinar el papel de las artesanías en la construcción del patrimonio cultural inmaterial y las narrativas de identidad local. La revisión del estado de la cuestión se realiza aquí de manera general, pues en los apartados teóricos se retomarán las líneas de discusión más relevantes para este estudio.

1.2.1. Estado de la cuestión y enfoque de la investigación

Pese a la referida naturalización de la relación entre artesanías, patrimonio y turismo en el desarrollo de la economía cultural y creativa global, no abundan los estudios que integren estos tres ámbitos en sus análisis. De hecho, la OMT (2013) manifiesta su

preocupación porque el mundo académico, y en especial el de las ciencias sociales, ha mostrado escaso interés por investigar la relación entre turismo y patrimonio cultural inmaterial. Cabe decir, sin embargo, que desde la antropología del turismo se ha realizado un importante esfuerzo por observar los impactos del turismo en prácticas culturales como la artesanía, línea de discusión que se inició en la década de 1970 y ha sido quizás la más desarrollada de las que aquí se abordan. Por su parte, desde la antropología del patrimonio se han privilegiado temas como el papel que han venido a jugar las artesanías, resignificadas en su nueva categoría de PCI, en la construcción de identidades, especialmente étnicas. Estos estudios, sin embargo, no suelen ahondar en las repercusiones que tienen los procesos de patrimonialización en los aspectos más productivos de la práctica artesanal.

Así, es conveniente comenzar por señalar que, en líneas generales, aunque las artesanías constituyen un objeto de estudio prolífico para analizar la intersección entre economía y cultura, tradicionalmente los estudios se han ubicado desde dos enfoques polarizados que las simplifican: el “culturalista” y el “economicista” (Ariel De Vidas, 2002; Lauer, 1989). El enfoque economicista tiende a centrarse en las dimensiones productivas de la actividad artesanal y concibe la artesanía como una forma de producción precaria que debe ser modernizada y adecuada al mercado en términos de rendimiento y calidad, ya que la considera una actividad nacida de la necesidad material de un grupo social tradicional, en respuesta a una demanda proveniente de una sociedad global (Ariel De Vidas, 2002, p. 50). Este enfoque, como señala Lauer (1989), es de preferencia institucional y expresa la identidad que existe entre el interés estatal y la perspectiva comercial. Suele justificarse en potenciales beneficios del fomento artesanal, como la capacidad de la artesanía para la generación de empleo, la baja inversión per-cápita que se requiere en relación con el alto valor agregado que se logra, o la alta participación de la mujer y sectores vulnerados de la sociedad (Khan & Amir, 2013, p. 24). Suelen estar ausentes de estos estudios reflexiones en profundidad sobre el medio comunitario y el papel que juegan las artesanías en los mecanismos culturales de un área o una comunidad (Limón, 1982).

El enfoque culturalista, que puede considerarse más antiguo que el anterior (Lauer, 1989), parte de una concepción de la artesanía como producto precapitalista, principalmente utilitario, realizado con técnicas tradicionales manuales, con una fuerte carga simbólica para el grupo productor y destinado a un mercado local y rural (Ariel De Vidas, 2002). Este enfoque se originó principalmente en la antropología y la etnología, que durante decenios fueron las únicas disciplinas interesadas en la artesanía, privilegiando sus aspectos formales o externos y prescindiendo con frecuencia del análisis de las dimensiones más productivas de la actividad. Aunque la antropología, en general, asumió la asimilación

de lo externo como algo característico de la artesanía y pasó a preocuparse más por el sentido y la dinámica del cambio (Lauer, 1989, pp. 68-69), han persistido enfoques folcloristas que consideran la artesanía como “emanación de un patrimonio cultural inmutable” (Ariel De Vidas, 2002, p. 10).

Esta polarización entre enfoques culturalistas y economicistas, para el caso de Latinoamérica, se debe a diversos factores: definiciones de la artesanía que parten de intereses específicos y chocan con la complejidad del sector en el continente; el enfoque en una sola faceta o dimensión del fenómeno; y la concepción de la artesanía como resultado u objeto acabado, y no como proceso (Novelo, 1976, 1999; García Canclini, 1982; Lauer, 1989; Ariel De Vidas, 2002). Es por ello que en la región la antropología social y económica han desarrollado su interés por la artesanía ubicando el fenómeno dentro de su efectiva dinámica social, buscando mantener una visión integral de lo artesanal en que se observen articulados los momentos productivos, comerciales y de consumo (Lauer, 1989). De esta manera, se ha pasado del énfasis en el objeto acabado a la producción -en un sentido amplio-, lo que incluye considerar factores comerciales, culturales e ideológicos (García Canclini, 1989, p. 40), y se ha entendido la artesanía como un proceso que no es sólo cultural sino también económico, político y social (Cardini, 2008). En consecuencia, diversos autores plantean la necesidad de abordar como eje central de la artesanía todo el circuito de Producción-Distribución-Consumo (Aguilar, 1999; Ariel De Vidas, 2002; García Canclini, 1982; Lauer, 1989; Novelo, 1976, 1999), ya que su comprensión “permite integrar a los productores y los consumidores, las formas de producción y de circulación, así como las interacciones entre lo material y lo simbólico y entre lo intracultural y lo intercultural” (Ariel De Vidas, 2002, p. 10).

Desde este enfoque se resalta la importancia de entender de qué manera la artesanía se hace complementaria a un capitalismo latinoamericano no uniforme (Lauer, 1982, p. 67) o “subdesarrollado” (Novelo, 1999, p. 166), cómo se articula a él, y descifrar las estrategias de este mismo capitalismo para apropiarse aquello que parece hacerle resistencia (García Canclini, 1982). Aguilar (1999), por ejemplo, propone que el estudio de las artesanías debe tratar de comprender su carácter dinámico: cómo se han insertado en los distintos modos de producción en la historia, las distintas modalidades de trabajo que han aparecido, y las variantes y razones de su desaparición o intensificación, teniendo siempre presente que “lo verdaderamente importante ha sido la adaptación de estas formas de producción al sistema capitalista” (p. 135).

Desde la década de 1970 Victoria Novelo ha hecho énfasis en que este enfoque demanda estudios empíricos que partan de la “indefinición” de la artesanía y privilegien la

identificación de formas y condiciones de producción en el marco de sistemas más amplios (Novelo, 1976). Para Lauer (1989), este enfoque, además, plantea la necesidad de relacionar permanentemente el término genérico “artesanía” con sus variadas realidades concretas, lo que implica ver la evolución de la artesanía a partir de cada uno de los espacios específicos de producción y supone considerar siempre el proceso histórico-social que ha dado lugar a las condiciones contemporáneas de los oficios, pues no es lo mismo estudiar la artesanía realizada por grupos étnicos aislados de los circuitos comerciales, que aquella que ha estado inserta en el mercado desde tiempos prehispánicos.

En este marco general, algunas líneas de discusión resultan de mayor interés para la presente investigación. En cuanto a la incidencia del turismo en la artesanía, disciplinas como la antropología, la sociología, la historia y el diseño industrial, se han interesado por discutir los impactos del turismo tanto en los productos artesanales como en los grupos productores, dándose desde muy temprano un énfasis en el debate sobre si el turismo lleva a la pérdida de autenticidad y de significado de las artesanías, o si, por el contrario, es un nuevo mercado que ayuda a revitalizar las tradiciones dotándolas de nuevos sentidos. Las últimas décadas del siglo XX fueron un período de auge para esta discusión, resaltando la polaridad entre quienes encontraron en sus etnografías que el turismo favorecía el fortalecimiento de los oficios artesanos, y quienes lo responsabilizaban por el declive de la calidad y la pérdida de autenticidad de los productos artesanos locales (Cohen, 1988, 1993a, 1993b; Deitch, 1992; De Kadt, 1991; Graburn, 1967, 1976, 1984; Greenwood, 1992; Jules-Rosette, 1984, 1986; Mathieson y Wall, 1990; Richter, 1978; Santana, 1997). Estos debates, que se han proyectado hacia el siglo XXI, incluyen análisis no solo sobre los cambios formales en los productos artesanales, sino también en los tiempos, espacios y formas de organización de la producción, y en el significado de los objetos y oficios, (Ariel De Vidas, 2002; Brulotte, 2009; Cochrane, 2009; Fischer, 2011; Lagunas, 2010; Khan & Amir, 2013; Wherry, 2006).

La evolución de las discusiones teóricas acerca de los impactos sociales y culturales del turismo, así como la complejización del concepto de “autenticidad” en contextos turísticos (Bruner, 2005; Cohen, 1988; MacCannell, 2003; Wang, 1999; Wherry, 2006), determinaron el rumbo que tomaron las teorizaciones sobre el impacto del turismo en la artesanía. Los investigadores de las ciencias sociales pasaron de ver el turismo como un agente destructor de culturas, a señalar que no existe un impacto homogéneo, sino que este varía en función del tipo de turismo y otros factores (González y Antón, 2007, p. 79). Esto permitió que se abrieran nuevas líneas de discusión que, antes que detenerse a juzgar la autenticidad o inautenticidad de las artesanías en contextos turísticos, buscan abordar con

mayor rigurosidad el análisis simbólico de la producción artesanal contemporánea y los sentidos de la producción y el consumo de las artesanías en los nuevos contextos (Ariel De Vidas, 2002; Cochrane, 2009; Fischer, 2011; Rotman, 2001; Wherry, 2006), entendiendo el turismo como una posible plataforma para una nueva función social de las artesanías (Cohen, 1988, 1993a, 1993b).

De hecho, diversos estudios han aportado evidencias empíricas sobre la diversificación de la noción de autenticidad tanto en la compra de artesanías por parte de los turistas, como en las formas en que los artesanos e intermediarios se legitiman en el mercado turístico y, en general, en el mercado global de artesanías (Brulotte, 2009; Littrell, Anderson, & Brown, 1993; Richards, 1999b; Wherry, 2006; Yu & Littrell, 2005). Los estudios referidos a los artesanos los abordan, ya no como sujetos pasivos que simplemente se adecúan a los diversos usos que entidades públicas, privadas o sin ánimo de lucro hacen de las artesanías para el cumplimiento de sus propósitos, sino como actores cuyas estrategias de legitimación plantean múltiples formas de entender la autenticidad y que negocian sus identidades con agentes que representan fuerzas supra-locales, con miras a cumplir objetivos políticos, culturales, sociales y económicos de diversa índole a través de la producción artesanal y su comercialización en el mercado global (Ariel De Vidas, 2002; Brulotte, 2009; Fischer, 2011; Lagunas, 2010; Khan & Amir, 2013; Scheper & Dalla, 2012; Wherry, 2007).

Paralelamente, en el campo de la gestión turística también ha ido creciendo el interés por estudiar la relación entre artesanías y turismo, por lo cual la OMT comenzó a organizar en la década de 2000 las conferencias internacionales sobre turismo y artesanías (OMT, 2008, 2009). En este marco se ha hecho énfasis de manera sucesiva en las oportunidades que ofrece la relación turismo-artesanías para el crecimiento económico y el alivio de la pobreza en países en desarrollo; en las oportunidades que la artesanía trae para el fortalecimiento del turismo; en las vías para mejorar la calidad de la artesanía y la protección de la propiedad intelectual en los destinos turísticos donde este tipo de producción es un renglón de interés para el sector; y en definir la manera en que deben establecerse los vínculos entre la artesanía y el turismo. Desde esta perspectiva, en el ámbito académico de la gestión turística se entendió que, con base en la estructuración de una oferta específica y planificada, podía desarrollarse un “turismo artesanal” o “craft tourism”, de manera que surgieron estudios y planteamientos teóricos sobre este tipo de turismo y sus impactos sociales, económicos y culturales, así como sobre las formas de mejorar o maximizar los beneficios de la interacción entre ambos sectores (Richards, 1999b).

También es importante mencionar que, imbricado con este propósito de estrechar la relación entre artesanías y turismo, desde la década de 1990, con la implementación del Programa para el Fomento de la Artesanía y el Plan de Acción para el Desarrollo de la Artesanía en el Mundo (1990 – 1999) de Unesco, creció el interés por buscar fórmulas para “prever una reconciliación entre los aspectos culturales y los aspectos socioeconómicos de la producción artesana” (Unesco, 1990a, p. 17). Esto dio paso a publicaciones interesadas en promover dicha relación en el marco del desarrollo de la economía cultural y creativa, o economía naranja, y en reflexionar sobre las oportunidades que trae esta última para la artesanía, entendiendo que “la Economía Naranja presenta una opción de gran riqueza para el desarrollo de una cadena de valor creativa que estimule la producción artesanal y a la vez preserve la identidad cultural de la región” (Baena, 2015, p. 83).

Esta visión abrigó los esfuerzos realizados desde ámbitos como la gestión cultural, el turismo, el diseño y las bellas artes para promover desde la academia la fórmula artesanía + diseño (A+D) como uno de los caminos para lograr una mayor participación de la cultura en el desarrollo económico, que se fue consolidando como eje central en diversidad de encuentros interdisciplinarios (Craft Revival Trust et al., 2005; Unesco, 2005; Unesco, 2009; Unesco & Centro de Comercio Internacional [CCI], 1997; Uribe, 2012). Una de las líneas de discusión derivadas de este enfoque fue la de los impactos de la asociación entre ambos sectores para los artesanos, tema de preocupación que en Colombia no ha sido abordado solamente desde la antropología, sino también desde el mismo sector artesanal y desde disciplinas como el diseño (Barrera, 2011; Barrera & Quiñones, 2006; Guzmán & García, 2010). Entidades como el Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares (CIDAP), que establecieron entre sus líneas de acción la investigación de la cultura popular con especial interés por las artesanías en proceso de extinción, o aquellas que son fundamentales para el desenvolvimiento de las comunidades (Martínez, 1984), han manifestado su preocupación por el impacto del turismo y los mercados internacionales en la artesanía como manifestación cultural a través de publicaciones seriadas como la revista *Artesanías de América*.

En cuanto al encuentro entre los ámbitos artesanal y patrimonial, si bien las líneas de discusión han proliferado a raíz de la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial (Unesco, 2003), puede decirse que los discursos “patrimonializadores” de las artesanías -es decir, interesados en argumentar su tratamiento como PCI (Benítez, 2009; Vicente, 2006)-hunden sus raíces en los estudios de folclor, e incluso etnográficos y de bellas artes, que desde principios del siglo XX estuvieron interesados en reivindicar la artesanía como forma de expresión de un “alma nacional” (Buitrago, 2017; Lauer, 1982,

1989; Novelo, 1976, 1999). Interesa referir aquí principalmente que, ante la expansión institucional de la categoría de PCI y la explosión de iniciativas de patrimonialización por parte de las comunidades “portadoras” y de agentes externos a ellas, se inició la realización de estudios que analizan estos procesos sociales y plantean revisiones críticas al concepto de PCI aplicado a las artesanías, tendencia que ha tomado fuerza en el estudio de la artesanía en Latinoamérica.

En primera instancia, algunos investigadores se han enfocado en revisar críticamente las inclusiones y exclusiones que genera el concepto de PCI en cuanto a tipos de artesanía (Maronese, 2004; Rotman, 2002), mientras que otros discuten o diversifican el concepto de PCI y analizan el verdadero alcance de la categoría en cuanto a democratización del patrimonio con relación a referentes empíricos como las artesanías (Rotman, 2001; Cardini, 2004, 2005). Otros estudios se han centrado en los efectos de las categorías de patrimonio e instrumentos de Unesco -como los premios que otorga la entidad- sobre la legitimación de los artesanos, sus productos y la comodificación de estos últimos, así como en los efectos del involucramiento de artesanos y artesanías en la política cultural (Vallard, 2011). Por otra parte, existe una línea de investigaciones preocupada especialmente por el cambio de las economías campesinas a partir de la integración de pueblos artesanos a la creciente economía cultural y del patrimonio, considerando la doble y fluctuante dimensión simbólica y económica que implica este tipo de producción, y la tensión entre tradición y necesidad de innovación que supone la apertura o mantenimiento de mercados contemporáneos para la artesanía (Kokko & Kaipainen, 2015; Rotman, 2010). Además, como se señaló anteriormente, una línea de reflexión importante la constituyen los estudios sobre el papel de las artesanías en los procesos de construcción identitaria -especialmente étnica- teniendo en cuenta particularmente su actual estatus patrimonial (Benedetti, 2012; Cochrane, 2009; Méndez, 2009; Rotman, 2010).

Por último, cabe referirse en esta línea al contexto colombiano, en el que el Instituto Colombiano de Antropología e Historia (ICANH) ha planteado la necesidad de investigar las implicaciones de los procesos de patrimonialización en la ampliación del consumo cultural (Chaves et al., 2010). Como aporte a este campo, la entidad viene avanzando en el análisis de las intersecciones entre economía, política y cultura alrededor de los procesos de patrimonialización y los usos del patrimonio -especialmente el inmaterial- a través de cinco ejes de investigación: políticas del patrimonio cultural; economía política y multiculturalismo; economía cultural; identidades, representaciones, diversidad y diferencia; y prácticas de mediación y agenciamiento (Chaves et al., 2010). En este marco, el ICANH llama la atención sobre la “coincidencia entre la formulación de políticas que

propenden por la preservación de prácticas, saberes e identidades de comunidades locales, con la creciente demanda de bienes culturales” (Chaves et al., 2010, p. 11). De acuerdo con la entidad, una de las dimensiones menos estudiadas en este sentido en Colombia es la relación entre la preservación de distintas manifestaciones culturales y los intereses del sector turístico y la economía cultural.

En relación con lo anterior, el ICANH puntualiza la necesidad de estudiar la lógica de las intervenciones de productores, agentes y gestores en la patrimonialización y en el mercado de bienes culturales, así como el impacto que tienen estas intervenciones y las de la empresa privada en los procesos de definición del PCI (Chaves et al., 2010, 2014). Señala también la urgencia de indagar si los procesos de patrimonialización, que se presentan como congruentes con el nuevo proyecto de nación inclusiva y multicultural, en realidad revierten la exclusión social que ha caracterizado las distintas dimensiones de la vida social y política del país, y permiten una mayor pluralidad en la arena política. Por tanto, de acuerdo con el ICANH, “cabe examinar las respuestas de los agentes sociales, tanto los incluidos como los excluidos de estas políticas, en un campo de tensiones y disputas por la interpretación de lo que se entiende por patrimonio” (Chaves et al., 2010, p. 10).

De esta manera, el ICANH demanda la participación de la academia, especialmente de las ciencias sociales y las humanidades, en el estudio del patrimonio cultural desde una perspectiva crítica que permita poner en cuestión y ralentizar, en aras de una mayor reflexividad, el avance vertiginoso de los procesos de patrimonialización en los territorios colombianos. Para ello es necesario estudiar y dejar en evidencia los impactos positivos y negativos de este fenómeno, de manera que los actores locales involucrados tengan mayores herramientas para participar en las instancias en las que se toman las decisiones en este campo.

Poner en discusión la incidencia del mercado en la producción del patrimonio, su gestión y su legitimación, para vislumbrar alternativas que amplíen la reflexividad en la formulación de normativas y políticas culturales es un reto que debemos abocar desde el campo académico para potenciar la capacidad de acción y negociación de quienes participan en las diferentes instancias de la política y la industria del patrimonio cultural. (Chaves et al., 2010, p. 15).

Esta investigación se plantea el reto de aportar en este sentido desde el campo específico de la artesanía, buscando integrar los aspectos históricos, culturales, económicos, políticos y sociales que resultan determinantes en la dinámica artesanal local en cada caso. De igual forma, se busca problematizar el tema de las transformaciones de la artesanía y la construcción de autenticidad indagando por el sentido que tanto los artesanos como los

demás agentes sociales les otorgan, evitando simplificar la realidad desde la identificación a priori de una mera instrumentalidad económica en sus acciones. Lo anterior, sin perder de vista las recomendaciones del ICANH acerca de identificar los intereses del mercado y el sector turístico en la sanción y gestión patrimonial. A continuación se presentan los componentes que guían la investigación.

1.2.2. Preguntas y supuestos que guían la investigación

Como se puede observar a partir de la anterior síntesis del estado de la cuestión, existe un campo de estudio en desarrollo, relevado principalmente desde la vertiente antropológica, relativo a la incorporación de las artesanías en los sistemas económicos y culturales creados por el turismo, el patrimonio y sus relaciones.

Como se ha dicho, en esta investigación se comprende el patrimonio como categoría socialmente construida, a la vez que se parte de una indefinición respecto de lo artesanal para ir en busca de su delimitación semántica a partir del estudio empírico. Desde este enfoque construccionista, interesa estudiar los criterios que determinan el carácter artesanal de las producciones; cuáles artesanías se patrimonializan y cuáles se vinculan a la oferta turística, y qué relación existe entre estas decisiones; y los procesos sociohistóricos que han favorecido la consolidación de estos criterios, así como su relación con los sistemas sociales, económicos y políticos que constituyen su contexto. Igualmente, es importante para esta investigación indagar por la participación de los artesanos en la producción y los beneficios del valor cultural asignado a su trabajo. La investigación, entonces, no tiene un objetivo “patrimonializador”, es decir que no se busca argumentar el valor patrimonial de ninguna práctica ni objeto artesanal, sino que pretende develar las instancias, procesos, relaciones y motivaciones que intervienen en la patrimonialización y uso turístico de las artesanías en una región de Colombia en la que los sectores y procesos artesanales han vivido profundos cambios.

Por otra parte, interesa comprender los procesos de transformación de las artesanías siguiendo la recomendación de la antropología económica latinoamericana de mantener la referencia de todo el circuito de producción, distribución y consumo, entendiendo que cada una de estas fases afecta a las demás, y que en este circuito se integran todos los actores clave y las distintas dimensiones simbólicas, económicas y socioculturales del universo artesanal. De esta manera, la presente investigación busca alejarse de la simplificación de los enfoques culturalista y economicista referidos anteriormente, asumiendo la artesanía como una actividad articulada a la economía de mercado, pero

imbricada en la realidad sociocultural de una localidad, entendiendo así que mantiene complejas significaciones tanto para sus productores como para intermediarios y consumidores.

Para lograr estos objetivos, el turismo, uno de los principales canales que conecta al sector artesanal con el mercado, es abordado desde la premisa de que puede funcionar como una plataforma para una nueva función social de las artesanías: la de referente en procesos de auto-representación de los artesanos ante una audiencia global, que sustentan sentimientos de identidad basados en tradiciones relativamente propias (Cohen, 1988, 1993b; Ariel De Vidas, 2002), lo cual puede redundar en la producción de lo local como verdaderos sentimientos de comunidad (Appadurai, 2001). Así mismo, partir de la comprensión del turismo como un hecho social que media en los significados y las prácticas, permite indagar por el papel que cumple en las representaciones sociales de lo artesanal.

Ahora bien, más que asumir una visión del artesano como sujeto pasivo en el nuevo escenario global, interesa analizar cómo estos sujetos reciben y reconfiguran los discursos y lineamientos que los involucran a ellos y a sus producciones, los cuales son impulsados por agentes públicos y privados. En diálogo con lo señalado por diversos autores (Ariel De Vidas, 2002; Brulotte, 2009; Khan & Amir, 2013; Lagunas, 2010; MacCannell, 2007; Wherry, 2006), se aborda el surgimiento de discursos y prácticas que construyen autenticidad y localidad, considerando las estrategias desplegadas por los artesanos para mantener un pie en lo local y otro en lo global, uno en la tradición y otro en las nuevas lógicas de la economía cultural.

De esta manera, la presente investigación parte de las siguientes preguntas generales: ¿Qué incidencia tiene el uso turístico de las artesanías en sus procesos de patrimonialización? y ¿cómo afecta esta relación a los sectores artesanales en los espacios locales? Desde la antropología del patrimonio se ha identificado que el turismo se convierte cada vez más en un vector importante de procesos de sanción patrimonial (Chaves et al., 2014; Frigolé & Roigé, 2010; Kirshenblatt-Gimblett, 2001; Luque, 2004; Prats, 1997; Santana, 1997; Valcuende del Río, 2003). En los enfoques más críticos respecto a la sanción patrimonial en el ámbito inmaterial, se señala que ésta se basa en una comprensión de las manifestaciones culturales como “fossilizadas”, “momificadas” o “congeladas”, en concordancia con lo cual busca fijar unos patrones para las prácticas culturales desde modelos ideales que se consideran auténticos y que obvian las dinámicas cambiantes de la cultura y sus manifestaciones (Kirshenblatt-Gimblett, 2004; Quintero, 2005; Vacheron, 2007). Este interés de fijación sería, con frecuencia, externo a la comunidad que ejerce la práctica cultural (Frigolé, 2006; Prats, 1997).

A su vez, desde la antropología y la sociología crítica del turismo se ha planteado que, bajo la influencia de este fenómeno, suele darse una simplificación de la producción artesanal al poner de relieve las artesanías que responden a expectativas de exotismo y estereotipos culturales, es decir, las que suelen denominarse “artes turísticas” o “artesanías turísticas” (Graburn, 1967, 1976, 1984). Los artesanos buscarían validarse en estos nuevos escenarios respondiendo a las expectativas del mercado y alineándose con narrativas de identidad que se alejan de la cultura local, impuestas por agentes de la política turística y patrimonial (Lagunas, 2010; Lauer, 1982, 1989; Santana, 1997). Por este camino, los más críticos señalaron tempranamente que las producciones artesanales que ingresan en los mercados turísticos o se desarrollan para un público turista, pierden significado para el grupo social que las produce (Bascom, 1976; Graburn, 1976, 1984; Greenwood, 1992; Richter, 1978).

No obstante, sin perder de vista esta perspectiva crítica, pero teniendo en cuenta otros estudios que complejizan la relación entre los artesanos y demás agentes del sector, y que aportan análisis alternativos respecto de los efectos del turismo y, más recientemente, la sanción patrimonial en la artesanía (Ariel De Vidas, 2002; Cardini, 2004; Cochrane, 2009; Cohen, 1993a, 1993b, 1995; Jules-Rosette, 1984, 1986; Khan & Amir, 2013; Popelka & Littrell, 1991; Rotman, 2001, 2002, 2011; Wherry, 2006), puede preverse que el uso turístico de esta última en un contexto de economía creativa conlleva una selección de aquellos productos artesanales que permiten conciliar cualidades de “tradición” e “innovación” con base en los cuales se daría una importante diversificación de la producción de los sectores artesanales locales. Así, la legitimación o construcción de autenticidad por parte de los artesanos en estos contextos pasaría por producir narrativas de identidad ajustadas a estas cualidades y otorgar estas características a su producción, es decir, posicionar la idea de que sus productos son a la vez tradicionales -patrimoniales- e innovadores. No obstante, se parte aquí de la idea de que la transformación de la artesanía varía de acuerdo con los contextos sociohistóricos (Lauer, 1989), por lo que cobra relevancia el estudio de casos y su contrastación.

Ahora bien, para profundizar en el tema planteado se propone indagar sobre los procesos por medio de los cuales las artesanías se integran en la oferta turística y adquieren su estatus patrimonial, así como los criterios que rigen estos procesos y las relaciones que pueden establecerse entre ellos. Es probable que, aunque las iniciativas de patrimonialización y uso turístico de las artesanías se originen y desarrollen en el nivel local, estén orientados por enfoques y expectativas supra-locales (Roigé, 2006). Así, los tipos de artesanías que se fomentarían tanto desde las iniciativas públicas como privadas

serían las que permiten producir la diferencia local para alimentar el mapa multicultural y turístico nacional, selección que se apoyaría en -o sería legitimada por- procesos de patrimonialización de los respectivos oficios artesanos. De esta manera, si bien los procesos de patrimonialización y uso turístico plantean, en lo teórico, una tensión, la realidad local permitiría observar que esta tensión es apenas aparente, ya que la lógica patrimonial y las lógicas de uso económico, entre ellas las turísticas, son convergentes para el fomento de la economía cultural local y el turismo (Montenegro, 2010, 2013). Se prevé, entonces, que las artesanías adquieren relevancia bajo la categoría de PCI como parte del llamado del gobierno nacional a posicionar la identidad cultural de los destinos.

Seguidamente, cabe plantear ciertos interrogantes acerca de la forma en que la sanción patrimonial y el turismo afectan a los artesanos y su producción. Surgen, entonces, dos preguntas básicas: ¿de qué manera responden los artesanos a los procesos de uso turístico y patrimonialización de las artesanías, especialmente en cuanto a sus formas o estrategias de legitimación? y ¿qué sentido cobra la producción artesanal en los contextos actuales de patrimonialización y turistización de la cultura? Las etnografías de las últimas décadas, como se ha reseñado, señalan que los artesanos no permanecen pasivos ante las intervenciones de los agentes de la política patrimonial y turística. Ellos resignifican y diversifican las nociones de autenticidad y reelaboran las estrategias nacionales de desarrollo artesanal para mantener el control, no solo sobre los discursos de identidad artesanal, sino también sobre sus formas de producción y organización, y sobre el valor agregado de sus producciones.

En cuanto al sentido de la producción artesanal, la necesidad de alteridad que impone el turismo (Ariel De Vidas, 2002) y la reflexividad que implican los procesos de patrimonialización (Davallon, 2010), activan procesos de construcción de una identidad que tiende a ser representativa del espacio local (Frigolé, 2006, 2010) y que conlleva la construcción de vínculos con el pasado desde los elementos que interesa salvaguardar en el presente. Esto supone también la exclusión de aquellos y aquello que se considera menos relevante para la identificación de la comunidad (Kirshenblatt-Gimblett, 2001). En este proceso, la artesanía cobra un valor representativo de la propia identidad ante una audiencia global, a la vez que permite experimentar verdaderos sentimientos de pertenencia cultural a una comunidad, los cuales mueven a acciones para la reproducción comunitaria (Ariel De Vidas, 2002).

En cuanto a la manera en que la sanción patrimonial y el turismo afectan a la producción artesanal, es necesario preguntarse cómo adaptan los artesanos su producción al nuevo contexto y cuál es el sentido de los cambios que incorporan. Como se ha dicho, es

de suponer que la patrimonialización lleve a una selección de oficios o artesanías con potencial valor en los mercados urbanos y turísticos, y, en estas líneas, diversificarían la producción y buscarían la calidad adaptándose a los lineamientos de innovación y creatividad del mercado cultural, tratando de conservar un “aura” de autenticidad proyectando una identidad local. Otra vía de transformación sería el incremento de la producción, especialmente para la producción de souvenir (Lauer, 1989).

También es de suponer que, como lo señala Lauer (1989), la estrategia de adaptarse al nuevo contexto mediante el incremento de la calidad esté restringida a un grupo selecto o una capa del artesanado que cuenta con los medios necesarios para acceder al entramado burocrático que se crea en la intersección entre los campos patrimonial, turístico y artesanal, grupo en el que convergen facultades para generar emprendimiento, con la posibilidad de producir un discurso de identidad local y de autenticidad. En este contexto, es muy posible que parte de este selecto grupo esté constituido por los llamados “artesanos contemporáneos”, quienes han apropiado con ventajas la relación entre diseño y artesanías (Quiñones, 2003).

Estas preguntas y supuestos se han definido respetando el espíritu flexible de la investigación cualitativa en el que todo estudio, por más analítico que busque ser, tiene un componente exploratorio que permite ajustar el proyecto de investigación en la medida en que éste avanza (Hammersley & Atkinson, 1994).

1.2.3. Objetivos de investigación

- **Objetivo general**

Analizar la incidencia del uso turístico de las artesanías en sus procesos de patrimonialización mediante el estudio de las dinámicas de adaptación de sectores artesanales locales al desarrollo del turismo en Santander, Colombia.

- **Objetivos específicos**

Analizar las representaciones de la artesanía, el patrimonio y el turismo en políticas transnacionales, nacionales y regionales que afectan a los sectores artesanales locales del núcleo turístico de Santander, para identificar criterios de legitimación e intervención del sector artesanal.

Estudiar los procesos de patrimonialización de las artesanías en las localidades estudiadas en relación con el contexto económico, social, cultural y político para identificar factores determinantes en esta activación patrimonial.

Estudiar los procesos de integración de las artesanías en la oferta turística local para identificar los criterios de selección y exclusión, intervención y la producción de discursos en torno a estos productos y sus creadores.

Determinar el papel de los distintos agentes sociales en la configuración de los procesos de patrimonialización y uso turístico de las artesanías en el núcleo turístico de Santander.

Analizar las formas de adaptación de los artesanos al contexto de desarrollo turístico y de patrimonialización, especialmente en cuanto a la producción de discursos de legitimación y transformación de la producción.

Reflexionar acerca del significado que adquiere la producción artesanal en contextos de desarrollo turístico y patrimonialización.

1.3. Aspectos metodológicos y herramientas de investigación

1.3.1. Enfoque metodológico

El problema de investigación se estudia desde un enfoque cualitativo, que busca aprehender el punto de vista de las personas que viven las experiencias y sus procesos de interpretación (Taylor & Bogdan, 1987). Así, se utilizan herramientas propias de la etnografía con el fin de abordar los fenómenos sociales desde la perspectiva de sus miembros para “aprehender las estructuras conceptuales con que la gente actúa y hace inteligible su conducta y la de los demás” (Guber, 2001, pp. 13-14).

Para el caso específico de la artesanía, y como lo señala Fernández de Paz (1999), el interés antropológico determina poner la atención en el significado que la artesanía tiene para sus artífices y para el grupo de pertenencia. Por lo tanto, en este estudio se analizan las percepciones y la reconfiguración del significado de la práctica artesanal (Rotman, 2010), pero teniendo también en cuenta la perspectiva de otros actores interesados y especialmente de los agentes sociales que intervienen en su patrimonialización y desarrollo turístico, bajo el supuesto de que estos procesos juegan un papel clave en la vinculación de

la artesanía con los circuitos comerciales globales. Se entiende, entonces, que la artesanía está articulada con las tendencias del mercado global en sus distintos planos de producción, distribución y consumo, por lo que se hace importante comprender sus formas de adaptación a ellas (Aguilar, 1999).

En concordancia con la metodología, la revisión teórica hace énfasis en enfoques de la antropología para abordar los tres ámbitos de investigación (artesanía, patrimonio y turismo), aunque se consideran también aportes de diversas disciplinas como la sociología, los estudios culturales, el diseño y la gestión turística. En cuanto al turismo, siguiendo las recomendaciones de Hernández-Ramírez (2006), se busca que la perspectiva holística propia de la antropología permita cumplir el propósito de tratarlo como un hecho social total, o como un fenómeno que está presente en todos los sectores o dimensiones de la vida social.

Dada la relevancia del hecho turístico, la antropología puede aportar claves para la comprensión de la experiencia de los individuos: sus percepciones, motivaciones, expectativas y prácticas sociales. Pero también puede contribuir a desvelar el papel del fenómeno como una poderosa fuerza contemporánea inductora del contacto entre culturas, que modela un nuevo marco para las relaciones interétnicas. (p. 24).

Para Hernández-Ramírez, la antropología del turismo debe analizar las respuestas de las localidades a la globalización atendiendo a sus expectativas y a las profundas transformaciones que generan en el interior de estas sociedades, las cuales afectan su identidad al entrar en una dinámica de mercantilización de aspectos tangibles e intangibles de su cultura y tradiciones. Pero el enfoque cualitativo de la investigación busca también sostener una mirada amplia, entendiendo que pueden ser muy variadas las expectativas puestas sobre el desarrollo turístico y que éste es actualmente repensando como una “herramienta para la protección ambiental, un mecanismo de reactivación sociocultural y como generador de crecimiento personal y humano, a través de proyectos autogestionados y con participación comunitaria”, tal y como lo señalara la Mesa PCI del ICANH (como se citó en Santoyo, 2006, p. 27).

De acuerdo con Nogués-Pedregal (2003), la temática del turismo ha sido abordada desde la sociología a través de estudios que se centran en la experiencia y prácticas del turista, mientras que la geografía se ha concentrado en la territorialización de la industria y sus consecuencias. De esta manera, debe ser tarea de la antropología ocuparse de las prácticas sociales y significaciones que las sociedades receptoras, en su interrelación con los visitantes, asignan al hecho turístico. Para este autor, la antropología del turismo asume el estudio del contexto socio-cultural en el destino con un enfoque construccionista,

reflexionando sobre la naturaleza discursiva del turismo y los significados que se le asignan. En esta investigación interesa especialmente el sentido adjudicado al turismo por actores de los sectores artesanales locales, fundamentalmente los artesanos, y por los agentes sociales de los ámbitos cultural-patrimonial y turístico.

En cuanto al patrimonio, también resulta pertinente la aplicación de un enfoque cualitativo, puesto que se entiende como una construcción sociocultural de carácter simbólico que, mediante complejos procesos sociales, adquiere la capacidad de representar, a partir de sistemas de símbolos, una determinada identidad (Davallon, 2010; Prats, 1997; Roigé & Frigolé, 2010). Se hace necesario, entonces, ubicar los procesos de patrimonialización en un sistema social, económico y político, ya que son los agentes sociales, condicionados por los imperativos y las lógicas de estos sistemas, los que “impulsan, imponen o llevan a cabo acciones de patrimonialización, que dotan a ciertos objetos y elementos de nuevos significados, valores y usos” (Roigé & Frigolé, 2014, p. 14).

De manera similar, Santoyo (2006) plantea que la identificación, la promoción y la salvaguardia de ciertas expresiones deben ser comprendidas en el contexto de la sociedad que las produce y el patrimonio cultural debe ser pensado de una forma compleja que lo vincule con los procesos sociales, económicos y políticos de las comunidades. Para este autor, la etnografía es, específicamente, la mejor vía para investigar la temática del patrimonio cultural inmaterial, ya que permite abordar no solo el sentido que la comunidad le atribuye, sino también las disputas por la definición del significado que se asigna a las expresiones culturales.

A nuestro juicio, la etnografía representa la mejor opción, ya que a través de ella se puede dar cuenta de la complejidad que encierran las expresiones culturales. De hecho, la etnografía contemporánea implica acercarse al universo de la praxis, entendida como los sistemas simbólicos y discursivos que sustentan la elaboración o ejecución de los productos de la cultura que tanto interesan al PCI. (p. 30).

Por otro lado, autores como Victoria Novelo (1999), Néstor García Canclini (1982) y Encarnación Aguilar (1999), recomiendan estudiar la artesanía con una mirada periférica, teniendo presente en todo momento el circuito de producción, circulación y consumo, para lo cual es pertinente el trabajo etnográfico. Además, este último permite abordar las diferencias al interior de las comunidades, que suelen ser obviadas en estudios aplicados de gestión del turismo y el patrimonio (Santoyo, 2006). Ruiz Ballesteros (2008), por ejemplo, señala que en sus estudios sobre turismo comunitario en Ecuador “la pertinencia de la apuesta analítica por la comunidad busca priorizar la comprensión del hecho turístico desde la comunidad, entendida ésta como un ámbito social heterogéneo de intereses

contrapuestos y en conflicto ante el desarrollo el turismo” (p. 402). De esta manera, como enfatiza Santoyo (2006), las “comunidades” no pueden verse como colectivos homogéneos sino con divisiones y luchas de poder para, por ejemplo, definir aquello que debe ser considerado simbólicamente relevante.

Todo lo anterior explica por qué sigue siendo en el seno de la antropología donde surgen los mayores cuestionamientos a los procesos de patrimonialización y turistización de territorios en cuanto a los beneficios que, teóricamente, deben obtener de ellos las poblaciones locales que deciden apostar por el uso de su cultura como recurso para el desarrollo. Esto, a su vez, da razón al llamado en Colombia de instituciones como el ICANH a estudiar estos fenómenos en las etnografías:

Sólo mediante el estudio juicioso de diversos escenarios y el análisis comparativo será posible elaborar una interpretación sobre la explosión de identidades étnicas y culturales representadas como ‘tradicionales’ y los diversos agenciamientos en los contextos generados por la ejecución de las políticas del PCI y la expansión del consumo y el mercado cultural. (Chaves et al., 2010, p. 21).

En esta investigación las herramientas etnográficas se aplican al estudio de los casos de Barichara y Curití en el llamado núcleo turístico de Santander, en Colombia. A continuación, se especifica cómo se construyeron los casos de estudio y de qué manera se organizó la investigación.

1.3.2. Delimitación de los casos de estudio y unidades de análisis

Para la selección de los casos de estudio en esta investigación, inicialmente se realizó una revisión de los sitios destacados en Colombia por el cruce de los ámbitos artesanal, patrimonial y turístico, a partir de la consulta de la documentación de programas institucionales como la Red Turística de Pueblos Patrimonio (17 pueblos actualmente), las Rutas Artesanales de Colombia (16 pueblos actualmente), rutas turísticas diseñadas por el MinCIT (más de 30 rutas actualmente) y programas de Artesanías de Colombia S.A., contando la participación en ferias como Expoartesanías y Expoartesano. Se identificó particularmente el caso de Barichara, destacado en la Red Turística de Pueblos Patrimonio de Colombia y las Rutas Artesanales de Colombia como uno de los centros históricos mejor conservados en el país, destino de turismo cultural y pueblo de oficios artesanos vigentes que destaca tanto por sus oficios tradicionales como por “los oficios que afloran con los nuevos talentos” (MinCIT & Artesanías de Colombia, s.f., para. 2). A través de estos programas, Barichara ha estado presente en Expoartesanías tanto con artesanía tradicional

como contemporánea. No obstante, también se ha sumado la presencia en este evento del stand de la Escuela Taller Barichara y de algunos artesanos individuales, especialmente artesanos contemporáneos. Adicionalmente, resultaba de interés este caso por tratarse de un destino de turismo cultural en un territorio declarado en las apuestas de competitividad como el único clúster de turismo de aventura en el país (DNP, 2007b), lo que, a priori, posibilitaba la comparación con municipios vecinos.

Llamó la atención, sin embargo, la mayor presencia de otro de los principales destinos del núcleo turístico de Santander, Curití, tanto en los programas como en los eventos de Artesanías de Colombia S.A. De hecho, la mayor participación de Santander en Expoartesanías corresponde a representantes de este municipio. Una primera exploración del caso permitió observar que Curití, a pesar de encontrarse a sólo 33 km de Barichara, constituía un caso disímil con referencia a este último, tanto en lo relativo a su apuesta turística como a su sector artesanal y al estado de sus procesos de patrimonialización. Por otra parte, se observó que en Barichara parecían cumplirse las hipótesis iniciales, es decir, se constituía en una especie de caso genérico, mientras que Curití parecía desafiar dichas hipótesis, de manera que podía llegar a constituir un caso polar (Coller, 2005). Se decidió abordar ambos casos, y aunque no se aplica el método comparativo, sí se emplea en su estudio una “perspectiva comparativa” que busca la contrastación manteniendo el énfasis en los contextos particulares (Gundermann, 2001, p. 258). Esto último resultaba fundamental, pues en esta investigación interesa analizar la dinámica artesanal en relación con cada contexto específico turístico y de patrimonialización.

Ahora bien, además de la heterogeneidad y los factores referidos, para la selección de los casos también se tuvieron en cuenta criterios pragmáticos, especialmente la accesibilidad, y con ello no se hace referencia únicamente a la accesibilidad espacial, sino también a la facilidad para lograr un *rapport* más rápidamente, teniendo en cuenta los tiempos acotados disponibles para el trabajo de campo² y para acceder a fuentes de información secundaria, como archivos institucionales o de entidades privadas. En este sentido, resultaba conveniente continuar el estudio del caso de Barichara, cuya exploración se realizó a partir de tesis *El Patrimonio como Espacio de Conflicto: Tensiones en la Construcción del Patrimonio Cultural Inmaterial en Barichara – Colombia* (Cote, 2012), y ampliarlo a otras zonas de Santander, región de donde es originaria la autora y que ha investigado desde hace 16 años desde el campo periodístico. En este sentido es bueno resaltar que, no obstante, el área de estudio presenta unas características sociales,

² Debido, principalmente, al calendario de la beca Colciencias que aportó los recursos para sufragar los gastos.

culturales y económicas diferenciadas para la investigadora y una vigencia del carácter rural de sus pobladores que facilitaba el *extrañamiento antropológico*.

Para lograr los objetivos de la investigación en los tiempos disponibles era necesario acotar los casos y delimitar las fronteras de lo que se pretendía estudiar, es decir, el sector artesanal local en sus instancias de articulación con los ámbitos patrimonial y turístico, teniendo en cuenta los distintos planos del circuito de producción, distribución y consumo. De esta manera, los casos no se entendieron como unidades empíricas o convencionales (e.g. los sectores artesanales locales) sino que su construcción o delimitación fue parte del proceso de investigación en un diálogo entre teoría y referentes empíricos, y corrió paralelo a la indagación por nociones como las de “artesanía” y “patrimonio”. En la medida en que se fueron delimitando los casos y sus unidades de análisis, se fueron identificando categorías de actores clave para focalizar las entrevistas y la observación participante. En el siguiente apartado se explicarán las categorías de actor a entrevistar y los objetivos de dichas entrevistas, así como las unidades de observación que se establecieron.

1.3.3. Etapas de investigación

1.3.3.1. La investigación de gabinete

Esta fase se centró en reunir y analizar la bibliografía y fuentes secundarias suficientes para la construcción de un marco teórico pertinente respecto al contexto latinoamericano y colombiano, y para la descripción analítica de dicho contexto. El trabajo de gabinete permitió una comprensión general de la evolución y situación actual del sector artesanal en Latinoamérica, y de su interrelación con los sectores cultural y turístico, así como de la forma en que se da esta relación en Colombia, especialmente a partir de una revisión detallada de la evolución de la política pública asociada.

Para intentar esclarecer la relación entre las lógicas de los gestores del turismo y los del ámbito cultural-patrimonial, especialmente los referidos a las artesanías y oficios artesanales en Colombia, era necesario dar una mirada diacrónica a la evolución de los discursos implícitos en las políticas y programas que han tenido y tienen repercusión en el área de estudio. Para ello se planteó un horizonte temporal que inicialmente se estableció en 1991, año en que se sancionó la Constitución Política vigente y se iniciaron los instrumentos para desarrollar su mercado enfoque multicultural. Sin embargo, dado que la mayor producción de instrumentos institucionales en el ámbito turístico para la región de estudio comenzaba en 1996 -cuando se estableció el primer Plan de Desarrollo Turístico-,

se hizo énfasis en el período subsecuente para la recopilación de la información. Las políticas e instrumentos referidos tanto al patrimonio cultural como al turismo anteriores a 1991 se abordaron a través de fuentes secundarias que presentan análisis relevantes de las mismas. En el caso de la artesanía, sí se hizo necesario analizar documentos anteriores a 1991 puesto que desde la década de 1970 se desarrollaron debates, enfoques e instrumentos que aún tienen repercusión en el sector, pero el tema no ha sido suficientemente abordado por los investigadores colombianos. En este sentido se hizo fundamental la consulta del Centro de Investigación y Documentación para la Artesanía (Cendar) de Artesanías de Colombia.

Esta primera fase se dividió de la siguiente manera:

- Revisión bibliográfica y documental: Permitió la revisión del estado de la cuestión, construcción del marco teórico y el diseño de instrumentos para el trabajo de campo. En el caso de los artículos científicos, se abordaron las líneas de discusión en revistas especializadas a través de bases de datos como Web of Science (WoS) y Scopus. No obstante, debido a la escasez de publicaciones referidas a la artesanía latinoamericana fue necesario realizar búsquedas más exhaustivas en bases de datos, buscadores, hemerotecas y servicios de información especializados en publicaciones iberoamericanas y latinoamericanas como Scielo, Latindex, Dialnet y Redalyc. Igualmente, fue necesario explorar centros de documentación como el del Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares (Cidap) y, principalmente, el Cendar, que cuentan con publicaciones especializadas sobre el ámbito artesanal.

- Recopilación de documentos institucionales y datos existentes: el objetivo era recuperar documentación existente que pudiera ser de utilidad para el estudio, relativa a lineamientos, políticas, diagnósticos, planes y programas culturales, turísticos y artesanales que afectan al sector artesanal, tanto en el ámbito internacional, como latinoamericano, Nacional (Colombia) y regional (Santander). La búsqueda se llevó a cabo en Internet a través de portales institucionales como los de Unesco, el Centro Regional para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial de América Latina (Crespial), la Organización de Estados Americanos (OEA), el Convenio Andrés Bello (CAB), el Ministerio de Cultura de Colombia (Mincultura)³ y Artesanías de Colombia, entre otros, así como en bibliotecas, archivos y centros de documentación de Bogotá, Barcelona y Bucaramanga. Implicó también la revisión de informes finales de programas y proyectos institucionales en bibliotecas como la Luis Ángel Arango (Bogotá). A partir de este material se logró realizar

³ Para mayor claridad del texto, sólo se abreviará (Mincultura) cuando se cite el Ministerio como autor corporativo.

una cronología en cada uno de los tres ámbitos -patrimonio, turismo y artesanía- que permitió establecer relaciones entre ellos para la redacción de los apartados teóricos y de contexto. También es necesario resaltar aquí que fue necesario realizar la gestión ante Artesanías de Colombia de la información relativa a su último censo (2015), pues esta no se encontraba disponible para el público al momento de incorporar los datos en la investigación.

- Exploración Web y recopilación de material promocional: se enfocó en páginas Web institucionales de entidades públicas encargadas de la promoción del turismo, el patrimonio y la artesanía en Colombia; páginas Web públicas y privadas de promoción gestionadas por actores locales; páginas Web de agencias de viajes y turoperadores registrados en Colombia; guías de viajes y notas de prensa nacionales e internacionales relativas a viajes y turismo o al área de estudio, archivadas en medios digitales.

1.3.3.2. El trabajo de campo

El grueso del trabajo de campo se realizó en cuatro meses, durante enero, marzo, abril y mayo de 2015, no obstante que se realizaron estancias más cortas -de entre una y dos semanas- en diciembre de 2012, febrero y diciembre de 2013, marzo de 2014, agosto de 2015 y julio de 2016, para sumar aproximadamente siete meses de trabajo en la zona de estudio. A esto se agrega la asistencia a eventos como Expoartesanías -diciembre de 2013 y 2014-, visitas a espacios de comercialización -tiendas en centros comerciales, aeropuertos, ferias y parques en ciudades como Bogotá y Bucaramanga- y dos meses de trabajo de campo en Barichara en enero y febrero de 2012 para la realización de la tesis de maestría que dio origen a la presente investigación. El trabajo de campo se centró en la observación de espacios y eventos en los que se concreta la articulación entre los ámbitos turístico, cultural y artesanal a nivel local, teniendo en cuenta las distintas fases del circuito de producción, distribución y consumo con énfasis en aquellas artesanías que los mismos informantes delimitaron como de interés patrimonial y turístico. Además, en la interacción con los artesanos y con los actores que pudieran dar cuenta de la articulación de los tres sectores en cuestión. Se buscó tener movilidad entre los casos a estudiar de acuerdo con las necesidades de investigación, cubriendo también, como se ha dicho, espacios fuera de ellos que aportasen información relevante.

Para el trabajo de campo se utilizaron las siguientes herramientas del método etnográfico:

- **Observación participante**

Las unidades de observación para esta investigación se definieron con base en dos criterios principales: en primera instancia, en torno al circuito producción-distribución-consumo, en concordancia con las bases teóricas, lo cual implicaba principalmente espacios de formación, producción y comercialización de artesanías, así como espacios -puntuales o lineales- y eventos de exhibición tanto de artesanías como de oficios artesanos. También se buscó identificar mediante la observación otras formas de uso local de las artesanías, por ejemplo, en el mobiliario, enseres y ornamentación de hoteles, restaurantes, locales comerciales y algunas residencias. El segundo criterio fue la articulación de los ámbitos artesanal, cultural-patrimonial y turístico, por lo que se privilegiaron espacios y eventos de encuentro entre dos o tres de estos sectores. Para guiar la observación se definieron algunos aspectos de relevancia, como identificar actores y las relaciones entre ellos; características de los espacios y disposición de los objetos; características de las artesanías -aspecto formal-; y discursos o narrativas para la puesta en valor, promoción y venta de los productos.

Es de resaltar que, aunque se buscó realizar la observación desde distintos niveles de participación -a veces sin interactuar con los actores y en otras ocasiones haciendo parte activa de actividades o conversaciones-, en general, la investigadora asumió un rol de turista, o asimilable al de los visitantes del lugar. Esto se llevó a cabo mediante la participación en recorridos guiados, asistencia a eventos feriales y exposiciones, visitas a talleres abiertos al público, y también, mediante la realización de recorridos libres y compra de artesanías en tiendas de las diferentes localidades. Se centró la atención en espacios turístico-culturales permanentes relacionados con los oficios y productos artesanales -de formación, demostración-exposición y venta-. En este sentido se incluyeron algunos espacios fuera de las localidades -aunque aún dentro del núcleo turístico de Santander- que operan como “vitrina” para los pueblos de toda la provincia, como el Parque Nacional del Chicamocha, el Parque Ecológico Gallineral, la Casa de Cultura de San Gil y el Museo del Algodón y el Lienzo de la Tierra en Charalá. Igualmente se realizaron visitas constantes a las Casas de Cultura de Curití y Barichara, siendo especialmente esta última un lugar donde se brinda información a los visitantes a través de muestras artesanales y fotografías. También se asistió con regularidad a las instalaciones de la Escuela Taller Barichara -con muestras permanentes de arte y artesanías abiertas al público general-; y, por su importancia para la observación del panorama general de las artesanías en cada municipio, se hizo observación recurrente en los parques principales o plazas centrales de cada municipio.

El propósito en el caso específico de los espacios turístico-culturales era identificar qué tipos de artesanos participan, cómo participan -demostraciones, exhibiciones de artesanías, etc.-, con qué tipos de productos, qué discursos proponen a los visitantes y cómo responden estos últimos a ellos; así mismo, quiénes promueven el espacio, con qué apoyo, de qué manera intervienen en el espacio y se relacionan con los artesanos. En los eventos se relevó indagar, mediante conversaciones informales, por el organizador, el apoyo institucional a los artesanos, contraprestaciones que se piden a los artesanos participantes, el perfil de estos últimos, sus expectativas y las características de las artesanías presentes, los discursos de promoción y venta de las artesanías, y el perfil de los asistentes. Este tipo de información se consignó principalmente en el diario de campo. En los espacios de formación, como la Escuela Taller Barichara, se realizó observación participante tanto para profundizar en las lógicas de intervención institucionales, como para acceder a la interacción con artesanos que se vinculan como profesores y estudiantes y captar sus discursos, formas de relacionarse con los demás artesanos y con los representantes del tercer sector. Esto se logró participando en algunas clases, pero también fue importante la visita constante al lugar, donde la cafetería es un sitio privilegiado para la socialización.

Adicionalmente, en el caso de Barichara, la investigadora asistió a espacios informativos y de participación ciudadana como las reuniones para la elaboración del plan de desarrollo local, seguimiento al Plan Especial de Manejo y Protección (PEMP) del centro histórico, y la definición de la marca turística de Barichara con la asesoría de Marca País. En el caso de Curití, la investigadora también participó en algunas reuniones autoconvocadas por actores interesados en temas ambientales, culturales y turísticos, como las del Comité de Veeduría Ambiental, y en actividades del curso Informador Turístico del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA).

Las mayores dificultades se presentaron para la observación directa en los talleres artesanales que no están abiertos al público, especialmente en aquellos que son artesanos individuales y que trabajan en la intimidad del hogar. No obstante, fue posible ingresar en algunos de estos espacios, especialmente para la realización de entrevistas, siendo estas últimas un medio que ayudó a reconstruir el espacio y el trabajo cotidiano de estos artesanos.

- **Entrevistas abiertas y semiestructuradas**

Durante un período de observación inicial en ambas localidades se fueron identificando categorías de actores clave e informantes específicos por referencias o *bola de*

nieve para iniciar con entrevistas no dirigidas que permitieran detectar prioridades temáticas, categorías locales y conflictos asociados al tema de investigación. Varias de estas entrevistas se dieron a manera de conversaciones espontáneas que se fueron registrando en el diario de campo. Posteriormente, y en relación con cada categoría de actor, las entrevistas se plantearon de manera más estructurada para poder hacer más efectivo el tiempo del trabajo de campo en cuanto a la profundización de algunas temáticas relevantes para el contraste y reformulación de los supuestos o hipótesis iniciales de investigación, y la alimentación y desarrollo de temas emergentes, de manera que los informantes se fueron seleccionando de forma intencionada de acuerdo con su perfil -actores clave-, combinando criterios de heterogeneidad, homogeneidad y tipicidad, e incluyendo entrevistas a expertos.

Este tipo de muestreo también resultaba útil debido a que en ambas localidades, teniendo en cuenta tanto el casco urbano como la zona rural, existe un número importante de unidades de producción artesanal. Además, que en el caso de Barichara, resultaba bastante complejo abarcar todo el sector artesanal puesto que involucra una serie de oficios que desbordan la categoría de “artesanía” como se la representa a nivel local -como la arquitectura en tierra, “cerquería” o “tejería”-, o no resultaban relevantes para la intersección entre patrimonio, turismo y artesanía -como la encuadernación artesanal-.

En cuanto a los artesanos, el objetivo de las entrevistas era lograr, en cierto nivel, la reconstrucción de su biografía y de la manera en que relacionan su oficio con la historial local; identificar las categorías con las que se organiza el sistema artesanal local; conocer las normas y procedimientos que lo rigen, así como las prácticas para su reproducción -e.g. formas de transmisión-; aproximarse a sus representaciones acerca del turismo y el patrimonio; recabar sus opiniones respecto a las intervenciones de agentes locales y supra-locales en el proceso artesanal local; indagar por sus percepciones en cuanto a los beneficios, impactos negativos y conflictos que derivan de estas intervenciones; y obtener información acerca de los significados que otorgan a su oficio y de las expectativas sobre él. También se buscaba con las entrevistas acceder a prácticas cotidianas de los artesanos de difícil observación.

En cuanto a otros informantes generales y clave de los ámbitos patrimonial y turístico en sus niveles nacional, regional y local, el propósito principal de las entrevistas era acceder a sus representaciones respecto de las artesanías, los artesanos, el turismo y el patrimonio, así como a los criterios de legitimación que aplican para las artesanías y los artesanos, y las lógicas y motivaciones de intervención. Además, es importante resaltar que, mediante el registro etnográfico y apelando a la triangulación, se logró reconstruir procesos de patrimonialización de la cultura local, de desarrollo turístico y de transformación del

sector artesanal que no se encontraban suficientemente documentados con anterioridad y devienen en un aporte específico de esta investigación.

En el nivel nacional y departamental, se realizaron entrevistas con representantes y agentes de la política nacional y regional de los ámbitos artesanal, patrimonial y turístico, tales como funcionarios de Artesanías de Colombia y enlaces regionales de la entidad, coordinadores y formadores del SENA en el territorio -tanto para el ámbito artesanal como turístico-, representantes departamentales de los sistemas nacionales de cultura y patrimonio, y excoordinadores de proyectos de implementación departamental de política pública en materia de turismo. También se realizaron entrevistas a guías de turismo y comerciantes de la capital provincial, San Gil.

En cuanto al nivel local, que representó el mayor número de entrevistas, se realizaron a representantes del gobierno local en general, y de los ámbitos turístico y cultural, en particular; representantes de instancias locales del Sistema Nacional de Cultura (SNCu) y de otras instancias de participación en materia de cultura y turismo; actores privados del sector turístico; gestores culturales independientes y de entidades del tercer sector; representantes del tercer sector con proyectos de intervención en el sector artesanal; artesanos y representantes de empresas artesanales; intermediarios y comerciantes de productos artesanales; residentes no-artesanos y personas con segundas residencias; y visitantes-turistas.

Cabe aclarar que la selección de informantes en estas dos últimas categorías de actor tampoco fue probabilística y los turistas entrevistados fueron elegidos de manera aleatoria en espacios y eventos de concurrencia en temporada alta. En este sentido, también es importante especificar que en esta investigación no se pretendió alcanzar la dimensión o plano del consumo con estudios cuantitativos entre residentes y visitantes, sino desde la manera en que las percepciones del mercado por parte de los actores clave afectan a la producción artesanal, y, por ende, a los artesanos. En total se realizaron 106 entrevistas (ver Anexo 1), pero cabe aclarar que en la tesis se citan algunos comentarios realizados por los informantes en entrevistas periodísticas realizadas anteriormente por la investigadora.

- **Recopilación de información en campo y datos existentes**

El objetivo era recabar información previa a las entrevistas para encausarlas de mejor manera, y triangular datos que se obtenían por medio de la observación participante y las entrevistas para la reconstrucción de procesos históricos recientes de patrimonialización, turistización y transformación del sector artesanal. Para ello fue útil la

visita a bibliotecas y archivos de entidades como la Escuela Taller Barichara, el Instituto Técnico Aquileo Parra en Barichara, la Biblioteca Municipal de Curití y la empresa cooperativa Ecofibras. También se tuvo acceso a algunos archivos y bibliotecas personales en los que se obtuvo bibliografía y documentación de interés para la investigación, como el del historiador barichara Heriberto Silva.

Por último, cabe señalar que para consignar lo observado y las facilidades y traspiés metodológicos se llevó el diario de campo, el cual fue, además, la principal herramienta para analizar el encuentro entre las reflexividades del investigador y de los actores locales e informantes. Esto último se hizo bastante útil para el análisis de contenido -puesto que permitía regresar al contexto de la entrevista- y, en el mismo sentido, para la redacción final de la tesis. Además, en el diario de campo se consignaron las anotaciones de entrevistas y conversaciones que no permitieron ser grabadas por los informantes, así como de pasajes de entrevistas en las que el entrevistado solicitó apagar la grabadora. Igualmente, fue una herramienta muy útil para consignar lo referente a las relaciones entre actores y su nivel de influencia en las distintas áreas o temas de estudio, de manera de estructurar un mapa de actores que permitiera conducir el muestreo.

1.3.3.3. El análisis de contenido

Aunque aquí se habla de “etapas” de investigación, en realidad, el análisis de contenido corrió paralelo tanto al trabajo de gabinete como al trabajo de campo, puesto que se aplicó no sólo al material transcrito de las entrevistas, sino también a documentos recopilados en ambas etapas, y a otros materiales de trabajo como el diario de campo. La simultaneidad con el trabajo de campo permitió ir pasando, como se ha dicho, de un muestreo por cadena de referencias, a un muestreo intencionado que permitiera profundizar en temas o categorías relevantes para el contraste y ajuste de las hipótesis.

Para el análisis de contenido se trabajó inicialmente con códigos descriptivos e interpretativos a partir de un esquema de códigos general que contenía tanto códigos predefinidos como emergentes o inductivos, algunos de estos últimos a manera de subcategorías de los primeros. Vale la pena recordar que, de acuerdo con Miles y Huberman (1984), los códigos descriptivos son aquellos que requieren poca interpretación e implican la atribución de una clase de fenómeno a un segmento de texto, mientras que los códigos interpretativos, como su nombre lo indica, implican mayor interpretación y conocimiento de los datos. El esquema de códigos inicial, por supuesto, reflejaba un marco de análisis derivado del marco teórico, si bien algunos códigos inductivos buscaban inicialmente ser

meramente descriptivos -sin ninguna asociación clara con la teoría y las hipótesis iniciales-, para luego involucrarlos en una codificación o en categorías posteriores más complejas. Algunos de ellos fueron códigos “en vivo” -e.g. “artesanías típicas”-, buscando conservar los términos y marcos de referencia de los informantes. El objetivo principal de esta codificación inicial fue recuperar y organizar la información para realizar una primera descripción de lo recolectado en el trabajo de campo y relacionarlo con el marco conceptual, las preguntas de investigación y las hipótesis, así como ir deslindando un mapa de actores para avanzar en las entrevistas.

En la medida en que se fueron estableciendo relaciones significativas entre códigos, encontrando patrones, integrando categorías e identificando temas centrales a partir de esta integración y la frecuencia, se introdujeron códigos o categorías inferenciales. El inicio del trabajo de Campo en Curití -posterior al de Barichara-, también permitió ajustar el esquema de códigos integrando algunos y eliminando otros que fueron perdiendo relevancia en el estudio, siendo necesaria la relectura y la recodificación. Durante esta recodificación se afinaron las definiciones operacionales de los códigos o categorías, se reformularon las hipótesis y se proyectaron las conclusiones. Esta fase del análisis tuvo como objetivo general llegar a un nivel más interpretativo del material empírico -integración e interpretación de los datos-, para sentar las bases de este documento de síntesis de la investigación.

Capítulo II. Patrimonio, economía creativa y turismo: El giro hacia la cultura como recurso

2.1. Del patrimonio a la patrimonialización: el patrimonio como hecho institucional y producción cultural

Con la adopción de la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial por parte de la Conferencia General de la Unesco en 2003 -la cual entró en vigor en 2006-, las artesanías pasaron a ubicarse institucionalmente en esta categoría de patrimonio. Como había anticipado García Canclini (1982), en este nuevo escenario los valores de uso y cambio de las artesanías van quedando subordinados al valor simbólico, ingresando de este modo al campo de los bienes culturales. Para poder profundizar en el proceso a través del cual las artesanías han pasado a ser manifestaciones del PCI, es necesario detenerse en lo que se entiende aquí por patrimonio cultural.

Cuando en esta investigación se hace referencia al patrimonio se apunta a elementos que han sido seleccionados para representar identidades colectivas, especialmente en razón a que se consideran heredados de las generaciones anteriores y depositarios de los rasgos culturales fundamentales del grupo social. Así, el carácter patrimonial de dichos elementos responde a un proceso de construcción social, es decir que los bienes o manifestaciones patrimoniales “no obtienen, por sí mismos, la cualidad de patrimonio cultural [...] sino que son los individuos y los grupos sociales los que les confieren tal cualidad” (Arrieta, 2006, p. 146). Se entiende, entonces, que el patrimonio cultural no es algo preexistente a su designación y no existe en todas las culturas (Prats, 1997; Davallon, 2010). Se trata de una categoría producida por una sociedad en la cual, como señala Lowenthal (1998a, 1998b), la tradición ha dado paso a una relación con el pasado mediada por la conciencia histórica; una sociedad para la que, sin embargo, ese pasado se ha convertido “en un país extraño”, ya que no es más la fuente de conocimiento que sanciona cómo hacer las cosas, sino que se atesora y busca domesticarse para las causas actuales. Un pasado que, entre más se valora en sí mismo, menos relevante se vuelve para el día a día.

El carácter de constructo del patrimonio explica que los criterios para su designación sean cambiantes tanto en la diacronía como en la sincronía. Para Jean Davallon (2010), esta inestabilidad de la noción de patrimonio, y el hecho de que el concepto sea utilizado en múltiples áreas, ha llevado a que la búsqueda del significado del patrimonio sea reemplazada por el estudio de los procesos de “patrimonialización”. Y es que, como señalan Roigé y Frigolé (2010), es la patrimonialización la que “crea valores patrimoniales para los objetos y elementos de la naturaleza y la cultura” (p. 12). Estos autores explican el concepto:

Con patrimonialización referimos a aquellos procesos de producción cultural por los cuales elementos culturales o naturales son seleccionados y reelaborados para nuevos usos sociales. Para ser considerado como patrimonio, los elementos

culturales o naturales deben representar una cierta identidad y deben ser activados por agentes de producción (expertos, investigadores, expertos en cultura) o por alguna variedad de poder político (gobiernos) o sociedad civil [...] El proceso de patrimonialización es una reinterpretación del pasado basada en problemas contemporáneos, a través de la reorganización, reconstrucción, elaboración, construcción o restauración de edificios, paisajes, monumentos, 'performances', formas de asociación y valores. (Roigé & Frigolé, 2010, p. 12).

De acuerdo con estos autores, analíticamente pueden distinguirse distintos usos y fines del patrimonio, como la construcción de identidad, legitimidad, el impulso del desarrollo social y económico, etc. Para este tipo de análisis el patrimonio no se debe concebir como símbolos aislados sino, más bien, en términos de "encadenamientos simbólicos y de sistemas simbólicos" (Roigé & Frigolé, 2014, p. 14) y se debe prestar atención a la relación entre los procesos de patrimonialización, el poder, y todo el sistema social, económico y político, ya que el valor patrimonial asignado a un elemento depende del contexto: "se construye cada vez más en torno a un proyecto, personal o colectivo, económico o cultural" (Frigolé, 2010, pp. 32-33).

Para que la categoría de patrimonio opere, el objeto o manifestación debe ser designado de alguna manera o "activado" como tal (Prats, 1998, p. 68). Davallon (2010) plantea que esa designación puede darse en forma de una expresión o manifestación, y no necesariamente debe realizarse desde el punto de vista de la protección legal. Ahora bien, el autor destaca que, no obstante que el estatus patrimonial resulte de una construcción social, la designación debe encontrar su coherencia, fundamentación y legitimidad en características intrínsecas del objeto, pues, de otro modo, el valor patrimonial sería de un relativismo extremo y cualquier cosa podría convertirse en patrimonio.

Jean Davallon (2002, 2010) se ocupa de explicar cómo los objetos adquieren su estatus patrimonial y el patrimonio se convierte en un "hecho institucional" (2010, p. 47)⁴ que implica la existencia de unas "reglas constitutivas",⁵ término que el autor toma de Searle (2008; como se citó en Davallon, 2010, p. 48) y que hace referencia a reglas no explícitas que definen las relaciones que los sujetos pueden o deben establecer con los objetos considerados como patrimonio. Es a través de ellas que los sujetos adquieren cierta habilidad para reconocer si un objeto puede o no ser patrimonio en un determinado contexto y, de esta manera, todos los discursos y comportamientos sobre el objeto

⁴ Davallon (2014) entiende que "el sociólogo probablemente hablaría sobre el 'habitus', pero él prefiere 'institución', utilizándolo en un sentido muy similar al usado por Mauss, y haciendo referencia a la modelización propuesta por John R. Searle (1995)." (p.73).

⁵ Por oposición a las normas "regulativas", de naturaleza más restrictiva (Davallon, 2014, p. 57).

patrimonial se hacen predecibles. El proceso tiene el carácter de una “filiación invertida”⁶ (Davallon, 2002, “Una filiación invertida”) en tanto que es en el presente en el que los sujetos deciden que son herederos de algo, y desde el cual se establece el “mundo de origen” (2002, “Una filiación invertida”, para. 1) del que proviene el bien patrimonial.

Davallon (2002, 2010) desglosa este proceso en un modelo ideal que parte por el descubrimiento del objeto motivado por el interés de un grupo de personas gracias a una especie de “presentimiento de lo sublime”, a una anticipación de un “valor extraordinario” (2010, p. 53). Posteriormente se hace necesario certificar que el objeto proviene del mundo de origen del que parece venir, y de que ese mundo verdaderamente existió, con lo cual se establece la continuidad entre el presente y el pasado. Cuando el vínculo con el mundo de origen es científicamente restablecido, el estatus social del objeto cambia porque existe un vínculo físico entre sus productores del pasado y los hombres del presente. Es por ello que las reproducciones de los objetos originales nunca tendrán el mismo efecto. Posteriormente viene la celebración del descubrimiento del objeto mediante su exposición para que cada persona repita los pasos mediante los cuales el objeto ha adquirido su estatus patrimonial y viva una experiencia personal de hallazgo, creando vínculos de parentesco con los hombres del mundo de origen. Pero para que la dimensión patrimonial sea plenamente efectiva, hace falta un último momento que es el del establecimiento de la obligación de conservar estos objetos para transmitirlos a las generaciones futuras. Así, el proceso de patrimonialización se compone de un doble movimiento que produce un efecto de restauración de continuidad en el tiempo. La esencia está es reconstruir un enlace con un mundo de origen, y el segundo movimiento remonta del mundo de origen hacia el presente otorgándole al objeto un estatus.

Davallon (2010) señala que de los tres últimos pasos deviene el carácter institucional del patrimonio, pues se establecen tres tipos de obligaciones: la de conservar las cosas que recibimos y que tienen un valor específico, la de transmitir las a las generaciones futuras y la de poner el objeto a la disposición simbólica de la comunidad (pp. 51-52). Una vez las cualidades o características del objeto han servido para establecer su estatus patrimonial, las reglas constitutivas que definen este estatus determinan las prácticas sociales que deben darse en relación con él. Estas reglas no hablan de cómo el objeto adquirió su estatus, sino que simplemente lo especifican. Por eso Davallon (2010) advierte que, una vez que el contexto del proceso de adquisición del estatus patrimonial es olvidado, estas reglas parecen atestiguar más la ontología pura de los objetos: “El sentido

⁶ Davallon toma prestada la expresión “filiación invertida” de Jean Pouillon para nombrar el fenómeno.

de un valor 'extraordinario' moviliza las características del objeto y por lo tanto parece depender de ellas (...) el valor, por lo tanto, parece ser intrínseco al objeto" (p. 53). Ese "presentimiento de lo sublime" que está en la base del interés social por el objeto, corresponde a una conjunción de las características presentes en él, con la expectativa del momento presente de las personas.

Estos seis pasos descritos para que un objeto o elemento adquiriera su estatus patrimonial permiten comprender el planteamiento de Kirshenblatt-Gimblett (2001) del patrimonio como una "producción cultural", una "industria que da valor al pasado en el presente" (2001, p. 44). Más aún, debido a que se trata de una producción cultural que consiste en la sanción de otras, algunos autores la han clasificado como una "producción metacultural" (Montenegro, 2010, p. 127). De esta manera, volviendo a las ideas de la autora, el patrimonio hace viable la existencia de elementos que ya no lo serían de no ser porque reciben un valor agregado a través del pasado, la exposición, la diferencia y la "indigeneidad" (p. 45). Así, los objetos o manifestaciones no son simplemente representaciones de sí mismos, sino que los instrumentos utilizados en su exposición o exhibición les agregan valor y una nueva significación.

La designación de espacios patrimoniales, la recreación histórica y la conservación cultural son instrumentos con una historia que dejan su propio rastro en los lugares que señalan como parte del patrimonio. La interfaz -festivales tradicionales, exposiciones en museos, poblados históricos, conciertos, postales- son formas culturales por sí solas, y son transmisores de significados muy poderosos. Y es probable que otros mensajes -de reconciliación, de multiculturalismo o biculturalismo y de desarrollo, o sea, que no se refieren al patrimonio- se codificaran también en la interfaz. (pp. 49-50).

De esta manera, y de acuerdo con Frigolé (2010), la patrimonialización implica una "descontextualización" y una "recontextualización" del objeto, lo que quiere decir que éste, en primera instancia, es separado física y simbólicamente de los elementos que le rodean, para luego ser reubicado en un nuevo espacio semántico que conlleva un cambio de estatus y una "clasificación jerárquica" (p. 16). Es por ello que García García (2008) afirma que "desde el momento en que se construye el dominio patrimonial, este funciona con independencia del dominio cultural" (p. 16).

2.2. El patrimonio en la construcción de la identidad: del pasado al presente y de lo nacional a lo local

En esta investigación la identidad interesa en su dimensión colectiva, entendida como construcción social. Como tal, responde a procesos de identificación que implican diferenciación o des-identificación de otros (Anico & Peralta, 2009) -lo que Ramírez denomina “alterizaciones” (2011, p. 185)-, de manera que el significado de una identidad sólo puede construirse en relación con lo que no es, es decir, con su “afuera constitutivo” (Hall, 2003, p. 18). La identidad sería el resultado de la objetivación de procesos de identificación, “algo sustantivado y cosificado que puede ser materia de representación, discurso y práctica” (Ramírez, 2011, p. 185).

De acuerdo con Hall (2003), el proceso de identificación implica marcación y ratificación de límites simbólicos en un plano discursivo. En un sentido similar, Somers (1994) desarrolla el concepto de “identidad narrativa” y señala que “las identidades sociales están constituidas a través de la narratividad, las acciones sociales son guiadas por la narratividad, y los procesos sociales e interaccionales –tanto institucionales como interpersonales– son narrativamente mediados” (p. 621). Desde esta perspectiva, los discursos o narrativas no son sólo medios para transmitir una identidad dada, sino que forman parte de su propia ontología. En definitiva, “las personas construyen identidades -por múltiples y cambiantes que sean- ubicándose o siendo ubicadas dentro de un repertorio de historias entramadas” (Somers, 1994, p. 614).

Castells (1998, 2003) señala que, para construir las narrativas identitarias, los individuos, los grupos sociales y las sociedades procesan materiales de la historia, geografía, religión, fantasía, etc. y los reordenan en su sentido. Larraín (2001) indica que uno de los componentes básicos con los que se construye la identidad es el elemento material, que incluiría posesiones capaces de entregar al sujeto elementos de autorreconocimiento y de representación. De acuerdo con el autor, este aspecto material permite que la identidad se relacione con el consumo y la industria, ya que el acceso a ciertos bienes, además de satisfacer necesidades, responde a una manera culturalmente determinada de comprar o consumir y puede llegar a ser un medio de acceso a un grupo imaginado, representado por esos bienes. Así, las cosas materiales “contribuyen a modelar las identidades personales al simbolizar una identidad colectiva o cultural a la cual se quiere acceder” (Larraín, 2001, p. 28).

Complementariamente, la dimensión material de la identidad permite que entre en juego el patrimonio cultural en sus dinámicas de construcción y objetivación.

Las identidades, para ser efectivas, deben tener algún tipo de materialidad: los tótems que simbolizan la solidaridad sentida por generaciones de individuos heterogéneos hacia una narrativa unificadora de pertenencia. En este contexto, el patrimonio proporciona un soporte material y simbólico bastante efectivo para las narraciones, que sirven como recurso para la representación de identidades y un lugar para sus actuaciones. (Anico & Peralta, 2009, p. 1).

Actualmente la relación entre patrimonio e identidad parece indefectible y la noción generalizada es que el patrimonio tiene “todo que ver con la identidad” (Anico & Peralta, 2009, p. 1) debido a su capacidad para representar las identidades mediante sistemas de símbolos y estabilizar en alguna medida las versiones de identidad (Prats, 1997): “El patrimonio cultural fija, si bien inestablemente, una serie de valores culturales que un grupo social, o mejor dicho, las instituciones políticas y determinados colectivos sociales determinan fundamentales para autorepresentarse ante los otros como colectivo cultural” (Arrieta, 2006, p. 145). No obstante, los mismos bienes patrimoniales pueden actuar como representaciones de versiones de identidad diversas, e incluso contrapuestas, por lo que el patrimonio puede constituirse en un “campo de confrontación simbólica” (Prats, 1997, p. 38), un campo de conflicto entre diferentes grupos sociales que pulsan por hacerse más visibles (Quintero, 2005, p. 69).

En este sentido cabe tener en cuenta que, como señala Castells (1998), la construcción social de la identidad se enmarca siempre en un contexto de relaciones de poder, de manera que su contenido simbólico tiene que ver con quién la construye y para qué. Igualmente, en la arena sociopolítica, el patrimonio suele ser activado por quienes tienen el poder suficiente para promover versiones de identidad (Prats, 1997), y se hace relevante para que esas versiones sean exitosas:

A través del patrimonio, las personas no solo experimentan comunidad; simultáneamente legitiman y aceptan las agendas de sus constructores y cuidadores. El patrimonio, en este sentido, está estrechamente relacionado con el poder y es un dispositivo influyente en la construcción de los estados-nación, así como en la política de identidad liderada por múltiples grupos que están situados globalmente. (Anico & Peralta, 2009, p. 1).

No debe entenderse, sin embargo, que primero son las identidades y luego el patrimonio, pues, como se ha visto, el proceso de patrimonilización permite un movimiento en el sentido contrario y actúa como creador de sujetos colectivos (Davallon, 2010; Prats, 1997). Para Davallon (2010), la comunidad se construye a partir del patrimonio porque la patrimonialización conlleva un acto de transformación de un grupo de personas reales en una entidad colectiva o en un solo cuerpo social, personas que se identifican entre sí con

base en los significados asignados a los bienes patrimoniales. Esta entidad es simbólica y solo es una representación construida, tanto en el espacio como en el tiempo. Lo importante, según el autor, es que el proceso de patrimonialización implica una “reflexividad” que está en la base de la versión identitaria, ya que en dicho proceso una sociedad tiene que construir una representación de sí misma: “mostrando o exhibiendo creamos una representación de nosotros mismos, para nosotros y para otros” (p. 57). De esta forma, el patrimonio juega un papel importante como versión ya existente, o institucionalizada, de la identidad (Davallon, 2002, 2010).

Como apunta Arrieta (2010), parece, entonces, que la aceptación de la “doxa” de que el patrimonio cultural está vinculado con la identidad permanecerá invariable durante mucho tiempo aunque los referentes identitarios cambien; y es que las representaciones sociales del patrimonio se han ido adecuando ya a estas variaciones (Pinto, 2017). En este sentido es importante destacar aquí un movimiento observable en ambos campos desde la relevancia del pasado hacia la diferencia y lo local como fuentes de sentido. De acuerdo con Helena Pinto (2017), el pasado, tanto en su concepción de historia como de memoria, es fundamental en la construcción de la identidad personal y colectiva, ya que el reconocimiento de un individuo como perteneciente a un grupo implica la percepción y significación de un tiempo compartido que permite la experiencia de continuidad. Según la autora, la selección del patrimonio ha estado relacionada principalmente con la construcción de esa identidad histórica. No obstante, siguiendo a Frigolé y Roigé (2006), la construcción de identidades en los procesos de globalización al parecer está cada vez más relacionada con la patrimonialización de la cultural local y la producción de una diferencia de lo local respecto de lo global, de manera que el patrimonio se constituye en una estrategia de las poblaciones locales para legitimarse en el nuevo escenario actual.

Paradójicamente, los Estados, muchos de los cuales impulsaron la globalización con aperturas económicas y desregularizaciones, se han ido debilitando como fuentes de identidad y sentido de las sociedades (Appadurai, 2001; Castells, 2003). De acuerdo con Castells (2003), el declive del Estado-nación y la desintegración de los aparatos de la sociedad civil han derivado en una profunda crisis de la ‘identidad legitimadora’ que reproducía el ‘statu quo’. En la llamada globalización, el poder, la riqueza y la información son globales, y los procesos de construcción de identidad son específicos, de modo que cobran relevancia las identidades contrarias a la dominación, que pueden presentar proyectos de cambio social. En un sentido concordante Arjun Appadurai (2001) señala que la globalización -a la cual considera un proceso profundamente histórico y disparejo- no ha traído una homogeneización cultural, ya que las diferentes sociedades “se apropian de

manera distinta de los materiales de la modernidad” (p. 19), y, así, la globalización es generadora de localidades.

Giddens (2004), por su parte, enfatiza en que, en las condiciones de la modernidad, lo local es configurado por influencias sociales que se generan a gran distancia, de modo que “la ‘forma visible’ de lo local encubre las distantes relaciones que determinan su naturaleza” (p. 30). Frigolé (2006a) agrega que las localidades se producen y reproducen como partes interdependientes de un sistema que es global y local a la vez. Esa trascendencia de lo global en lo local no se entiende solo como una reacción opositora, sino también como la incorporación de las imágenes que el espejo de la audiencia global devuelve a la comunidad local. Los discursos externos sobre la localidad que son socializados por los medios de comunicación, los visitantes o los mismos investigadores, aportan elementos para la construcción de la imagen que la comunidad tiene de sí misma (Prats, 1997; Valcuende del Río, 2003; Del Mármol, 2006). Paradójicamente, se utilizan categorizaciones universales en la búsqueda de los referentes de identificación local, entre las cuales opera de manera importante la noción de patrimonio (Valcuende del Río, 2003).

La construcción de las identidades colectivas como representativas del espacio local en el marco de los procesos de globalización implica la propia concepción de la cultura local como patrimonio (Frigolé, 2006a; Roigé & Frigolé, 2010). En este sentido, Arrieta (2006) señala que el patrimonio actualmente no se concibe como un acervo de objetos y manifestaciones, sino como el contexto cultural que los engloba y da sentido, contexto que se construye a partir de una ideología de lo local construida con base en las representaciones culturales. Este proceso de patrimonialización de la cultura local y del territorio “impone a la población la modificación de su mirada sobre el medio, y obliga a una reflexión sobre su propia historia y sobre el estatus que debe concederse al pasado” (Roigé & Frigolé, 2014, p. 10). Pero el desconocimiento de las fuerzas globales que penetran la producción de lo local conduce a su “fetichización” mediante fórmulas como la “tradición selectiva”, término empleado por Williams (como se citó en Frigolé, 2006, p. 10) y que se refiere a la apropiación selectiva del pasado guiada por grupos dominantes; o el “arcaísmo cultural”, acuñado por Bovin (como se citó en Del Mármol, 2006, p. 126) y que hace referencia a “los procesos por los cuales una sociedad recupera y afirma su identidad a través de prácticas arcaizantes”; prácticas que, o bien se habían extinguido, o han subsistido, o se crean *ex novo*, para diferenciar a la comunidad.

Pero, como plantea Appadurai (2001), lo local no debe entenderse como una mera cuestión de escala sino como algo relacional y contextual que se puede conceptualizar como una “propiedad fenomenológica de la vida social”, una “estructura de sentimientos

producida mediante formas particulares de actividad intencional” que genera efectos materiales (p. 191). Lo local, entonces, no está dado por una determinada territorialidad, sino que debe producirse en relación con un contexto más amplio y se concreta en lo que el autor ha denominado “vecindarios”, que son “comunidades situadas, caracterizadas por su naturaleza concreta, ya sea espacial o virtual, y por su potencial para la reproducción social” (p. 187). Para el autor, es importante aclarar que, aunque la teoría social ha planteado que lo local está asediado en las sociedades modernas, es un logro frágil que siempre ha tenido que ser producido y cuidado, lo cual se refleja en los rituales para poner nombre a los lugares, proteger cultivos o animales, indicar cambios de estaciones, etc., de manera que las etnografías revelan permanentemente la producción espaciotemporal de lo local. Sin embargo, el autor entiende que, en un contexto de globalización, la producción de lo local es cada vez más “una verdadera lucha” (p. 197). Esta tarea suele ir a contrapelo de los proyectos del Estado-nación, el cual espera que los vecindarios reproduzcan sus propuestas y sean ejemplares en cuanto a la pertenencia a un territorio mayor.

Debido a esta dinámica de relacionamiento entre la identidad y el patrimonio, a partir de la década del sesenta la noción tradicional de “patrimonio cultural” y su modelo de gestión comenzaron a transformarse como consecuencia de los procesos de descolonización en ciertas regiones del globo, los enfoques antropológicos o etnológicos que superaban la idea piramidal de civilización, la constatación de una visión eurocentrista en la gestión del patrimonio cultural y las demandas sociales de reconocimiento a la diversidad cultural (Agudo, 2005; Carrera, 2005; Arrieta, 2010). Sergio de Zubiría (2005) señala que en Latinoamérica el discurso cultural de fin de siglo XX estuvo marcado por la inconformidad colectiva debido a la estrechez en las concepciones del campo cultural. Desde la academia y desde el quehacer práctico de los movimientos sociales latinoamericanos se empieza a exigir una ampliación o resignificación de la noción de patrimonio cultural, discusión que ha estado mediada por la desigualdad social regional y enmarcada en una diversidad cultural que han obligado a repensar las relaciones entre las nociones de diferencia, diversidad y desigualdad (García Canclini, 1987; Amodio, 2003; De Zubiría, 2005). En consecuencia, Latinoamérica ha sido tierra fértil para las discusiones que dieron origen a conceptos como el de PCI.

El desprestigio de los criterios históricos y artísticos para la sanción del patrimonio, así como de su asociación con la identidad nacional, ponen en entredicho la autoridad exclusiva del Estado y los expertos para su designación y abre las vías para la entrada en escena de distintos agentes sociales en el campo patrimonial, colectivos y comunidades que asumen su potestad para decidir qué bienes pueden representarlos (Quintero, 2005). Se

produce así una “inflación del patrimonio” (Davallon, 2014, p. 50) derivada de una ampliación genérica del término para incorporar objetos y manifestaciones antes impensadas como patrimoniales, así como de áreas que antes eran conocidas de otra manera, como el folclor, lo que daría origen al concepto de patrimonio inmaterial.

2.3. El Patrimonio inmaterial: la democratización del patrimonio y sus paradojas

Montenegro (2013) destaca que el concepto de Patrimonio Cultural Inmaterial se reveló como un mecanismo eficaz para la institucionalización de la antes llamada cultura tradicional y/o popular, en oposición con las formas de alta cultura históricamente asociadas a Europa. Como señala el autor, nociones como las de diversidad cultural o multiculturalismo buscaron hacer oposición a la jerarquía cultural eurocéntrica y exigir el reconocimiento cultural de expresiones o manifestaciones ubicadas más allá de la esfera de las llamadas bellas artes. En un sentido similar, que no dejar de plantear críticas a este concepto, diversos autores destacan el papel que ha venido a jugar la noción de PCI en la democratización de los procesos de producción del patrimonio y, por tanto, como instrumento de luchas políticas en la arena patrimonial (Carrera, 2005; Quintero, 2005).

Si bien fue la denominada Comisión Franceschini la encargada de dar los primeros pasos institucionales hacia la “desmonumentalización” del patrimonio al entenderlo como cualquier manifestación o testimonio significativo de la cultura humana, el primer paso de envergadura para la creación del concepto de PCI debe buscarse en la Conferencia Intergubernamental Mondiacult. que tuvo lugar en México en 1982. Es sus actas se utiliza por primera vez el concepto -aunque entre comillas-, y en su informe se da una nueva definición de patrimonio cultural que incluye “producciones tangibles e intangibles” (Unesco, 1982, p. 3) a través de las cuales la creatividad del pueblo encuentra expresión. En 1989 la Conferencia General de la Unesco aprobó el primer texto normativo específicamente elaborado para la salvaguardia del PCI: la Recomendación sobre la Salvaguardia de la Cultura Tradicional y el Folklore, término este último que se ha cambiado en la actualización del documento por el de “popular” (Unesco, 1989).

En el posterior informe *Nuestra Diversidad Creativa* (Unesco, 1996) la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo subrayó que la Convención para la Protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural (1972) se había centrado en el patrimonio inmueble, preocupándose poco por el patrimonio inmaterial. En los años posteriores, tanto en conferencias como en informes, se hizo énfasis en proteger a los “portadores” del PCI y

desplazar la atención de los artefactos a las personas; en la necesidad de crear un instrumento normativo explícito sobre este tipo de patrimonio; y se recomendó no seguir utilizando el término folclor para buscar una definición más apropiada. De esta manera, se dieron los avances necesarios para que en el año 2003 la Conferencia General de la Unesco promulgara la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, que lo define como:

Los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas –juntos con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes– que las comunidades, los grupos, y en algunos casos los individuos, reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. Este patrimonio cultural inmaterial, que se transmite de generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentido de identidad y continuidad y contribuyendo, así, a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana. (Unesco, 2003, art. 2, para. 1).

En Latinoamérica se han asimilado, en líneas generales, los conceptos y prácticas propuestos desde la Unesco en cuanto a patrimonio cultural, incluido el inmaterial, diseñando las políticas culturales a la luz de estos lineamientos (Crespial, 2008). Todos los países latinoamericanos suscribieron la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial y desde entonces ha habido un fuerte dinamismo institucional en torno al tema que desembocó en la creación del Centro Regional para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial de América Latina (Crespial) en 2006, con sede en Cusco, Perú. A partir de la Convención, la región se hizo más visible en el diálogo patrimonial mundial a través de la inclusión de manifestaciones en la Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad.

Diversos autores han discutido los avances y limitaciones de la Convención y del concepto institucionalizado en ella de PCI. Vacheron (2007) y Lourdes Arizpe (2008) destacan que la Convención se enfoca en el carácter vivo del patrimonio inmaterial y propende por su “viabilidad”, más que por la protección de los productos culturales en sí. Esta viabilidad pretende ser el núcleo del concepto de “salvaguardia”, pues esta última se entiende como “las medidas encaminadas a garantizar la viabilidad del patrimonio cultural inmaterial”, que comprenden: identificación, documentación, investigación, preservación, protección, promoción, valorización, transmisión y revitalización (Betancourt, 2010, p. 386). Más o menos en esta vía, Kirshenblatt-Gimblett (2004) destaca que la Convención se refiera no solo a las “obras maestras” sino también a los autores:

El modelo basado en el folclore animaba a especialistas e instituciones a documentar y mantener un registro de las tradiciones en vías de desaparición. El reciente modelo

intenta mantener una tradición viva frente a posibles amenazas, preservando las condiciones necesarias para su reproducción cultural. (p. 53).

Por otra parte, si bien algunos autores consideran que la distinción entre patrimonio material e inmaterial es falsa, equívoca e innecesaria (Ferro, 2010), Victoria Quintero (2005) señala algunas de sus utilidades. Si bien la autora plantea que la noción de patrimonio inmaterial solo se explica por el materialismo propio de occidente, destaca que “permite resaltar los valores de los objetos o elementos del patrimonio por encima del objeto en sí” (p. 75). Además, “permite descubrir significados que no pueden ser fácilmente transmitidos sólo a través de los objetos, sino que necesitan de la acción, de la práctica para ser comprendidos en su integridad” (p. 75). Por último, señala que permite complejizar los mensajes que se transmiten sobre los bienes y manifestaciones patrimoniales y vincular varios elementos entre sí.

Ahora bien, desde el punto de vista sociopolítico, para Quintero (2005) el concepto de patrimonio inmaterial ha producido nuevas prácticas en el campo del patrimonio cultural, las cuales están referidas principalmente a lo que podría denominarse una democratización de los procesos de construcción o producción del patrimonio. La autora las reseña así: “a) La activación de una serie de mecanismos de participación social que hacen posible la patrimonialización, y, b) la consolidación y/o construcción de nuevos símbolos en que reconocerse, que conllevan la reafirmación de una sociedad plural” (p. 80). Según Quintero, la noción de patrimonio cultural inmaterial buscaba también legitimar otras formas de descubrir el pasado, más allá de los registros oficiales, permitiendo una pluralidad de versiones, y una mayor democratización en cuanto a acceso de todos los grupos a construir y comprender el patrimonio. Esto ha derivado en que el patrimonio sea hoy un espacio de disputa donde grupos no hegemónicos pueden lograr su visibilización.

De forma similar, Gema Carrera (2005) plantea que las reflexiones en torno al concepto de PCI lo convirtieron en una herramienta de reivindicación de los grupos más desfavorecidos y silenciados en las prácticas patrimoniales y, en un escenario de postcolonialismo, se darían otras reivindicaciones como el derecho de las sociedades indígenas a defenderse de las interpretaciones exógenas de sus costumbres. Ferro (2010), por su parte, también resalta que con la distinción del patrimonio inmaterial se realizaron principalmente avances en el escenario político, ya que este tipo de patrimonio impugna el carácter dominante del patrimonio material.

Ahora bien, en cuanto a las limitaciones asociadas a la Convención y el concepto de PCI, algunos informes realizados por los Estados y por las mismas instancias de Unesco en

encuentros institucionales exponen que a menudo se presentan tensiones en la gestión del patrimonio inmaterial. En el XI Encuentro para la Promoción y Difusión del Patrimonio Inmaterial de Países Iberoamericanos, realizado en 2010, la directora ejecutiva de la Crespial, Silvia Martínez, planteó las principales dificultades que se venían presentando para la aplicación de la Convención: identificar objetivos comunes entre Estado y comunidades; la complejidad para informar logros en el sector cultural, considerando que sus objetivos se centran en el reconocimiento y la identidad; el predominio de una racionalidad económica; la dificultad para establecer herramientas de seguimiento; y la confusión de necesidades insatisfechas con necesidades de salvaguardia (Del Valle, 2010a, p. 438).

Los análisis de algunos autores permiten comprender el origen de estas tensiones. De acuerdo con Kirshenblatt-Gimblett (2004), el instrumento producido por la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial desvirtuó sus esfuerzos conceptuales ya que la Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad finalmente reprodujo la visión monumentalista del patrimonio al centrarse en grandes obras maestras, reforzando la noción del patrimonio cultural como espejo de nación: “lo que haría de dicha convención un instrumento para que los gobiernos nacionales proclamasen la riqueza de su patrimonio cultural, en lugar de ocuparse de los propios portadores de cultura” (p. 57). Para la autora, esta lógica de las listas lleva a que en los países suscriptores de la Convención se instaure una noción de acciones más simbólicas que efectivas, que es “el modo más visible, menos costoso y más convencional de ‘hacer algo’ – algo simbólico – por las comunidades y tradiciones desatendidas” (p. 59). Señala que algunos participantes en la elaboración de la Convención esperaban resultados “de índole cultural más que metacultural”, es decir que deseaban centrarse en acciones de apoyo directo a la reproducción de la cultura local (pp. 56-57). La autora indica como prueba del carácter metacultural de las acciones en materia de PCI la eclosión de instituciones, políticas públicas, entidades, etc., relacionadas con esta nueva categoría de patrimonio, e impulsadas justamente por el llamado de la Unesco a los países suscriptores a tomar medidas institucionales.

Estas medidas ponen de manifiesto lo diferente que es la dedicación profesional al patrimonio del patrimonio en sí mismo. Aunque el propósito de muchas de estas medidas es la salvaguardia de algo que ya existe, su efecto más notorio es la creación de capacidades para algo nuevo, como son el consenso internacional en torno a la noción de ‘patrimonio inmaterial’ o la creación de inventarios y políticas culturales, documentación, archivos, institutos de investigación y fenómenos similares. (pp. 55-56).

Este fenómeno ha favorecido que el patrimonio inmaterial se constituya en una categoría celebrativa que disocia las manifestaciones de sus procesos histórico-sociales y de las condiciones materiales de quienes las producen y encarnan (Buitrago, 2017; Kirshenblatt-Gimblett, 2004). Esto, a su vez, ha derivado en otra limitación, que es la búsqueda de fijación de las prácticas o manifestaciones culturales respecto a un modelo o patrón, o lo que se denomina con frecuencia su “fossilización”, “momificación” o “congelamiento”. Como mencionan diversos autores (Prats, 1997; Frigolé, 2006), es frecuente que sean las personas ajenas a las comunidades locales las que demandan que estas permanezcan en unos patrones culturales concordantes con su idea de ruralidad, y como testimonio de un mundo distinto al de la ciudad que es hoy su espacio cotidiano.

La gestión del patrimonio oscila, así, entre congelar las prácticas culturales o enfrentarse a la naturaleza cambiante de los procesos intrínsecos a la cultura (Kirshenblatt-Gimblett, 2004, pp. 60-61). En este sentido Victoria Quintero (2005) plantea que la tutela del patrimonio inmaterial abre ciertas paradojas, una de las cuales tiene que ver con la conservación, ya que en el caso del patrimonio vivo se corre el riesgo de modificar y “momificar” prácticas culturales, quedando la versión documentada como la “auténtica” y “verdadera” (p. 76). De hecho, indica la autora, con la declaración de patrimonio muchas veces se busca el refuerzo de ciertos elementos como esenciales e inmutables, la “reafirmación de ‘lo que siempre hemos sido’” (p. 76).

A su vez, otros autores han señalado que la idea de preservación conlleva la omisión de que los agentes culturales o “portadores” son personas que toman decisiones, actúan o dejan de actuar en función de una serie de factores que ellos mismos evalúan (Kirshenblatt-Gimblett, 2004, p. 60), de manera que el camino tomado hasta ahora para la gestión del patrimonio inmaterial ha logrado desmaterializar no sólo al patrimonio, sino también a sus productores y reproductores, y a sus contextos (Montenegro, 2010). El carácter celebrativo del patrimonio inmaterial y la “esencialización” de las manifestaciones culturales (Quintero, 2005, p. 76), además, ha llevado a que el concepto de patrimonio inmaterial se asocie a las nociones de cultura popular y tradición, con lo cual lo “auténtico” termina por circunscribirse a este escenario y deja de lado otras esferas de producción simbólica como las de las culturas urbanas, los obreros o los jóvenes, entre otros (Quintero, 2005; García, 2008).

Por todo lo anterior, algunos autores insisten en la necesidad de que los lineamientos de gestión del patrimonio inmaterial se dirijan a la viabilidad de lo propiamente cultural: “el deseo de preservación debe estar encaminado a hacer posible que quienes son depositarios de culturas tradicionales continúen ofreciendo modelos

alternativos de comportamiento y criterios diferentes de 'éxito' a los encarnados en las formas de vida que compiten con ella" (Carrera, 2005, p. 22). Representantes de Unesco, como el especialista de la Oficina Regional en La Habana, Fernando Brugman, han señalado, que, efectivamente, en varios sentidos se ha malinterpretado la Convención y por eso es necesario seguir avanzando en instrumentos para su asimilación y aplicación (Del Valle, 2010b, p. 413).

Pese a este llamado, autores como Regina Abreu (2014) plantean dificultades más difíciles de salvar, una de las cuales es la divergencia de racionalidades que se pone de manifiesto cuando la lógica del patrimonio cultural se intenta aplicar en sociedades en las que esta categoría no opera. La autora muestra el caso de los wajapi, en la Amazonía brasilera, para quienes no había "cultura" y "patrimonio" como los describían los asesores que buscaban la patrimonialización de sus prácticas de pintura corporal. En su racionalidad cosmológica, los wajapi no se consideraban "portadores" de su arte gráfico ya que los grafismos eran tomados en préstamo de seres sobrenaturales, por lo tanto, no podían reivindicar derechos de propiedad intelectual colectiva. En palabras de Abreu:

Al construir un discurso y un sello oficial sobre el patrimonio cultural inmaterial, los agentes institucionales del campo del patrimonio están estableciendo una relación entre dos polos -las instituciones patrimoniales y la llamada "comunidad tradicional" con sus manifestaciones culturales a ser listadas y registradas-. No necesariamente hay coincidencia entre ambos. No necesariamente ambos piensan lo mismo. Estamos frente a muchos malentendidos. (p. 59).

El patrimonio inmaterial es posible por la existencia de un "otro" diferente, de modo que, para Abreu (2014), la lógica patrimonial debiera convivir con un principio de alteridad que viabilice lo singular del otro. Sin embargo, los agentes del patrimonio buscan insertar a las culturas vivas en la racionalidad universalista de la gestión del patrimonio. Finalmente, las diferencias entre el sistema de pensamiento de una comunidad tradicional y aquel de las agencias de patrimonio, revelan la dificultad de traducir una tradición basada en la oralidad y sustentada por narrativas míticas a la racionalidad occidental (Abreu, 2014).

Por último, parte de los desafíos que hoy afronta el concepto y la gestión del patrimonio inmaterial derivan de que esta categoría, a la vez que ha supuesto una ampliación de las fuentes de patrimonialización y del acervo de bienes patrimoniales, ha facilitado la introducción de las lógicas de la economía cultural, o, si se quiere, de una "economía del patrimonio" (Chaves et al., 2010, p. 18), en grupos antes marginados de ella, especialmente a través del concepto de industrias culturales o creativas, y del turismo. Estas ideas son alentadas por organismos internacionales que ven en el

patrimonio inmaterial una oportunidad de mejoramiento de las condiciones de vida para poblaciones que viven en pobreza material. De hecho, la Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales, que se produjo en 2005 y entró en vigor en 2007, fomenta la protección del derecho de los pueblos a crear y difundir sus bienes y servicios culturales, así como sus expresiones tradicionales, para su propio beneficio (Unesco, 2007).

Es por esto que Davallon (2002, 2010) advierte que tal vez un cierto número de señales nos está indicando que el modelo ideal de la patrimonialización está cambiando. Según el autor, cuando el patrimonio ya no es considerado la huella de los ancestros y el testigo de un mundo de origen, deja de ser un eslabón entre el pasado y el futuro que se descubre en el presente, para convertirse en un simple recurso que se gestiona de cara al futuro. Se trata de un cambio fundamental de nuestra relación con los bienes patrimoniales, por lo que a continuación se dedica un apartado a este tema.

2.4. Los giros de la cultura: patrimonio, industrias culturales y economía creativa

El llamado “giro cultural” (Chaves et al., 2014; Montenegro, 2010, 2013) ha supuesto un relevamiento sin precedentes del papel de la cultura en las dimensiones social, política y económica de las sociedades. Este giro, como señala Yúdice (2002), implica que la cultura cobra legitimidad como “recurso”, lo cual no significa exclusivamente su reducción a mercancía, sino su uso para distintos fines como la resolución de conflictos sociales y las luchas políticas, el crecimiento económico, la generación de empleo o el desarrollo urbano, de manera que se desplazan otras interpretaciones de la cultura, la cual suele perder su valor trascendente. De acuerdo con el autor, la cultura como recurso:

Constituye el eje de un nuevo marco epistémico donde la ideología y buena parte de lo que Foucault denominó sociedad disciplinaria (por ejemplo, la inculcación de normas en instituciones como la educación, la medicina, la psiquiatría, etc.) son absorbidas dentro de una racionalidad económica o ecológica. (p. 13).

Este giro cultural ha permitido el desarrollo del turismo y de las industrias culturales y creativas, y, en general, de una economía que se basa de manera creciente en la desmaterialización de las fuentes de crecimiento económico -por ejemplo, a través de los derechos de propiedad intelectual- y de una creciente distribución de bienes intangibles y servicios basados en la producción de contenidos -cine, música, turismo, etc.-. Como señalan algunos autores (Chaves et al., 2010; Yúdice, 2002), en esta economía se borran las barreras

entre alta cultura, cultura de masas y cultura tradicional, pues todas entran en juego, bien sea a través de museos de arte contemporáneo o en destinos de turismo étnico y sitios patrimoniales, entre otros.

Esto es lo que en mercadeo suele llamarse una oportunidad de negocio: súbitamente, un amplio (incluso inconmensurable) conjunto de expresiones, saberes, creencias, modos de conducta, adquiere valor cultural y se hace, por lo tanto, capitalizable [...] De allí el redescubrimiento de mercados como el artesanal, de los que puede decirse que fueron activados como capital, entrando no solo al mercado de bienes, sino también al laboral y, de un modo quizás más importante, al financiero. (Montenegro, 2013, p. 44).

En línea con lo señalado anteriormente por Kirshenblatt-Gimblett (2004), puede entenderse que, en este escenario, las habilidades que cobran mayor relevancia son aquellas propicias para la gestión, investigación, conservación, distribución, mercadeo e inversión, y la cultura es ahora campo de experticia principalmente de corporaciones o entidades no gubernamentales de orden internacional, así como de agentes locales que se multiplican rápidamente (Yúdice, 2002; Chaves et al., 2010).

Al giro cultural ha seguido de inmediato el “giro multicultural” (Chaves et al., 2014; Montenegro, 2013), en el que intereses sociales, como la representación política, se desplazan hacia la reivindicación de la diversidad, es decir, hacia la esfera de la identidad, y las demandas sociales son reemplazadas por demandas culturales (Chaves et al., 2010, p. 19). A su vez, cobra fuerza la dimensión económica como fundamento de los procesos de reivindicación identitaria, desplazando en muchos casos la posición central que han jugado en ellos las motivaciones políticas (Comaroff y Comaroff, 2012, p. 9).

En este último sentido cabe recordar que el neoliberalismo y la globalización han debilitado la injerencia del Estado en la construcción de grandes proyectos identitarios, de modo que actores privados adquieren cada vez mayor protagonismo en la gestión de la identidad y el patrimonio. En concordancia, los estados neoliberales promueven que el acceso de grupos sociales, étnicos y pueblos originarios a sus antiguas reclamaciones se haga a través de su vinculación al mercado, ofreciéndoles garantías de participación en la economía capitalista (Comaroff y Comaroff, 2012). Esto ha permitido la instauración de lo que se ha denominado el “multiculturalismo neoliberal”, ya que “es el espacio abierto por el multiculturalismo el que ha permitido pensar (y usar) la diversidad cultural como recurso económico” (Montenegro, 2013, p. 42), en una nueva economía que se fundamenta en la valoración de la diversidad, de lo único y diferente (Montenegro, 2010).

Como señala Montenegro (2013), la categoría del patrimonio inmaterial ha sido funcional a la conformación de una especie de mapa global de la diversidad cultural, y, por tanto, ha facilitado también la consolidación de un “mercado global de la diversidad cultural” (p. 42). Por esto se hace necesario desglosar a continuación la manera en que los procesos de patrimonialización favorecen la producción de valor tanto cultural como económico, para pasar a analizar la manera en que se ha estructurado el panorama actual de la economía cultural y creativa global y las perspectivas que adquiere el turismo cultural en este nuevo escenario.

2.4.1. “Mercantilización de lo auténtico” y patrimonialización

La llamada “mercantilización de lo auténtico” (Boltanski & Chiapello, 2002; Roigé & Frigolé, 2010), en la que se legitima la cultura como valor agregado (Chaves et al., 2014, p.15) -y que puede asimilarse a lo que Montenegro (2013) denomina “culturalización de las mercancías” (p. 49)-, hace parte de los giros cultural y multicultural.

McCannell (2003) señala que la búsqueda de autenticidad es resultado de los estados de alienación de los sujetos modernos que ya no encuentran cobijo en sus sociedades, y la relaciona con la explosión del turismo a partir de la década de 1960. De acuerdo con Boltanski y Chiapello (2002), en esta década las sociedades industrializadas evidenciaron una eclosión en esa búsqueda de lo auténtico como reacción a los bienes industriales producidos en serie. En respuesta, el capitalismo comenzó a comercializar productos que fueran percibidos como auténticos; bienes y prácticas que anteriormente habían permanecido fuera del mercado comenzaron a comercializarse como mercancías. De esta manera “se ofrecería a los consumidores productos ‘auténticos’ y tan ‘diferenciados’ que se conseguiría reducir la impresión de masificación” (Boltanski & Chiapello, 2002, p. 557). Para que esto operara las mercancías requerían de referentes que siguieran fuera del mercado: lo “auténticamente auténtico”, que tiene puro valor de uso.

Desde esta perspectiva puede observarse una convergencia indefectible entre la mercantilización de lo auténtico y la patrimonialización, ya que, si bien esta última puede entenderse como un intento de oposición al mercado, el patrimonio ha usado lógicas y modelos de aislamiento, oposición y valoración propios de la esfera de los intercambios económicos, entranando dos lógicas relacionadas pero contrarias: una de ellas supone la producción y abstracción de valores culturales e históricos; la otra, implica la distribución y venta de bienes y manifestaciones mediante la atribución de valor económico (Chaves et al., 2010; Montenegro, 2010). Como explican Roigé & Frigolé (2014):

Los procesos de patrimonialización deben considerarse atendiendo tanto al uso económico como al cultural. Uno y otro uso se retroalimentan y no pueden entenderse separadamente. El uso simbólico y cultural de los elementos patrimoniales construye imágenes que luego son utilizadas económicamente y, al revés, el uso económico del patrimonio crea arquetipos que se convierten en elementos simbólicos y culturales. (pp. 10-11).

De esta manera, el patrimonio, de cualquier tipo, estimula el mercado al proveerle de referentes de importancia cultural y simbólica (Frigolé, 2010). En concordancia, Jean Davallon (2010) considera que existe un “valor genérico” y una serie de “valores secundarios” (p. 53) que justifican acciones de protección, restauración, conservación y exhibición del patrimonio, lo mismo que funcionan para el desarrollo turístico. Pero, de acuerdo con el autor, desde un punto de vista simbólico, estos valores específicos mantienen como referente un instituido sentido del valor genérico. Así, cuando el patrimonio se convierte en recurso económico no se comercia con él sino con una serie de servicios y beneficios que de él se derivan y que permiten generar dinero, a lo que Joan Frigolé (2010) ha denominado “patrimonio vicario” (p. 37).

Ahora bien, teniendo en cuenta los planteamientos de Llorenç Prats (1997), podría plantearse que, para que se dé la percepción de autenticidad, debe entonces existir una relación metonímica y no metafórica entre el patrimonio vicario y la fuente de autenticidad. No es suficiente con que una artesanía, por más única que se presente, sea imitación de un producto artesanal “indígena”, sino que debe haber sido realizada por un artesano de un grupo que se considere etnia o pueblo originario. Esto explica por qué el incremento de la demanda y una mayor circulación de este tipo de mercancías no hacen que estas pierdan su “aura”, pues se percibe que esta circulación y este consumo favorecen la afirmación de la etnicidad del productor (Comaroff & Comaroff, 2012). En ello entra también en juego un valor moral que cobija este tipo de productos comerciales y “se ha convertido en un capital simbólico que da réditos importantes en las negociaciones: ‘Me pagas más porque sacrifico más’” (Montenegro, 2010, p. 121). Esto es lo que habría permitido que los bienes así comercializados funcionaran aun después de que el espíritu del capitalismo de fines de la década de 1960 reiniciara sus cuestionamientos sobre la autenticidad al ver que todo entraba en la circulación mercantil, y se propusiera distinguir, ya no lo singular frente a lo masivo, sino el original de la copia (Boltanski & Chiapello, 2002).

2.4.2. Industrias culturales, economía creativa y economía naranja

Los giros de la cultura, como se ha dicho, han favorecido la ampliación y desarrollo de las industrias culturales y/o creativas, y de la economía creativa o “economía naranja” (Buitrago & Duque, 2013); sin embargo, como cita el *Informe sobre la Economía Creativa* (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo [PNUD] & Unesco, 2013), estos términos o etiquetas reflejan y se corresponden con diferentes posturas analíticas y aspectos ideológicos. El término “industrias culturales”, por ejemplo, si bien fue utilizado inicialmente por la Escuela de Frankfurt para analizar críticamente el papel y los contenidos de los medios de comunicación de masas, en la década de 1980 comenzó a ser promovido por la Unesco y a ser usado con un enfoque más positivo: “con el término, se hacía referencia a formas de producción y consumo cultural que tenían un elemento expresivo o simbólico en su núcleo” (PNUD & Unesco, 2013, p. 20). Con él se buscó abarcar campos diversos como la música, la escritura, la moda y las industrias de los medios, de manera que no se tratara solo de la producción intensiva con base en la tecnología, sino también de producciones artesanales, incluyendo las mismas artesanías.

De manera general, los países miembros de Unesco entienden las industrias culturales como las define esta organización, es decir, como sectores relacionados con “la creación, producción y comercialización de bienes y servicios basados en contenidos intangibles de carácter cultural, generalmente protegidos por el derecho de autor” (como se citó en Mincultura, 2009, p. 557). Suelen abarcar la edición impresa y multimedia, la producción cinematográfica y audiovisual, la industria fonográfica, la artesanía y el diseño, aunque en ciertos países se extiende el concepto a la arquitectura, las artes plásticas, o los deportes, entre otros. También suele considerarse que estas industrias difunden valores culturales y son esenciales para promover y difundir la diversidad cultural, así como para democratizar el acceso a la cultura. Su objeto de negocio es transformar contenidos culturales y valores simbólicos en valor económico, pero se considera que su valor cultural lleva a que sus productos no puedan ser considerados como meras mercancías de consumo o entretenimiento. Tienen, a su vez, “una imperiosa necesidad de innovación constante” como manifestación de la creatividad (Mincultura, 2009, p. 557).

El término “industrias creativas”, por su parte, comenzó a usarse en Australia a principios de la década de 1990 (PNUD & Unesco, 2013, p. 20)⁷ y hoy es entendido por la

⁷ El término “industrias creativas” comenzó a utilizarse a partir de la asociación que se establecía entre creatividad, desarrollo económico urbano y planificación de la ciudad. El trabajo de Charles Landry sobre la “ciudad creativa” le dio un gran impulso, así como el trabajo de Richard Florida quien escribió sobre la “clase

Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD), como “ciclos de producción de bienes y servicios que usan la creatividad y el capital intelectual como principal insumo. Se clasifican por su papel como patrimonio, arte, medios y creaciones funcionales” (Buitrago & Duque, 2013, p. 37). Así, además de los bienes y servicios que producen las industrias culturales, las industrias creativas incluyen aquellos que comparten las características de intangibilidad y dependen de la innovación, uso intensivo del conocimiento en su proceso de producción y la sujeción a la regulación sobre los derechos de propiedad intelectual, incluyendo muchos tipos de investigación y desarrollo de software, publicidad, arquitectura, moda, video, fotografía y artesanías, entre otros (PNUD & Unesco, 2013; Mincultura, 2009).

Por último, cabe señalar que el término “economía creativa” fue aplicado en 2001 por John Howkins a 15 industrias que iban desde las artes hasta la ciencia y la tecnología, de manera que se trataba de una noción amplia que no solo incluía bienes y servicios culturales sino también el ámbito de la investigación y desarrollo (I+D). De esta manera, aunque las actividades y los procesos culturales constituyan el núcleo de la economía creativa (ver Tabla 1), también se ocupa de producciones creativas que pueden no ser consideradas como culturales (PNUD & Unesco, 2013, p. 20). En este caso, la creatividad se considera el motor de la innovación, el cambio tecnológico y una ventaja comparativa para el desarrollo de los negocios (Unesco, 2010). En general, como la planteó Howkins, este tipo de economía comprende los sectores “en los que el valor de sus bienes y servicios se fundamenta en la propiedad intelectual” (como se citó en Buitrago & Duque, 2013, p. 15), como la arquitectura, artes visuales y escénicas, artesanías, cine, editorial, videojuegos, juguetes, moda, o software, entre otros. Por tanto, para la economía creativa es prioritario el desarrollo institucional en el área de los derechos de propiedad intelectual, labor que es principalmente asumida por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI).

creativa”, concepto que aunaba los representantes de distintas profesiones y oficios técnicos que producen innovación de varios tipos, los cuales podían garantizar un desarrollo exitoso de las ciudades, por lo que decían ser atraídos a ellas (PNUD & Unesco, 2013, p. 20).

Figura 1. Principales características de las industrias culturales y creativas

- ✓ Intersección entre la economía, la cultura y el derecho
- ✓ Incorporan un componente de creatividad como actividad central
- ✓ Contenido artístico, cultural o patrimonial
- ✓ Bienes, servicios y actividades frecuentemente protegidas por la propiedad intelectual – derechos de autor y los derechos conexos
- ✓ Doble naturaleza: económica (generación de riqueza y empleo) y cultural (generación de valores, sentido e identidades)
- ✓ Innovación y re-creación
- ✓ Demanda y comportamiento de los públicos difícil de anticipar

Fuente: Unesco (2010, p. 19).

El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) ha promovido el uso del concepto “economía naranja” para referirse a la economía creativa, entendiendo que este color se asocia a la cultura, la creatividad y la identidad. El BID entiende el concepto de manera amplia atendiendo a ciertas bases: i) creatividad, artes y cultura como materia prima; ii) relación con los derechos de propiedad intelectual, en especial, los derechos de autor; iii) función directa en una cadena de valor creativa. Define específicamente la economía naranja como: “el conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual” (Buitrago & Duque, 2013, p. 36). De acuerdo con el BID, la economía naranja está compuesta por dos elementos: i) La economía cultural y las industrias creativas, en cuya intersección se encuentran las industrias culturales convencionales; y ii) las áreas de soporte para la creatividad (Buitrago & Duque, 2013, p. 40).

La Unesco promueve el desarrollo de las industrias culturales y creativas a través de lineamientos internacionales que permitan a los países incorporar esta lógica en sus legislaciones (Unesco, 2010). En el Tercer Foro Mundial de la Unesco sobre la Cultura y las Industrias Culturales *Cultura, Creatividad y Desarrollo Sostenible: Investigación, Innovación, Oportunidades*, realizado en 2014, se redactó la Declaración de Florencia (Unesco, 2014) que tiene por objetivo impulsar la cultura hacia el centro de las políticas de desarrollo sostenible. Los participantes del Foro señalan la importancia de cuantificar el impacto de la cultura y la creatividad en el desarrollo sostenible para que se posicionen en un lugar prioritario en la agenda política. A su vez, la Declaración indica una serie de argumentos para exhortar a los gobiernos y los agentes de la sociedad civil y el sector privado a tomar

acciones para fortalecer la cultura y la creatividad, entre ellas, favorecer el desarrollo nuevos modelos de asociación y estrategias de inversión para apoyar la investigación, la innovación, la producción local de bienes y servicios culturales y la ampliación de mercados nacionales y regionales para ellos. De acuerdo con los participantes del Foro:

Debe aprovecharse todo el potencial de las industrias culturales en las que se asienta la economía creativa para estimular una innovación enfocada en el crecimiento económico, el empleo pleno y productivo y el trabajo digno para todos. Se ha demostrado que, cuando se las integra en las estrategias globales de crecimiento y desarrollo, las industrias creativas contribuyen a revitalizar las economías nacionales, generar empleos verdes, estimular el desarrollo local y fomentar la creatividad. Los datos demuestran que estas industrias aportan nuevos cauces de desarrollo local a partir de las competencias y el conocimiento existentes. (Unesco, 2014, p. 3).

No obstante, la economía cultural y creativa, así como sus soportes, es decir, las industrias culturales y creativas, son analizadas por diversos autores que encuentran no pocos cuestionamientos a los beneficios que suponen, o, por lo menos, aspectos sobre los que es necesario prestar atención desde una mirada crítica.

Como señala Mauricio Montenegro (2010), el mercado contemporáneo se ordena sobre un modelo de “producción de singularidad cultural” (p. 119), en el cual, quienes salen más favorecidos son aquellos que pueden apelar a formas de diferenciación que parecen esenciales -como la etnicidad- y desarrollar entidades económicas basadas en esas identidades -como la llamada “etnoempresa” (Comaroff y Comaroff, 2012)-. Hoy se observa una creciente lucha de grupos étnicos por conformar empresas y grupos económicos para su “empoderamiento” mediante la participación en el mercado (Comaroff y Comaroff, 2012, p. 33), el cual se convierte en una vertiente importante para la construcción de la identidad. De hecho, el comercio ha adquirido un papel fundamental en la cristalización y reproducción de entidades sociológicas y “a menudo es el comercio el que produce o hace cuajar un grupo étnico, no al revés” (Comaroff y Comaroff, 2012, p. 132). No obstante, si bien la etnoempresa crea nuevas oportunidades para producir, controlar y redistribuir el valor, también puede acentuar antiguas desigualdades, llevar a nuevas formas de exclusión y fomentar la concentración del poder. Etnografías en distintos lugares del mundo han mostrado cómo la obsesión por delimitar el grupo étnico en función de la distribución de los beneficios económicos de la etnoempresa ha llevado a que personas sean expulsadas de sus comunidades (Comaroff y Comaroff, 2012. P. 216).

Otro de los movimientos económicos que Montenegro (2013) señala como condición para la conformación de una economía cultural es el desarrollo de la propiedad

cultural a través de la formalización de la propiedad intelectual de las producciones culturales y otras figuras legales como las denominaciones de origen o las marcas colectivas o comunitarias:

No es gratuito que la apuesta por la autenticidad en el sector artesanal se haya centrado en la legitimación de diversos sellos de calidad, denominaciones de origen, medallas a la maestría, certificados, marcas y en general, instrumentos para la sistematización del valor cultural diferencial. Solo esta sistematización puede garantizar un régimen de propiedades y propietarios. En cierto sentido, la propiedad cultural es la última frontera de los mercados culturales, especialmente porque su elasticidad nos habla de una gran capacidad de cooptación". (p. 47).

En este sentido, Comaroff y Comaroff (2012) señalan cómo, en el caso de las "etnomercancías", la propiedad intelectual puede replicarse sin que este tipo de objetos, producciones o manifestaciones pierdan su "aura". En este caso, la propiedad cultural funciona como una especie de "copyright natural", de manera que se reivindica la identidad como propiedad y pasa a administrarse con medios empresariales: "crean con ella una marca y la venden bajo formas reconocidamente consumibles, incluso a los antropólogos" (p. 52).

Montenegro (2010) destaca algunas implicaciones no menores de esta lógica para el campo patrimonial: el patrimonio cultural pasa a ser una forma de reclamar propiedad intelectual o derechos de autor, lo que hace evidente una contradicción con uno de los criterios comunes en la definición tradicional del patrimonio, como lo es la idea de una "propiedad común" (p. 121). En consecuencia, la designación de patrimonio parece estar cada vez más interesada en la rentabilización económica de los bienes o manifestaciones designadas (Davallon, 2010) y se llega a una "búsqueda compulsiva de diferencias" que lleva, no a la identificación de lo diverso, sino a su producción (Montenegro, 2013, p. 46). La categoría de PCI, creada en una época en la que organismos internacionales hacen un llamado a que la cultura juegue un papel más relevante en el desarrollo económico de los países, se constituye en "una nueva cantera para la producción de la cultura como recurso" (Montenegro, 2013, p. 45). En este caso, la tensión que podría existir entre las nociones de "tradición" que implica el concepto de patrimonio, y la de "innovación" que requiere el desarrollo de estas nuevas economías, pasa a convertirse en una articulación estratégica para la generación de valor económico:

La innovación es una de las estrategias más comunes de singularización en estos mercados: aparentemente, lo nuevo es por definición diferente y singular. Y aunque resulte paradójica esta forma del valor en un mercado que aprovecha también la retórica de la tradición y el conservadurismo cultural, es claro que la propia tensión creada entre tradición e innovación brinda excelentes oportunidades para reactivar

marcadores culturales que han perdido capacidad de singularización. Esta tensión se maneja mediante la flexibilización de conceptos como los de creatividad, que hacen alusión alternativamente a lo nuevo, a lo diverso, a lo original, a lo auténtico, y tradición [...] Puede apelar, por ejemplo, a una amplísima noción de identidad comúnmente presentada como valor agregado [...] Estas articulaciones entre identidad, diversidad e innovación están en la base de la creación del valor cultural. Por definición, la diversidad siempre puede reproducirse en nuevos grados de diferencia marginal, y cada nueva distinción es una nueva posibilidad para la creación de capital. (Montenegro, 2013, pp. 45-46).

Según Montenegro (2013), la posibilidad de producir plusvalía en la producción inmaterial, y particularmente en el amplio campo cultural, explicaría el súbito interés del Estado en participar y lograr cierto control de aspectos de la vida social que él mismo había relegado históricamente. Siguiendo al autor, en este interés del Estado también jugaría como factor importante la posibilidad de estimular el emprendimiento como modelo productivo y laboral de las industrias culturales, enfoque que hace parte de un proyecto neoliberal que busca “reducir el volumen institucional de los modos de producción, tercerizar los servicios y desregular las filiaciones laborales” (p. 48) logrando mayor concentración de la plusvalía a la vez que se descargan en el individuo todas las responsabilidades.

El modelo parece estar dando resultado, no solo para el Estado, sino también para la gran empresa. En este sentido vale la pena destacar que ha permitido la concentración de capital y la creación de monopolios por la vía de estrategias fiscales que incluyen beneficios tributarios para las entidades del sector privado que ayuden a financiar el desarrollo del emprendimiento, y más específicamente, el emprendimiento cultural. Esto, según Montenegro (2013), explica la explosión de acciones de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en este campo. Pero también, como señala Yúdice (2002), la economía de la cultura ha permitido una especie de nueva división internacional del trabajo que “yuxtapone la diferencia local a la administración y la inversión transnacionales” (p. 16), de manera que esa diferencia local es funcional al comercio global, reservando para las empresas multinacionales la mayor parte del beneficio económico.

En atención a lo anterior, cabe recordar que el mismo PNUD y Unesco (2013), promotores de este tipo de economías, señalan que la microempresa es la forma de organización más común en las industrias culturales y creativas, pero al ser economías de alto riesgo y difícil gestión, les es más fácil prosperar a las grandes organizaciones que pueden extender el riesgo a una cartera de productos y servicios. En consecuencia, las grandes economías de escala tienen el control de la producción de los bienes materiales y de los sistemas de distribución, y en la economía creativa se da una predominancia del norte global.

Es así que Yúdice (2002) llama a la prudencia en cuanto a la celebración de la agencia cultural. Como señala el autor, y en lo que concuerdan otros como Comaroff y Comaroff (2012), algunos grupos sociales “faltos de poder” están intentando “sacar fuerzas de su cultura” (p. 15) para enfrentar la opresión de los poderosos, mientras que otros, quizás carentes o indiferentes al contenido cultural que le subyace, apelan a una diferencia cultural para reforzar una política con vistas al cambio. No obstante, dice Yúdice, la expresión cultural o de la identidad no es suficiente y, aunque ayuda a participar en la lucha, para tener un éxito relativo se requiere conocer las “complejas maquinaciones implícitas en apoyar una agenda a través de una variedad de instancias intermedias, situadas en distintos niveles, que a su vez tienen agendas similares, yuxtapuestas o discrepantes” (p. 15). No hay que olvidar, señala el autor citando a Marion Young, que nos encontramos posicionados en un entramado de relaciones de poder, de género, de clase, etc.

La relación descrita en este apartado entre el valor patrimonial y el valor económico, a la vez que ha operado para el desarrollo de las industrias culturales y creativas, explica la constitución, renovación o diversificación de destinos turísticos, teniendo presente que el turismo, especialmente el turismo cultural y creativo, es considerado parte de ellas por entidades como Unesco (como se citó en Mincultura, 2009, p. 554; Tresserras, 2014), ya que estas industrias incluyen sectores de servicios que explotan y se benefician de sus productos expresivos (PNUD & Unesco, 2013, p. 24). A continuación, se aborda la manera en que se relacionan el patrimonio y el desarrollo del turismo.

2.5. Turismo, patrimonio y creatividad

Según el enfoque de estudio, el turismo ha sido definido como una actividad humana, una cadena productiva o cadena de valor, un sistema, una industria, un sector económico, o como un fenómeno o hecho social, entre otras. La definición del turismo desde cualquiera de estas perspectivas es, sin embargo, siempre incompleta, porque se trata de algo que incorpora todas estas dimensiones, además de que se transforma rápidamente en el tiempo y, con este cambio, varía su incidencia en la sociedad y el medio. De hecho, los académicos entienden que el estudio del turismo se dificulta en buena parte porque la propia área temática ha sido difícil de escindir y se ha tenido poca rigurosidad en su delimitación, a lo que se suma que no existe una clara diferenciación entre los enfoques académicos y aplicados (Cooper, 2007, p. 43).

Como actividad humana, el comportamiento de los turistas varía con el tiempo y, por ejemplo, es cada vez más difícil asociar el turismo al ocio en la medida en que el turismo

incluye espacios y tiempos “productivos” -turismo de negocios, turismo de eventos, turismo creativo, etc. (Cohen & Cohen, 2012b; Cooper, 2007; Richards, 2011)-. Como industria, sector y sistema, sus componentes también van variando y/o se complejizan en la medida en que el sector evoluciona (Serra, 2016); y como fenómeno social, las relaciones que en él se tejen, sus formas de mediación simbólica e impactos son variables e inconstantes (Mathieson & Wall, 1990). Tampoco son unánimes las percepciones sobre estas incidencias en la sincronía (Cooper, 2007) porque los resultados del turismo no son los mismos en todos los destinos y dependen en buena medida de los procesos de implantación que se lleven a cabo y los modelos de desarrollo que se sigan (González & Antón, 2007; Moragues, 2006).

En todo caso, se han aportado definiciones del turismo desde dos ejes principales: la oferta y la demanda (Cooper, 2007, p.50), que se entrecruzan con el énfasis disciplinar, bien sea en el carácter económico, social, psicológico, etc. Desde la demanda, por ejemplo, la Liga de las Naciones definió al turista como “cualquier persona que viaja por placer y abandona su lugar de residencia habitual por menos de un año y por más de 24 horas” (como se citó en Moragues, 2006, p.22). La Tourism Society of England, por su parte, planteó en 1976 que el turismo “es el desplazamiento corto y temporal de personas hacia destinos distintos a sus lugares de residencia o trabajo habitual, así como las actividades que realizan durante su estancia en el destino” (como se citó en Moragues, 2006, p. 23). Desde la oferta, H. Von Schullard lo definió como “la suma total de operadores, principalmente de cariz económico, directamente relacionados con la llegada, la estancia y el movimiento de forasteros en un determinado país, ciudad o región” (como se citó en Moragues, 2006, pp. 21-22), haciendo énfasis así en el fenómeno económico. De esta forma, otorgar una definición de turismo aún sigue siendo una tarea difícil (Donaire, 2008) y esta investigación no pretende cerrarse sobre un concepto sino tomar algunos elementos de enfoques de estudio de las ciencias sociales que interesa destacar por su capacidad para explicar la realidad de las localidades estudiadas.

Una de las definiciones tradicionales de turismo ha sido aportada por la OMT, según la cual éste implica las actividades que se realizan fuera de lugar de residencia, por un período menor a un año, con fines de ocio, negocio u otros motivos (como se citó en Richards, 1996). Como “lugar de residencia” alude a una cierta área alrededor del lugar donde se vive, y los sitios que se frecuentan habitualmente. No obstante, esta definición no parece translucir todo lo que implica el turismo, no como industria, sino como proceso sociocultural (Nogués-Pedregal, 2003). Al advertir este hecho, la misma OMT (s.f.) ha redefinido el turismo en su glosario como un “fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas” que “tiene efectos en la economía, en el

entorno natural y en las zonas edificadas, en la población local de los lugares visitados y en los visitantes propiamente dichos”. Así mismo señala que, debido a sus múltiples impactos y el amplio espectro de agentes involucrados, “es necesario adoptar un enfoque global del desarrollo, la gestión y la supervisión del turismo”.

Buscando abarcar esta complejidad del turismo insinuada por la OMT, Santana y Prats (2005) aportan la siguiente definición:

Nos referimos al turismo como el movimiento de gente a destinos fuera de su lugar de trabajo y residencia, las actividades realizadas durante su estancia en estos destinos y los servicios creados para atender sus necesidades, implicando e interrelacionando las motivaciones y experiencias de los usuarios-clientes, los turistas, tanto con las expectativas y ajustes realizados por los residentes de las áreas receptoras como por las numerosas agencias e instituciones que interceden entre ellos. Tales relaciones ponen en juego un importante grupo de variaciones culturales optimizadas para el encuentro cara a cara de los diferentes participantes en la obra turística. (p. 14).

Estos planteamientos permiten comprender por qué desde ciertos enfoques, se ha representado el turismo como un “sistema”, tratando de atender a su carácter de “industria multisectorial compleja” (Cooper, et al., 2007, p. 42) y de asumir que en el sistema turístico todos los elementos están interconectados, aunque se aíslen artificialmente para su análisis y estudio (Cooper et al., 2007, p. 39). Pero esta concepción también permite aproximarse a los planteamientos del turismo como un hecho social y un contexto que afecta, en mayor o menor medida, todas las dimensiones de las sociedades donde se presenta, y que entra en relación directa con la producción y significación del patrimonio cultural.

2.5.1. El turismo como “hecho social total” y “mirada” socialmente construida

Moragues (2006) ha resaltado que la transversalidad del turismo hace que sea necesario replantear su concepción como sector económico, como es clasificado normalmente, y se dimensione como una actividad que afecta a casi todos los sectores sociales y económicos de los países o territorios. Esta transversalidad del turismo hace que en las estructuras organizativas de los estados se presente una gran variedad en cuanto a su ubicación y se disperse aquello que compete al turismo en otros ámbitos como el cultural, ambiental, etc. De esta manera, como apunta Urry (1990) “es difícil distinguir lo que es y no es parte de la industria del turismo” (p. 82), y, por tanto, como señala Crick (1989) “los efectos del turismo rara vez se pueden separar, convincentemente, de los de aquellas otras fuerzas contemporáneas de cambio social” (p. 386).

Hernández-Ramírez (2006) plantea que sería difícil entender la realidad actual sin tener en cuenta la influencia del turismo, ya que el fenómeno se ha convertido en un “rasgo definitorio del momento histórico presente” (p. 25). Como señalan él y otros autores (Hernández Ramírez, Pereiro & Pinto, 2015), desde la perspectiva holística propia de la antropología el turismo puede interpretarse como “un hecho social total”⁸ porque abarca amplios dominios de la cultura -económicos, sociales, ecológicos, políticos, urbanísticos, simbólicos, etc.- y porque alcanza una dimensión planetaria.

Más allá de la visión académica dominante, que lo restringe a una industria o un negocio, es un fenómeno que está presente en cada nivel y en todos los sectores de la vida social, así como en las áreas menos visibles y tangibles de la realidad, tales como los sistemas de signos y los procesos simbólicos (Lafant, 1995), en las expectativas, motivaciones y prácticas sociales de los individuos y en los modos de ver y relacionarnos con los otros. (Hernández-Ramírez, 2006, p. 22).

De acuerdo con Hernández-Ramírez, en las sociedades occidentales el turismo influye en los ámbitos de la producción, el ocio y el consumo, en la organización del territorio, los modos de vida, la visión de la propia historia e identidad o en la relación con el patrimonio cultural. En el nivel local, Antonio Aledo (2016) señala específicamente la capacidad del turismo para organizar las esferas económicas, sociales, políticas y culturales de las localidades, así como el tipo de relación que se establece entre la sociedad y la naturaleza. Para Capanegra (2010), el turismo precisamente revela su carácter de hecho social total porque puede ser entendido “como externalidad de un proceso de cambio social; pero también y simultáneamente, una variable capaz de motorizar dicho proceso” (pp. 1-2). Es por todo esto que Crick (1989) sostiene que, aun cuando no se dé un contacto efectivo o real entre turistas y regiones de destino, el impacto que puede tener el turismo es considerable.

Dean MacCannell (2007) también da gran relevancia al turismo como mediador actual en la comprensión de la realidad y destaca que no es simplemente un componente de las actividades meramente comerciales, sino que constituye un marco ideológico de la historia, la naturaleza y la tradición que “tiene la capacidad de readaptar la cultura y la naturaleza a sus propias necesidades” (p. 12). Para explicar el papel del turismo en la producción de significados acerca de los territorios, MacCannell (2003) se refiere a las “vistas turísticas” (*tourist sights*), las cuales, siguiendo la teoría de Urry (1990), no se eligen al azar sino en función de una “mirada turística” (*tourist gaze*) que no es individual ni da

⁸ Según Marcel Mauss (como se citó en Hernández-Ramírez et. al, 2015, p. 281), los fenómenos sociales totales son “hechos que ponen en juego a la totalidad de la sociedad y de sus instituciones porque los problemas que plantean son al mismo tiempo jurídicos, económicos, religiosos e incluso estéticos y morfológicos”.

cuenta de las motivaciones personales para viajar, sino que es social y construida. Para Urry (1990), aquellos “objetos de la mirada turística” (*objects of the tourist gaze*), se establecen en términos de lo que se entiende como extraordinario -distinto a lo que se puede observar en la vida cotidiana-, y de su capacidad de resumir lo “típico” del lugar, algo que ya se presume, se presiente, porque ha habido un trabajo previo de hacerlo imaginar al futuro visitante, dentro del marco de su racionalidad global: “Esta mirada es tan socialmente organizada y sistematizada como la mirada del médico [...] Incluso en la producción de placer ‘innecesario’, de hecho, hay muchos expertos profesionales que ayudan a construir y desarrollar nuestra mirada como turistas” (p. 1).

La organización discursiva no es elaborada únicamente por profesionales del turismo, sino que también intervienen en ella periodistas, fotógrafos, arquitectos, autores de libros y guías de viaje, académicos, etc. Así mismo, la experiencia de la mirada por parte del turista se captura u objetiva a través de fotografías, postales, videos, lo cual facilita que la mirada se reproduzca. Aquello que captura la mirada del turista se vuelve digno de conservación, a lo que MacCannell (2003) se ha referido como una especie de “sacralización” (p. 57) del lugar turístico.

Aunque posteriormente se profundizará este aspecto en relación con las artesanías, conviene señalar aquí brevemente que, para algunos autores, estos fenómenos explicados por MacCannell y Urry llevan indefectiblemente a representaciones de la cultura no auténticas y/o a la folclorización (Boorstin, 1962; MacCannell, 2003; Turner & Ash, 1991). Otros autores (Cohen, 1988; Cohen & Cohen, 2012a) discuten esta conclusión sin desechar de plano los efectos de cambio cultural que pueden llegar con el turismo y dando relevancia a la negociación de la noción de autenticidad en cada espacio y encuentro turístico. Para Cohen (1988), las manifestaciones de la cultura local no se ven necesariamente socavadas por el turismo globalizado puesto que puede entenderse que éste ha convertido, más bien, en un vehículo de autor-representación:

Las organizaciones y personas locales son capaces de transformar y reconfigurar el turismo y crear significados emergentes al tiempo que acomodan o resisten las tendencias de estandarización y comercialización. El desempeño (performance) cultural como atracción a veces puede incluso mejorar activamente y animar a las comunidades locales. (p. 383).

Nogués-Pedregal (2003) plantea una forma de comprender el turismo que se hace interesante porque no simplifica su visión a una imposición de significados provenientes del exterior, sino construida en diálogo con la población local, por lo que tampoco niega su

capacidad de mediar en la significación de la realidad. Vale la pena detenerse, a continuación, en estos planteamientos.

2.5.2. El turismo como contexto

Nogués-Pedregal (2003, 2006) analiza el turismo como un contexto en el que cobran nuevos sentidos todas las prácticas. Propone que se estudie la mediación del turismo en la vida cotidiana, no como una reacción a algo que viene de fuera, sino como un contexto que se constituye a partir de su presencia física -en forma de infraestructuras y personas- y simbólica, y por medio de una dialéctica entre el espacio de los turistas y el lugar de los residentes. Así, mediante un modelo teórico-metodológico para el estudio de la conversión de los lugares en territorios y escenarios turísticos a través de la “mediación significativa del espacio turístico” (2006, p. 34), considera que se pueden superar los planteamientos que abordan los procesos culturales como resistencia o reacción a las imposiciones y/o agresiones desde el exterior.

Siguiendo a Nogués-Pedregal (2003), las culturas o sociedades transforman un espacio en su lugar apropiándolo mediante la asignación de topónimos y prosopónimos, poblándolo de creencias, valores, ideologías e imágenes que dan continuidad en el tiempo sobre el territorio. Cuando ese lugar pasa a ser destino, se constituye un “entorno turístico” (p. 38) que aúna el espacio turístico de los visitantes y el lugar de los residentes. Se trata de una misma realidad física que, no obstante, visitantes y residentes entienden de manera distinta. Según la propuesta del autor, unos están siempre en su lugar, y los otros están en un territorio percibido y entendido como “escenario turístico” (p. 38). De la dialéctica entre ambas prácticas surge el “espacio turístico” (p. 38) en el que se proyectan las representaciones de la sociedad global y se acumulan las imágenes que median en la interpretación del entorno turístico. Cuando el lugar pasa a ser progresivamente percibido e interpretado a través de los referentes de los visitantes, “aparece el turismo como el discurso que prevalece en las más variadas facetas de la cotidianeidad cultural, social y económica” (pp. 39-40). El autor enfatiza en que generalmente la conversión del lugar se va dando sutilmente en un espacio negociado:

La gradual presencia de una de las dos realidades sobre la otra, es decir, la progresiva presentación de unos hechos como más reales que otros, se realiza mediante la acentuación dialéctica, y negociada, de unas relaciones de significado entre elementos concretos y específicos del universo cultural. Aparece así el turismo. (p. 43).

De acuerdo con Nogués-Pedregal (2003), en la mayoría de los casos las prácticas culturales de residentes y visitantes se complementan sin mayores inconvenientes, aunque puedan existir contradicciones y enfrentamientos. No obstante, hay casos en los que no hay tiempo de negociación y el lugar sucumbe a la irrupción del territorio turístico.

Vale la pena, a esta altura, hacer alusión a los planteamientos de Hiernaux y González (2014), quienes proponen repensar el turismo como un proceso que modifica las formas de habitar la ciudad. De acuerdo con los autores, ser turista es una forma de habitar un lugar determinado, de manera que no se debe diferenciar en exceso entre residentes y no residentes, y, para abordar los conflictos emergentes, debe abortarse la idea de que surgen del paso momentáneo de unos visitantes, asimilando que se trata de conflictos de apropiación del espacio a mediano y largo plazo. En palabras de los autores, el turista también produce la ciudad “día a día, a través de sus prácticas socioespaciales en un escenario ya ocupado por otros grupos como residentes permanentes y/o trabajadores en el espacio, entre otros, y como habitantes que ejercen sus propias prácticas” (p. 59). De esta manera, aunque el turista coadyuva en la producción del espacio en su dimensión material, particularmente lo hace por medio de la producción y apropiación de signos. A esto se suma la modelación del espacio por la publicidad y los mecanismos de difusión de imágenes del destino.

Así, Hiernaux y González (2014) resaltan que el espacio turístico es un espacio en vía de gentrificación bajo una modalidad “criolla” (p. 63) de esta última, en el sentido de que no la realizan tanto las clases pudientes locales, como ocurre en el modelo clásico, sino habitantes no residentes: los turistas. Esta gentrificación, entonces, no debe entenderse simplemente como un proceso de desplazamiento espacial de una población de menores recursos económicos por una de mayores ingresos y capital cultural, sino que también implica “la producción de un conjunto de interacciones entre turistas y residentes permanentes que opera no solo en el plano material sino también y quizás sobre todo, en el plano simbólico” (p. 58). Como estos y otros autores señalan (Gascón & Cañada, 2016), formas de habitar el territorio, como el turismo residencial,⁹ son propicias para el surgimiento de estos conflictos de apropiación simbólica y material del lugar.

Para Nogués-Pedregal (2003), no obstante, el turismo no es un productor de significados estándar que homogeniza los destinos:

⁹ De acuerdo con Antonio Aledo (2016), este tipo de turismo se puede entender como “el conjunto de prácticas sociales que giran en torno a la producción social de segundas residencias, más la producción de infraestructuras, servicios y espacios allegados, y cuyo uso está mayoritariamente ligado a la esfera del ocio y no a las de reproducción y producción” (p. 41).

Lo que nos devuelve a la noción de estructuración y abre la posibilidad de estudiar el turismo no sólo como un instrumento o medio de modernización que impacta sobre lugares y culturas, que también, sino como un contexto específico y distintivo a través del que (y no donde) esas culturas se producen y reproducen. (p. 38).

De esta manera, el autor clarifica que, aunque negociada, la presencia física y simbólica del turismo crea deseos, expectativas, condiciona las políticas de gobiernos estatales y locales, media en las relaciones sociales en y entre los grupos humanos, integra nuevas formas productivas, patrimonializa manifestaciones culturales, afecta la continuidad en la reproducción-producción del sentido, y, en definitiva, convierte a los lugares en territorios y escenarios turísticos a través de la mediación significativa del espacio turístico (p. 38). De esta forma, y en concordancia con lo dicho por Crick (1989), Nogués-Pedregal (2003) considera que no resulta necesaria la presencia efectiva de los turistas -o sus infraestructuras- para generar cambios en los ritmos sociales y modos culturales en zonas semi-periféricas o periféricas. Por eso el autor plantea que el turismo es un discurso de acción que releva unos elementos culturales frente a otros y marca las leyes de la posibilidad y las reglas de la existencia. El estudio del turismo debe preocuparse, entonces, por la transformación de las categorías –los procesos de significación—que dan sentido a la cultura.

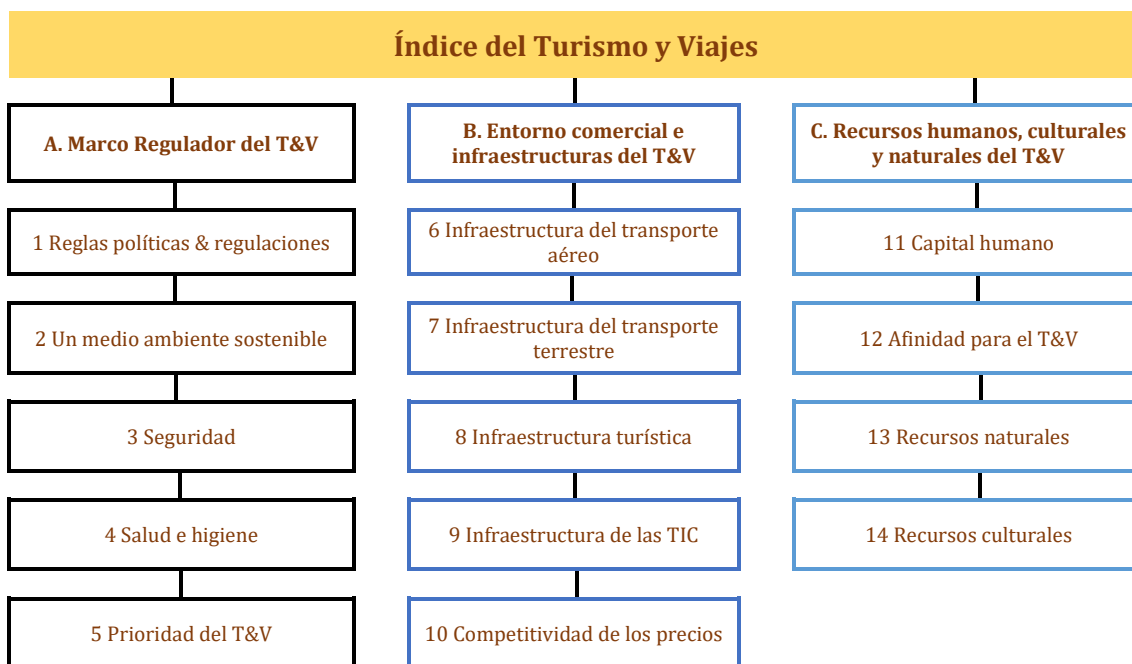
2.5.3. Del uso a la producción del patrimonio cultural en el contexto turístico

Debido a los procesos simbólicos y económicos revisados hasta aquí, el patrimonio se ha convertido en un recurso fundamental para el turismo. Sobre el patrimonio se depositan muchas expectativas a la hora de impulsar o diversificar la oferta turística, tanto en países con economías fuertes como en países en desarrollo. Esto se da a pesar de que muchos de los bienes patrimoniales no sean adecuados para incorporarlos en la oferta, sean poco sostenibles económicamente, o que la dinamización económica a partir del turismo y de los equipamientos culturales tenga importantes limitaciones (Troitiño & Troitiño, 2016).

La relación patrimonio-turismo es promovida tanto por las entidades rectoras del patrimonio a nivel internacional -como la Unesco-, como las del turismo -especialmente la OMT-. Por un lado, la apertura del patrimonio a su gestión turística ha estado de manera más o menos implícita en la mayoría de los instrumentos orientativos y normativos internacionales relativos al patrimonio en el siglo XX (Donaire, 2008). Como ejemplo, la Carta de Turismo Cultural aprobada por el Consejo Internacional de Monumentos y Sitios (ICOMOS) en 1976 y actualizada en 1999, sería uno de los instrumentos que mayor impulso

daría a esta asociación, bajo la idea de que la apertura al público permite la apropiación y protección del bien. El argumento de la sostenibilidad económica también es de gran importancia, pues se considera que la capacidad de los flujos turísticos de financiar la conservación del patrimonio es mayor que su capacidad de destrucción (González & Antón, 2007). De acuerdo con la Carta: “El Turismo puede captar los aspectos económicos del Patrimonio y aprovecharlos para su conservación generando fondos, educando a la comunidad e influyendo en su política” (ICOMOS, “La Interacción dinámica entre el Turismo y el Patrimonio Cultural”, para. 1). Desde la otra vertiente, el Foro Económico Mundial, dentro de los indicadores que se consideran imprescindibles para medir la competitividad turística de los países y su posición a escala mundial, considera los recursos culturales, naturales y humanos, al lado del marco regulador, y el entorno comercial y las infraestructuras (MinCIT, 2009).

Figura 2. Composición del índice de competitividad de turismo y viajes del Foro Económico Mundial.



Fuente: Indicadores de Competitividad Turística 2009, Foro Económico Mundial. Fuente: MinCIT (2009).

El interés del sector turístico por el patrimonio puede ser principal, secundario o incidental (Troitiño & Troitiño, 2016), o, desde el punto de vista de la posición que ocupa en el destino, el patrimonio puede constituir el núcleo, ser complementario o apenas subsidiario de la oferta turística (Calle, 2013). Así, aunque el patrimonio cultural suele asociarse al turismo como recurso para el turismo cultural -y a formas que pueden considerarse derivadas

o asociadas a él, como el turismo étnico, etnoturismo, turismo rural o turismo creativo, etc.-, la forma en que operan el valor simbólico y económico que adquiere un territorio como resultado de los procesos de patrimonialización, incide en otras formas de turismo y en el posicionamiento del territorio en general. El patrimonio permite diversificar y cualificar los destinos o complementar los territorios (Troitiño & Troitiño, 2016), y a partir de él se pueden crear imágenes, narrativas y/o atmósferas, esenciales para el 'placemaking' (Richards & Wilson, 2006).

De hecho, una de las razones por las que el sector turístico se ha acercado estrechamente al patrimonio cultural es por el carácter diferenciador de este último (Kirshenblatt-Gimblett, 2001; Luque, 2004; Prats, 1997; Santana, 1997) que es capaz, incluso, de convertir un territorio en destino turístico. Quizás por lo anterior es cada vez más frecuente que en los planes de desarrollo de los territorios se presenten los intereses de los sectores turístico y cultural-patrimonial como convergentes (Carrera, 2005; Luque, 2004). En estos instrumentos de planeación se asume el patrimonio como "recurso" para el desarrollo (Carrera, 2005, p. 27) e incluso la definición de aquello que se patrimonializa pasa por una política de desarrollo económico (Agudo, 2005). Esto explica, en parte, que el Estado se haya convertido en uno de los principales agentes activadores de iniciativas turístico-patrimoniales (Prats, 1997). Puede decirse que, al menos en líneas generales, lo que se patrimonializa, o es funcional al sistema económico, o, al menos, no le estorba (Carrera, 2005).

Estas últimas ideas han sido eje de reflexiones críticas de no pocos autores en las últimas décadas, especialmente desde la antropología del turismo y el patrimonio. Valcuende del Río (2003) relaciona la mirada turística con el patrimonio en el sentido de que la primera "contribuye a crear productos 'patrimoniales' preparados para ser expuestos y comercializados" y el patrimonio es la "materia prima" de aquellos interesados en comprar experiencias "en función de las interpretaciones de lo que hay que ver en un lugar determinado" (p. 97). De esta manera, en lo que Nogués-Pedregal (2003) denomina espacio turístico, la producción cultural y del patrimonio se aceleraría debido a la "virtualidad" inherente tanto al turismo como al patrimonio cultural (Kirshenblatt-Gimblett, 2001; Valcuende del Río, 2003). Kirshenblatt-Gimblett (2001) explica esta virtualidad en cuanto que ambos muestran "lo que no se ve", lo cual da gran relevancia al tema de la "realidad" y de la "experiencia" (p. 56) en tanto que su medida:

Tanto el patrimonio como el turismo tratan de aquello que es intangible, ausente, inaccesible, fragmentario y dislocado. Y estas características pertenecen al mismo mundo vital, lo que explica el atractivo -y también la imposibilidad- de la plena realización que prometen los numerosos mundos y tierras que se exhiben, tanto los

museos como los parques temáticos [...] Tienen que mostrar más de lo que, de otro modo, se vería. Las guías suelen hablar de lo que no se ve... de personas, eventos y lugares de años atrás. Dan vida a un paisaje fantasma sobrepuesto al que es objeto de la mirada. (p. 56).

Siguiendo a la autora, puede entenderse que la metáfora organizadora de los lugares patrimoniales es discursiva y que los instrumentos de interpretación deben estimular la imaginación para que el visitante no vea simplemente unas ruinas sino una antigua civilización, o, en el caso del patrimonio inmaterial, para que la “tradicción” o “la identidad” se materialicen en representaciones, manifestaciones u objetos. El discurso turístico, por su parte, está soportado sobre la seducción a partir de elementos que son de cierta forma inaprehensibles, como lo pueden ser la historia, la diversidad, el heroísmo, la creatividad de un territorio, e incluso su paisaje, el cual no puede captarse más que a partir de la suma de imágenes percibidas. Para que todo esto pueda ser palpado o aprehendido por el turista, es necesario producir los instrumentos y las interfaces que faciliten la experiencia.

Así, la necesidad de crear interfaces para guiar la mirada y posibilitar la experiencia turística hace que se produzcan activaciones patrimoniales que antes no eran viables ni interesaban en mayor medida (Kirshenblatt-Gimblett, 2001). De acuerdo con algunos autores, se origina entonces un nuevo tipo de activaciones patrimoniales que ya no son bienes o manifestaciones importantes por su carácter simbólico para la población local, sino que los móviles económicos y de marketing turístico pueden ser decisivos (Gómez, 2005; Lagunas, 2010; Prats; 1997). No obstante, señala Llorenç Prats (1997), los procesos de patrimonialización no pueden alejarse demasiado de los marcos de sentido de la población local:

Tampoco las activaciones turístico-patrimoniales pueden permitirse un excesivo alejamiento de la realidad social. Primero, porque hay unas expectativas turísticas, en forma de imágenes culturales también cambiantes, que no pueden defraudar, a riesgo de perder su efectividad comercial (el número de visitantes); segundo, porque la autorrepresentación social de la identidad también es aquí cambiante y un alejamiento excesivo provocaría la misma pérdida de consenso y una potencial conflictividad. (p. 66).

Desde el análisis de Fabiola Mancinelli (2011), hay casos en los que la aplicación de una lógica patrimonial promovida por la Unesco conlleva “un fenómeno de turistización gradual de la identidad local hacia formas de folclorización” (p. 79), pero también existen formas de relación entre el turismo y el patrimonio que permiten que el primero genere reflexiones acerca del significado del segundo a través de la mirada del otro: el turista. Para Valcuende del Río (2003), si bien hay activaciones patrimoniales que se realizan

exclusivamente con fines turísticos, la mayoría de los bienes patrimoniales tienen también un sentido sociopolítico para la comunidad. En todo caso, en este panorama de uso turístico de los bienes patrimoniales es posible que se incrementen los conflictos en torno a los procesos de patrimonialización (Prats, 1997; Valcuende del Río, 2003).

En relación con estos efectos y la trascendencia del turismo en la sociedad contemporánea, Hernández-Ramírez (2006) plantea la necesidad de estudiar sus impactos en los espacios locales, viéndolo como un fenómeno internacional que acelera y acentúa la globalización, al mismo tiempo que refuerza dinámicas locales y media en diversidad de aspectos, entre ellos la gestión del patrimonio. En concordancia, distintos autores han señalado que parte de los paradójicos efectos del turismo en los territorios ha sido la producción de objetos, manifestaciones o prácticas que buscan representar lo local como diferente, mientras siguen una lógica patrimonial global (Del Mármol, 2006; Frigolé, 2010; Roigé & Frigolé, 2010; Valcuende del Río, 2003). Al respecto, Urry (1990) afirma que, con la internacionalización del turismo, todo objeto que tenga potencial uso para la mirada turística debe competir a nivel global, lo cual ha llevado a redefinir qué es ordinario y qué es extraordinario internacionalmente y, como resultado, los diferentes lugares y países han debido especializarse en producir tipos de objetos particulares que respondan a estas expectativas. Se trata, en general, de una aceleración de la producción cultural que, como se ha dicho, puede conducir a la fetichización de lo local (Del Mármol, 2006).

2.5.4. Del patrimonio a la creatividad y del turismo cultural al turismo creativo

No obstante que el uso y la producción del patrimonio cultural agregan valor a un territorio como destino y pueden favorecer el desarrollo de cualquier tipo de turismo, la mejor vía para acercarse al uso turístico del patrimonio cultural es a través del análisis del turismo cultural. Para conceptualizar este tipo de turismo la literatura interesada acude con regularidad a algunas definiciones como la que aporta la European Association for Tourism and Leisure Education (ATLAS) que lo entiende como: "El movimiento de personas hacia atracciones culturales lejos de su lugar habitual de residencia, con la intención de recopilar nueva información y experiencias para satisfacer sus necesidades culturales" (como se citó en Richards, 1996, p. 24). Como señala Moragues (2006), algunos elementos de esta definición, como los términos "atracciones culturales" y "necesidades culturales", dan a entender que se relaciona cultura solamente con elementos de patrimonio y con las expresiones de la cultura más selectas. ICOMOS parece querer hacer explícita una mayor amplitud, pero termina circunscribiendo el turismo cultural a ciertas formas culturales específicas, pues lo entiende

como “un movimiento de personas esencialmente atraídas por una motivación cultural, tal como el viaje de estudios, representaciones artísticas, festivales u otros eventos culturales, visitas a lugares y monumentos, folklore, arte o peregrinación” (como se citó en Santana, 2003, p. 37).

De acuerdo con Moragues (2006), el turismo cultural es difícil de definir porque, entre otros, implicaría establecer qué tipo de turismo no es cultural, de manera que sería necesaria una graduación de la culturalidad de un viaje en función de las motivaciones del turista y de las opciones que ofrecen los destinos, así como establecer el uso y disfrute efectivo de los atractivos culturales. Esto supone una serie de dificultades que lleva al escepticismo respecto a la utilidad del concepto de turismo cultural. No obstante, como señala el autor, no se puede negar que el turismo cultural existe como realidad de mercado, pero bajo esta etiqueta se incluyen muchos viajes que dudosamente cumplen con los requerimientos teóricos del turismo cultural. Para hablar de este tipo de turismo se ha acudido “casi exclusivamente a la punta del iceberg de todo lo que podríamos llamar cultura”, así que es necesario reconocer “una cierta limitación y confusión en lo que, en la práctica cotidiana, entendemos hoy por turismo cultural” (p. 69). El término, en realidad, se ha consolidado por el interés de ámbitos académicos, de investigación y de consultoría interesados en delimitarlo, lo cual conlleva el riesgo de que muchas propuestas sean experimentales y difícilmente adaptables a la realidad del sector turístico.

Pulido (2013) puntualiza que, si bien para muchos turistas el turismo cultural es una experiencia vinculada al encuentro con culturas diferentes, los académicos y profesionales del turismo lo ven como una categoría de producto diferenciada por el tipo de consumo realizado. Para Moragues (2006), es más realista entender el término turismo cultural como una “denominación mercadológica” que promueve una determinada tipología de paquetes de viaje, antes que como algo que provenga del mundo de la cultura y de un tratamiento difuso de esta: “son muchas las experiencias que se venden como turismo cultural, solamente porque sus contenidos tienen un bagaje fundamentado en atractivos culturales autóctonos” (p. 70). Pero las tendencias están desafiando el concepto como ha sido entendido hasta el momento, pues, como ha señalado el proyecto ATLAS, la cultura puede ser la principal motivación de un viaje, o puede entrar en juego como actividades realizadas en destino con independencia de la razón principal del viaje. No obstante, los datos existentes parecen indicar que hay mayor crecimiento de los viajes que incluyen prácticas culturales, que los desplazamientos motivados únicamente por la cultura (Calle, 2013).

Ahora bien, de acuerdo con algunos autores, el turismo cultural no consiste en crear rutas o itinerarios con contenido culturales, sino que debería llevarse al punto de

desarrollar estrategias profesionales de comercialización turística “que garanticen que los productos diseñados son viables en el mercado turístico y que van a contribuir al crecimiento económico de la zona en que se crearon” (Moragues, 2006, p. 70). Por contracara, el uso turístico de la cultura y el patrimonio debe integrarse en el marco de proyectos culturales donde los límites de la oferta basada en el patrimonio y las necesidades y expectativas de la sociedad local primen sobre las de la demanda (Troitiño & Troitiño, 2016, p. 15).

Diversos autores resaltan que para lograr un enfoque así es necesario tener presente que la estructuración de una oferta de turismo cultural implica la sincronización de dos sectores o ámbitos de gestión como son el turístico y el cultural, lo que supone considerar las diferencias y particularidades de ambos (Donaire, 2008; Moragues, 2006; Velasco, 2013). Teóricamente, los sectores cultural y turístico tienen objetivos, valores, procedimientos y modos de organización muy diferentes: mientras la gestión cultural suele estar radicada en los ámbitos público y de la sociedad civil, enfocados en fines sociales y que valoran los bienes culturales por su propia existencia, el turismo es desarrollado eminentemente por actores privados, enfocados en la obtención de beneficios económicos, que observan el turismo cultural en términos de oferta y demanda, y para los cuales los bienes culturales son parte de un producto o un interés promocional. Sin embargo, el sector cultura ve en el turismo una oportunidad de difundir valores culturales (Donaire, 2008; Moragues, 2006; Velasco, 2013).

Para quienes abogan por la articulación de ambos sectores, esto debe darse a nivel de políticas, teniendo en cuenta la naturaleza transversal del turismo que permea campos diversos de la vida económica y social (Troitiño & Troitiño, 2016). Como señala Moragues (2006), estas necesidades de sincronización suelen tratar de solucionarse con entidades mixtas sin que los resultados sean satisfactorios, debido, en parte, a que el interés del sector turístico recae en el patrimonio, muy ligado a lo público, lo cual sería diferente si fuera en las industrias culturales. De acuerdo con el autor, lo que ocurre generalmente en la práctica, es que la industria turística diseña y elabora el producto final integrando componentes culturales seleccionados a su discreción entre la oferta cultural existente, lo cual complementa con otros elementos que rindan réditos mercadológicos: “esto no garantiza la sostenibilidad cultural y puede dejar fuera de la oferta turística gran parte de la oferta cultural” (p. 148). Una alternativa o variante a futuro, pero que ya comienza a tener su desarrollo, es que los gestores culturales integren el turismo como una industria cultural más.

Tratando de tener en cuenta estas consideraciones, Velasco (2013) entiende que se pueden plantear dos opciones para conceptualizar el turismo cultural: una amplia, que tiene

en cuenta el carácter del turismo como sistema, y que lo consideraría como un conjunto de fenómenos y relaciones que se dan entre los actores turísticos y agentes sociales para impulsar actividades que faciliten a los visitantes el contacto con una sociedad distinta a la suya. Por otro lado, si se considera la cultura como algo más reducido, se calificaría el turismo cultural como “el conjunto de fenómenos y relaciones que se dan entre los actores turísticos [...] con el objetivo de impulsar las diferentes actividades que permitan a los ciudadanos disfrutar de manifestaciones culturales, artísticas y patrimoniales en un entorno distinto al habitual” (Velasco, 2007, p. 43).

Según señalan Richards & Wilson (2006), las estrategias de las ciudades y regiones para distinguirse y promoverse en los ámbitos del turismo y la cultura paradójicamente se han paradigmaticado y conducido a una homogeneización o reproducción en serie, ya que se utilizan los mismos referentes espaciales y estéticos para la autorepresentación. De acuerdo con los autores, los visitantes y consumidores se están agotando de encontrarse con esta reproducción serial en los destinos y han comenzado a buscar nuevas alternativas más cercanas y creativas, lo cual concuerda con características de la actual demanda, como el consumo calificado (*skilled consumption*), comprometido e interactivo, la importancia de la construcción de identidad y la adquisición de capital cultural. En este marco, se están presentando nuevas tendencias en el comportamiento del turista, como aquellas que demandan un turismo activo, diversificado, de calidad y responsable, que además permita la autorrealización personal y social (Ávila & Barrado, 2005). La orientación del turismo hacia la educación y las experiencias, estimulada por el creciente interés de los turistas por este tipo de actividades, ha impulsado importantes avances en la interpretación del patrimonio (Troitiño & Troitiño, 2010).

Frente a estos desafíos muchas ciudades y regiones han comenzado a buscar modelos alternativos, entre los que han tomado gran importancia las industrias creativas, que en sus versiones más amplias incluyen el turismo (Richards & Wilson, 2006). De esta forma, se han originado prácticas y conceptos como el “turismo creativo”, que Richards y Raymond (2000) definieron como aquel que “ofrece a los visitantes la oportunidad de desarrollar su potencial creativo a través de la participación activa en cursos y experiencias de aprendizaje, las cuales son características del destino de ocio donde son acogidos” (p. 18). Estos autores identificaron el crecimiento del turismo creativo como parte de la reacción a los vicios del turismo cultural, entre las cuales también se cuenta su masificación.

De acuerdo con Richards y Wilson (2006), para los gestores de destinos, las estrategias basadas en la creatividad tienen una serie de supuestas ventajas sobre las basadas en bienes culturales. Por una parte, la creatividad se entiende como un proceso que

crea nuevas formas culturales, por lo que permitiría desarrollar productos culturales innovadores. A ello sigue que la innovación asociada a la creatividad se relaciona con una imagen de dinamismo y cambio, que resulta funcional a una amplia gama de agendas políticas. Además, no se depende de estar en posesión de bienes culturales porque la materia prima del turismo creativo es en buena parte intangible y debe ser creada no solo por los productores, sino también por los propios turistas. Por último, los autores consideran que el turismo creativo permite salvar el desafío de la autenticidad:

El turismo creativo también tiene el potencial de abordar problemas de gestión de autenticidad en el turismo cultural. En las experiencias creativas, la 'autenticidad' no depende de referentes externos o del contexto directo de la experiencia, sino del potencial transformador de las experiencias mismas y de la imaginación y la habilidad de los turistas. (p. 1221).

Pero, la estrategia del turismo creativo plantea retos a estas consideraciones puesto que supone, no una exhibición o puesta en escena de elementos distintivos de la cultura anfitriona, sino una coproducción cultural -y por tanto coproducción del destino- en espacios interculturales donde "anfitriones" e "invitados" -categorías que, en cierta medida, se diluyen- se encuentran alrededor de intereses comunes (Richards & Wilson, 2006; Giovanardi, Lucarelli & Decosta, 2014; Buonincontri, Morvillo, Okumus & van Niekerk, 2017). Es relevante que la necesidad explícita de producir y consumir la experiencia turística creativa en un lugar característico implica que el turismo creativo se desarrolla mejor a partir del capital creativo endógeno y no exógeno (Richards & Wilson, 2006, p. 1215).

Tresserras (2014) comprende el concepto de turismo creativo dentro del más amplio de la economía naranja y propone el concepto de "turismo naranja" para definir el turismo sostenible que genera desarrollo cultural, económico y social a partir de la gestión turística responsable del patrimonio cultural, la producción artística y el desarrollo de las industrias culturales y creativas. Siguiendo al autor, se entiende que este tipo de turismo permite generar oportunidades de bienestar para la comunidad local con base en su identidad y permite desarrollar "destinos naranja", que son territorios o clusters turísticos con identidad cultural, para lo cual deben disponer de un portafolio de productos derivados de la acción creativa de la comunidad local, o de la interacción de ésta con el turista. Implica una articulación entre sector turístico y cultural y creativo, segmentación de productos y servicios.

Como señala Richards (2017), aunque las industrias creativas tradicionalmente se han vinculado con las grandes ciudades, en los últimos años se ha prestado más atención al potencial creativo de las ciudades y lugares más pequeños, capaces de ofrecer una mejor

calidad de vida, lo que atrae a un número creciente de creativos. Se considera que el turismo creativo puede ser especialmente apto para los lugares pequeños porque está basado en una fuerte interacción entre los turistas y los habitantes locales, y en experimentar profundamente el lugar. Esto ha sido posible porque las nuevas tecnologías permiten a las personas ubicar actividades creativas en las zonas rurales, y porque, como señala la OMT (2013), el patrimonio inmaterial cobra cada vez más relevancia como garante de la experiencia cultural en el marco de la experiencia turística, motivación cada vez más importante en la selección de productos turísticos.

La artesanía ha pasado de ser un objeto de comercialización en el mercado turístico a constituirse en línea de gran interés para el desarrollo del turismo cultural y creativo, por las posibilidades que representa tanto para entrar en contacto con la población local y su cultura, especialmente en el caso de la artesanía tradicional (OMT, 2013), como para el desarrollo de la creatividad y el fortalecimiento de procesos de innovación en los territorios (Richards, 1999a). En el próximo capítulo se analiza la artesanía como industria cultural y creativa, y se hace énfasis en su participación en el sector turístico.

Capítulo III. Las artesanías como patrimonio, industria creativa y objeto de uso turístico

3.1. La indefinición de la artesanía como punto de partida

Definir la artesanía es una tarea difícil porque las nociones son tan variadas como contradictorias, ya que el establecimiento de los límites de lo artesanal ha sido hasta hoy un asunto prácticamente discrecional. Existen definiciones, desde las más restrictivas, que condicionan lo artesanal al uso de materias primas naturales que deben ser procesadas con herramientas elaboradas por el mismo artesano; hasta amplias conceptualizaciones filosóficas y sociológicas, como las de Richard Sennett (2009), en las que se entiende la artesanía como el trabajo bien hecho, o la habilidad de hacer las cosas bien, sean en el campo de la medicina, la laudería o la crianza de los hijos. Estas definiciones, en general, suelen tener problemas para insumir las dinámicas de cambio propias de la artesanía y resultan complejas o limitadas para su aplicación en la investigación en ciencias sociales, lo cual se debe en buena parte a que, como se ha dicho, se ubican desde dos enfoques polarizados y disociados: uno economicista y otro culturalista (Ariel De Vidas, 2002; Lauer, 1989).

Dentro del enfoque economicista pueden incluirse planteamientos como los del profesor Roberto Díaz del Castillo (como se citó en Moreno, 1998, p. 22), quien supedita las artesanías al trabajo en talleres colectivos con una organización jerarquizada -maestros, oficiales y aprendices-, donde salario y horario laboral constituyen rasgos económico-sociales característicos. Por su parte, dentro del enfoque culturalista se cuentan las nociones folclorizantes que conciben las artesanías como objetos producidos anónimamente de manera tradicional, empírica y con base en la transmisión oral de los oficios, como lo plantea Ida Bremme de Santos, de Artesanías de Guatemala (como se citó en Moreno, 1998, p. 22). En este enfoque es común que la apariencia del producto o el signo cultural del productor definan el carácter de la artesanía, derivando en clasificaciones como las de arte popular, arte indígena, artesanía contemporánea o arte de aeropuertos (*tourist arts*), las cuales terminan siendo funcionales a los enfoques economicistas y facilitan la comercialización de las artesanías de formas que estos mismos discursos critican (Lauer, 1989).

Como se verá a lo largo de este capítulo, debido al desarrollo convergente tanto de la mercantilización de la cultura como de la culturización de las mercancías, las artesanías dejaron de asociarse exclusivamente a lo primitivo y lo folclórico y pasaron a circular en mercados internacionales como productos culturales de alto valor agregado demandados por consumidores urbanitas. A esta ampliación del mercado artesanal ha ido aparejada una ampliación de la propia definición de lo artesanal (Montenegro, 2013) que implica también ajustarse a la consolidación del concepto de Patrimonio Cultural Inmaterial (PCI). En este marco, las características distintivas de lo artesanal respecto de lo fabricado en serie por la industria cobran relevancia, y en la conceptualización de la artesanía se observa una

coincidencia entre los autores en considerarla como manual, funcional y ligada a la cultura de la comunidad que la desarrolla, lo cual implica que se realice con las materias primas aportadas por el entorno (Uribe, Blanco, Messino & Ortiz, 2012). En algunos casos se considera determinante la mediación de creatividad, estética, expresión artística, e incluso la sostenibilidad de la producción, especialmente en cuanto al uso responsable de los recursos naturales y materias primas.

Se pueden observar algunos ejemplos que dan cuenta de estos rasgos definitorios de la artesanía en la actualidad. El Consejo Mundial de la Artesanía (WCC AISBL)¹⁰ se refiere a ella como: “toda actividad productiva que resulte en objetos o artefactos acabados, hechos a mano o con la utilización de medios tradicionales o rudimentarios, con habilidades, destreza, calidad y creatividad”. Tovar (1964) (como se citó en Osorio & Parra, 2012, p. 27) ha propuesto como definición de artesanía “toda técnica manual creativa, para producir individualmente, bienes y servicios”, y por lo tanto ha definido industria como “toda técnica mecánica aplicada, para producir socialmente, bienes y servicios”. Estas definiciones hacen énfasis en el carácter de “hecho a mano”; no obstante, alertan sobre la necesidad de no confundir las artesanías con las manualidades, que son elaboradas para la distracción o con fines terapéuticos o comerciales, utilizando principalmente materias primas industriales y motivos ajenos a la cultura del productor (Saumett, 2012). Es por esto que no pocas definiciones prefieren enfatizar en la relación que debe existir entre el producto artesanal y la cultura del grupo que la elabora. Para autores como López (como se citó en Uribe et al., 2012), la producción artesanal se enmarca en el saber y las destrezas adquiridas y desarrolladas por la tradición sociocultural de los pueblos. Osorio y Parra (2012), por su parte, entienden que la artesanía:

Es la estructura de un sistema de trabajo en el que se aplica la misma clase de conocimientos y destrezas, como consecuencia de utilizar el mismo tipo de máquinas, herramientas y procedimientos para la transformación de la misma selección y género de materia prima, y obtención de productos de función y usos semejantes. (p. 34).

Estas definiciones, no obstante, se entrecruzan con clasificaciones que las desbordan o complejizan al incluir tipos de artesanías como las denominadas “contemporáneas”, como sucede con la Carta Interamericana de las Artesanías y las Artes Populares, aprobada por un grupo de expertos en 1973. Este documento identifica artesanías populares, utilitarias, decorativas y de servicio, e igualmente reconoce artesanía indígena, tradicional y contemporánea, esta última también llamada neoartesanía (Malo,

¹⁰ AISBL es la sigla en francés para una Organización No gubernamental (ONG).

2000, "Hitos en el nacimiento y crecimiento del CIDAP"). Ecuador presenta una clasificación similar, en la que la artesanía utilitaria se entiende como la producción de artículos sin caracterización artística especial, que pueden ser elaborados manualmente, pero en la misma lógica serial que en la industria. Las artesanías contemporáneas, por su parte, se entienden como objetos útiles y estéticos que transitan hacia la tecnología moderna y la aplicación de principios estéticos académicos o universales, entre los que se "destaca la creatividad individual expresada en la calidad y originalidad del estilo". La "artesanía artística", por su parte, se entiende que "expresa de alguna manera el sentimiento estético individual del autor, generalmente basado en el acervo folklórico" (Tomalá, Vélez & Toala, 2012, pp. 136-137).

En estas últimas categorías se observa el realce de la creatividad y la innovación como factores determinantes de la artesanía, los cuales, como se ha dicho, se han convertido en importantes fuentes de valor agregado en la activación económica de lo cultural (Montenegro, 2013). Estas nociones acercan las artesanías a la categoría de arte -ya no sólo primitivo- de la que se habían distanciado en su tránsito como objetos de la cultura popular. Autores como Pacheco et al. (como se citó en Osorio & Parra, 2012) consideran que "la artesanía comienza a ser vista como la oposición a la industria o como una intensión artística más que como una forma de expresión y de preservación de formas tradicionales" (p. 43). La legislación de la República Oriental del Uruguay, por ejemplo, establecía que la artesanía era una actividad económica productiva que debía incorporar "un valor diferencial, de signo positivo respecto a sus homólogos industriales, imprimiendo al objeto artesanal un sello estético, creativo y artístico que tienda a preservar y desarrollar nuestra identidad cultural" (como se citó en Canale, Chignoli & Zandomeni, 2012, p. 72).

Para Moreno (1998), esta inclusión del condicionante artístico, desecha, de plano, una gran porción de la producción artesanal. Según el autor, la idea de que la artesanía resulta de una búsqueda de expresión o proyección artística, y de que, cuando es utilitaria, debe ser una conjunción de lo práctico y lo bello, deviene en un error conceptual puesto que "ambas funciones pueden conjugarse en una pieza, o, por el contrario, encontrarse separadamente en un objeto de uso utilitario sin ninguna ornamentación y a la inversa" (p. 24). De acuerdo con el autor, circunscribir las artesanías a objetos con rasgos artísticos soslaya los mecanismos de un proceso productivo, históricamente condicionado. Moreno, al igual que otros autores (Limón, 1982; Martínez, 2001), llaman la atención sobre el hecho de que el concepto de artesanía es relativamente moderno, y que comienza a diferenciarse al artesano de los obreros de las fábricas precisamente con el afianzamiento de la Revolución Industrial, de manera que antes de la aparición de la maquinaria industrial el

concepto de artesanía no respondía a los criterios actuales: “lo artesano, es sólo el resultado de la diferencia entre lo fabricado con métodos preindustriales y lo fabricado con métodos industriales” (Martínez, 2001, p. 76).¹¹ A partir de esto, Limón Delgado (1982) subraya una diferencia fundamental entre ambas lógicas, y es que, aunque haya división de tareas, el artesano tiene conocimiento de cualquiera de las distintas labores del oficio, mientras que el obrero de fábrica no. Así, para el autor, desde su lógica fundamental, la artesanía “no restringe a los oficios tradicionales sino que cualquier actividad, sea del ámbito doméstico o rural, retribuida o no, que no haya sido afectada por los principios de la especialización y la división moderna de trabajo, es también artesanía” (p. 16).

Pero, como se ha dicho anteriormente, todas estas definiciones han venido chocando con la complejidad y magnitud del sector artesanal, al menos para el caso de Latinoamérica. Mirko Lauer (1982), desde un análisis de la “plástica del precapitalismo” en el contexto andino de Perú, plantea que aquello que se llama comúnmente “artesanía” ya no es patrimonio exclusivo de la forma artesanal de producir, sino que en ella intervienen diversos modos de producción¹² que integran distintas perspectivas que, a su vez, representan “otros tantos intereses de clase” (p. 65). Según el autor puede tratarse bien de intereses económicos o intereses “tamizados por la ideología”, pero que logran definir las facetas reales de un mismo fenómeno:

Es así que lo artesanal es arte (para el nacionalismo), industria (para el desarrollismo), virtual materia prima (para los comerciantes), o a su vez no-arte (para los intereses del sistema artístico de cada país), artesanía (para los comerciantes) o factor de identidad nacional (para el populismo). (p. 65).

Siguiendo al autor, la artesanía, así, es abordada desde muy diversas perspectivas y posiciones que reflejan los intereses sectoriales de los distintos grupos dominantes, en los cuales no necesariamente encajan los elementos con que los propios creadores o artesanos conforman su identidad, aunque muchas veces las lógicas desde las cuales intervienen estos agentes externos terminen trasladándose al artesanado. A groso modo, Lauer (1982) reconoce dos grandes formas de abordar la artesanía en las que se ubican estas distintas perspectivas de grupos:

¹¹ Sebastián de Covarrubias y Orozco, en su *Tesoro de la Lengua Castellana o Española*, primer diccionario castellano en el siglo XVII, no registraba el término “artesanía” y definía “artesano” a como se denominaba en Valencia a los “oficiales mecánicos que ganan de comer por sus manos” (Moreno, 1998, p. 26).

¹² Lauer hace referencia a lo dicho por Rodrigo Montoya en su obra *Capitalismo y no Capitalismo en el Perú* (como se citó en Lauer, 1982, pp. 63-64), en la que se identifican tres modos de producción: “uno pleno y dominante: el capitalista, con su aparato productivo, su Estado y su ideología. Dos, los modos de producción *en decadencia* (servil-señorial-feudal y comunista primitivo) cuyas bases de reproducción están cortadas precisamente por la dominación del capitalismo. Y tres, el modo de producción parcelario, que nunca fue ni será dominante y que acompaña a la producción feudal, capitalista e incluso post-capitalista”.

El eje central de esa diversidad de enfoques lo constituye, para un primer análisis externo, una tácita (y táctica) diferenciación entre lo artesanal como forma preindustrial de producción (“productos artesanales”) y lo artesanal como práctica creativa, productiva, de individuos o grupos cuyo origen se encuentra en el precapitalismo rural, pero cuya situación concreta puede estar ya más vinculada a instancias de tipo industrial, de participación de una lógica de producción capitalista. (p. 66).

Por todo lo anterior, la antropología en Latinoamérica ha hecho énfasis en la artesanía como proceso en el que se articulan no sólo las etapas de la producción, la circulación y el consumo de los productos, sino dimensiones socioculturales, políticas y económicas que involucran diversidad de actores (Aguilar, 1999; Ariel De Vidas, 2002; Cardini, 2008; García Canclini, 1982; Lauer, 1989; Novelo, 1976, 1999). Esto ha permitido enfocarse en aspectos como las dinámicas internas de transformación de la artesanía en su adaptación a los nuevos mercados globales, mientras que se enfatiza también, a la par con la investigación internacional, en las negociaciones de identidad, la diversificación de las nociones de autenticidad y la resignificación de la producción artesanal. Algunas de estas líneas de análisis se desglosarán en los próximos apartados; antes, se hace necesario revisar el camino de las artesanías hacia su categoría de industria cultural, creativa y patrimonio inmaterial en el escenario institucional mundial.

3.2. Artesanías para el desarrollo económico y las industrias creativas

De acuerdo con Malo (2002), fue una noción limitada de la artesanía la que llevó a pronosticar su total desaparición tras la Revolución Industrial. Algunos sectores pensaron que la imperfección sería un elemento propio del mundo artesanal que lo dejaría en desventaja frente a los elevados niveles de exactitud de la industria, pero, como se verá en este capítulo, las artesanías han demostrado una vitalidad que en aquel entonces fue difícil prever. El germen de las formas de producción artesanal subsistió principalmente en lugares alejados de las grandes ciudades por factores como la necesidad de autoabastecimiento, la dificultad de las comunicaciones y el alejamiento de los centros industriales, la tardanza en la modernización de la agricultura y la ganadería, y las características de quienes viven y trabajan en el medio rural, que realizan un número variado de labores haciendo que su dependencia con respecto a otras profesiones sea menor. También, debido a la escasa capacidad adquisitiva del campesino y su concepto de ahorro (Martínez, 2001).

Como se ha dicho, en la década de 1960 las sociedades industrializadas vivieron una explosión por la búsqueda de lo auténtico como reacción a los bienes industriales producidos en serie (Boltanski & Chiapello, 2002). A esta demanda se sumó en aquella época la masificación del turismo y su extensión a lo que Turner y Ash (1991) llamaron “la periferia del placer”, la cual incluía nuevos destinos en buena parte del sur global. A partir de entonces, las artesanías comienzan a constituir una de las principales motivaciones para el contacto entre turistas y población local (Graburn, 1992; De Kadt, 1991). Estos dos fenómenos llevaron a la consolidación de dos nuevos mercados para las artesanías, uno urbano y otro turístico, que, si bien pueden ser diferenciados, también llegan a ser convergentes y a encontrarse en los mismos circuitos, con similitudes en cuanto a la demanda de productos con énfasis en lo estético y la demarcación de identidades (Lauer, 1989).

Lo anterior explica el dinamismo que adquirió la exportación de artesanías latinoamericanas desde mediados de la década de 1960 (Martínez, 1984). Como señala Lauer (1989), la exportación no era un fenómeno del todo nuevo para el sector artesanal, pues algunas regiones siempre produjeron objetos para un consumo distante y ajeno a la comunidad productora. No obstante, el incremento de las exportaciones por el crecimiento de los mercados urbanos y turísticos -incluso dentro de la propia Latinoamérica-, significó algo nuevo por su escala y características, incidiendo en la estructura y la vida de numerosos grupos artesanales que han tenido que adaptarse a una nueva demanda que exige calidad, originalidad, innovación, volumen de oferta y oportunidad en las transacciones.

Observando la contundente permanencia de la artesanía en las sociedades de los países no industrializados (Quiñones, 2003) o aquellas denominadas por Graburn (1976) del “Cuarto Mundo”,¹³ entidades internacionales y de cooperación iniciaron un fomento sin precedentes de la artesanía como instrumento para el desarrollo económico y la reducción de la pobreza, especialmente en las comunidades artesanales rurales y más empobrecidas. Un síntoma relevante de esta apuesta es que en 1964 se creó el World Craft Council (WCC), una organización internacional no gubernamental que depende de la Unesco y busca lograr el reconocimiento de la artesanía como una parte vital de la vida económica, cultural y social de la sociedad. Ofrece asesoramiento a los artesanos y pretende impulsar su desarrollo económico por medio del fomento de actividades que les generen ingresos. Se plantea como

¹³ Graburn (1976) llama “El Cuarto Mundo” a todas las sociedades indígenas ubicadas en territorios nacionales o supeditados a las administraciones tecnoburocráticas de países del Primer, Segundo y Tercer Mundo: “Son pueblos sin países propios, pueblos que por lo general son minoría y no tienen el poder de dirigir el curso de sus vidas colectivas. No solo ya no son pueblos aislados o autónomos como alguna vez lo fueron, sino que sus artes rara vez se producen para su propio consumo o de acuerdo con sus propios gustos no modificados” (pp. 1-2).

misión realizar este fortalecimiento artesanal conectando las tradiciones heredadas con el futuro y el uso de la tecnología moderna para experimentar, innovar y llegar a nuevos mercados (WCC AISB, s.f.).¹⁴

Vale la pena destacar que, en esta misma década de 1960, en Latinoamérica entró a operar la Alianza para el Progreso, un programa de ayuda económica, política y social del presidente estadounidense John F. Kennedy dirigido a Latinoamérica, el cual, como señala García (2017) buscaba “crear condiciones para el desarrollo socioeconómico y la estabilidad política en el continente y contrarrestar la influencia de la revolución cubana y el avance del comunismo en el marco de la guerra fría” (para. 10). Para lo anterior, como describe el autor, se realizaban convenios con los países destinatarios que implicaban la elaboración de agendas de políticas públicas, el establecimiento de parámetros de acción estatal y la proclamación de medidas de carácter social, político y económico, para todo lo cual Estados Unidos se comprometía a cooperar en aspectos técnicos y a financiar programas tanto de ayuda militar como de desarrollo económico y de asistencia social. Una de las áreas de intervención para la generación de empleo e ingresos en comunidades empobrecidas fue la artesanía, que, como se verá en el próximo capítulo, estuvo facilitada por la participación de los Cuerpos de Paz y la apertura de mercados en tiendas de cadena de los Estados Unidos (Duque & Duarte, 2009).

A mediados de la misma década del sesenta, el gobierno y representantes indigenistas de México, con la colaboración de la Unesco y otros organismos, impulsaron el proceso de creación de órganos e instrumentos continentales que se encargaran de la conservación y fomento de las artesanías y el arte popular americano.¹⁵ La entidad que recogió la responsabilidad de sacar adelante estas expectativas en América fue la OEA, que, a partir de la VI Reunión del Consejo Interamericano de Cultura (CIC), emprendió nuevas iniciativas sobre la cultura popular, reconociéndola como elemento esencial para el desarrollo integral (OEA, 2013). En la reunión del CIC se aprobó el “Programa Regional de Desarrollo Cultural”, dentro del cual se estableció la “Unidad Técnica de Defensa y Promoción del Folklore y las Artes Populares”. Uno de los objetivos principales del programa era lograr un mejor aprovechamiento de los recursos folklóricos de los Estados miembros para la afirmación de la nacionalidad, la integración regional, la promoción

¹⁴ El WCC está organizado en cinco regiones: África, Asia – Pacífico, Europa, América del Norte y América Latina, y esta última nuclea a todos los países de Suramérica, Centroamérica y México, así como los del Caribe que deseen postular en este ámbito. Colombia es miembro y Artesanías de Colombia es socio honorario.

¹⁵ Estos avances se dieron en el marco de eventos como V Congreso Indigenista Interamericano, en 1964, y el I Seminario Interamericano de Artesanías (Martínez, 1984).

turística y como factor de producción al servicio de la pequeña industria artesana (Malo, 2000).

Las gestiones de la OEA, en alianza con distintas organizaciones del continente, llevaron a la adopción de la Carta del Folklore Americano (1970) y de la Carta Interamericana de las Artesanías y las Artes Populares (1973). Esta última fue aprobada en la Primera Reunión Técnica de Artesanías y Artes Populares, realizada en México.¹⁶ De acuerdo con el documento, el arte popular y las artesanías:

Constituyen una de las actividades más significativas de los países del Continente Americano, íntimamente ligadas a su herencia cultural, artística y tecnológica, que se ha formado con la experiencia de todas las culturas antiguas propias de este continente, enriquecidas con aportes de España y de otros países del Viejo Mundo, de Asia y de África. De este fenómeno de interculturación han surgido manifestaciones nuevas que con el tiempo dieron origen a las artesanías y artes populares nacionales. (Malo, 2000, "Hitos en el nacimiento y crecimiento del CIDAP").

La carta plantea la necesidad de establecer los principios que normen la conducta de los países y los gobiernos para conservar los valores del arte popular y las artesanías. Una de las principales recomendaciones que hace el documento es la creación de un Centro de Artesanías y Arte Popular, con carácter continental. El gobierno ecuatoriano manifestó su deseo y disposición de que dicho centro se estableciera en el país, y en 1975 la OEA suscribió con él un convenio en virtud del cual se crea el Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares (Cidap) con sede en Cuenca (Malo, 2000).¹⁷

En las décadas de 1980 y 1990 se dan otras iniciativas en torno a la artesanía impulsadas por entidades de cooperación internacional. Entre ellas se puede destacar que la Comunidad Iberoamericana de la Artesanía (Ciart)¹⁸ realizó en 1984 el Primer Seminario Iberoamericano de Cooperación en artesanía en Santiago de Compostela, y el evento se ha seguido celebrando alternativamente en ciudades de España y América. En aquella primera versión, aunque se resaltaba el gran valor cultural de las artesanías, se planteaba que los

¹⁶ Aprobada por recomendación del Comité Interamericano de Cultura (Cidec) y de la Comisión Ejecutiva Permanente del Consejo Interamericano para la Educación, la Ciencia y la Cultura (CEPCIECC).

¹⁷ El centro se enfocó en la formación de técnicos en distintos campos de la artesanía y el arte popular; investigación y divulgación para la promoción y desarrollo de las artesanías y las artes populares; prestación de servicios de asistencia técnica a los gobiernos y entidades públicas o privadas de los estados miembros de la OEA; organizar una biblioteca y un centro documental especializado que atienda las necesidades de transferencia de conocimiento y tecnología artesanales; reunir y gestionar inventarios que den cuenta de los aspectos formales, de producción y materias primas de las artesanías americanas; organizar el Museo de las Artes Populares de América; y organizar laboratorios experimentales y prestar servicios técnicos al artesanado, entre otros (Malo, 2000).

¹⁸ Se trata de una asociación de ámbito iberoamericano constituida por personas físicas y jurídicas de la práctica totalidad de los países iberoamericanos y que tiene por objetivo esencial el desarrollo y fomento de las artesanías de habla española y portuguesa en América (Rivas, 2008).

ejes de discusión debían ser la significación social y económica de las artesanías. Se enfatizó en temas como la cooperación, sobre la que se establecieron varios criterios, entre ellos, que la capacitación técnica se realizara sin perjuicio de la tradición, que los sistemas de comercialización interna e internacional beneficiaran directamente a los artesanos y facilitar aranceles y concesiones (Martínez, 1984).¹⁹

Otro hito a destacar en materia de cooperación fue la llegada del Programa de Patrimonio de la entonces Agencia Española de Cooperación Internacional (AECI),²⁰ que implementó la figura de las escuelas taller en Latinoamérica. Este tipo de escuelas fueron creadas en España a mediados de los años ochenta para afrontar tres problemas con un solo proyecto: el deterioro del patrimonio inmueble, la necesidad de recuperar los oficios tradicionales para la rehabilitación de este tipo de patrimonio y la situación generalizada de desempleo entre numerosos jóvenes que no tenían mayores oportunidades de formación (Zatarain, 2015). En 1990, tras la firma de un acuerdo entre el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social y la Secretaría de Estado para la Cooperación Internacional y para Iberoamérica, el gobierno español promovió la creación de numerosas escuelas taller en Latinoamérica (Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo [AECID], 2015).

Cinco años antes del inicio de este programa había tenido lugar la Declaración de Yakarta sobre las artesanías, realizada en el marco de la Conferencia Internacional sobre Artesanías y Exhibición, en la que se reunieron los miembros del WCC para discutir el rol de las artesanías en el proceso de desarrollo. En la conferencia se afirmó que las artesanías son vitales para los países en desarrollo, en sus dimensiones económica, social y cultural, y que son un medio de vida en los países del “Tercer Mundo”. La declaración urge a los gobiernos de los países en desarrollo a que las políticas nacionales integren programas artesanales y se desarrollen formas apropiadas para implementarlos. También, se ratifica la necesidad de que la industria artesanal sea vigorizada, desarrollar nuevos diseños desde las tradiciones, adaptar los productos al cambiante mercado y estudiar nuevas oportunidades de mercado en el mundo (WCC, 1985).

A partir de la Declaración de Yakarta se observa una importancia creciente de los temas del diseño, la creatividad y la innovación en los diálogos internacionales sobre la

¹⁹ A esto se puede sumar que la Fundación Iberoamericana para el Desarrollo y la Cooperación de las Artesanías (Aideca), integrada en Ciart y cuyo fin es fomentar el desarrollo productivo a través de la artesanía para la erradicación de la pobreza y el mejoramiento social, económico y cultural de los artesanos, realizó en 1991 la Primera Jornada Iberoamericanas sobre Artesanía, Turismo y Medioambiente, en las Islas Canarias (Rivas, 2008).

²⁰ Hoy Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID).

artesanía. Al respecto, las recomendaciones de la Declaración plantean que es importante que los artesanos comprendan que cada mercado requiere conceptos distintos de diseño; que la mejor manera de solucionar efectivamente el problema de la protección de los diseños es la innovación y que el WCC debe ayudar a mantener un equilibrio entre diseños tradicionales y contemporáneos. También se realizan recomendaciones en otros ámbitos como el de la educación y formación de habilidades, para lo que se propone un centro de diseño móvil. En cuanto a mercados y marketing, se plantea que el WCC debe promover la idea de asegurar un nivel de calidad para toda la artesanía patrocinada por la entidad. También se destaca el papel que pueden jugar los museos en la protección y desarrollo de las artesanías, y en cuanto a investigación y economía, se releva el levantamiento de información por parte de los ministerios económicos a través de la realización de censos y recolección de datos, para lo cual se deben establecer definiciones y criterios. Se establece que el WCC debe investigar vías para promover la exportación de artesanías.

Mientras el papel de la OEA en el fomento de la artesanía decrecía, a partir de 1990 la Unesco incrementó sus acciones en la materia, a nivel internacional y de Latinoamérica, y organizó sus propuestas en el Programa para el Fomento de la Artesanía y el Plan de Acción Decenal para el Desarrollo de la Artesanía en el mundo (1990 – 1999). La Unesco se enfocó en el papel económico y sociocultural de la artesanía en la sociedad, centrándose en la mejora de las técnicas artesanales -especialmente en los países “menos desarrollados”-, la promoción de la calidad y la creatividad, y la protección de las artesanías por medio de seminarios regionales, exposiciones y premios con sellos de excelencia. El papel del diseño para estimular la creatividad en el campo de la artesanía se convirtió en una prioridad para la Unesco (Craft Revival Trust et al., 2005).

Según la Unesco (1994), el Plan respondía a la necesidad urgente de salvaguardar e intensificar las repercusiones culturales, sociales y económicas de la artesanía, centrándose en la artesanía utilitaria y dejando de lado los denominados servicios artesanales y la “artesanía productiva” (Bouchart, 1989). Se fundamentó en la idea de que la artesanía es una vía de creación de empleos con bajas inversiones, una fuente de divisas y, a la vez, una expresión viva de arte y una manifestación cultural en riesgo (Unesco, 1990a). El Plan buscaba ser un marco de referencia para los programas iniciados por los estados miembros y las organizaciones gubernamentales y no gubernamentales que intervienen en este sector, y favorecer una acción concertada de los organismos de financiación. Los objetivos se centraban, entre otros, en el perfeccionamiento de los artesanos y el mejoramiento de sus condiciones socioeconómicas, la promoción de la artesanía y la comercialización de los productos de artesanía utilitaria (Unesco, 1994). Para desarrollar el Plan se expidieron

guías metodológicas que unificaran criterios para la recolección de datos en todos los países miembros que permitieran evaluar los avances y tomar decisiones (Unesco, 1990b). Así mismo, para el impulso del Plan, la Unesco creó en 1990 el Premio Unesco de Artesanía que recompensa y estimula a los artesanos juzgados como más creativos (Unesco, 2002).²¹

Para el fortalecimiento de las acciones del Plan Decenal, la Unesco estableció convenios con otras entidades internacionales como la Organización Internacional del Trabajo y el Centro de Comercio Internacional (CCI). En este último caso, Unesco y CCI organizaron en 1997, en Manila, el Simposio Internacional *La Artesanía y el Mercado Internacional: Comercio y Codificación Aduanera*, en el que se relevaron temas como la protección de la propiedad intelectual, la codificación para esta última y para la facilidad aduanera, la necesidad de la asociación de artesanos con diseñadores locales e internacionales para la apertura de nuevos mercados, la importancia de la preparación de los artesanos para el mercado internacional -incluyendo su participación en ferias internacionales- y el uso de nuevas tecnologías para el mercadeo (Unesco & CCI, 1997).

Según las conclusiones del Programa de Fomento de la Artesanía de Unesco, para enfrentar la dura realidad de los mercados internacionales los artesanos deben perfeccionar sus oficios, adaptar sus productos y mejorar su capacidad de producción. Para ello, la entidad debe desarrollar estrategias de formación tanto en las artesanías tradicionales como contemporáneas, incluyendo el diseño de nuevos productos, embalaje, técnicas comerciales y mejora de los equipos y de las herramientas (Bembatoum-Young et al., 2000). A partir de estas conclusiones, y del Simposio de Manila, la Unesco hizo mayor énfasis en el papel económico que podían jugar las artesanías en las industrias culturales (Unesco, 2010) y, entrado el nuevo siglo, creó nuevas estrategias que incluyeron exposiciones, publicaciones y encuentros en los que destaca el tema del diseño (Craft Revival Trust et al., 2005; Unesco, 2002; Unesco, 2005; Unesco, 2009).

En 2001 la Unesco creó el Programa de Reconocimiento de Excelencia para las Artesanías, que promueve la mejora de las técnicas artesanales -especialmente en los países en desarrollo-, la creatividad y la protección de la artesanía, a través de seminarios temáticos regionales, exposiciones, premios y reconocimientos de excelencia, así como de la comercialización de estos productos en el mercado internacional (Vacheron & Vetrале, 2009). En 2004 se creó la Red de Ciudades Creativas de la Unesco, la cual busca promover la cooperación hacia y entre las ciudades que identifiquen la creatividad como factor estratégico de desarrollo urbano sostenible. La Red cubre siete ámbitos creativos: artesanía

²¹ El premio consiste en la entrega de un estímulo en dólares estadounidenses (aproximadamente 12000), en el marco de un Salón Regional de Artesanía (Unesco, 2002).

y artes populares, artes digitales, cine, diseño, gastronomía, literatura y música. Para su entidad impulsora, la Red funciona como plataforma de reflexión sobre el papel de la creatividad como promotora del desarrollo sostenible y como de laboratorio de acción para la innovación (Unesco Creative Cities Network [UCCN], 2016). A esto hay que agregar que en 2014, como complemento a este programa de Unesco, el WCC creó una red de Ciudades Artesanales con el fin de fortalecer el potencial local para la innovación, el desarrollo del turismo creativo en el mundo y crear nuevas oportunidades para la cooperación y la asociación entre las ciudades artesanales creativas designadas (WCC Europe Secretariat, 2017).

Un gran impulso al desarrollo de las industrias culturales fue la Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales, promulgada por la Unesco en 2005. Este instrumento, como se ha dicho, resalta el vínculo entre cultura y desarrollo e incentiva el uso de la cultura -a través de la producción de bienes y servicios culturales- para el propio beneficio de los pueblos en el marco del desarrollo sostenible -entre ellos el beneficio económico-, insistiendo en la necesidad de tomar medidas de protección para la diversidad cultural. De acuerdo con representantes de Unesco, esta Convención resalta que en la artesanía hay elementos patrimoniales vinculados a la tradición, pero que también están presentes elementos de creatividad y de producción, y le da una protección específica como producto cultural, considerando que no es una mercancía como otras (Vacheron & Vetrone, 2009).

El relevamiento de las industrias creativas trajo consigo la necesidad de que la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) y el PNUD publicaran a partir de 2008 informes sobre el desenvolvimiento de las industrias culturales y creativas a nivel mundial. Los informes surgieron del proyecto de cooperación “Fortaleciendo la Economía Creativa en los Países en Desarrollo”, llevado a cabo por UNCTAD y PNUD. Estos informes presentan la perspectiva de todo el sistema de Naciones Unidas sobre el tema novedoso de las industrias creativas y culturales, destacando la cooperación entre distintos organismos que se unifican para este fin²² (UNCTAD & PNUD, 2010).

Por último, cabe resaltar que el fomento de la artesanía como industria cultural trajo consigo una mayor preocupación sobre el tema de los derechos de propiedad intelectual, por lo que la OMPI inició debates y negociaciones para el desarrollo de un instrumento jurídico internacional *sui generis* que permita la protección de las expresiones culturales

²² UNCTAD, PNUD, Unesco, Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) y CCI.

tradicionales (ECT) y los conocimientos tradicionales (CC.TT.), especialmente de los productos artesanales. Esas negociaciones tienen por fin examinar los vínculos existentes entre el sistema de propiedad intelectual y las preocupaciones de los poseedores de CC.TT. y ECT. La OMPI estableció que, mientras tanto, los artesanos y las organizaciones de artesanía pueden utilizar los derechos de propiedad intelectual como las marcas, indicaciones geográficas, el derecho de autor, los dibujos y modelos industriales o las patentes, para promover sus intereses. Según la entidad, con estos instrumentos se pueden proteger las artesanías tradicionales contra el uso engañoso de su estilo y reputación.

3.3. La patrimonialización de las artesanías: de su delimitación a su puesta en valor

Como explica Cabello (2011), en Europa, en la medida en que el régimen feudal fue quedando atrás y se desarrollaba la clase emergente capitalista, los mercaderes fueron constituyéndose como clase social en un proceso paulatino de incremento de su riqueza y poderío político. Estos mercaderes intercambiaban excedentes de producción de los feudos, y a su vez les proveían de artículos producidos por los artesanos de las grandes ciudades. Estos últimos constituían gremios cuyas leyes impedían la modificación de la escala de producción y la modificación de los diseños de los productos, por lo que se dificultaba el incremento constante de los volúmenes de artículos producidos, la circulación de mercancías y la apropiación de su plusvalía. Para romper las trabas impuestas por los gremios, los comerciantes realizaron acuerdos con los señores feudales para establecer centros de población en las regiones limítrofes entre feudos, que originalmente recibieron el nombre de “burgos”, donde se instalaron talleres industriales y viviendas para trabajadores sonsacados a los talleres gremiales. La “burguesía”, como se le llamó a esta clase social emergente, logró obtener tanto poder y riqueza que pudo implantar un régimen social conveniente para continuar con el proceso de producción de mercancías y acumulación de capital.

Quiroz (2008) explica que fue en este marco burgués, en el siglo XV, en el que se desarrolló la manufactura, la cual se constituyó en una de las bases económicas de la fase de tránsito de una sociedad señorial hacia otra burguesa y creó el espacio de transición hacia la industrialización. A continuación, el autor aclara que el artesano se caracterizaba, en lo fundamental, por ser un pequeño productor directo, independiente, con un limitado nivel tecnológico, que con la asistencia de unos pocos ayudantes trabajaba la obra de principio a fin. Su trabajo generalmente derivaba de pedidos directos de sus clientes, por lo

que se trataba de un mercado restringido y vulnerable, que explicaba la tendencia a buscar su protección por medio de medidas no económicas -privilegios gremiales-. La manufactura, por su parte, era una forma de producción amplia, dirigida a mercados desconocidos y posiblemente muy lejanos, que incluía elementos de trabajo libre y asalariado, división interna del trabajo y uso de nuevas tecnologías. En ciertas modalidades el comerciante intervenía en la producción supeditándola a sus necesidades, siendo posible que organizara el trabajo de numerosos pequeños productores urbanos y rurales repartiéndoles materia prima, otorgando préstamos a modo de anticipos y “comprando” las obras ya terminadas.

Como explican Zamosc y Gaviria (1980), con la Revolución Industrial la producción manufacturera se fue transformando hacia una nueva racionalidad económica que incluía producción a gran escala con un proceso continuo de innovación tecnológica y especialización creciente, en la que desaparece completamente la mano de obra y se generaliza el trabajo; y un criterio estricto de rentabilidad para toda inversión de capital en la esfera productiva:

Las modalidades artesanales de producción manufacturera, que representaron una fase necesaria de transición hacia la nueva organización económica, fueron desplazadas gradualmente de las distintas ramas productivas; y si bien este proceso concreto asumió características específicas en cada caso concreto, hacia fines del siglo pasado el sector artesanal había sido eliminado de la producción manufacturera en las economías desarrolladas de Europa y América del Norte, convirtiéndose las artesanías en una actividad de tipo artístico y marginal por excelencia. (p. 16).

El movimiento romántico llamado *Arts and Crafts*, impulsado por los socialistas William Morris y John Ruskin, buscó oponerse a la “inhumanidad” de la Revolución Industrial (Benton & Milikin, 1982, p. 7) e intentó resucitar durante el siglo XIX la artesanía a favor del arte. De acuerdo con Martínez (2001), este movimiento abogaba por el retorno al campo con sus respectivas labores agrarias y artesanas, pero fracasó debido a su “elitismo”, el cual lo llevó a desaparecer, no sin antes influir en otros movimientos artísticos.

De acuerdo con Díaz (1999), serían estas corrientes románticas las que vendrían a remover profundamente los cánones de lo bueno y lo bello y los parámetros con los que se medía el valor de la cultura, a través del descubrimiento de otras formas de crear y transmitir el saber o la belleza. Al dirigir su mirada hacia las creaciones de personas sencillas que pasaban desapercibidas en un mundo en el que se exaltaban las obras de los genios humanos, se comenzó a valorar lo a-histórico y lo anónimo, las creaciones del pueblo, instaurando la noción de una “cultura popular” en el campo de las apreciaciones de la

creación humana.²³ Este “descubrimiento del pueblo”, como le llamara Peter Burke (como se citó en Díaz, 1999, p. 30), sería apropiado por corrientes conservadoras que lo harían funcional a la construcción de nacionalismos dando origen al “folclorismo” (Díaz, 1999; Prats, 1997).

El folclor se constituyó, entonces, en una especie de paradigma para el estudio de la producción cultural de las sociedades, configurando unas características de lo “popular” que aún siguen siendo requeridas por sus recopiladores: procedencia rural, autor anónimo, transmisión oral, en versiones y variantes -sin original-, antigüedad indeterminada, y ser autóctono (Agudo, 2005; Díaz, 1999). Las manifestaciones del folclor fueron utilizadas en la exaltación de las identidades nacionales con base en la revitalización de tradiciones, tal y como lo ejemplifican los primeros museos etnológicos (Roigé, 2007). Por su parte, los objetos de culturas ajenas y exóticas que eran recolectados en las campañas de expansión colonial adquirirían la categoría de objetos etnográficos o “arte primitivo” y eran expuestos en gabinetes y museos (Graburn, 1976). También alimentaban los nacionalismos e imperialismos en la medida en que funcionaban como símbolos de poderío y de la civilidad que suponía el recogerlos y “valorarlos” (Díaz, 1999; Prats, 1997).

Entrado el siglo XX, el arte primitivo comenzó a ser apropiado como fuente de inspiración por artistas e intelectuales de países industrializados debido a la secularización, estandarización e industrialización en la que estaban inmersos (Graburn, 1976). En cuanto a la artesanía propia o de la cultura popular, pasado el medio siglo algunos factores llevaron a que tuvieran nuevas oportunidades en los mercados debido a que comenzaban a ser valoradas como reacción a la Revolución Industrial. En Estados Unidos las artesanías cobraron importancia a partir de la depresión de los años treinta, cuando se crearon en el país programas de capacitación y fomento de las artes por parte del gobierno, así como centros de formación en técnicas artesanales y diseño en las universidades. Entretanto, en los países escandinavos el gobierno y la industria incentivaron y apoyaron el desarrollo de las artesanías, destacando estrategias de promoción y comercialización en las cuales se muestra a la artesanía como bienes que pueden ser usados cotidianamente en el hogar urbano (Barrera & Quiñones, 2006). Posteriormente, en la década de 1980, aparecen formas de turismo alternativo que suponen una nueva fuente de recursos para las áreas rurales y motivan, entre otros, un retorno al campo o neorruralismo. Así, en las zonas rurales, a la

²³ No obstante, señala Graburn (1976), la invención de este concepto por parte de las élites trazaba, al mismo tiempo, una línea divisoria que duraría hasta el presente entre dichas creaciones del pueblo y el “arte”, que continuó siendo potestad de los artistas.

permanencia lánguida de los oficios artesanos como parte constitutiva de la actividad diaria campesina, se suman las prácticas artesanales de nuevos actores.

En la década de los 80 inicia un nuevo retorno al campo, con un sentimiento menos idealista [que el movimiento *Arts and Crafts*], aunque con la clara convicción de que la vida en el medio rural es mejor que en la ciudad. Los neorrurales en este período, presentan la aspiración de combinar las distintas actividades que pueden surgir en un medio rural como forma de vida, convirtiéndose en verdaderos ejemplos de la pluriactividad en las áreas rurales marginales, y junto a las actividades agrarias tradicionales, comienzan a ejercer igualmente oficios artesanos. (Martínez, 2001, p. 78).

En la otra cara de la moneda, es decir, en aquellos países del sur global que estaban viviendo procesos de descolonización o de consolidación de sus propios Estados-nación - como fue el caso de Latinoamérica-, el arte primitivo propio o la cultura popular fueron también fuente de alimentación y medios de representación de los discursos nacionalistas desde inicios del siglo XX. En distintos países latinoamericanos con civilizaciones prehispánicas poderosas, como México, los Estados, en muchas ocasiones con la concurrencia de los antropólogos, buscaron rescatar y enaltecer un “arte propio” para oponer las tradiciones a la cultura occidental que se consideraba herencia del invasor (Florescano, 2003; Lauer, 1982, 1989; Martínez, 1984; Novelo, 1976, 1999). Como se verá más adelante, en Colombia, un país sin fuertes estados prehispánicos, las artesanías fueron entendidas como parte del folclor de una nación que encontraba su identidad nacional en lo mestizo (Buitrago, 2013).

De esta manera, cuando inicia la demanda de artesanías para los mercados urbanos y turísticos en la década de 1960, comienzan a la vez a surgir voces de oposición a su masificación y a las intervenciones que buscaban promover las exportaciones a países del norte global, argumentando su importante valor cultural e identitario (Martínez, 1984; Quiñones y Barrera, 2006). En adelante, las entidades promotoras del desarrollo de la artesanía tendrán que buscar un equilibrio con la conservación de la tradición que se les considera intrínseca, y en distintos eventos e instrumentos se discutirá cómo lograrlo. La Carta Interamericana de Artesanías y Artes Populares, por ejemplo, destacó componentes como la tradición y fines como la satisfacción de las necesidades espirituales para argumentar la necesidad de protección del arte popular. Como se ha visto, una de las principales recomendaciones que hace la carta es la creación del CIDAP, el cual estableció entre sus líneas de acción la investigación de la cultura popular con especial interés por las artesanías en proceso de extinción, o aquellas que se consideraban fundamentales para el desenvolvimiento de las comunidades, promoviendo la integración de la cultura popular y

la educación o realizando talleres de recuperación de técnicas tradicionales, entre otros (Martínez, 1984).

Entre las acciones impulsadas por la OEA se celebró en 1982, en Costa Rica, el Año Interamericano de la Artesanía. Los artesanos manifestaron la necesidad de replantear la idea romántica que se tiene sobre ellos y de que se reconociera la artesanía como sector productivo, destacando que no por ello dejaban de ser guardianes de la tradición, ya que la artesanía es un tipo de mercancía que conlleva un contenido y un significado cultural (Martínez, 1984). Más o menos en el mismo sentido se realizaron ponencias en el Primer Seminario Iberoamericano de Cooperación en Artesanía (1984), en el que, además, se criticaron los antiguos usos de las artesanías para oponer las culturas americanas a las europeas y se llamó la atención sobre la necesidad de reconocer el hibridismo cultural del arte popular americano, sin desconocer la presencia de artesanías indígenas en el continente. Además, se enfatizó en la necesidad de oponer resistencia a las tendencias de realizar artesanías “de aeropuerto” o “curious” como resultado de la demanda turística (Martínez, 1984, p. 6).

En 1989 la Conferencia General de la Unesco aprobó la Recomendación sobre la Salvaguardia de la Cultura Tradicional y el Folklore, que, como se ha consignado más arriba, hace una primera definición oficial de “cultura tradicional y popular”, la cual incluyó las artesanías. El documento insta a reforzar las actividades en favor de la creación y la creatividad -desarrollando, entre otras, la artesanía- a partir del estímulo a creadores y mejoramiento de las políticas culturales. Así mismo, se invita a ejecutar programas internacionales y regionales para el desarrollo de disciplinas artísticas -comprendidas la arquitectura y la artesanía-, promover la creación de redes y fomentar el intercambio de artistas.

El Programa para el Fomento de la Artesanía y el Plan de Acción para el Desarrollo de la Artesanía en el mundo (1990 - 1999) de Unesco, aunque se enfocaron en el mejoramiento de las artesanías con base en el diseño y la innovación para su consolidación como industria cultural y producto de exportación, también fueron abriendo campo a su estatus patrimonial. De acuerdo con el Plan, la artesanía representa una riqueza cultural amenazada y se debe gestionar de manera “armoniosa” en el sentido de “prever una reconciliación entre los aspectos culturales y los aspectos socioeconómicos de la producción artesana” (Unesco, 1990a, p. 17). Para el mejoramiento de las condiciones de vida y de trabajo de los artesanos, la Unesco inició una campaña para el reconocimiento de la contribución del artesano a la vida económica, social y cultural de cada país a través de los Premios Unesco, las exposiciones en su sede y diversas publicaciones (Unesco, 2000). Para

solidificar este propósito, el Programa de Reconocimiento de Excelencia para las Artesanías no solo entrega premios a la excelencia, sino que permite a los artesanos la presentación de sus trabajos en exposiciones y ferias regionales e internacionales, y, como aporte al sostenimiento del valor cultural, estimula a los artesanos a utilizar técnicas tradicionales (Vacheron & Vetrале, 2009).

Es importante mencionar que, como complemento de todo lo dicho, distintas entidades internacionales promovieron las exposiciones y creación de museos para divulgar la artesanía. De hecho, la Declaración de Yakarta sobre las Artesanías (1985) plantea que los museos pueden jugar un papel muy importante en el desarrollo de la artesanía y deben ser conscientes de que la continuidad es muy importante en la preservación del patrimonio cultural, por lo que es necesario que establezcan conexiones entre el pasado y el presente: “Los museos de artesanías que tienen colecciones históricas principalmente en países en desarrollo e industrializados, deben intentar el vínculo con la producción real de artesanías y colocarlas en el contexto de la vida cotidiana moderna” (WCC, 1985, “Museos: tiendas y colecciones”).²⁴

Previo a la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial adoptada por la Conferencia General de la Unesco en 2003, las artesanías darían otros pasos para su constitución como patrimonio inmaterial. Es de recordar, por ejemplo, que el plan de acción del Simposio Internacional de Manila (Unesco & CCI, 1997) plantea la producción de campañas de sensibilización pública para “la estima por la artesanía local como patrimonio nacional de valor cultural y destreza elevados, al tiempo que se infunde un sentimiento de orgullo por comprar algo que pertenece a la tradición” (para. 38). No obstante, sería la Convención de 2003 la que inauguraría oficialmente una nueva categorización de la artesanía al considerarla parte del patrimonio cultural inmaterial.

Anteriormente la Unesco trabajaba la artesanía como una industria cultural, pero este nuevo estatus de patrimonio asegura el reconocimiento mundial a los profesionales y a los artesanos. A partir de 2003 la artesanía tiene su espacio en una convención internacional y en el patrimonio mundial. Es un elemento fundamental porque actualmente se parte de la base de que las actividades deberán contar con acuerdos de colaboración y el involucramiento de los artesanos. Lo que antes fue una idea, una norma ética, ahora es una norma jurídica internacional importante. (Vacheron & Vetrале, 2009, p. 7).

²⁴ En 1976 la OEA creó el Museo de Arte de las Américas a partir del antiguo Museo de Arte Contemporáneo de América Latina, el cual incluyó también arte prehispánico, colonial y arte del siglo XIX (OEA, 2013). También es de mencionar el Museo Comunidad de Chordeleg, creado por el Cidap, cerca de su ciudad sede, Cuenca (Malo, 2000). Además, en el marco del Plan de Acción para el Desarrollo de la Artesanía en el mundo (1990 - 1999), la Unesco organizó numerosas exposiciones entre las que se pueden destacar las exposiciones temáticas “Artesanías del mundo” (Unesco, 1994).

La categoría de patrimonio inmaterial aplicada a un ámbito que, como se ha visto, ha apostado a la innovación y la productividad para consolidarse en los mercados nacionales e internacionales, representa una serie de paradojas y tensiones que se irán desglosando en la medida en que se analicen las implicaciones que tiene este carácter multifacético de la artesanía en su legitimación y adaptación a los distintos espacios en que se le demanda. Uno de los principales escenarios en que se revelan las implicaciones de este carácter múltiple de la artesanía es el del turismo, el cual se aborda a continuación.

3.4. Viejos y nuevos usos de la artesanía en el turismo

Entre las principales razones por las que las organizaciones internacionales y de cooperación dan apoyo al turismo, especialmente en países en desarrollo, están su capacidad de generar ventajas económicas con base en una industria relativamente “limpia” y su capacidad de contribuir a la paz y al alivio de la pobreza (Cooper et al., 2007). De hecho, como contribución al cumplimiento de los Objetivos del Milenio (ODM), la OMT se comprometió en la Cumbre Mundial del Desarrollo Sostenible de Johannesburgo, en 2002, a contribuir al desarrollo del turismo en los países pobres para combatir la pobreza a través de la Iniciativa ST-EP -*Sustainable Tourism – Eliminating Poverty*- (Rivas, 2008).

Paralelamente, la promoción de la artesanía se ve como una buena estrategia para los países en desarrollo por su capacidad de generación de empleo; baja inversión per cápita con alto valor agregado; por ser fuente de divisas; porque ayuda a fijar las poblaciones a las localidades y frenar así los conflictos sociales que devienen de la migración; por la alta participación de la mujer y sectores vulnerados o minoritarios; por la posibilidad de desarrollar un enfoque ambientalmente sostenible; y por su potencial para estimular talentos creativos (Ariel De Vidas, 2002; Khan & Amir, 2013). Además, porque permite fácilmente la incorporación de nuevos sistemas económicos como el del emprendimiento, de gran interés para los gobiernos con miras a la formalización de sectores tradicionalmente informales y a medir y potenciar su contribución económica (Montenegro, 2013).

La convergencia de los beneficios de ambos sectores se ve respaldada por un interés mutuo: por parte del sector artesanal, para encontrar nuevos mercados, y por parte del sector turístico, para explorar nuevas experiencias. La OMT (2013) considera que bienes culturales como las artesanías representan uno de los activos fundamentales para el desarrollo de los mercados turísticos, y que la artesanía y el arte popular “configuran pasibles de convertirse en atractivos” (como se citó en Canale et al., 2012, p. 87). Por ello,

desde el mismo inicio de la masificación del turismo en la década de 1960, la asociación entre artesanías y turismo ha surgido entre los temas de interés de los encuentros y debates internacionales. Evidencia de ello es el Programa Regional de Desarrollo Cultural del Consejo Interamericano de Cultura de la OEA (CIC), aprobado en 1969, para el cual los recursos folklóricos de los estados miembros constituían un excelente elemento de promoción turística (Malo, 2000).

En el Simposio Internacional de Manila (1997) se llamó la atención sobre el desconocimiento de muchos países en cuanto a los volúmenes de ventas de las artesanías en los mercados turísticos nacionales e internacionales, y se identificó esta falla como causa de la ausencia de programas para fomentar pueblos artesanales y turismo cultural. Allí mismo se consideró necesario elaborar una guía práctica para que los países pudieran relacionar en datos estadísticos el turismo -local y extranjero- con el desarrollo y comercio de los productos artesanales (Unesco & CCI, 1997).²⁵ No obstante, el Simposio amplió la mirada a otros temas fundamentales como la necesidad de incorporar la noción y la política del turismo artesanal en los planes de acción de fomento nacional de la artesanía, alentando distintas modalidades de participación de artesanía en espacios turísticos y evaluando periódicamente, tanto cuantitativa como cualitativamente, el turismo artesanal.

Como se ha mencionado, en la década de 2000 los diálogos acerca de la relación entre turismo y artesanías cobran fuerza en el marco de las acciones de la OMT con la realización de varias conferencias internacionales en las que participaron expertos provenientes de ambos sectores. La Primera Conferencia Internacional sobre Turismo y Artesanías, realizada en Teherán en 2006, fue convocada por la OMT y la Organización del Patrimonio Cultural y el Turismo de Irán, con el apoyo de la Unesco, siendo el primer evento de nivel mundial que se realizó sobre el tema. La Conferencia se centró en explorar las oportunidades de creación de empleo, generación de ingresos y alivio de la pobreza de la conexión entre turismo y artesanías en países en desarrollo, en el marco del cumplimiento de los ODM. Asimismo, en definir los vínculos entre la artesanía y el turismo y los beneficios mutuos que se proveen ambos sectores, al igual que en las vías para maximizar los beneficios de la relación. La Conferencia dio origen a la Declaración de Teherán sobre Artesanías, Turismo y Reducción de la Pobreza, la cual insta a los gobiernos, el sector privado, las comunidades locales y otros socios relevantes para que presten atención a las oportunidades de una positiva y explícita interacción entre artesanías y turismo, y a

²⁵ En consecuencia, entre 2001 y 2004 se elaboró el Índice de Artesanías – Turismo (*Craft-Tourism Index*) con una metodología para medir especialmente la participación de las artesanías en el gasto turístico (Bouchart, 2004).

participar en todas las etapas de desarrollo del turismo artesanal (*craft tourism*), desde la planeación hasta la distribución de beneficios (OMT, 2008).

La Segunda Conferencia Internacional sobre Turismo y Artesanías también fue realizada en 2006, en Ouagadougou (Burkina Faso), y profundizó en las conclusiones y recomendaciones de Teherán bajo un enfoque africano. La tercera conferencia, en cambio, tuvo lugar en Lima (Perú), y mientras las anteriores se centraron en los potenciales beneficios que el turismo podría traer a los artesanos, este encuentro se centra en las oportunidades que la artesanía trae para el fortalecimiento del turismo. De esta manera, se analizan las artesanías como instrumento de impulso y promoción de turismo a escala nacional y local, su importante carga cultural/visual para la caracterización de los espacios turísticos y formas de uso turístico-empresarial de las artesanías, los desafíos y oportunidades que esto trae para las comunidades locales, la importancia de la innovación, el diseño y la calidad para la participación de las artesanías en el mercado turístico, el papel de la cooperación y la financiación para el desarrollo del turismo artesanal, y otros factores clave para el desarrollo de esta forma de turismo, como la propiedad intelectual aplicada a las artesanías (OMT, 2009).

Los diálogos o discusiones a nivel internacional acerca de la relación entre artesanías y turismo se han seguido desarrollando, tanto en el campo institucional como académico, en torno a estas temáticas planteadas por la OMT, sin dejar atrás antiguas discusiones como la autenticidad y significado de los productos de la cultura en contextos turísticos, y sus transformaciones. A continuación se revisan algunos planteamientos y debates que resultan de principal interés para esta investigación.

3.4.1. Las artesanías en el turismo y el turismo en las artesanías: nuevos derroteros en la era de la creatividad

Las artesanías se han constituido en uno de los principales factores que llevan al contacto entre los turistas y la población local (De Kadt, 1991; Graburn, 1992), motivación que, de acuerdo con diversos autores, está inducida en buena parte por lo que el turista espera del objeto artesanal a posteriori del viaje, es decir, por la capacidad simbólica que, de antemano, le asigna. Para Lagunas (2010), esto se da porque las artesanías, cuando se inscriben en los imaginarios de la mirada turística, funcionan como una especie de anclaje. Los turistas asumen un rol de “neofolcloristas”, como “peregrinos modernos en busca de algo que no existe” (p. 186). Frente a los objetos artesanales que pueden palpar se cumple la “promesa” del viaje turístico.

Distintas investigaciones han mostrado que, efectivamente, para buena parte de los turistas la compra de artesanías y souvenirs es atractiva por el contacto con la gente local y la función de “memoria” que cumplen estos objetos (Van Oss, 1999). No obstante, el tema de las motivaciones de los turistas para comprar artesanías ha resultado mucho más complejo. En primera instancia, algunos autores, como Tauber, han planteado que las motivaciones para comprar en un viaje, no solo artesanías, sino en general, todo tipo de productos, pueden ser personales y/o sociales (como se citó en Yu & Littrell, 2005, p. 2), y están influidas por gran diversidad de factores sociales, psicológicos y de estilo de vida. Además, las motivaciones para comprar han sido relacionadas con contextos particulares, de manera que la compra en contextos turísticos presenta comportamientos distintos a los patrones en situaciones ordinarias (Yu & Littrell, 2005). El tipo o perfil de turista se puede relacionar con una variedad de motivaciones de compra: quienes compran artesanías por su belleza o trabajo fino, por enfatizar en un estilo personal, por gusto por lo étnico, por la funcionalidad, o como recuerdo de viaje, entre otras (Littrell et al., 1993; Popelka y Littrell, 1991; Richards, 1999).²⁶

Como se ha dicho, en diversas instancias se ha planteado que la compra de artesanías, como parte de la experiencia turística, facilita que los visitantes satisfagan las expectativas de ponerse en contacto con la cultura local, uno de los objetivos del turismo, y especialmente del turismo cultural (OMT, 2013; Richards, 1999; Vinaccia, 2009). Pero la relación entre turismo y artesanías no se reduce a la compra-venta de estas últimas, pues, como señala Richards (1999), la carga cultural de la artesanía provee el elemento “vivo” (p. 11) del producto, objetivo creciente del turismo. Así, el proceso de producción artesanal también se convierte en un elemento importante del producto turístico:

La creciente necesidad entre los turistas de la experiencia de técnicas auténticas de producción artesanal significa que los turistas pueden brindar apoyo no solo mediante la compra del producto final, sino también mediante la visualización del proceso de producción. La expansión resultante del mercado de [...] artesanías proporciona empleo local y genera fondos para la preservación del patrimonio material. De esta forma, tanto el material como el patrimonio vivo pueden conservarse y desarrollarse de manera efectiva. (p. 16).

²⁶ Littrell (como se citó en Yu & Littrell, 2008) propuso que las experiencias de compra de los turistas pueden descomponerse en dos dimensiones: experiencias de compra orientadas al producto, es decir, aquellas motivadas por las características del producto en sí, como el trabajo hecho a mano y de calidad; y experiencias de compra orientadas al proceso, motivadas principalmente por la experiencia y la creación de vínculos culturales y artesanales a través de interacciones con productores y vendedores locales. Por ejemplo, una investigación realizada en el marco del proyecto Eurotex reveló que mientras los turistas “normales” enfatizan en la utilidad del producto como motivación para comprar, el turista “especializado” tiende más a verlo como un recordatorio del lugar (Richards, 1999).

Efectivamente, la experiencia de las artesanías pasó de los mercadillos y los museos, a los talleres artesanales, por el interés de los turistas de observar los procesos de producción y conocer de cerca el entorno del artesano (Malo, 2004). Pero, como señala Richards (1999, 2017), el turista cultural actual está comprometido en el consumo activo de la cultura, por lo que la expectativa no se queda en la observación del proceso sino en la participación en espacios de creación y producción artesanal, a través de los cuales se espera experimentar la cultura local y, a la vez, desarrollar la creatividad. De esta manera, como indica Tresserras (2009), la experiencia turística asociada a la artesanía contempla mucho más que productos artesanales y talleres, y para diseñarla deben tenerse en cuenta, al menos, los siguientes elementos:

- Paisaje cultural productivo: procedimientos de recolección y procesamiento de materias primas y en entorno de producción artesanal.
- Las empresas de actividades artesanales.
- Organismos e instituciones de promoción y desarrollo artesanal.
- El artesano, el producto, servicio y/o proceso artesanal, polos o distritos productivos, puntos de exhibición y venta.
- Actividades: demostraciones, degustaciones, cursos de corta duración
- Rutas turísticas centradas en la artesanía y las rutas o itinerarios culturales territoriales y/o temáticos que integran la artesanía.

Pero, como se ha observado, el desarrollo de lo que se ha llamado turismo artesanal o *craft tourism* se basa en la estructuración de una oferta y no se constituye espontáneamente. De acuerdo con Tresserras (2009), la artesanía es un recurso que debe gestionarse para llegar a conformar una oferta turístico-cultural que la aproveche adecuadamente. En primera instancia, se debe realizar una gestión cultural de la artesanía para convertirla en un producto cultural accesible²⁷ tanto para la población local como para los visitantes, que incluye el artesano, el producto, el servicio y/o proceso artesanal, los polos o distritos artesanales, y puntos de exhibición y venta. La promoción de este producto cultural llevará a tener una oferta cultural estructurada, es decir, un programa con acciones de comunicación dirigidas a un público, de manera que se dé un consumo cultural que lleve

²⁷ Tresserras (2009) explica que la accesibilidad debe darse en varios sentidos. La accesibilidad cultural, implica hacer llegar un mensaje educativo adaptado al perfil de los visitantes y promover la participación y la identificación por parte de la población local. La accesibilidad económica implica una política de precios en relación con los públicos. La accesibilidad temporal implica que los horarios de la oferta consideren los hábitos y posibilidades de la población local y los visitantes, y la accesibilidad espacial debe llevar a facilitar el uso y disfrute de los productos culturales por parte de todo el público, con medidas de inclusión para personas en situación de incapacidad.

a la fidelización. Esta oferta cultural puede ser aprovechada por los gestores turísticos en coordinación con los culturales para estructurar productos de turismo cultural o productos complementarios a una oferta turística cualquiera. Por último, la oferta turístico cultural se consolida cuando todo lo estructurado se promociona y comercializa por los canales que le son pertinentes.

Algunas de las muchas estrategias que se están desarrollando para integrar la artesanía en la oferta turística local son los hoteles boutique y los hoteles temático sobre la cultura artesanal; los viajes de estudio a comunidades artesanales; las rutas artesanales; y las ferias de artesanía, a manera de grandes eventos diferenciados de los mercados artesanales clásicos, entre las que se pueden destacar L'Artigiano in Fiera en Milán, el Santa Fe Folk Market en Estados Unidos, Expoartesanías de Bogotá, en Colombia, y la Feria de Artesanías de Córdoba, en Argentina (Augé, 2009). Con todo esto no solo se busca especializar o diversificar la oferta de un destino, sino crear ventajas competitivas y diferenciar los productos turísticos de la competencia en el contexto global (Richards, 1999; Vinaccia, 2009).

Ahora bien, los expertos en turismo consideran que hay ciertos factores o claves que deben tenerse en cuenta para estructurar una oferta de turismo cultural artesanal. En primera instancia, como los turistas buscan experimentar la cultura de los lugares que visitan, se deben relevar las artesanías que se considera que están unidas a la cultura local, de manera que resulte fácil establecer conexiones entre estos productos y la naturaleza, la cultura y la ecología de la región visitada (Richards, 1999; Rivas, 2009). No obstante, la transmisión de valores se da en una doble vía, pues los productos artesanales también logran transmitir sus valores al territorio: “Utilizando el rico y vasto patrimonio cultural ‘local’ de la artesanía, podremos transferir a los espacios y servicios turísticos, la identidad, el alma que necesitan para diferenciarse de la común oferta globalizada” (Roulet, 2009, p. 40).

Puede comprenderse, entonces, que las artesanías favorecen la proyección de localidad en contextos turísticos de diversas formas: por una parte, en el aspecto formal de las artesanías los productores apelan a motivos, colores y/o materiales para acentuar la presencia del paisaje en el objeto. La predisposición positiva de los visitantes a las artesanías que son elaboradas con materias primas de la región facilita la tarea de artesanos e intermediarios para que se establezcan conexiones entre los objetos y la cultura local. No obstante, siguiendo a Brulotte (2009), también media una dimensión temporal: las artesanías posibilitan la percepción de una continuidad cultural por parte de los visitantes, la cual se apuntala por medio de circuitos o rutas que funcionan como interfaces para

visualizar “la tradición” de un territorio. Esta continuidad proyectada es un poderoso subtexto para el marketing territorial y sus artesanías, y se logra creando una serie de contrastes físicos y psicológicos: pasado/presente, ciudad/campo, indígena/no indígena, entre otros. Pero la dimensión temporal no es solo diacrónica, sino también sincrónica. De acuerdo con Ariel De Vidas (2002), el tiempo que se condensa en las artesanías como productos terminados, y el que se percibe en los talleres de producción, es un tiempo más lento y distinto del tiempo moderno. En palabras de la autora:

El objeto artesanal representa [...] una noción de tiempo, a un ritmo diferente del dinamismo característico del modo de vida moderno en los países industrializados. Con la adquisición del objeto artesanal, el consumidor intenta apoderarse de ese tiempo del Otro que corre más lentamente en ese espacio que se encuentra en el Allá. La artesanía que se lleva de vuelta será entonces el recuerdo que valoriza esa ilusión –que en general dura solo el tiempo limitado de unas vacaciones pagas- de haberse movido en un tiempo y un espacio ajenos. (p. 45).

Pero, desde el punto de vista de la gestión turística, ni los productos artesanales ni la oferta que se fundamente en ellos deben olvidar las prácticas y los referentes de los turistas, quienes son, en última instancia, el público objetivo que se considera que da sustentabilidad económica a todo el sistema: “Se debe formar un puente cultural entre la cultura local y la cultura del turista. Esto significa que los productos artesanales deben basarse en las necesidades y deseos del consumidor: el turista” (Richards, 1999, p. 11).

El desarrollo de productos artesanos y de turismo artesanal, entonces, parte de los turistas, sus perfiles, expectativas, necesidades de consumo y deseos de compra, entre otros; es decir, se desarrolla con una orientación al mercado. Para ello, según indica Richards (1999), una de las grandes dificultades que se presenta es la falta de conocimiento de los artesanos del mercado turístico y de habilidades de marketing, por lo que no están siempre en buena posición para sacar ventaja de esta nueva demanda. De acuerdo con Van Oss (1999), los artesanos ven el marketing básicamente como un camino para vender sus productos, cuando, según el autor, este debe ser un sistema integrado para hacer que productos o servicios específicos se encuentren con los clientes indicados -efectivos o potenciales-. En este propósito, un buen producto no es suficiente, sino que debe reunir las necesidades y expectativas de los visitantes en términos, tanto del producto físico, como del contexto o atmósfera en que es vendido. Además, debe saberse comunicar previamente a la visita y generar en el visitante el deseo de encontrarlo. Para el caso del mercado turístico cultural, es importante que los artesanos den a conocer su producto a los gestores turísticos y localicen a los turistas cuyo perfil los hace clientes de interés. La planeación del marketing

por parte de los artesanos debe también incluir el aprovechamiento del calendario de eventos y la inserción en rutas turísticas (Richards, 1999; Van Oss, 1999).

Aparte de una orientación al mercado, los gestores y especialistas en turismo también consideran otros aspectos claves para la consolidación de una oferta de turismo artesanal. Por una parte, para el éxito de productos turísticos artesanales basados en la cultura viva plantean que se debe apoyar la preservación y fortalecimiento de habilidades artesanales tradicionales (Richards, 1999; Van Oss, 1999). Esto no excluye la necesidad de reinterpretar la tradición para producir artesanías que respondan a las expectativas y necesidades actuales. Richards (1999) alerta sobre la necesidad que se presenta en numerosos destinos de importar o llevar de otras regiones los productos que los turistas quieren comprar debido a la debilidad de la producción local, lo cual crea fugas y pérdidas de oportunidades de ingresos y de generación de empleos. De acuerdo con el autor, si no se estimula la producción local, el impacto del turismo será reducido y se hará económicamente insostenible, y este estímulo implica prever la migración de los jóvenes y su reticencia a ejercer los oficios artesanos: “hay una necesidad de maximizar el potencial de generación de empleo de la producción artesanal, y apoyar la generación de oportunidades para el desarrollo de habilidades artesanales para aquellos que quieren aprender oficios y métodos tradicionales” (p. 13).

Tresserras (2009) señala otras medidas que considera fundamentales para el desarrollo de un turismo artesanal, como la coordinación entre la actividad propiamente artesana, los planes sectoriales de turismo y sus entes de gestión. Además, la consolidación de proyectos de I+D sobre artesanía y turismo con transferencia a los dos sectores involucrados. También, el desarrollo de estrategias de interpretación y presentación de las artesanías como parte del PCI en los equipamientos culturales, comerciales y turísticos, y la sensibilización de la población local sobre el valor patrimonial de las artesanías y su potencial como generador de desarrollo local. El autor también puntualiza la necesidad de llamar la atención de los turistas sobre la importancia de las certificaciones como protección ante la venta de artesanías engañosas o hechas con materiales prohibidos. En concordancia, otros especialistas en turismo, como Rivas (2009), plantean que se debe exigir a los artesanos que los productos que exhiban y presenten tengan una calidad acreditada mediante etiquetas de origen y sellos de calidad artesana.

Todas estas consideraciones han llevado al interés de investigadores de otras disciplinas como la antropología, la sociología, la historia, el diseño industrial y las artes, a discutir los impactos del turismo tanto en los productos artesanales como en las comunidades artesanas. A continuación se abordan las líneas de discusión que resultan de

mayor interés para pasar a analizar el caso de Colombia y del núcleo turístico de Santander en particular.

3.4.2. Autenticidad y legitimación de los artesanos y las artesanías en contextos turísticos

El debate sobre los impactos del turismo en la artesanía inició inscrito en el más amplio sobre el papel del turismo en la aculturación de sociedades que poco a poco se fueron integrando en el mapa global de destinos turísticos, una vez que esta actividad inició su masificación en la década de 1960. Por ende, desde la década siguiente se observa una proliferación de etnografías interesadas en realizar aportes empíricos y teóricos a esta discusión. A fines del siglo XX Mathieson y Wall (1990) reconocían principalmente dos grupos, que más bien se podrían entender como los extremos de un eje de discusión: quienes consideraban que el turismo tenía un impacto positivo en la artesanía, contribuyendo al renacimiento de las formas de arte y artesanía tradicionales; y quienes consideraban que tenía un impacto negativo, generando un declive en su calidad y la pérdida de su significado.

Nelson Graburn (1976) realizaría un aporte básico a esta discusión al popularizar la expresión “arte turístico” o “artes turísticas”. El libro titulado *Ethnic and tourist arts. Cultural expressions from the fourth world*, editado por Graburn a mediados de los años setenta, llamó a diversos autores a publicar sus etnografías para analizar las dinámicas y las posibilidades de transformación de las artesanías en contextos turísticos. En su introducción, Graburn (1976) señala el turismo como un factor de cambio cultural entre varios con los que interactúan las artesanías, de manera que el punto de partida del contacto de estos productos con el turismo no es necesariamente un “punto de cero” de total aislamiento y autenticidad; sin embargo, el autor hace énfasis en el poder del mercado como vector en la evolución de este tipo de producción. Pese a la complejidad de los procesos de transformación que describe el autor, de su análisis se desprendió principalmente la identificación de las categorías de arte turístico y souvenirs, las que comprenden artes étnicas y productos artesanales producidos por un grupo para ser consumidos por otro. El autor considera que tienen mínima relación con el arte tradicional del creador o del grupo cultural productor, y que, al primar la satisfacción del consumidor sobre el complacimento del mismo artista, se anulan los estándares estéticos locales: “El contenido simbólico es tan reducido, y tan conforme al consumo, que podríamos llamarlo etno-kitsch” (p. 6).

En línea con estas ideas, Bascom (1976), quien publica las conclusiones de su estudio sobre las transformaciones de las artesanías en África en el libro editado por Graburn, plantea que el turismo motiva la elaboración de un arte “pseudotradicional” o “arte aeropuerto”, de manera que los trabajos más valorados por los visitantes suelen tener una mínima relación con la cultura tradicional, además de que se estimula la producción en masa, la cual es llevada a cabo en buena parte por personas que no pertenecen o practican la cultura a la cual pretenden representar. Otros trabajos posteriores de esta década, como los de Greenwood (1992) o Richter (1978), argumentan que la mercantilización, y específicamente la apertura de un mercado turístico para las artes étnicas, conlleva la alteración y pérdida de su significado ya que los artistas pasan a producir exclusivamente de acuerdo con los deseos del consumidor (Wherry, 2006). De esta manera, se produce una masificación de la producción que provoca la pérdida del valor y la calidad del arte (Jules-Rosette, 1986). Según estas argumentaciones, los artistas o artesanos que pasan a ser dependientes del sistema económico mundial alteran su producción de cualquier manera para sobrevivir en la economía capitalista (Wherry, 2006).

Jules-Rosette (1986) resumió en la década de los ochenta las ideas en las que se basaba la crítica al arte turístico, así: i) los objetos de arte turístico se producen masivamente, en grandes cantidades; ii) muchos de los objetos de arte turístico son hechos por artesanos no experimentados; iii) al contrario del artista, distintos artesanos producen una misma pieza de arte turístico; iv) la demanda del consumidor es más importante que la del productor. Rosette, como otros autores, han obtenido conclusiones menos polarizadas de sus etnografías o han revisado críticamente las conclusiones de investigaciones anteriores, como se verá más adelante.

Un aporte interesante a la discusión lo realizaron Mathieson y Wall (1990) al plantear una descripción del ciclo que viven las artesanías cuando entran en relación con el turismo. De acuerdo con los autores, a fines del siglo XX los antropólogos generalmente estaban de acuerdo en las tres fases principales de cambio en las formas de arte tradicional resultantes del contacto: i) La desaparición de diseños artísticos tradicionales y formas de arte y artesanía, principalmente aquellos de afiliaciones profundas religiosas y míticas, lo cual es seguido por; ii) El crecimiento de un reemplazo degenerado y sin complejidad que se desarrolló en relación con las técnicas de producción masiva, lo cual es seguido por; iii) El surgimiento de artesanos hábiles y la incorporación de estilos distintivos de las creencias culturales más profundas de la sociedad anfitriona (p. 211). Esta última fase sería una respuesta a las repercusiones perjudiciales evidentes en la fase “b” y al declive gradual en el significado simbólico de las artes tradicionales que también ocurre en dicha fase.

Deitch (1992), por su parte, estudió el caso del arte y la artesanía indígena en el suroeste de los Estados Unidos e hizo énfasis en que a menudo se demonizaba el turismo y los turistas como agentes de cambio cultural, sin tener en cuenta que ellos potenciaban nuevas ideas, al contrario de los que derivaban de la migración, la guerra o el comercio. Para De Kadt (1991), el único refugio que restaba a la artesanía eran las élites culturales, pero el turismo comenzó a colaborar en su revitalización, lo que, para la época de sus estudios, consideró que podría conllevar una renovación del interés de las poblaciones locales por estos oficios. Según el autor, el turismo no conduce necesariamente a la degeneración de la artesanía, pues aunque este puede llevar a la producción de arte de aeropuerto, también se ha observado que revitaliza artes, artesanías y la cultura local en general: “Para que sean auténticos, el arte y la artesanía han de estar enraizados tanto en la tradición histórica como en la vida cotidiana actual; la verdadera autenticidad no se alcanza sólo mediante la conservación, puesto que ésta conduce a la inutilidad” (pp. 46-47).²⁸

De gran importancia para las reflexiones posteriores fueron los aportes de Bennetta Jules-Rosette (1984, 1986) y Erik Cohen (1988, 1993a, 1993b). Jules-Rosette, a partir de sus estudios acerca del arte turístico en África, planteó que el análisis de este tipo de producción debe reenfocarse desde una semiótica que la aborde como un proceso de intercambio y comunicación -dentro y entre culturas - y, por tanto, como un vehículo importante para estudiar el cambio cultural. La autora sostiene que el arte turístico es un elemento performativo y simbólico que, como tal, debe analizarse, no en sí mismo, sino en relación con un contexto -específicamente, el ecosistema del mercado turístico- y teniendo en cuenta las relaciones entre productores, intermediarios y consumidores. De hecho, Jules-Rosette (1986) da gran relevancia a los intermediarios en la percepción que los artistas tienen acerca de su mercado. Esta semiótica no es sencilla, pues los productos del arte turístico son cambiantes, multivocales y ambiguos, y circulan en mercados de características distintas.

A través de los símbolos del cambio, el arte turístico afianza firmemente nuevas síntesis y significados culturales. En definitiva, es una forma reafirmante y positiva de expresión cultural. Pero el arte turístico es también una expresión cultural proteica y mutable que proyecta ambigüedades y contradicciones. (pp. 56-57).

²⁸ No obstante, el autor llama la atención sobre el hecho de que los intermediarios u operadores turísticos pueden llegar a tener mayor decisión sobre qué se debe representar y cómo (De Kadt, 1991, p. 240). Así mismo, reclama que las artesanías utilitarias reciban la misma atención que aquellas que son de interés para el turismo. En cuanto a la artesanía simbólica, el autor se suma a la opinión de Scadler de que, no es el turismo, sino la erosión de las creencias religiosas, la que lleva a la pérdida de sentido, y es posterior a ello que se comercializa entre los turistas.

En sus etnografías, la autora, por ejemplo, encontró evidencias de que los artistas elaboraban productos de distintas temáticas y calidades para mercados distintos bajo identidades diferentes. Así mismo, reconoció que los productores podían establecer y modificar normas técnicas explícitas y convenciones estéticas, y que cuando un artista era técnicamente competente, generaba nuevos estándares estéticos a través de la interacción con sus colegas y el mercado. Igualmente, que los artistas perseguían objetivos de auto-mejora a través de la diversificación de su trabajo.

Cohen (1988), por su parte, planteó que la generalización de que el producto cultural pierde su significado cuando es mercantilizado es una sobregeneralización y el escenario turístico puede entenderse como una plataforma para una nueva función social de las artesanías: “lo que antes era un ritual religioso significativo para un público interno, puede convertirse en una auto-representación culturalmente significativa ante un público externo. [...] los dos tipos de significados no son necesariamente excluyentes entre sí, sino que pueden ser aditivos” (pp. 381-382). El autor considera que, en ocasiones, este nuevo arte es motivado por personas externas a las comunidades y no interfiere en la continuidad de la producción de artesanías tradicionales (1993b). La innovación y diversificación es implementada por los artesanos como estrategia de competencia con sus colegas de cara a mercados externos. Ahora bien, es posible que las producciones elaboradas para estos mercados terminen incorporándose a la cultura local (1993a). Es por todo ello que, para el autor, el impacto del surgimiento de estas artes ha de ser estudiado en cada caso.

Por esta vía, Cohen (1988) llevó la discusión de la pérdida de autenticidad de las artesanías a la necesidad de la revisión del concepto de autenticidad en el marco del turismo, lo que motivó a autores posteriores, como Wherry (2006), a señalar que las visiones sombrías sobre la autenticidad en los mercados comerciales se derivan, en parte, de la forma en que se conceptualiza la autenticidad. A continuación, se revisan algunas ideas al respecto.

3.4.2.1. Diversificando la noción de “autenticidad” de las artesanías en contextos turísticos

MacCannell (2003) puso el tema de la autenticidad en el centro de la teorización acerca del turismo en la década de 1970, al acuñar el concepto de “autenticidad escenificada”. Según este autor, ante la búsqueda de lo auténtico en las sociedades contemporáneas se genera una oferta turística donde hay muestras de hábitats naturales, de tradiciones, de elementos típicos y toda una escenografía montada de acuerdo con lo que

se supone que busca el turista. Éste último, entonces, sólo puede acceder a una representación de la autenticidad.

En un sentido similar, Bruner (2005) acuña el concepto de “frontera turística” (*touristic borderzone*), para referirse a esa zona de fantasía, construida y teatral, donde se encuentran turistas y actores locales. Allí los nativos se dedican a los turistas de manera estructurada y emerge una nueva cultura específicamente para audiencias turísticas. Pero, de acuerdo con MacCannell (2003), las escenificaciones turísticas no serían un engaño - como señalaron previamente Boorstin (1962) o Turner y Ash (1991)-, ya que los turistas saben que la experiencia está organizada para ellos. Para Bruner (2005), a su vez, ni siquiera cabe preguntarse por la autenticidad de las “*performances* turísticas” ya que son productos culturales nuevos que emergen en el contexto del turismo, y no copias de un original.

Según MacCannell (2003), afuera de la escenificación, donde normalmente no accede el turista, es donde ocurre la vida cotidiana de la comunidad local, que sería lo verdaderamente auténtico, ajeno al mercado del turismo. Esta división entre espacio escenificado-mercantilizado y el tras bambalinas auténtico-no mercantilizado, es matizada por Alberto Del Campo Tejedor, autor que ha estudiado el acceso del turista a la vida cotidiana de la población local en experiencias de turismo comunitario. De acuerdo con Del Campo (2009), las actividades de la vida cotidiana pueden generar un beneficio económico para los anfitriones sin que por ello pierdan autenticidad.

Cohen (1988) y otros autores (Bruner; 2005; Wang, 1999), por su parte, antes que determinar el nivel de autenticidad de las manifestaciones culturales en contextos turísticos, han optado por analizar el concepto mismo de autenticidad en tales circunstancias y se han referido a ella como una noción socialmente construida cuyo significado es negociable. Desde esta perspectiva, “las cosas parecen auténticas no porque sean inherentemente auténticas, sino porque están construidas como tales en términos de puntos de vista, creencias, perspectivas o poder” (Wang, 1999, p. 351). En consecuencia, puede haber múltiples versiones de autenticidades respecto de los mismos objetos.

Para realizar sus aportes, Wang (1999) indica que todavía la autenticidad es relevante para algunos tipos de turismo, como el étnico, histórico o cultural. Según el autor, la experiencia auténtica de los turistas también puede ser originada porque están en presencia de productos culturales que han sido autenticados por medios y agentes autorizados, a lo que Wang (1999) denomina “autenticidad objetiva”. Lo que se autentifica en este caso son cualidades como rareza, originalidad, autoría, antigüedad o materialidad, entre otras, y un lugar por excelencia para acreditar estas características es el museo. En

todo caso, como señala Appadurai (como se citó en Bruner, 2005) este tipo de autenticidad depende de quién tiene el poder para autenticar, por lo tanto, también es realidad socialmente construida.

Pero Wang (1999) agrega un tercer uso del concepto de autenticidad en los estudios de turismo, que tiene que ver con un estado existencial del turista. Esta “autenticidad existencial”, como la llama el autor, corresponde a la experiencia del turista de sentirse más auténtico por salir de la realidad ordinaria y pasar a un estado liminal durante el proceso turístico, transición que fue descrita originalmente por Graburn (1992) y Jafari (2007).

Diversos estudios han aportado evidencias empíricas sobre esta diversificación de la noción de autenticidad tanto en la compra de artesanías por parte de los turistas, como en las formas en que los artesanos e intermediarios se legitiman en el mercado turístico y, en general, en el mercado global de artesanías. Wherry (2006) señala que, en la era de los mercados mundiales, el objeto auténtico es diferenciado por las circunstancias de la producción y el intercambio, así como por los acuerdos iniciales y emergentes entre productores, intermediarios y consumidores, y sus representaciones de los objetos. Tan pronto como se comercializan objetos que antes estaban fuera del mercado, comienzan a surgir nuevas formas de entender el original y sus manifestaciones modernas, y se dan nuevas luchas para recuperar lo tradicional y para resignificar o resistir las nuevas interpretaciones. Todo ello hace imposible la autenticidad en su significado singular y hace necesaria una comprensión de “múltiples autenticidades” (p. 7).

Algunas investigaciones dan cuenta de la importancia de la autenticidad como factor de compra para los consumidores de artesanías en el mercado turístico, pero también, de las variadas formas en que los compradores evalúan la autenticidad.²⁹ Comprendiendo este hecho, a fines de la década de 1980, Cohen (1988) planteó la necesidad de realizar un examen empírico de su concepto de la autenticidad socialmente construida, ya que consideraba que los turistas diferían en sus criterios para autenticar un producto cultural o un souvenir. Littrell et al. (1993) tomaron su desafío y realizaron una investigación en Estados Unidos que arrojó conclusiones importantes para el análisis del consumo turístico de artesanías, las cuales serían enriquecidas con estudios posteriores (Littrell, 1996; Yu & Littrell, 2005). Se observó, por ejemplo, que la compra de estos productos en contextos turísticos difiere en forma y significado de la práctica ordinaria de la compra. Además, que los turistas definen la autenticidad en una variedad amplia de formas, las cuales pueden

²⁹ Por ejemplo, en el marco del proyecto Eurotex, ATLAS encontró que cerca del 80% de los encuestados respondieron que la autenticidad era importante o muy importante en su decisión de comprar. No obstante, el estudio también evidenció que la gente entiende y evalúa la autenticidad de maneras distintas (Richards, 1999).

clasificarse en dos grandes categorías: una primera orientada al producto³⁰ y otra orientada al proceso, lo que incluye al productor, sus materiales y la experiencia de compra.

En el primer caso, los turistas se centran en la mano de obra y la calidad estética de las artesanías (Littrell, 1996), y la percepción de autenticidad puede estar determinada por la unicidad y originalidad (*Uniqueness and Originality*), la ejecución artesanal (*workmanship*),³¹ la integridad cultural e histórica (*cultural and Historic Integrity*),³² y, en menor medida, la estética, función y uso.³³ En el segundo caso, es decir, de los turistas atraídos por el proceso, entorno de producción y experiencia de compra, se busca la creación de vínculos culturales y artesanales a través de interacciones con productores y vendedores artesanales locales, observando demostraciones artesanales y aprendiendo sobre el contexto histórico y cultural de una artesanía como parte de la experiencia de compra (Littrell, 1996; Yu & Litrell, 2005).³⁴ El criterio de evaluación de la autenticidad más importante en el estudio estuvo relacionado con el artesano y los materiales (*craftperson and materials*). La forma de ver al artesano se puede conceptualizar en dos continuos: en el primero, mientras algunos consideran que las artesanías auténticas son producidas por los artesanos más formados en técnicas tradicionales, otros consideran que precisamente la falta de entrenamiento o formación es prueba del “arte popular” y de la autenticidad del artesano y su producto.

El otro continuo está relacionado con técnicas de producción y contenidos. Para algunos, que un objeto sea realizado con técnicas de alta calidad por un artesano local es

³⁰ Al respecto, Yu y Littrell (2005) arrojaron posteriormente más luces. Observaron que los turistas con orientación de producto pueden buscar los siguientes aspectos a través de sus experiencias de compra: (1) exhibiciones de objetos que muestran materias primas, herramientas, información sobre procedimientos de producción y criterios para juzgar la calidad; (2) presentaciones visuales de mercadería bien diseñadas; (3) oportunidades para examinar físicamente los productos artesanales; (4) provisión de algunos productos únicos; (5) pantallas que sugieren formas posibles de usar creativamente los productos artesanales en el hogar de los turistas; (6) vendedores bien entrenados con detalles de producción y estándares para juzgar la calidad; y (7) facilidad del entorno comercial.

³¹ Sobre la cual hay acuerdo general en cuanto a las cualidades que la definen: hecha a mano, con materias primas de alta calidad, fina atención a los detalles y demanda de tiempo de trabajo importante para su elaboración.

³² Define que el producto sea del lugar, que cumpla patrones materiales de estilo tradicionales, motivos y diseños relacionados con la historia de la comunidad, que revele significados para la población local, o tenga una historia detrás.

³³ En las conclusiones del estudio estos criterios se presentan juntos porque hablan de una dicotomía en la percepción de autenticidad, a manera de polos de un continuo. En un extremo está la percepción de que algo es auténtico porque los aspectos formales atraen y el objeto se considera de buen gusto, y por otro, porque su estética responde adecuadamente al que se considera el tiempo y la cultura de origen de ese tipo de objetos. Los dos extremos no son excluyentes, pero obedecen a una visión autodirigida frente a otra dirigida para definir la autenticidad.

³⁴ Los turistas orientados a los procesos pueden apreciar (1) presentaciones visuales de cómo se usan las artesanías localmente; (2) demostraciones en el sitio de productos en curso y oportunidades para probar la producción; (3) oportunidades para comprar en un ambiente de inspiración local; (4) vendedores bien informados sobre la historia y la cultura de las artesanías, así como sobre el estilo de vida general de la comunidad local; (5) historias y citas de artesanos; y (6) suficiente oportunidad para sumergirse en la cultura local (Yu & Litrell, 2005).

prueba suficiente de su autenticidad, la cual aumenta si las materias primas son locales, aunque los motivos o contenidos sean contemporáneos. Para otros, solo aquellas artesanías que transmiten un vínculo histórico en forma y contenido son considerables como auténticas. Por último, está el criterio denominado “experiencia de compra y genuinidad” (*shopping experience and genuineness*), que implica que los turistas puedan verificar la autenticidad. Esta verificación se produce, por una parte, cuando el turista conoce al artesano y observa cómo se elabora el producto; para otros, lo anterior puede esconder engaños y es necesario que el producto esté firmado, fechado y documentado a través de la literatura que lo acompaña, es decir, la experiencia de la autenticidad objetiva a la que se refiere Wang (1999).³⁵

El reenfoque de la autenticidad de las artesanías en contextos turísticos llevó a observar a los artesanos, no como sujetos pasivos ante los promotores, intermediarios o consumidores de las artesanías, sino como actores cuyas estrategias de legitimación diversifican la noción de autenticidad y negocian las identidades con aquellos agentes que representan fuerzas supra-locales (Ariel De Vidas, 2002; Brulotte, 2009; Khan & Amir, 2013; Lagunas, 2010; Wherry, 2006). Distintas etnografías dan cuenta de diversidad de estrategias, en algunos casos desde las narrativas y la proyección de coherencia con las prácticas artesanales; desde las formas de organización de la producción; desde el aspecto legal o institucional; o desde la adecuación misma de los procesos y objetos producidos para la proyección de autenticidad.

Ronda Brulotte (2009), por ejemplo, advirtió cómo en el estado de Oaxaca, México, los visitantes desconfiaban de aquellas artesanías y artesanos de los que no podían distinguir claramente su procedencia, su tradición “indígena” y su técnica tradicional artesana. Su etnografía permitió observar cómo los artesanos producían discursos identitarios que facilitaban la percepción de una “historia” detrás de sus productos y de sí mismos. Los discursos de continuidad cultural entre el antiguo Monte Alban y los zapotecas modernos y otros grupos indígenas eran un subtexto poderoso para el marketing del territorio y sus artesanías. Una de las formas para elaborar esta conexión era a través de recorridos guiados que incluían sitios de venta y producción de artesanías. Esto resultaba llamativo en el caso de México, donde la categoría de “indígena” sitúa a los sujetos en desventaja en la escala social. Como explicó Brulotte, los artesanos de Arrazola no solían

³⁵ En el marco del citado estudio para el proyecto de Eurotex, en cambio, los factores más importantes para juzgar la autenticidad del objeto artesanal fueron que el producto estuviera hecho principalmente a mano, y que fuera producido por una persona local. El realismo del objeto o el hecho de que estuviera elaborado con materias primas del lugar fueron juzgados como menos importantes. Para los turistas europeos, entonces, parece que la relación entre el objeto artesanal con los productores locales, la cultura local y la historia del lugar son más relevantes (Richards, 1999).

utilizar por iniciativa propia alusiones a elementos distintivos del ser indígena, pero reconocían que mostrarse “más indígenas” les permitía vender sus artesanías.

Wherry (2006), por su parte, identificó a través de su trabajo etnográfico las distintas fuentes de autenticidad a partir de las cuales los artesanos tailandeses del distrito Hang Dong legitimaban su producción. En el primer caso, en el que la autenticidad se basaba en lo que el autor denomina una “identidad reactiva” (*reactive identity*), los artesanos de una aldea reaccionaban a la llegada de capitales extranjeros que buscaban explotar la tradición artesana mediante la apertura de un centro comercial artesanal, creando un mercado propio que respaldara la identidad y tradición de quienes allí comercializan sus productos. En el segundo caso, en un contexto en el que los artesanos se asociaban a regañadientes con capitales extranjeros para lograr una mejor salida comercial para sus productos y mantener un cierto control sobre la actividad, un artesano hacía más notoria su autenticidad por su renuencia a aceptar este tipo de contratos. En un tercer caso, al que Wherry se refiere como “apropiación cómplice” (*complicit appropriation*), el artesano entregaba sus diseños para que socios de prestigio -diseñadores- los adoptaran y reformaran, y los capitales externos permitieran llevar sus productos a mercados lejanos, con la expectativa de, algún día, tener una marca propia. En este caso el artesano también, en colaboración con los agentes externos, innovaba en los diseños para satisfacer la demanda del mercado. Por último, el autor identificó un caso representativo de lo que él denomina “apropiaciones trascendentales” (*transcendental appropriations*), en el que se buscan los medios culturalmente aceptables para que los artesanos locales, intermediarios y clientes interesados puedan hacer circular comercialmente objetos sagrados o con un profundo enraizamiento cultural.

Como el mismo Wherry (2006) señala, los casos identificados no agotan todas las situaciones posibles que dan lugar a las diversas interpretaciones de autenticidad en el marco de la producción, circulación y consumo de las artesanías, sino que funcionan como tipos ideales que puede ser imposible aislar en la realidad empírica, pero permiten establecer categorías que facilitan la comparación y comprensión. Lo que la etnografía del autor permite observar claramente es que la investigación sobre la relación entre artesanías y mercados como el turístico debe ampliar los conocimientos acerca de la producción de la autenticidad artesanal en este tipo de contextos.

3.4.2.2. Resignificación de las artesanías y legitimación artesanal: productos con y para la identidad

Algunos autores, antes que centrarse en el tema de la autenticidad, han preferido enfocarse en comprender cómo participan las artesanías en los procesos de construcción de identidad. Las etnografías dan cuenta de que esta relación implica un doble movimiento en el que la producción de narrativas de identidad acompaña la legitimación de los productos, mientras que los artesanos crean nociones de sus identidades a través del discurso sobre su trabajo artesanal (Cochrane, 2009).

Desde la perspectiva de algunos autores, la demanda artesanal del turismo, tendiente al exotismo y la nostalgia, consolida una imagen alienada de los productores (Lauer, 1989), la cual, sin embargo, se va incorporando en las autorepresentaciones de las sociedades de los artesanos. Santana (1997), por ejemplo, señala que los nuevos productos incorporan símbolos estereotipados que en un primer estadio son adaptados al nuevo mercado de manera consciente por los productores y se separan de la identidad cultural local, pero posteriormente son asumidos por la sociedad local y transmitidos en la endoculturación. Lagunas (2010), en estudios realizados en México, concluyó que el auge de la producción cerámica derivada del turismo aportaba a la recreación de una identidad local esencialista que afectaba la comprensión de los nativos sobre su cultura, generando nuevas formas de conocimiento e identificaciones sociales.

Wherry (2006), sin embargo, al investigar las fuentes sociales de autenticidad en contextos turísticos, considera que hay motivos para esperar la supervivencia de contenidos locales significativos y de algún control local en el mercado de la artesanía. En un sentido concordante, Ariel De Vidas plantea que las artesanías, al insertarse en el sistema capitalista en tanto que mercancía, se convierten en “un espacio privilegiado para percibir lo que se pierde, lo que subsiste, lo que cambia y lo que se transforma en las sociedades tradicionales” (p. 112). De acuerdo con la autora, la integración de las artesanías a la economía capitalista y la llegada del turismo pueden inducir, en ciertos casos y por diversidad de factores, una actitud “etnológicamente interesante”: la exacerbación del aspecto étnico del producto, y por extensión, del artesano mismo, y que aunque las modificaciones a las modalidades de producción artesanal las motive una coyuntura exterior, se hacen “a la escala o al alcance de los artesanos; de ahí el interés de no detenerse en la ‘visión turista’ y de analizar las respuestas y las reorganizaciones propias de las sociedades de acogida frente al turismo” (p. 44).

Como punto de partida para su análisis de la artesanía andina latinoamericana, Ariel De Vidas (2002) plantea que, en contextos de desarrollo turístico, la noción de identidad reviste varios sentidos y se nutre de varias necesidades:

- 1) La necesidad de alteridad, así como una necesidad social y económica, de una sociedad nacional con respecto a sus grupos indígenas, que se sitúa en el contexto de la integración de esos grupos dentro de la sociedad global y de la búsqueda de una identidad colectiva.
- 2) La necesidad de alteridad de la sociedad occidental, que se sitúa en el contexto de la búsqueda del exotismo (...) y que atribuye un valor “étnico” a las manifestaciones culturales de las poblaciones visitadas.
- 3) La necesidad de alteridad de las poblaciones indígenas cuya demarcación étnica permite atribuir un valor mercantil a su producción artesanal. Esta misma “etnicidad mercantil” puede influir, en ciertos casos, sobre el sentimiento de pertenencia cultural de los productores. (p. 36).

La autora considera que en torno a estos tres parámetros evoluciona la artesanía contemporánea. En esta argumentación, el contexto del turismo para la negociación de identidades puede ser provechoso para los artesanos, en la medida en que el círculo de sentido se complementa con un “otro” que adjudica un nuevo valor a las artesanías, como lo fuera antes de su reducción a producto mercantil en tiempos de la colonia española en tierras americanas: “La función simbólica atribuida en su origen, al objeto artesanal en las sociedades indígenas se ve reiterada en el contexto contemporáneo” (p. 45). Según la autora, el objeto puede perder valor religioso, político o social, pero adquiere otro aspecto “representativo” de una cierta imagen étnica de la población productora, la cual puede ser la base de un sentimiento verdaderamente experimentado de identidad: “La revivificación y la modificación de la producción artesanal tradicional pueden producir, por medio de este ‘falso folklore’, un sentimiento nuevo de identidad étnica tomada de una tradición relativamente propia” (p. 114).

Siguiendo a la autora, se necesita un análisis simbólico de la producción artesanal contemporánea en contextos turísticos, para lo cual ya no son tan relevantes los objetos en sí, sino el sistema de su producción, promoción y consumo en el que la imagen simbólica que cobran los productos artesanales deriva del entrecruzamiento de las culturas que en él interactúan. La movilización de identidades de los grupos artesanos para sacar provecho de ellas, aunque parezca producto de puro oportunismo, puede verse como un apego a una forma de vida, a una identidad que bien puede ser inventada, reinventada, representada o explotada, pero recibe legitimación por parte de los grupos que la utilizan. La tarea, según Ariel De Vidas (2002), no es dejar en evidencia la “inautenticidad” (p. 114) de las

identidades o las producciones culturales asociadas a ellas, sino comprender el proceso mediante el cual adquieren una autenticidad válida para quienes las ponen en circulación.

No obstante, vale la pena tener en cuenta aportes como los de Mónica Rotman (2011) respecto a la necesidad de “desnaturalizar la concepción de las producciones artesanales de los pueblos originarios en su atribución de piezas dilectas de expresión identitaria” ya que “la apreciación de la actividad artesanal como recurso con valor - simbólico- constitutivo de la memoria y la identidad étnica para las comunidades, resulta acotada” (p. 367). En su investigación en comunidades mapuche de Argentina, Rotman encontró que, entre los casos analizados, operan procesos que hacen que la producción artesanal ocupe lugares diferentes en la conformación de la identidad étnica.

En uno de los casos estudiados por la investigadora, el pueblo elaboraba artículos en madera, entre ellos instrumentos musicales que habían dejado de ser usados y se retomaron exclusivamente para la venta hacia mercados externos. Los conocimientos y las técnicas necesarias para su elaboración no se transmitían en el hogar, sino que se aprehendían por medio de capacitaciones técnicas promovidas por agentes externos, toda vez que era de interés del gobierno fomentar esta actividad. En el segundo caso, la actividad del tejido tomó relevancia en un poblado a raíz del montaje de un taller por parte de las mujeres con dineros de subsidio, con el cual se buscaba cumplir inicialmente únicamente el propósito de aprender y rescatar tradiciones locales a las que se atribuía valor identitario, sin pensar en la venta.

Mientras que los textiles eran legitimados por sus productoras y estimados como constitutivos de su identidad étnica asociándose a valores emblemáticos, situados en el pasado y recuperados para valorizar el presente, en los productos en madera difícilmente se daba tal identificación de los pobladores con el espacio de la producción. Así, la “legitimidad” que se confería a los tejidos -en tanto productos étnicamente representativos- era asignada por las artesanas a los artículos y a la actividad. En cambio, en las artesanías en madera, era la comercialización la que en gran medida las individualizaba y tipificaba, o no, como bienes “representativos” de un grupo étnico. Así, los productos en madera eran valorizados por los productores como un “recurso” al cual se podía apelar mientras el Estado y el mercado estimaran a esos objetos como “representativos” de su población.

Por último, es necesario mencionar que, como parte de su legitimación y la negociación de identidades en el contexto de la producción, la distribución y la divulgación para el consumo de sus producciones en los mercados urbanos y turísticos contemporáneos, los artesanos deben realizar ajustes en todas estas fases o dimensiones

del proceso. A continuación, se revisan las aportaciones de algunos autores al respecto como el componente teórico que resta a tener en cuenta para el análisis empírico.

3.4.3. Vías de transformación artesanal: heterogeneización, incremento de la producción y calidad

Graburn (1976, 1984) propuso tipologías heurísticas para clasificar las artes turísticas y étnicas según la fuente de las formas artísticas, y el destino, -consumo interno / externo a la localidad-. De acuerdo con el autor, las artes funcionales tradicionales son las más vinculadas con la comunidad, mientras que entre las más ajenas están el souvenir -que puede derivar de una fuente cultural externa o ser una síntesis, y se destina a los turistas- y las bellas artes asimiladas -que se toman de la cultura hegemónica por medio de la asimilación de sus criterios a través de vías como la educación, y están destinados a esa misma sociedad dominante-.

Siguiendo a Graburn (1984), las transformaciones de unas en otras no se dan por medio de simples saltos, ni en un solo sentido -si bien los movimientos en ciertas direcciones son más comunes-, ni cronológicamente: una diversidad de situaciones crea una red de nexos entre turismo, etnicidad y arte, que hace que el estudio del fenómeno pueda darse desde variadas aproximaciones, dependiendo de su misma complejidad interna y los intereses del investigador. Ahora bien, las transformaciones se dan en función de dos fuerzas clave: la fuerza de la comercialización -para el turismo, la exportación, etc.-, y la fuerza cultural de la reformulación étnica (*ethnic reformulation*) y del “fortalecimiento de la identidad” (*identity enhancement*) (p. 399).

Cohen (1993a, 1993b, 1995) buscó resaltar que los cambios de la artesanía en contextos turísticos suelen ser más complejos que una simplificación de la producción hacia los souvenirs o las artesanías turísticas. Para ello el autor se centró en demostrar que las artesanías que se insertan en los mercados turísticos viven, con frecuencia, un proceso de “heterogeneización” (*heterogeneization*), el cual consiste en la transformación de una artesanía simple en una altamente diversificada artesanía turística. Según estudios empíricos realizados por el autor (Cohen, 1993b, 1995), con frecuencia se mantiene la producción de objetos tradicionales mientras se van desarrollando nuevas líneas de productos, lo que implica que en muchas ocasiones un mismo artesano siga las dos líneas. La heterogeneización suele ser estimulada por la competencia ya que se introducen nuevos diseños para sobresalir. Por esta vía, no obstante, se llega a una bifurcación de caminos a la que se refiere Lauer (1989) y que pone al artesano ante dos opciones que, en realidad,

tampoco son necesariamente excluyentes: el incremento de la producción y el cuidado de la calidad.

Para Lauer (1982), el enfoque comercial de la artesanía determina tres formas de abordarla: dejarla como está -"cosecharla"-; aumentar la productividad sin modificar la estructura de la actividad -incentivarla-; o "perfeccionar" el producto y algunos procesos (p. 69). La primera opción difícilmente puede responder a una demanda creciente de la artesanía a nivel mundial, por lo que suelen darse las otras dos, que implican cambios en el proceso productivo. Por una parte, la necesidad de incrementar la producción y productividad, que se manifiesta como una necesidad externa, suele traer un momento de quiebre para el artesano. De acuerdo con Lauer (1982, 1989), existe una frontera tecnológica que, una vez se cruza, fracciona la unidad del proceso productivo; hace que ya no sea el objeto el que determine las técnicas, sino al revés; traslada a la máquina las habilidades del productor individual y, así, el control del proceso ya no reside en las habilidades del artesano -que pueden ser transmitidas sólo al aprendiz- sino en la propiedad de los medios de producción y el capital de trabajo. En esta vía el crecimiento se da por las características del mercado, el acceso a fuentes de financiamiento y las posibilidades de fragmentación del proceso, de manera que, a la vez, es una alternativa que puede deprimir los precios y obligar al incremento de la producción para el aumento de ingresos, engrosando el semi-proletariado rural. Se conforma así un panorama de propietarios y asalariados que se distancia de la vieja idea del artesano como creador independiente y propietario de los medios de producción.

En oposición a esta vía de la economía de escala, el autor identifica la de la búsqueda de la calidad y el perfeccionamiento del producto, que, aunque económicamente sea minoritaria, su importancia en diversos aspectos ha sido mayor. Este camino es selectivo y permite a unos pocos artesanos "aprovechar las mejores vetas del capitalismo" (1982, p. 103), pues la baja generalizada de la calidad es contrarrestada con el perfeccionamiento de un grupo de personas que se constituirán en símbolos del artesanado y adquirirán reconocimiento. Los beneficios proyectados para quienes logren inscribirse en esa élite son, entre otros, el desarrollo de una mentalidad técnica a través de la capacitación, acceso directo a mercados privilegiados con precios más justos, posibilidad de desarrollar formas de representación dentro de una matriz relativamente propia y acceso a un sistema de valorización que no obliga a incrementar la producción, entre otros.

Esta vía, sin embargo, tienen sus complicaciones. Por una parte, es necesario señalar que el Estado y el sector empresarial se han concentrado en el fomento del desarrollo de los subsectores que permiten estos movimientos, dejando al margen una gran masa de

artesanos, como ha sucedido en Latinoamérica (Lauer, 1989; Novelo, 1999). Los objetos que no encajan en el nuevo criterio de la “calidad” siguen circulando a precios bajos, compitiendo con la producción industrial, llenando sus vacíos y constituyendo lo que Novelo ha denominado la artesanía “de pobres para pobres” (Novelo, 1999, p. 166). De esta manera, pese a la nueva valoración de la artesanía, el impacto no es homogéneo para todos los artesanos y depende de sus habilidades, la organización del trabajo y las relaciones que logren establecer con el mercado.

Para los que logran encarrilarse en la vía de la calidad tampoco está garantizado el éxito económico por diversos factores, como la incapacidad para responder a la demanda, la dificultad para valorizar el esfuerzo y la habilidad en la contabilidad a la hora de poner el precio, y el hecho de que éste último termina siendo impuesto por empresas monopólicas que se convierten en las únicas capaces de comercializar el producto. Así, los grandes beneficiados suelen ser los intermediarios que pueden mover importantes volúmenes y aprovechar la posibilidad de una alta brecha entre el precio original y el final (Lauer, 1989; Novelo, 1999).

Por lo anterior, los artesanos y las políticas del Estado han planteado la eliminación gradual de los intermediarios mediante diversas estrategias. Una de ellas es la realización de eventos feriales dirigidos a un público de importante capacidad adquisitiva, en los que, si bien el objetivo inmediato es vender, el de largo plazo es “acumular capital simbólico y [...] acceder a redes comerciales, culturales y políticas superiores” (Montenegro, 2014, p. 115). La otra es el fomento de la organización para la comercialización, pero, paradójicamente, y de manera redundante, el Estado y las empresas terminan siendo grandes intermediarios para la distribución. Así, el Estado termina jugando un rol relevante no solo como conductor de la política artesanal, sino como exportador (Khan & Amir, 2013; Lauer, 1989).

Sea cual sea la vía de supresión del intermediario, el artesano, como se ha dicho, queda ante la necesidad de identificar las tendencias y criterios de un nuevo mercado, lo cual debe hacer mediante la innovación y la calidad. Para autores como Lauer (1982) esto implica de alguna manera la evolución de artesano a “artista”, ya que el éxito por este camino está dado por la adecuada participación en la institucionalidad de “lo artístico”, categoría que, según el autor, ha sido históricamente constituida desde una perspectiva de clase. De esta manera, para Lauer, “se va desarrollando una ideología práctica de lo original, lo propio, y se va estableciendo una práctica del buen gusto, definida básicamente desde fuera de la dinámica social de la actividad” (p. 104).

Pero en esta vía de la calidad, Canale et al. (2012) identifican dos tendencias: la incorporación del concepto de calidad como vínculo entre la creatividad de los artesanos y los consumidores -que sería a la que alude Lauer-; y los nuevos diseños que utilizan elementos tradicionales de las culturas -la cual se correspondería con el concepto de "artesanía contemporánea"- . Como señala Cielo Quiñones (2003), dentro de esta categoría de artesanía se da cada vez con más frecuencia el caso de personas con el título profesional de diseñador, que crean empresas que diseñan productos innovadores producidos artesanalmente para el mercado nacional e internacional. De acuerdo con la autora, se trata de una artesanía "que no contempla la tradición, porque surge allí donde no la hay, pero su desarrollo puede llegar a construir tradiciones e identidades" (p. 14). Este tipo de producción ha sido, entonces, el principal asidero de la asociación entre artesanía y diseño. Entra en juego, así, la noción del diseño como uno de los caminos más seguros hacia la calidad, tal y como lo recomendó la Unesco desde la década de 1990 cuando implementó el Programa para el Fomento de la Artesanía y el Plan de Acción para el Desarrollo de la Artesanía en el mundo.

Se suma, en todo caso, una opción más a las planteadas por Canale et al. (2012), y es la asociación entre artesanos y diseñadores (Unesco, 2005). De acuerdo con Khan y Amir (2013), esta relación, aunque aún se está definiendo, muestra una tendencia a que, en los centros de diseño artesanal, artistas y artesanos trabajen juntos en artesanías seleccionadas, o por lo menos así ha sido en países donde se han realizado estudios, especialmente en Latinoamérica e India. En este tipo de experiencias el artista o diseñador se preocupa por la estratégica combinación entre lo tradicional y lo moderno, y el artesano, por realizar a la perfección la pieza e imprimirle su "valor étnico" (p. 23). Así, es el diseñador quien debe tener en mente las necesidades de los consumidores, especialmente de los mercados internacionales.

Para Khan & Amir (2013), esta asociación está siendo efectiva porque el artesano escasamente tiene tiempo para ir en busca de materias primas, por lo que es usual que tenga poca información sobre sus mercados, de manera que resulta útil que el diseñador aporte este conocimiento. No obstante, esto provoca cada vez mayor alejamiento entre los artesanos y sus clientes, y, por tanto, más dependencia de un nuevo sistema. Barrera (2011) también advierte este riesgo y considera que la relación entre el crear y el hacer artesanal se está rompiendo cuando surgen algunas personas o instituciones que "conciben pero no ejecutan, mientras otros ejecutan", y, así, "algunos individuos o instituciones se apropian de la concepción colectiva o individual de la creación artesanal, despojando a los artesanos de sus conocimientos e ideas y convirtiéndolos en simple mano de obra" (p. 183). Quiñones

(2003) explica el fundamento de esta tendencia, el cual se encuentra en la naturaleza misma del diseño y su diferencia con la de la artesanía:

El diseño como disciplina que surge y se desarrolla en la modernidad, se ha orientado dentro de la experiencia moderna a la innovación de productos y el desarrollo tecnológico dentro de la idea de progreso y el concepto de proyecto, es decir, incluyendo la planificación racional que opera imponiendo una ruptura conceptual y expresiva con el pasado [...] El diseño industrial está inmerso dentro de un esquema donde existe la separación entre el sujeto quien gesta, concibe y planifica el producto, llamado diseñador; y quien lo produce técnicamente, llamado operario u obrero, mediante el empleo de la máquina, es decir, donde existe una división técnica del trabajo, determinada también por las relaciones sociales derivadas entre las fuerzas productivas y de la propiedad de los medios de producción [...] La artesanía indígena y tradicional popular, de manera diferente al diseño determinado por la racionalidad moderna, no busca la innovación permanente de productos, sino que conserva elementos de tradición dentro de la dinámica de la cultura a la que pertenece [...] Los productos artesanales se caracterizan por ser objetos únicos. Surgen a partir de modelos que se conservan en la memoria del colectivo y desde allí se repiten, lo cual permite la incorporación de algunas modificaciones dando como resultado objetos similares pero no iguales. Esto es posible porque la artesanía es el resultado del trabajo de un ser humano en un tiempo y espacio determinado, donde pueden suceder múltiples circunstancias que determinan que los objetos producidos presenten variaciones. Este fenómeno se entiende porque en el modo de producción artesanal el artesano ejerce el control sobre el trabajo y los medios de producción, por lo general herramientas de poca complejidad estructural y funcional, siendo estos una ampliación de sus miembros. (pp. 22-23).

Quiñones llama la atención sobre el hecho de que, como respuesta a las demandas de los mercados turísticos y a su participación tanto en el comercio nacional como en las exportaciones, en Latinoamérica el sector artesanal ha asumido desde la década de 1980 una fuerte interrelación con el diseño industrial, inspirada y apoyada tanto por los gobiernos como por entidades de cooperación internacional y empresas privadas. Por ello, la autora considera importante estudiar la manera en que ha evolucionado esta relación, las implicaciones que está teniendo para las artesanías y el papel que cumplen artesanos y diseñadores en estos proyectos.

En líneas generales, tanto si los artesanos se ven abocados a seguir la vía del incremento de la producción como la del perfeccionamiento de la calidad, y si en esta última trabajan solos o en asociación con los diseñadores, los investigadores llaman la atención sobre la pérdida de control del artesano en varios sentidos: el carácter extracomunitario del circuito de producción, distribución y consumo que implica una pérdida de comprensión del artesano de la integralidad del mismo; el desconocimiento de los códigos del nuevo mercado que da gran poder a otros actores; y la proletarianización del artesano, tanto por la

tendencia a la industrialización de los procesos artesanales, como por su conversión en mano de obra que ejecuta la creación de diseñadores (Ariel De Vidas, 2002; Barrera, 2011; García Canclini, 1982; Khan & Amir, 2013; Lauer, 1989; Malo, 2006; Novelo, 1976, 1999).

A continuación, se analiza el contexto de Colombia, país que destaca como uno de los casos latinoamericanos donde más se ha promovido y se ha desarrollado la institucionalidad para favorecer la asociación entre artesanía y diseño. El influjo de este enfoque nacional juega un papel relevante en el caso de Santander y, específicamente de Curití y Barichara, foco de este estudio, por lo que se detalla en el siguiente apartado la evolución de la política colombiana en las dimensiones que afectan más directamente al sector artesanal, lo que incluye los ámbitos de la cultura, el patrimonio y el turismo. Antes, sin embargo, caben unas reflexiones finales que permiten clarificar un marco de análisis para el abordaje del trabajo empírico.

3.5. Reflexiones teóricas finales para un marco de análisis

En estos capítulos teóricos se ha visto cómo la ampliación del campo del patrimonio hacia nuevas categorías, como la de patrimonio cultural inmaterial, ha fortalecido el desarrollo de una economía cultural y creativa debido a la forma en la que opera la patrimonialización, la cual permite producir tanto valor cultural como valor económico para los bienes o manifestaciones culturales (Davallon, 2010; Frigolé & Roigé, 2010). En el contexto de estas nuevas economías, caracterizadas por la desmaterialización de las fuentes de crecimiento económico (Chaves et al., 2010), vienen adquiriendo fuerza varios fenómenos a los que se debe prestar atención para el estudio empírico de esta investigación: por una parte, entidades como la Unesco inducen una “reconciliación” entre cultura y economía (Unesco, 1990a) y llaman a que la cultura juegue un papel cada vez más relevante en el desarrollo económico; esto conlleva que se busque también un acercamiento entre tradición e innovación, posicionando en los mercados la idea de que la calidad de productos como la artesanía tiene que ver con la capacidad para producir este acercamiento.

Por otra, en el campo específico del turismo toman fuerza formas como el llamado turismo creativo, caracterizado por un “consumo activo de cultura” (Richards, 2017) que lleva las expectativas hasta la participación en espacios de creación y producción, pasando por la observación de espacios en los que se dan estos procesos a nivel local. De esta manera, tanto el interés de la “mirada turística” (Urry, 1990) como los procesos de patrimonialización que se asocian a ella, ya no recaen solamente en las artesanías como objetos acabados, sino en los procesos de producción y en los mismos productores -

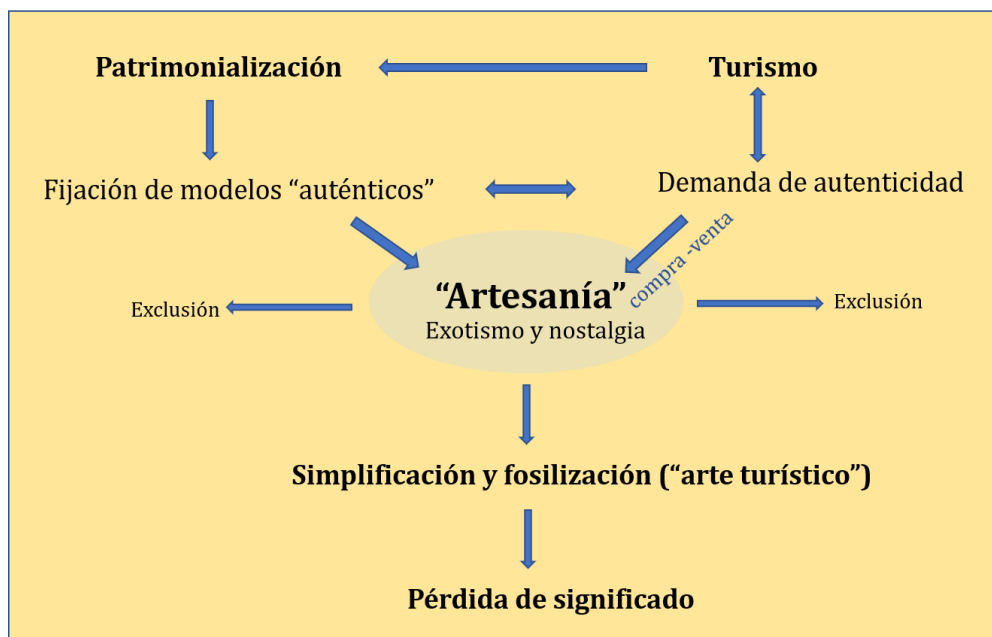
artesanos-. Esto facilita una gran diversificación de la producción artesanal, de manera que los nuevos productos respondan a las necesidades y/o expectativas de los mercados urbanos contemporáneos.

En el camino, se integran a los sectores artesanales locales nuevos agentes, como los formadores y capacitadores que buscan implementar los criterios de la política transnacional de desarrollo de la artesanía basada en la asociación con el diseño; los mismos diseñadores, bien sea que trabajen en asocio con los artesanos o provean los diseños para que éstos los ejecuten; y los agentes turísticos, que entran a mediar en la selección de productos y oficios que se deben relevar en el desarrollo de su campo de interés. Los artesanos apropian y reconfiguran los criterios de intervención de estos agentes, produciendo las nociones y representaciones que guían tanto la transformación de su producción como las narrativas en las que sustentan el valor de esta última.

En todo caso, se propicia así un nuevo espacio para que los artesanos se auto-representen ante una audiencia global; auto-representación que, sin embargo, conlleva una negociación de identidades, no sólo con los consumidores de los productos sino -y quizás principalmente- con los agentes de las políticas de desarrollo artesanal y los intermediarios que posibilitan la circulación de esas artesanías en los nuevos mercados urbanos y turísticos. En todo caso, y como señalan autores como Ariel De Vidas (2002), Cochrane (2009) y Rotman (2011), la artesanía cobra así relevancia como espacio de construcción de la identidad local, y provee a la vez un sustrato para ello -un hilo de filiación con el pasado- en pueblos que se quieren proyectar en el mercado cultural y turístico global como pueblos artesanos.

Los conceptos y discusiones revisadas en estos apartados teóricos pueden decantarse en dos formas principales para representar las posibles relaciones entre turismo, patrimonio y artesanías: por una parte, de las posturas más críticas acerca de los impactos del turismo y la patrimonialización, se desprende la idea de que la demanda de autenticidad por parte del turista conlleva una selección de un canon de artesanías que operan como modelos de la tradición del destino, de manera que sólo sobrevivirán aquellas que respondan al exotismo y la nostalgia propios del mercado turístico, y se congelará su evolución mientras funcionen como símbolo de lo “típico” del lugar. De esta manera, la artesanía, al romper los lazos con el sistema económico y simbólico local, pierde significado tanto para sus productores como para la comunidad de la que ellos hacen parte. Esta aplicación teórica podría representarse como en la Figura 2.

Figura 3. *Modelo de simplificación de la artesanía en contextos de turismo y patrimonialización*



Fuente: Elaboración propia.

Si se atiende, en cambio, a las revisiones de estas posturas críticas sobre la relación entre artesanías, turismo y patrimonio, se desprende una forma distinta de modelar los efectos de estas interacciones. Esta, como se ha planteado en los supuestos de investigación, apunta a que en el marco de la economía creativa que caracteriza el consumo cultural contemporáneo, las artesanías que se seleccionan para los mercados turísticos y urbanos por su capacidad para conciliar valor patrimonial y posibilidades de innovación, permiten una importante diversificación de la producción artesanal. La dinámica interna de esta producción se ajusta a los nuevos mercados a través de dos vías principales: el incremento de la producción y/o la búsqueda de la calidad. En el camino, la importancia que adquiere el sector artesanal en la nueva economía y los procesos de legitimación de los artesanos convierten a la artesanía en un espacio privilegiado para la auto-representación, a partir de la negociación de identidades con múltiples agentes que intervienen en el circuito de producción, distribución, divulgación y consumo. De esta forma, como señala Wherry (2006), podría esperarse la supervivencia de contenidos locales significativos en la artesanía. Todo esto se puede representar como en la Figura 3.

Figura 4. Modelo de complejización de la artesanía en contextos de turismo y patrimonialización



Fuente: elaboración propia.

**Capítulo IV. Artesanías de tradición para la
innovación:
Análisis de contexto colombiano**

4.1. Antecedentes para la comprensión del enfoque de fomento artesanal en Colombia

Siguiendo a Lauer (1989), para que resulte saludable observar la artesanía como un conjunto, es necesario no perder de vista que en ella se está mirando la coincidencia de diversos fenómenos históricos y que el manejo genérico del término “artesanía” -que resulta una abstracción-, no debe suprimir la existencia de una diversidad de realidades concretas, es decir, de espacios de producción que devienen de procesos histórico-sociales muy diversos.

Los contactos entre distintas culturas prehispánicas americanas estuvieron acompañados de influencias mutuas en técnicas y motivos artesanales, especialmente en la cerámica y el tejido (Ariel De Vidas, 2002; Sánchez, 1998). En estas sociedades se daban grupos especializados en la elaboración de estos productos, los cuales se hacían circular en calidad de tributo, para crear o reformar alianzas políticas, satisfacer las necesidades cotidianas y rituales, y para el intercambio de géneros. De esta manera, a su llegada, los europeos se encontraron con una difundida producción artesanal que estaba destinada tanto a satisfacer las necesidades de autoconsumo de las localidades, como a permitir excedentes para la comercialización y el intercambio (Ariel De Vidas, 2002; Lauer, 1989). Este panorama se presentaba especialmente en la producción enmarcada en lo que se han entendido como Estados o imperios prehispánicos, con producción artesanal masiva y especializada: “Esta ya es una producción enmarcada dentro de las necesidades y de los mecanismos coactivos de un Estado” (Lauer, 1989, pp. 18-19).

En el área que actualmente conforma el territorio colombiano los españoles hallaron sociedades de diversa complejidad, en algunas de las cuales estaba establecido el pago de tributo a un cacique que se realizaba bien fuera con productos naturales, objetos de uso cotidiano, servicios de trabajo en los cultivos, construcción de vivienda o en la guerra (Quiñones, 2003). Como en el resto de Latinoamérica, los cronistas de Indias y estudios arqueológicos han destacado la complejidad y calidad de los textiles y la alfarería, a lo que se suma la orfebrería que, aunque menos extendida, ha sido quizás más representativa para los interesados en la cultura material prehispánica colombiana (Mora, 1974b, p. 197).

Si bien durante el período colonial, parte de las necesidades crecientes de la población fueron suplidas por artesanos llegados de Europa, la forma de organización basada en la encomienda de indígenas permitió que originalmente los españoles explotaran el comercio con productos elaborados por los nativos (McFarlane, 1997). La corona dio el derecho a los encomenderos de recaudar los tributos de los indígenas a su cargo y a

quedarse con buena parte de lo recaudado, de manera que en muchos lugares se aprovechó y ajustó la antigua estructura social prehispánica (Quiñones, 2003; Raymond, 2013). No obstante, la demanda de tributos por parte de los encomenderos fue incrementando y la labor común del indígena se convirtió en un trabajo exhaustivo (Álvarez, 2006).

Los textiles eran un tipo de tributo muy común, pero su cantidad y características pronto se hicieron insuficientes para las demandas del mercado, entre otras, porque sus dimensiones no permitían confeccionar prendas propias del vestir europeo, como pantalones o chaquetas, ni elaborar artículos como cortinas o manteles (Álvarez, 2006; Ariel De Vidas, 2002; Raymond, 2013). De esta manera, tomó fuerza la figura de la mita mediante la cual los indígenas eran entrenados por los artesanos españoles en diversos oficios e incorporados a sus talleres, estableciendo restricciones como el acceso de los nativos al rango de maestro (Quiñones, 2003). Así, los colonizadores desarrollaron figuras como la del “obraje”,³⁶ la cual introdujo novedades tecnológicas³⁷ y puede decirse que constituyó “la primera fase del capitalismo en América” (Ariel De Vidas, 2002, p. 29). Es de tener en cuenta, entonces, que si bien el pago de tributos permitió que permanecieran algunas características formales de los objetos y se conservaran ciertas técnicas y tecnologías indígenas, en los obrajes y talleres se introdujeron novedades traídas de Europa que resultaron en la hibridación característica del mundo artesanal americano (Quiñones, 2003).

En Latinoamérica, a diferencia de Europa, el proceso de industrialización iniciado en el siglo XIX no liquidó la artesanía, ya que la debilidad industrial de las repúblicas contribuyó a mantener un gran mercado de autoconsumo e intercambio limitado de la artesanía rural. Este mismo desarrollo no homogéneo de la industria hizo que en el siglo XX apareciera un artesanado urbano marginal que comenzó a producir objetos directamente articulados a la modernidad capitalista (Lauer, 1989). De esta manera, en la región, la artesanía se conservó como una actividad importante en la economía familiar rural, e incluso urbana, por la desigualdad en los niveles de apropiación de los recursos de la modernidad (Aguilar, 1999; Novelo, 1999). Es evidente, entonces, que desde muy temprano

³⁶ Los obrajes eran fábricas especializadas en la fabricación de textiles de lana, algodón y lino, aunque también los había que elaboraban tejidos de cabuya, o que fabricaban otros productos a partir de materias primas de origen animal, como el cuero o el sebo (Patiño, 1993). El funcionamiento de los obrajes se basaba en una mano de obra indígena que la jurisdicción española asignaba para ese fin. Fueron muy importantes en Nueva España y Perú, y menos importantes en Nueva Granada, aunque en la cordillera oriental se constituyeron varios de ellos. Este nuevo tipo de fábricas introdujo el lienzo de batán (que se producía con un instrumento de madera que servía para prensar las telas) como principal producto que habría de exportarse a los mercados de Europa, transformando las costumbres textiles y homogeneizando la producción.

³⁷ Las principales novedades fueron el batán, el torno o rueca para hilar la fibra, el urdidor vertical rotario, las cardas mecánicas y el telar de pedal (Álvarez, 2006; Ariel De Vidas, 2002).

emergió en la América española una producción manufacturera que ha convivido y se ha complementado con la artesanía hasta el presente (Lauer, 1989; Quiroz, 2008).

De acuerdo con Mirko Lauer (1989), como resultado de todo lo anterior, en Latinoamérica se constituyeron al menos tres espacios históricos de producción artesanal diferenciados: uno correspondiente a la concentraciones humanas de base agraria de los países con tradiciones estatales precolombinas -Bolivia, Colombia, Ecuador, Guatemala, México y Perú-; la producción artesanal o artesanía “de frontera”, realizada por grupos étnicos más aislados de los circuitos del mercado, y en la que el autoabastecimiento mantiene relevancia -especialmente Amazonía y Orinoquía-; y la producción artesanal urbana, bien sea como derivada de la artesanía tradicional europea o como aquella que emergió como subproducto complementario de la industria y que no puede considerarse continuidad de la otra, si bien pudo venir a sustituirla en cuanto a espacio histórico.

No obstante, al interior de Colombia, al igual que de otros países de Latinoamérica, se puede afirmar que existen formas y espacios de producción derivados de procesos históricos y sociales diferenciados, de manera que, así como existe la producción de base agraria, puede también encontrarse la denominada por Lauer (1989) artesanía de frontera y la producción artesanal urbana, además de otras formas de producción que quedan a medio camino entre estas categorías. La legislación colombiana trata de responder a la amplitud de este espectro con una clasificación que incluye tres categorías: i) artesanía tradicional-popular, realizada anónimamente con conocimientos transmitidos de generación en generación, con materiales del entorno, que constituyen formas de expresión cultural de comunidades mestizas y negras con aportes de poblaciones americanas, africanas y de los colonizadores españoles, y que podrían asimilarse a la referida producción de base agraria; ii) artesanía indígena, constituida por bienes útiles, rituales y estéticos que son parte de la cultura material de grupos étnicos relativamente cerrados, la cual podría asimilarse a la referida “artesanía de frontera”; iii) artesanía contemporánea o neoartesanía, es decir, objetos producidos desde la creatividad individual con elementos técnicos y formales procedentes de distintos contextos socioculturales y en los que se aplican principios estéticos universales o académicos (DNP, 2007a).

Todas estas categorías son desbordadas, sin embargo, por la realidad, pues el campo de lo artesanal bordea en no pocas ocasiones el de las manufacturas industriales o el de las llamadas “manualidades”. Esto hace que caracterizar el sector en Colombia no sea tarea sencilla, y actualmente no existe la información suficiente para tener más claro el panorama artesanal nacional. Parte de la complejidad de la caracterización y de la determinación de su relevancia económica y social se debe a que no poca de la producción se realiza en el

marco de la economía informal. Para el caso colombiano, además, la artesanía que se produce de manera formal se ubica como subsector de la “industria manufacturera”, y los borrosos límites entre talleres artesanales y pequeñas fábricas dificultan determinar cuando terminan los datos de unos y comienzan los de los otros. En todo caso, en líneas generales, la industria manufacturera es el tercer renglón en la economía del país, pero la artesanía aún tiene mucho camino por recorrer para ocupar un lugar más relevante en las exportaciones crecientes del sector,³⁸ aunque en la ocupación juegue un papel más importante al representar cerca del 15% (ProColombia, s.f.d).

Son pocos los estudios o censos oficiales que han intentado arrojar luces para la caracterización del artesanado colombiano. Artesanías de Colombia, con el concurso de las regiones, realizó el “Censo Socioeconómico del Sector Artesanal”, levantado entre 1992 y 1994 y publicado en 1998, el cual sería el estudio más importante en su campo al recoger información detallada sobre los artesanos. En él se basarían los documentos de diagnóstico, política pública y planeación realizados durante la década posterior. En 2015 la entidad realizó un nuevo censo, pero, al finalizar esta investigación los resultados divulgados aún son parciales -por regiones- y aún no se presentan consolidados a nivel nacional.

Antes que nada, es importante decir que Artesanías de Colombia y otras entidades del sector han manejado en la última década una cifra aproximada de entre 300.000 y 350.000 artesanos a nivel nacional y 1.200.000³⁹ personas vinculadas al sector de manera indirecta: artesanos de dedicación temporal, agentes comerciales o prestadores de servicios de desarrollo (DNP, 2007a). Los artesanos se ubican en su mayoría en las regiones de la Costa Atlántica y el Eje Cafetero, y en los departamentos de Nariño, Boyacá, Putumayo, Santander y Tolima, contando también un grupo importante en Bogotá. Estas personas se encuentran principalmente en áreas urbanas -capitales departamentales y cabeceras municipales-, mientras que en las áreas rurales existirían aproximadamente 50.000 artesanos entre campesinos, colonos e indígenas (DNP, 2007a), lo que replantea la idea de Lauer (1989) de una artesanía de base rural, señalada por el autor a fines de la década de 1980. En cuanto a los oficios, los más comunes son la tejeduría en todas sus variantes

³⁸ En 2017 la industria manufacturera representó el 12% del Producto Interno Bruto (PIB) nacional, es decir, USD 34.068,9 Millones (ProColombia, s.f.b). En 2015 fue la cuarta actividad productiva más importante de la economía colombiana, con un PIB de US\$32.612 millones (ProColombia s.f.a). De esas exportaciones, USD \$35,9 millones fueron realizadas por el subsector artesanal, y sus principales destinos fueron Japón (15%), Perú (10,7%), México (10,3%), España (10,1%) y Ecuador (9%) (ProColombia, s.f.d).

³⁹ Es importante tener en cuenta que el estudio de 1998 fue realizado con una muestra de 58.821 artesanos través de un “sistema de barrido” en los municipios identificados como núcleos artesanales, “y en ellos a la población reconocida como artesana vinculada a la producción y comercialización”. Esto es, personas que, en promedio, destinan más del 70% de su actividad a la producción de artesanías.

(57,5%), el trabajo en madera (13,5%), la alfarería-cerámica (9,8%), la marroquinería (3,5%) y la joyería-orfebrería (2,4%) (DNP, 2007a, p.16).

Los artesanos colombianos son, en general, personas con un bajo nivel de ingreso económico, en muchas ocasiones por debajo del Salario Mínimo Legal Vigente (S.M.L.V), y rondando o ubicándose debajo de la línea de pobreza. La mayoría no cuentan con la seguridad de una pensión de vejez y deben hacerse cargo por sí mismos de sus riesgos profesionales, mientras tienen un aseguramiento de la salud aun precario a través del sistema público de salud (SENA, 2003, p. 108). El nivel de educación formal de los artesanos colombianos también presenta niveles muy bajos, tanto en la básica como en la intermedia y superior (DNP, 2007a, p. 16),⁴⁰ teniendo en cuenta que tan solo un 3% accedió a la una carrera técnica o universitaria (Artesanías de Colombia, s.f.). Los diagnósticos oficiales relacionan los bajos niveles de escolaridad con el hecho de que la formación en los oficios artesanales es de carácter informal y se da en el contexto familiar, de generación en generación, o por el ejercicio práctico en talleres particulares, por lo que se concentra en el aspecto técnico del proceso y en el formal del producto (DNP, 2007, p. 16).⁴¹

Por otra parte, la mayoría de los artesanos colombianos realiza su actividad en pequeñas unidades independientes, dentro o asociadas al espacio familiar, sin mecanismos de planeación ni contabilidad, con una estructura organizativa simple con escasa división funcional del trabajo, integrando con frecuencia mano de obra familiar, presentándose también tendencia al empleo informal (Artesanías de Colombia, 1999, p. 47; DNP, 2007a, p. 16; SENA, 2003, pp. 87, 120). La mayoría de las unidades de producción emplea tecnología tradicional (DNP, 2007a, p. 16; Osorio y Parra, 2011, p. 12).⁴²

De acuerdo con los entes especializados en la materia, los artesanos son tendientes al trabajo independiente y el individualismo, presentan muy bajo nivel de asociación y participan poco en organizaciones y figuras asociativas (SENA, 2003, p. 121).⁴³ De acuerdo con Uribe et al. (2012, p. 16), esta baja asociatividad se expresa, a su vez, en baja capacidad de desarrollo de formas de comercialización, observándose una amplia presencia de intermediarios. Aun así, Artesanías de Colombia (s.f.) señala que la mayor parte de la

⁴⁰ El 17% de los artesanos no posee estudios, cifra que está muy por encima del promedio nacional (5%), a lo que se suma que el 12% de esta población es analfabeta (DNP, 2007, p. 16)

⁴¹ Respecto al género, la información existente es contradictoria, pues mientras algunas fuentes plantean que la mayoría de la población artesana de Colombia está conformada principalmente por mujeres, (Artesanías de Colombia, 1998, p. 47), otras dicen que corresponde principalmente a jefes de hogar, y está integrada en un 60% por hombres y un 40% por mujeres (DNP, 2007a, p. 16).

⁴² El 24,41% de la producción se realiza totalmente a mano y el 57,10% utiliza herramientas simples (DNP, 2007a, p. 16; Osorio y Parra, 2011, p. 12).

⁴³ El 82,38% del artesanado colombiano no ha participado en ningún tipo de organización y sólo el 12,81% pertenece a organizaciones gremiales, comunitarias y para la producción y comercialización (DNP, 2007a, p. 16).

producción artesanal se vende en los talleres o viviendas -solo el 11,58% de los artesanos vende en otros sitios-, por lo que debe entenderse que es allí donde los intermediarios adquieren los productos artesanales.

Ahora bien, sólo el 1,3% de los talleres artesanales exporta (DNP, 2007a, p.16) pues esta forma de comercialización se encuentra bastante condicionada por factores como los volúmenes de producción, costo, escasez de capital de inversión y limitados canales de comercialización. La gran mayoría de artesanos que exporta vende sus piezas a grandes empresas comercializadoras privadas que muchas veces imponen los precios de los productos, por lo que, pese a que la exportación ayuda a posicionar la imagen de las artesanías colombianas en el extranjero, escasamente produce beneficios económicos importantes para los artesanos (SENA, 2003). A esto cabe agregar que, aunque el papel de Artesanías de Colombia va desde el diseño de políticas para el sector hasta la comercialización de los productos artesanales dentro y fuera de Colombia, para el censo de 1998 sólo el 4% de las unidades de producción censadas vendía sus productos a esta entidad (DNP, 2007a, p. 34). Además, la participación en ferias organizadas por la institución, como Expoartesanías, resulta muy costosa y compleja para la mayoría de los artesanos (Montenegro, 2014; SENA, 2003).

No obstante, de acuerdo con el DNP (2007a) existe una buena recepción de las artesanías colombianas en los mercados internacionales, “debido a la variedad de artículos, al dominio de materiales y técnicas únicos, y a que es portadora de una mezcla de elementos precolombinos, españoles, nativos y afro americanos” (p. 17).⁴⁴ El perfil de los consumidores ha sido estudiado para ferias como Expoartesanías, y se observa que los compradores tienen niveles escolares por encima del pregrado, tienen una capacidad de compra proporcional a sus ingresos y, si bien la demanda fluctúa entre la artesanía contemporánea y la tradicional-popular, este público ha sido atraído por la “ampliación de la oferta artesanal con mezcla de materiales, nuevas aplicaciones, costo, aumento de la oferta productiva, diversificación de los productos de las diferentes clases de artesanía” (SENA, 2003, p. 91).

De acuerdo con el SENA (2003), ante las dificultades para exportar y participar en ferias y mercados nacionales, los artesanos encuentran sus oportunidades en el comercio local, generalmente realizado en los sitios de mayor auge turístico o a través de ferias regionales.⁴⁵ En las zonas indígenas, Artesanías de Colombia (s.f.) señala que “la producción

⁴⁴ Ahora bien, a Colombia también se importan artesanías desde países como China, Ecuador, Estados Unidos e Italia, siendo el primero el principal proveedor (DNP, 2007, p. 17).

⁴⁵ Efectivamente, el 85,16% de la producción artesanal se vende en los municipios donde residen los artesanos, el 8,18% en otros municipios, y solamente el 3,45% en otros departamentos (SENA, 2003).

artesanal es una actividad muy importante y quizá la única a través de la cual se genera valor con destino al intercambio”. No obstante, la institución también indica que sólo un 0,30% de las artesanías colombianas se vende en plaza de mercado, apenas el 0,03% de los artesanos participa en ferias artesanales y el 0,01% vende en forma ambulante, por lo que el aprovechamiento del mercado turístico no pasa principalmente por ferias y mercados locales, sino por la venta en talleres y viviendas en las que los turistas estarían al lado de otros clientes como los intermediarios. Para Artesanías de Colombia (s.f.), la prevalencia de la venta a nivel local más bien explica las grandes debilidades existentes en los procesos de comercialización.

4.1.1. Una nueva oportunidad para la artesanía colombiana

Como se ha dicho previamente, en la década de 1960, observando la contundente permanencia de la artesanía en las sociedades de los países no industrializados, se inició decididamente el enfoque de la artesanía como instrumento para el desarrollo y la reducción de la pobreza, especialmente en las comunidades artesanales rurales y más empobrecidas. Colombia no fue la excepción, y para esta década comenzó en el país el despliegue de toda una serie de instituciones y estrategias para detectar, investigar, caracterizar, clasificar y desarrollar las artesanías colombianas para adaptarlas a las necesidades y expectativas de mercados nacionales e internacionales.

Para entender la perspectiva de las primeras intervenciones en materia artesanal que se realizaron en Colombia, es importante tener presente que en aquella época el país era un importante receptor de la ayuda estadounidense bajo la Alianza para el Progreso. En el marco de este programa, en 1963, el Gobierno colombiano firmó un convenio con la organización Cuerpos de Paz para que iniciara trabajos en el territorio nacional en busca del desarrollo económico y social de Colombia (Barrera & Quiñones, 2006). Una de las áreas de intervención para la generación de desarrollo fue la artesanía, para lo cual los miembros de los Cuerpos de Paz se desplazaron a comunidades artesanales del país buscando facilitar soluciones técnicas, tecnológicas y de diseño que acondicionaran las artesanías a la demanda y gusto de los mercados que la misma organización abría a través de sus gestiones en tiendas estadounidenses de cadena como Bloomingdales o Macy's (Duque & Duarte, 2009).

Respondiendo a estas perspectivas, y por iniciativa de los almacenes Sears y de la Asociación Internacional de Desarrollo (AID), se creó en 1964 Artesanías de Colombia como una Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada cuyo mayor socio accionario era la

Empresa Colombiana de Turismo S.A. Su objetivo era la “promoción, fomento y exportación de Artesanías Nacionales, la producción y distribución de artículos Típicos Colombianos; la compra y venta de estos; el montaje de talleres para mejorar sus calidades” y la ejecución de todo lo relacionado con ese ramo de negocios (Londoño & Caballero, 1972, p. 4).

En sus primeros años Artesanías de Colombia se apoyó fuertemente en los Cuerpos de Paz, a través de los cuales logró llegar a regiones apartadas del país, contar con personal para los estudios e intervenciones y encontrar mercado internacional para los productos (Barrera & Quiñones, 2006; Londoño & Caballero, 1972; Montenegro, 2013). De esta manera, como señala García (2017), es significativo leer la propuesta de Artesanías de Colombia como parte de la agenda cultural del proyecto político-ideológico de la Alianza para el Progreso.

En 1965 Artesanías de Colombia adoptó la forma de Sociedad Anónima. Tres años más tarde, mediante el Decreto Presidencial No. 2974 de 1968, es adscrita al Ministerio de Desarrollo Económico, dándole el carácter de Empresa Semioficial o de Economía Mixta, con régimen de empresa industrial y comercial del Estado. Tanto para la nueva etapa de Artesanías de Colombia, como por interés de otras instituciones e investigadores, en estos tiempos comenzaron a realizarse estudios de corte más etnográfico para identificar, investigar e iniciar una catalogación de las artesanías en todo el territorio colombiano (Barrera & Quiñones, 2006; Buitrago, 2017; Montenegro, 2013).⁴⁶

Artesanías de Colombia comenzó en 1972 un nuevo período con la dirección de Graciela Samper, en el que se consideró necesario realizar viajes por el país para conocer la situación de los artesanos y estudiar las características formales de las artesanías, sus materiales y propiedades. Esto llevó a la empresa a recolectar objetos artesanales y crear su propia colección para estudio y trabajo, ya que existía en esta época gran interés en identificar y categorizar la artesanía colombiana para su valoración y conservación, lo que llevó a la identificación de tres grandes grupos: artesanía tradicional, artesanía contemporánea y artesanías de culturas indígenas (Barrera & Quiñones, 2006).

No obstante los trabajos de corte arqueológico y etnográfico que realizaban estas entidades y especialistas, el horizonte era el mismo: hacer de la artesanía un recurso para el desarrollo y la reducción de la pobreza a través de su proyección, especialmente, como producto de exportación (Mora, 1968, 1974a). En concordancia con estas expectativas de

⁴⁶ En 1968 se creó la Asociación Colombiana de Promoción Artesanal (ACPA) y, dos años más tarde, su directora de entonces, Cecilia Duque, inició un recorrido por todo el país para estudiar y recolectar objetos artesanales con los cuales la ACPA creó el Museo de Artes y Tradiciones Populares en Bogotá (Duque & Duarte, 2009; Quiñones, 2003).

ampliación de los mercados artesanales a mercados urbanos y de exportación, en la década de 1970 se empieza a pensar cómo aplicar el diseño en la artesanía (Quiñones, 2003) y se inician discusiones interdisciplinarias sobre cuáles debían ser las formas de intervención y fomento artesanal (Barrera & Quiñones, 2006). Uno de los hitos iniciales de esta etapa es el Primer Seminario de Diseño y Artesanía, organizado en 1972 por Artesanías de Colombia y la Asociación Colombiana de Promoción Artesanal (ACPA), evento al que asistieron profesionales de distintas áreas como antropólogos, historiadores, sociólogos y artistas (Barrera & Quiñones, 2006).

Tanto en el seminario como en artículos y conferencias de la época pueden observarse dos grandes tendencias en cuanto a la forma en la que debía implementarse el diseño en la artesanía: por una parte, y en consecuencia con formas de intervención de corte economicista, algunos abogaban porque los diseñadores interpretaran las expectativas y gustos de los nuevos mercados, desarrollaran diseños para elaboración artesanal y estos fueran implementados por artesanos perfeccionados en sus técnicas. En este enfoque, las propuestas que surgieran desde los artesanos debían ser evaluadas por diseñadores y expertos. Por otra parte, en los enfoques de intervención más interesados en los aspectos sociales y culturales, se planteaba el papel del diseñador como un intérprete para facilitar la comprensión de los nuevos retos a los artesanos, de forma que estos últimos respondieran a ellos desde su visión. En este caso, interesaba que los artesanos se formaran en diseño, apropiaran los aportes de los diseñadores, los reinterpretaran y realizaran sus propias propuestas (Barrera & Quiñones, 2006).

Desde los defensores de esta última perspectiva arreciaron críticas hacia las intervenciones realizadas anteriormente bajo el esquema de los Cuerpos de Paz, argumentando que sus miembros desconocían la cultura colombiana, además de que no tenían conocimientos en artes y diseño. Se consideraba que su trabajo había producido un efecto negativo en las comunidades artesanas con propuestas alejadas de su cultura, bien fuera porque planteaban la realización de objetos como ceniceros, corbatas o individuales de mesa, o porque se basaban en realizar reproducciones de objetos históricos o arqueológicos colombianos y de otras culturas (Barrera, 2015; Barrera & Quiñones, 2006; Duque & Duarte, 2009; Mora, 1968).

El seminario impulsó la creación de la Escuela Taller de Diseño de Artesanías de Colombia en 1973 (Barrera & Quiñones, 2006). Cabe señalar que Graciela Samper, quien dirigió la entidad hasta 1984, era una gran entusiasta de la aplicación del diseño a la artesanía y fue quien inició la fuerte participación del diseño académico que habría de conducir a Artesanías de Colombia a lo que es actualmente (Guerrero, 1994; Montenegro,

2013). Carlos Rojas, el director de la Escuela Taller, veía la necesidad de que la artesanía fuera una verdadera fuente de ingresos económicos llegando a mercados de escala internacional (García, 2017), lo cual demandaba diversificar productos a partir de técnicas tradicionales, contemplando nuevos usos y objetos y repensando los procesos artesanales para hacer posible la producción y la comercialización de productos a gran escala (Guerrero, 1994; Montenegro, 2013; Barrera & Quiñones, 2006).

En 1984 inició un nuevo período de Artesanías de Colombia con la dirección de María Cristina Palau, la cual veía la etapa anterior como enfocada en conocer y mejorar la calidad de la artesanía, y buscaba dar un paso adelante centrándose ahora en el entorno del artesano, incluyendo las materias primas y sus técnicas de manejo (Artesanías de Colombia, 1990). El programa bandera de este período fue la formación integral del artesano, que buscaba su promoción y autogestión mediante la satisfacción de necesidades de capacitación individual y comunitaria (Barrera & Quiñones, 2006). Una importante estrategia implementada fue la de los Maestros Artesanos y los Sabedores, siendo el objetivo de la primera hacer de los artesanos con mayor experiencia en determinadas técnicas multiplicadores en sus comunidades, y de la segunda, convertir a los miembros de comunidades indígenas con profundo conocimiento su cultura material en maestros en sus grupos. Con lo anterior se buscaba que la transmisión del conocimiento no fuera únicamente técnica (Barrera, 2015).

Para el programa de incorporación del artesano dentro del contexto del desarrollo nacional, fue importante la reubicación de la artesanía en sectores estratégicos de la economía colombiana, logrando que los artesanos se integraran en el Plan Nacional de Desarrollo de la Microempresa y pudieran obtener recursos destinados a este sector. Otro logro importante para Artesanías de Colombia en el marco de este programa fue la expedición de la Ley 36 de 1984 y del Decreto Reglamentario 258 que reglamentaron la profesión del artesano, ya que la empresa fue impulsora de estas medidas.

En 1990, durante la presidencia de César Gaviria Trujillo, Colombia inició una apertura económica gradual que se refleja en la Constitución Política de Colombia de 1991, la cual plantea la modernización del aparato estatal, la descentralización político-administrativa y la sujeción a las políticas de la Banca Mundial. En este contexto se observó que, para incrementar las exportaciones y lograr un mayor equilibrio económico, se necesitaba más que nunca expandir las posibilidades de aplicación del diseño en la artesanía (Castro, 2003), un tipo de producto que resultaba “un área estratégica del nuevo programa económico colombiano, dado que integra elementos identitarios diferenciales en un mercado global” (Montenegro, 2013, p. 38). Desde entonces, el interés estatal por el

desarrollo del sector artesanal creció exponencialmente y se multiplicaron los espacios de exhibición y comercialización (Montenegro, 2013).

Este nuevo período del país fue asumido por Artesanías de Colombia bajo la dirección de Cecilia Duque, quien sería por muchos años la conductora de la entidad. En respuesta a los nuevos desafíos, una de las estrategias más destacables fue la creación del Laboratorio Colombiano de Diseño para el Desarrollo de la Artesanía y la Pequeña Empresa, el cual se institucionalizó en 1995 y estableció unidades en Bogotá, Armenia y Pasto (Artesanías, 1998). Como parte de este proyecto se crearon en 2003 los Centros de Diseño, lo cual fue una manera de descentralizar los servicios buscando integrar al sector productivo artesanal y la pequeña empresa en los procesos de desarrollo económico y social mediante la introducción del diseño para la innovación de productos, perfeccionamiento de calidad y competitividad (Barrera, 2015; Barrera & Quiñones, 2006). Parte de la estrategia general de la entidad fue la gestión de alianzas con otras industrias más consolidadas en Colombia y a nivel internacional, como la industria de la moda y la decoración de interiores y los artículos del hogar (Barrera & Quiñones, 2006; Montenegro, 2013).

Los proyectos en materia de diseño tuvieron su correlato en cuanto a promoción y comercialización. Uno de los logros más importante de la época fue la creación de Expoartesanías en 1991, feria artesanal que se convertiría en la mayor de Latinoamérica. Este evento, que se realiza desde su inicio en convenio con Corferias y en las instalaciones de esta entidad en Bogotá, buscaba reunir a artesanos nacionales e internacionales con el público interesado en la artesanía y facilitar el mercadeo directo tanto de productos tradicionales como contemporáneos (Artesanías de Colombia, 1999; Barrera & Quiñones, 2006).

Con el inicio de la apertura económica, comenzaron a adelantarse acciones para adoptar el enfoque de la competitividad en Colombia, priorizando el aumento y diversificación de las exportaciones, para lo cual se lanzó en 1999 la *Política Nacional para la Productividad y Competitividad 1999-2009*, la cual implicaba un enfoque sectorial implementado a partir de la firma de 41 convenios de competitividad con cadenas de bienes y servicios (Gómez & Mitchell, 2016). En 2004, en el marco de la preparación del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos, se reorientaron las acciones con la elaboración del documento Conpes⁴⁷ 3297 *Agenda Interna para la Productividad y la Competitividad*:

⁴⁷ En Consejo Nacional de Política Económica y Social (Conpes) es la máxima autoridad nacional de planeación y se desempeña como organismo asesor del Gobierno en todos los aspectos relacionados con el desarrollo económico y social del país. Para lograrlo, coordina y orienta a los organismos encargados de la dirección económica y social en el Gobierno, a través del estudio y aprobación de documentos sobre el desarrollo de políticas generales que son presentados en sesión. El Departamento Nacional de Planeación desempeña las funciones de Secretaría Ejecutiva del Conpes.

Metodología, el cual resaltó la necesidad de definir las medidas necesarias para mejorar el desempeño del sector productivo y asignó al DNP la responsabilidad de coordinar la elaboración de la *Agenda Interna para la Productividad y la Competitividad*, un plan de acción que busca aumentar y consolidar la participación de Colombia en los mercados internacionales. Esta agenda se construyó por medio de la concertación con las regiones y el diálogo con representantes de los distintos sectores, los cuales tuvieron que identificar sus estrategias y apuestas competitivas. El sector artesanal construyó su *Agenda Interna para la Productividad y Competitividad* (DNP, 2007a) mediante talleres de trabajo realizados entre 2005 y 2007, los cuales fueron coordinados por DNP y Artesanías de Colombia.

En correspondencia con el contexto, Artesanías de Colombia funcionaría desde entonces bajo el modelo de cadenas productivas y cadenas de valor artesanal (Tobón, 2014). En 2003, la entidad y la Fiduciaria Industrial Fiduifi celebraron un convenio de cofinanciación para la ejecución del proyecto de innovación social Programa Nacional para la Conformación de Cadenas Productivas en el Sector Artesanal (Artesanías de Colombia, 2005). Cada cadena corresponde a un oficio artesanal y articula los eslabones para la elaboración de un producto artesanal, desde la producción de materia prima hasta la comercialización del producto final, pasando por el diseño y la producción, con miras a aumentar la participación del sector en la estructura económica nacional y en las exportaciones (Duque & Duarte, 2009; Uribe et al., 2012). Con el modelo de cadena de valor se comenzaron a vincular actividades que agregaban valor a los eslabones: “La cadena de valor contempla nuevos elementos que no contemplaba la cadena productiva, tales como la investigación, la innovación, la sostenibilidad, y adicionalmente, tiene un énfasis particular en el desarrollo social, lo cual incluye desarrollo humano y desarrollo empresarial” (Tobón, 2014, p. 18). Este enfoque lleva a enfatizar en aspectos como la búsqueda de reconocimiento del sector artesanal como actor importante en la preservación de la cultura y la tradición (Barrera, 2015). A continuación se revisa como este componente fue ganando importancia en la política de fomento artesanal en Colombia.

4.2. La artesanía como patrimonio y recurso turístico en un país multicultural

Como lo entiende Ramírez (2012), el interés en la artesanía colombiana suscitado en la década de 1960 correspondió más a la puesta en marcha de políticas de cooperación estadounidenses y al propósito de modernizar un sector productivo, que a un ejercicio de puesta en valor del Estado colombiano, para el cual “los productos artesanales habían sido un

asunto menor dentro de las agendas del Estado en términos económicos y sobre todo culturales” (p. 4). Figuras de la academia colombiana interesadas en las artesanías llamaron la atención sobre el impacto de las intervenciones meramente economicistas que se estaban realizando, y el Estado tuvo que entrar a intervenir para buscar un equilibrio entre el desarrollo productivo y la conservación de las “tradiciones nacionales” (p. 6). Desde entonces se hizo cada vez más presente el discurso sobre el valor de las artesanías como producto representativo de la cultura nacional en el trabajo de Artesanías de Colombia y el fomento artesanal ha vivido en una permanente, aunque quizás aparente, tensión entre la innovación y el desarrollo de nuevos productos y la salvaguardia de las tradiciones artesanales.

A partir del desarrollo de las políticas de patrimonio cultural inmaterial en Colombia, la artesanía entraría a participar de una nueva semántica, lo cual iría aparejado, al parecer no casualmente, a su posicionamiento como industria cultural y objeto de interés turístico (Montenegro, 2013). En este apartado se revisará este proceso, para lo cual es necesario, primero, detenerse en las relaciones que se han establecido en Colombia entre las políticas públicas de turismo, de patrimonio cultural y de las industrias culturales.

Para lo anterior, hay que tener en cuenta que en Colombia las políticas y normativa relacionadas con la cultura y el patrimonio son guiadas por el Ministerio de Cultura, con un sistema descentralizado para el trabajo cultural, de manera que hay una institucionalidad cultural ligada a los departamentos o regiones. Por su parte, las políticas turísticas son materializadas por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, a través del Viceministerio de Turismo, las cuales sirven como marco para el desarrollo de las apuestas regionales o departamentales que son ejecutadas también por un sistema descentralizado. Ahora bien, hasta el año 2002, se observaba una cierta independencia de los sectores turístico y cultural; no obstante, como ha señalado el ICANH (Chaves et al., 2010; 2014), a partir del gobierno neoliberal de Álvaro Uribe (2002 – 2010) la política cultural colombiana se ha visto cada vez más condicionada por las políticas y programas de desarrollo económico y turístico, en el marco de la política nacional para la productividad y competitividad.

4.2.1. Aproximaciones entre las políticas culturales y turísticas por el camino de la productividad y la competitividad

Para algunos, el hecho de que la Constitución Política de 1991 reconociera la diversidad cultural colombiana como elemento constitutivo, y, más aún, como eje para la construcción de nación, abrió el camino hacia la institucionalización de una política de patrimonio inmaterial que no entendiera la cultura como folclor (Mejías, 1999; Rubio,

2008). Para otros, la particular condición bicéfala de la Constitución Política de 1991 que, por un lado, proclama un Estado social de derecho que garantiza plenos derechos individuales y colectivos mientras defiende la igual dignidad de todas las culturas que componen la nación, y, por otro, acata en su dimensión económica los principios del neoliberalismo (Cruz, 2010; Díaz, 2009), daría como resultado un multiculturalismo neoliberal, en el que la cultura queda como “un listado de productos para la evocación o el consumo cultural” (Buitrago, 2017, p. 296). Por esta vía, algunos autores identifican una sincronía no casual entre la cronología de la definición jurídica de la política nacional de patrimonio cultural inmaterial y la formulación de ámbitos específicos de la política nacional de turismo, así como un compromiso de la política cultural con la política de productividad y competitividad, que se expresa en la promoción del emprendimiento cultural y de las industrias culturales (Montenegro, 2013; Sánchez, 2014). Más aún, identifican un ajuste de la política cultural nacional al denominado giro multicultural global, que presenta sinergias con el llamado internacional a aumentar la participación del sector cultural en el PIB (Chaves et al., 2014).

En 1994 se realizó en Colombia el estudio *Creación de la Ventaja Competitiva de Colombia – Informe Monitor*, elaborado por el reconocido teórico de la competitividad Michael Porter, el cual identificó al turismo como sector de gran potencialidad nacional (como se citó en MinCIT, 2009, p. 4); en concordancia, el Plan Nacional de Desarrollo estableció que el objetivo del sector turístico sería el fortalecimiento de la competitividad (MinCIT & DNP, 2014). A partir de este enfoque se elaboró la Ley 300 o Ley General de Turismo de 1996, la cual plantea una estrategia que amplía el sector turístico y articula con él todos los campos de intervención del Estado (Chaves et al., 2014). La Ley determinaba que, para armonizar la política general de turismo con las regiones, el Ministerio de Desarrollo Económico podía suscribir convenios institucionales con las entidades territoriales para la ejecución de los planes y programas acordados, asignando recursos y responsabilidades, es decir, que el desarrollo turístico se manejaría por medio de Convenios Regionales de Competitividad Turística. El soporte promocional sería el Fondo de Promoción Turística, creado por la ley para actuar con recursos provenientes de contribuciones parafiscales, y que plantea un modelo de promoción basado en la cooperación público-privada.

Un año después de la sanción de la Ley se realizó el *Estudio de Competitividad del Sector Turismo*, contratado por el Ministerio de Desarrollo Económico y llevado a cabo por la firma Proyectos & Inversiones Turísticas (1997). En este se definen los clusters o conglomerados de oferta y los productos de Colombia: clusters vacacionales, clusters a

partir de grandes ciudades -turismo de negocios, diversión de tipo urbano, convenciones y compras- y clusters difusos -regiones con desarrollo turístico incipiente o una vocación vacacional menos estacionaria y más itinerante-. Para cada uno se formula un plan estratégico de competitividad, teniendo como objetivo principal el fortalecimiento del turismo receptivo.

Cabe decir que, si bien el turismo se ha consolidado como un sector importante de la economía colombiana constituyéndose desde 2015 en el segundo mayor generador de divisas -después del petróleo y sus derivados-,⁴⁸ en aquel entonces tenía un moderado desarrollo en el que la dinámica era marcada por el turismo doméstico (MinCIT & Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial [MAVDT], 2003). El turismo receptivo, por su parte, no destacaba en la región y los destinos más visitados, como Cartagena de Indias, no competían con otras ciudades del Caribe (Aguilera, Bernal & Quintero, 2006). Uno de los principales factores que propiciaba esta situación era el conflicto armado y sus consecuencias, ya que éste no solo proyectaba una mala imagen sino que reducía las posibles actividades que, efectivamente, podían componer la oferta turística de nivel internacional, dificultando, por ejemplo, el acceso a los parques nacionales naturales. Desde 1998 y 1999 también los turistas nacionales comenzaron a ver en la inseguridad una razón para no viajar (Van Broeck, 2002).

El gobierno de Álvaro Uribe Vélez comenzó entonces sus dos períodos consecutivos – de 2002 a 2006 y de 2006 a 2010- teniendo como eje la recuperación de la seguridad y el control militar del país, basados en la llamada “política de la seguridad democrática”. En este contexto se implementó el programa de seguridad vial e inició la campaña de promoción turística Vive Colombia, Viaja por Ella, que buscaba recuperar el turismo doméstico. Este proyecto dio un importante impulso a la consolidación de productos de historia y cultura, ferias y fiestas y ciudades capitales como atractivos turísticos (Mincultura, 2009, p. 13). A su vez, el Plan Nacional de Desarrollo del gobierno de Uribe se alineó con el sistema de competitividad que se venía estructurando en el sector turístico en

⁴⁸ Tras décadas de no poder despegar en el ámbito del turismo internacional, Colombia ha visto cómo el número de visitantes internacionales ha venido incrementando durante la última década, aunque las cifras son variables según la fuente. Según los datos ofrecidos por MinCIT, la llegada de visitantes extranjeros incrementó casi un 100% entre 2010 y 2017, pasando de 3.440.000 visitantes a más de 6.500.000 (MinCIT, 2018). El Boletín Anual de Estadísticas de Migración Colombia, por su parte, habla del paso de 1.698.366 en 2012 a 3.344.816 en 2017 (Ministerio de Relaciones Exteriores, 2019). La política pública y el sector turístico colombiano actualmente apuntan al aprovechamiento de los recursos naturales y culturales para posicionar a Colombia como destino turístico sostenible y sustentable, que destaque oferta multicultural y megadiversa. Una de las principales estrategias es buscar la competitividad para el desarrollo turístico regional y territorial a partir del aprovechamiento responsable de la diversidad étnica y cultural y seguir avanzando en la diversificación y especialización de la oferta, la cual debe ofrecer “experiencias turísticas únicas” en torno a ocho productos turísticos: naturaleza; cultura; aventura; sol y playa; náutico; congresos, eventos e incentivos; salud y bienestar (MinCIT & DNP, 2014).

torno a las apuestas productivas regionales y los convenios regionales de competitividad turística. A partir de 2004 se inició la construcción de La Agenda Interna para la Productividad y la Competitividad Nacional, en la cual destacaba el turismo como tema de interés general (DNP, 2006b).

Desde el año 2002, al sector cultural también se le exige ingresar en la lógica de la productividad y la competitividad a través del fomento de las industrias culturales y la sincronización con sectores como el turismo. Si bien algunos ven claros antecedentes de estos movimientos en la Ley 397 de 1997 o Ley General de Cultura y en el *Plan Nacional de Cultura 2001 – 2010 Hacia una Ciudadanía Democrática Cultural* (Mincultura, 2002), sería el documento Conpes 3162 de 2002 el que materializaría verdaderamente la racionalidad del Gobierno Nacional en materia de cultura, dando origen a las políticas para el emprendimiento y las industrias culturales (Sánchez, 2014). En este contexto, y con importantes vasos comunicantes, se desarrollaría también la política y la institucionalidad relativa al patrimonio cultural inmaterial.

Cabe recordar que la Ley General de Cultura fija al Estado un compromiso mayor con el patrimonio cultural, teniendo en cuenta que el objetivo primordial de la política estatal es, en adelante, la preservación del Patrimonio Cultural de la Nación y el apoyo y el estímulo a las personas, comunidades e instituciones que desarrollen o promuevan las expresiones artísticas y culturales en los ámbitos locales, regionales y nacional. Resalta la garantía a los grupos étnicos y lingüísticos, a las comunidades negras y raizales y a los pueblos indígenas, del derecho a conservar, enriquecer y difundir su identidad y patrimonio cultural. Para cumplir los objetivos, la Ley crea el aparato institucional actual, con el Ministerio de Cultura a la cabeza y un Sistema Nacional de Cultura (SNCu) que implica consejos departamentales, distritales y municipales de cultura, adquiriendo el Sistema un carácter descentralizado.⁴⁹ Para reglamentar el ámbito patrimonial define el patrimonio cultural de la nación,⁵⁰ y, entre otros, crea la categoría Bienes de Interés Cultural de Carácter Nacional (BIC), la cual hereda los bienes reconocidos anteriormente como Monumento Nacional y que quedan a cargo del Consejo de Monumentos Nacionales. Según su mandato,

⁴⁹ Entre otros, faculta a las asambleas departamentales y concejos municipales para crear una “Estampilla Procultura” como una forma de obtener recursos para ser administrados por los entes territoriales.

⁵⁰ El artículo 4º de la Ley define el patrimonio como constituido por “todos los bienes y valores culturales que son expresión de la nacionalidad colombiana, tales como la tradición, las costumbres y los hábitos, así como el conjunto de bienes inmateriales y materiales, muebles e inmuebles, que poseen un especial interés histórico, artístico, estético, plástico, arquitectónico, urbano, arqueológico, ambiental, ecológico, lingüístico, sonoro, musical, audiovisual, fílmico, científico, testimonial, documental, literario, bibliográfico, museológico, antropológico, y las manifestaciones, los productos y las representaciones de la cultura popular”. También establece que las disposiciones sobre patrimonio cultural aplicarán a los bienes declarados como tal de los períodos prehispánico, colonial, de la Independencia, República y contemporáneo.

la Nación y las entidades territoriales estarán en la obligación de realizar el registro del patrimonio cultural.

De la ley deriva el *Plan Nacional de Cultura 2001 – 2010* (Mincultura, 2002) que parece esforzarse en no reducir la cultura a un sector productivo y pretende sentar las bases para una relación distinta de la dimensión cultural con las demás dimensiones de la vida del país. No obstante, su complejidad terminaría siendo simplificada a través del Conpes 3162 de 2002 que estableció los *Lineamientos para la Sostenibilidad del Plan Nacional de Cultura 2001-2010*. Este Conpes, en su preocupación por la falta de sostenibilidad del sector cultural, ordenó al Ministerio de Cultura la reorganización del sector; la consecución de recursos externos; la alianza con sectores como el turismo y el fomento a las industrias culturales y MiPymes para la financiación sector; y la generación de estadísticas específicas del sector y la creación de la Cuenta Satélite de Cultura en el DANE para medir la contribución del sector al PIB.

El Conpes 3162 privilegia la relación de la cultura con la economía, destacando la capacidad de las Industrias Culturales para contribuir al crecimiento del PIB, para lo cual el Estado debe centrarse en la protección de derechos de autor, los incentivos fiscales, la promoción del comercio exterior entre el sector cultural de manera que este se inserte en los mercados internacionales, y otras líneas de fomento. En cuanto a la alianza con otros sectores, se destaca el turístico y la posibilidad de fomentar el turismo cultural:

La riqueza y diversidad de los patrimonios cultural y natural en Colombia la coloca a la vanguardia de las posibilidades de desarrollo de una industria de turismo cultural. Para ello debe, en compañía del Ministerio de Desarrollo, elaborar y poner en marcha un Plan de Turismo Cultural que explote todo el potencial de este sector. (p. 28).

En 2005 se emitió el Documento Conpes 3397 que contenía la *Política Sectorial de Turismo*, primera en implementar consideraciones específicas para el uso del patrimonio cultural en un contexto turístico y en plantear el turismo cultural como importante para la oferta de Colombia. Según la Política, la competitividad turística de Colombia requiere, entre otras acciones principales, de la puesta en valor, recuperación y sostenibilidad del patrimonio cultural y ambiental: “La cultura es un bien de consumo de primer orden y se constituye en un activo y un atractivo importante de nuestro país, el cual debe ser ofrecido con calidad” (p. 18). El documento plantea que es necesario que los ministerios de Cultura y de Comercio, Industria y Turismo, establezcan un plan de trabajo para que la conservación del patrimonio cultural y el desarrollo del turismo sean complementarios, para lo cual se

hace necesario también un “inventario de los lugares apropiados (destinos, productos) para la actividad turística” (p. 21).

Por recomendación de la Política se publicó al año siguiente la Ley 1101 de 2006 que modificó la Ley 300 o Ley General de Turismo. Esta incorporó la necesidad de promover el turismo en algunos lugares patrimoniales, especialmente los declarados por la Unesco como Patrimonio de la Humanidad (Art. 17). Además, ese mismo año el *Plan Nacional de Desarrollo 2006 – 2010. Estado Comunitario: Desarrollo para Todos* (DNP, 2006a) dio especial trascendencia al turismo y determinó como uno de sus ejes principales el desarrollo de una política pública que consolidara los procesos regionales de turismo para disponer de una oferta de productos altamente competitivos para los mercados nacionales e internacionales. Esto implicaba el fortalecimiento de los bienes y servicios culturales como componente de alta importancia para el enriquecimiento de las ofertas turísticas. Más aun, el gobierno veía la necesidad de implicar al patrimonio en procesos de afianzamiento de la identidad y la pertenencia, la convivencia y el mejoramiento de la calidad de vida, con participación del sector privado. Para esto el Plan planteó la necesidad, entre otras, de la inclusión de nuevos patrimonios en el ámbito de las políticas públicas, como el PCI.

Como se describe en varios capítulos del libro *El Valor del Patrimonio*, publicado por el ICANH (Chaves et al., 2014), el cual expone y analiza estos procesos vividos por el Ministerio de Cultura, fue a partir de la expedición de la *Política Sectorial de Turismo* que el turismo cultural tomó protagonismo en la agenda de trabajo del Ministerio de Cultura. En esta publicación, Sánchez (2014) relata cómo el gobierno nacional asignó la tarea al Ministerio de Cultura de formular una política de turismo cultural. A falta de avances por dificultades en el consenso con el Viceministerio de Turismo, este último asumió el liderazgo para la formulación de la política, mientras que el Ministerio de Cultura, a pesar de que figura como coautor, terminaba “como un proveedor que agregaba el ‘componente cultural’ requerido para el desarrollo de las normas que competían a los proyectos turísticos del primero” (Sánchez, 2014, p. 139). De esta manera se inició una sincronización según la cual, mientras el Viceministerio de Turismo integraba una dimensión cultural a la política de turismo, el Ministerio de Cultura “perfeccionaba su política patrimonial de modo integral para compartir principios con la Ley General de Turismo” (Chaves et al., 2014, p. 25).

De acuerdo con la *Política de Turismo Cultural* (Mincultura & MinCIT, 2007), en el actual contexto de globalización, la cultura e identidad de cada país están llamadas a tener un importante papel en su desarrollo económico. Para el turismo colombiano, la cultura funciona entonces como un “elemento diferenciador” (p. 6), tanto para los destinos y productos, como para las comunidades y gentes vinculadas a la actividad. En esta lógica, la

cultura se puede convertir en motivo principal de viaje y ser el factor principal para decidir entre Colombia y otros destinos competidores. Con base en ello, la Política se plantea el propósito de que Colombia sea un destino de turismo cultural posicionado y especializado en los productos de ferias y fiestas; historia y cultura y grandes ciudades.

El impacto de esta política nacional se notó en las apuestas productivas regionales y los convenios regionales de competitividad turística. En el período 2001-2004 fueron evidentes las preferencias por el ecoturismo con un 36,12 % de las opciones de producto, seguido de lejos por el turismo cultural y por el agroturismo. En el período 2005 - 2007 el ecoturismo se mantuvo como el producto por el que más optaban los destinos (27,41%), seguido del turismo cultural -histórico arqueológico- (17,74%) y un tercer lugar ocupado por el etnoturismo (11,24%) que desplazó al cuarto lugar al agroturismo (MinCIT, 2008).

Mientras en Colombia se vivían estos procesos, en 2003 la Unesco adoptó la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial. Aunque en el país aún no se había desarrollado una estructura institucional específica para este tipo de patrimonio, el concepto no era nuevo y se venían realizando acciones variadas en este sentido (Rubio, 2008). Pero fue a partir de la Convención que el estado colombiano inició acciones sistemáticas para incluir las manifestaciones culturales de grupos étnicos y mestizos de manera explícita en el patrimonio de la nación (Chaves et al., 2014). Para eso se creó en 2004 el Comité de Patrimonio Cultural Inmaterial como ente asesor del Ministerio, el cual solicitó al ICANH, entidad que hacía parte del comité, que asesorara el diseño de una metodología de estudio y una estrategia de apropiación social del concepto de PCI (Chaves et al., 2014; Rubio, 2008):

La estrategia estableció que la mejor manera de dar a conocer el patrimonio inmaterial era a través de su conexión con un elemento material de alta recordación y valoración en la actualidad, con la idea de hacer coincidir en un mismo momento tradición y modernidad, materialidad e inmaterialidad, subvertir los valores impuestos por el mercado del capital y del consumo, y revelar al espectador algo que siempre ha estado en un segundo plano: el patrimonio inmaterial (Triana 2005, 9). (Chaves et al., 2014, p. 20).

No obstante, en 2005 se creó el Grupo de Patrimonio Cultural Inmaterial al interior de la Dirección de Patrimonio, a partir de lo cual los esfuerzos en materia de PCI se centraron en definir la normativa para desarrollar la Ley de Cultura. En 2006, mediante la Ley 1037 se aprobó la adopción por parte de Colombia de la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial.⁵¹ Chaves et al. (2014) y Sánchez (2014)

⁵¹ Promulgada a través del Decreto 2380 de 2008.

señalan cómo en pocos años se creó todo un marco legal y se incrementaron exponencialmente los espacios institucionales para la gestión de la cultura y el patrimonio, lo cual dio lugar a una extensa red de patrimonialización a nivel nacional adecuada a la lógica de la Unesco, enfocada en la designación de BIC, la elaboración de una Lista Representativa de Patrimonio Cultural Inmaterial (LRPCI) y la producción de Planes Especiales de Salvaguardia (PES).

Hay una atmósfera de competencia cultural global detrás de los inventarios que han seguido las recomendaciones de la Unesco y la lógica de la Lista Representativa. La intensificación de las declaraciones patrimoniales comparte su cronología con el insistente llamado en diversos países del sur global a aumentar la participación de la cultura en la economía nacional. (Chaves et al., 2014, p. 21).

A este proceso se sumó que, a lo largo del período 2002-2010, el Ministerio de Cultura se comprometió con una mayor participación del sector cultural en el PIB nacional a través del fomento del emprendimiento cultural y las industrias creativas, como resultado del llamado internacional al fomento de estas actividades en instrumentos como la Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales (Unesco, 2005). Aunque Colombia suscribiría esta última sólo hasta 2013, su compromiso con este enfoque, como señala Sánchez (2014), se desarrolló anteriormente con instrumentos como el Conpes 3162 de 2002 y el proceso de la agenda interna iniciado en 2004, que demandó la construcción, por parte del Ministerio de Cultura, de la *Agenda Interna para la Productividad y la Competitividad del Sector Cultura, Publicidad y Medios* (Mincultura, 2009). Para la elaboración de esta agenda se tuvieron en cuenta algunas industrias y actividades del sector creativo colombiano como la radio, televisión, publicidad, cine, artes visuales, artes escénicas y actividades relacionadas con el patrimonio, entre otras, pero otras tuvieron su propio desarrollo, como sucedió con el sector artesanal que elaboró su propia Agenda Interna.

A partir de esta agenda general de las industrias culturales, el enfoque de gestión 2007-2010 denominado “Cultura para todos”, de la ministra de cultura Paula Moreno Zapata, hizo del emprendimiento cultural uno de los cuatro grandes ejes de acción del Ministerio de Cultura (Mincultura, 2009).⁵² Estos procesos convergieron en la Ley 1185 de 2008 que modificó y adicionó la Ley General de Cultura de 1997. Esta Ley actualizó la

⁵² En 2009 se creó el Comité Técnico de Competitividad para las Industrias Culturales, un espacio de reunión entre actores de los sectores público y privado; se reglamentó la creación del Grupo de Emprendimiento al interior del Ministerio de Cultura; se formuló la Política para el Emprendimiento y las Industrias Culturales; y en 2010 se aprobó el Conpes 3659 para las Industrias Culturales, documentos que señalan el rol clave que debe jugar el Estado para aprovechar el potencial competitivo que presentan las industrias culturales (Sánchez, 2014; Conpes, 2010).

definición de patrimonio cultural de la nación⁵³ y finalmente legisló sobre el Patrimonio Cultural Inmaterial, al que definió de la siguiente manera:

El patrimonio cultural inmaterial está constituido, entre otros, por las manifestaciones, prácticas, usos, representaciones, expresiones, conocimientos, técnicas y espacios culturales, que las comunidades y los grupos reconocen como parte integrante de su patrimonio cultural. Este patrimonio genera sentimientos de identidad y establece vínculos con la memoria colectiva. Es transmitido y recreado a lo largo del tiempo en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia y contribuye a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana. (art. 11-1).

La Ley 1185 no solo modificó la Ley 397 en lo referente a la conceptualización, sino también a la reglamentación en cuanto a la gestión, protección y salvaguarda del patrimonio cultural. Esta Ley, y los posteriores decretos que la reglamentaron,⁵⁴ plantearon la conformación del Sistema Nacional de Patrimonio Cultural de la Nación (SNPCN), cuya cabeza es el Ministerio de Cultura, y reemplazaron el Consejo de Monumentos Nacionales por el Consejo Nacional de Patrimonio. Además, como parte de este sistema, se crearon los consejos departamentales y distritales de patrimonio y se reconocieron las competencias de los entes departamentales, distritales, municipales y de resguardos indígenas y territorios afrocolombianos para designar y gestionar su patrimonio cultural. Por otra parte, la nueva legislación estableció dos categorías de atención especial en materia de patrimonio cultural: los Bienes de Interés Cultural (BIC) y las Manifestaciones Culturales incorporadas a las Listas Representativas de Patrimonio Cultural Inmaterial, listas que fueron creadas por la Ley 1185.

Según el Mincultura (2009), la Ley 1185 supuso uno de los avances más importantes en lo respectivo al patrimonio cultural de la nación y logró reflejar la evolución de la visión del patrimonio cultural en Colombia. Para Montenegro (2014), en cambio, los avances de la política nacional para la promoción de las industrias culturales tuvieron al final plena injerencia en las consideraciones sobre el patrimonio cultural definiendo componentes de emprendimiento y gestión en esta Ley:

⁵³ Según la Ley General de Cultura: "El patrimonio cultural de la nación está constituido por todos los bienes materiales, las manifestaciones inmateriales, los productos y las representaciones de la cultura que son expresión de la nacionalidad colombiana, tales como la lengua castellana, las lenguas y dialectos de las comunidades indígenas, negras y creoles, la tradición, el conocimiento ancestral, el paisaje cultural, las costumbres y los hábitos, así como los bienes materiales de naturaleza mueble e inmueble a los que se les atribuye, entre otros, especial interés histórico, artístico, científico, estético o simbólico en ámbitos como el plástico, arquitectónico, urbano, arqueológico, lingüístico, sonoro, musical, audiovisual, fílmico, testimonial, documental, literario, bibliográfico, museológico o antropológico" (art. 1, que modifica el art. 4 de la Ley 397 de 1997).

⁵⁴ Decretos 763 y 2491 de 2009.

Las dos tendencias, la económica y la de rescate de las manifestaciones culturales tradicionales, se articularon mediante la definición de incentivos para involucrar al sector privado en la promoción de las fiestas y los patrimonios culturales. La legislación sobre las rentas de destinación específica para la cultura, particularmente sobre los porcentajes del IVA a la telefonía móvil para financiar los procesos de salvaguardia del patrimonio cultural, y los descuentos tributarios para las empresas que los apoyan, ha sido las piezas clave de este engranaje. De este modo, las premisas de una supuesta ‘protección contra la mercantilización’ (Montenegro 2010), predicada en la Ley 1185 y el Decreto 2491 sobre el patrimonio de naturaleza inmaterial, desvelaron su funcionalidad justamente en el sentido contrario: lo potenciaron para que circulara más cómodamente en el mercado. (p. 107).

En 2009 se publicó un compendio de 24 documentos de política relativas al sector cultural (Mincultura, 2009), concretándose lo sugerido por el Conpes (2002) de producir políticas específicas que guiaran claramente el camino para la sostenibilidad del sector cultural. Este compendio reúne, entre otras, una política general para la gestión del patrimonio, una política específica de PCI, una política para el emprendimiento y las industrias culturales, y la política de turismo cultural.

4.2.2. Del folclor al patrimonio inmaterial: nuevas formas de legitimación de la artesanía colombiana

Como se ha dicho, la legislación en materia de PCI y, por tanto, la vinculación institucional de las artesanías a esta categoría, no se hicieron efectivas hasta la Ley 1185 de 2008; no obstante, como se observó anteriormente en este capítulo, ya había consideraciones anteriores sobre la relevancia de la artesanía como representante de la cultura colombiana que trascendieron en el trabajo de Artesanías de Colombia. Por otra parte, la misma *Política de Turismo y Artesanías* (MinCIT & Artesanías de Colombia, 2009, p. 9), que considera que este instrumento fue la “primera muestra de interrelación de iniciativas gubernamentales entre el turismo y la artesanía”, aclara que esta relación, en realidad, “ha estado presente de manera activa en la gestión pública, dado el carácter productivo y cultural de ambos sectores” (p. 9). Es importante, entonces, repasar algunos hitos para la consolidación de la aparentemente indisoluble relación que existe actualmente entre los campos del turismo, el patrimonio y la artesanía en Colombia.

En este país, como en el resto del mundo occidental, fueron los estudios de folclor los que se interesaron por las manifestaciones culturales inmateriales de la llamada cultura popular. De acuerdo con Buitrago (2017), estos estudios, iniciados en Colombia con el siglo XX, revelan un orden socio-racial piramidal en el que primaba lo blanco asociado a lo

europeo o lo criollo como heredero de lo hispánico; en un segundo nivel se encontraba lo mestizo como símbolo de lo nacional, en el que se resumía el alma campesina de la nación; y finalmente en la base se encontraba lo indígena y lo afrodescendiente, entendido como lo marginal y primitivo. Siguiendo al autor, la cultura popular se correspondía entonces con la cultura mestiza y se exaltaba el origen campesino de la sociedad nacional: “El representante de la nación en términos sociorraciales es el mestizo andino, dada la centralidad política, económica y cultural de la región andina en el espacio nacional” (p. 283). En consecuencia, en Colombia, y a diferencia de otros países como México, el discurso de identidad nacional no apeló a la artesanía indígena sino a la producción artesanal mestiza (Ramírez, 2012).

Esto no implicó, sin embargo, que las artesanías indígenas se quedaran por fuera de los proyectos de aprovechamiento económico iniciados por Artesanías de Colombia en conjunto con entidades como los Cuerpos de Paz. Como se ha dicho, para contrarrestar los daños causados por las intervenciones de estos últimos, pero también para prevenir el impacto del turismo y abrir la puerta de los mercados internacionales de élite a las artesanías colombianas, se planteó la asociación de la artesanía con el diseño académico y la búsqueda de la innovación sin que se perdieran las raíces culturales (Barrera & Quiñones, 2006). Siguiendo la recomendación de algunos entes internacionales, se consideraba que las artesanías populares más tradicionales y las producciones indígenas debían preservar sus características y reservarse para el mercado nacional y turístico, lo que incluía ferias y exposiciones artesanales que debían exhibir todo lo que se realizaba el país. Para lograr este objetivo, los profesionales y académicos interesados en su promoción fomentaron la creación de colecciones, exposiciones y museos, ya no etnológicos sino de folclor o de artes y tradiciones populares, los cuales debían permitir su estudio y divulgación.⁵⁵ Las demás artesanías, en cambio, debían evolucionar e innovar, pues se entendía que era la única manera de seguir los pasos de países como España, Italia, los países nórdicos y México, que habían logrado hacer de las artesanías un producto de exportación (Mora, 1974a).

La Constitución Política de 1991 trajo consigo un cambio de mirada respecto a la cultura material indígena y afrodescendiente ya que no se trataba más de preservar sus producciones, sino que imponía la obligación de salvaguardar las manifestaciones culturales puesto que daba a la multiculturalidad el carácter, no solo de fundamento de la nacionalidad colombiana, sino de política de Estado, a lo cual se debía responder con la

⁵⁵ Como se refirió brevemente en este capítulo, a principios de la década del setenta la ACPA creó el Museo de Artes y Tradiciones Populares, el cual se instaló en el bello claustro colonial de San Luís, construido para el Colegio Agustiniiano entre 1733 y 1744 en Bogotá. El museo, que funcionaría hasta 1994, presentaba en una sala algunas muestras de la cultura material de los indígenas colombianos y en cuatro salas las artesanías populares de las distintas regiones del país, así como algunos ejemplares de “artesanías cultas” (Mora, 1974).

protección de esta riqueza cultural. La Ley 397 de 1997 buscó responder a los mandatos de la Constitución en materia de cultura y señaló en su artículo 18 a la artesanía como una expresión cultural tradicional que debía ser objeto de estímulos por parte del Estado. El *Plan Nacional de Cultura 2001 – 2010* (Mincultura, 2002), por su parte, resaltó el papel de las manifestaciones culturales inmateriales en el proyecto de construcción de una ciudadanía democrática cultural, e hizo énfasis en la vinculación de estas manifestaciones con los procesos históricos de los que hacen parte, llamando la atención sobre la necesidad de dar espacio a las transformaciones que les son propias.

Para el Plan era entonces un deber del Estado que, al tiempo que respaldaba y regulaba sectores privados en su contribución a la viabilidad y sostenibilidad de la producción cultural -como la producción artesanal, el turismo cultural y otros afines-, defendiera el patrimonio cultural, los saberes, derechos y las manifestaciones de los pueblos indígenas y grupos étnicos. Sin embargo, el Conpes 3162 de 2002, que fijó los lineamientos para la sostenibilidad del Plan, enfatizó en el desarrollo de las industrias culturales y el uso de la cultura para el turismo, sin mayores especificaciones sobre cómo proteger las manifestaciones culturales de la mercantilización o “comercialización indiscriminada” sobre la que previene el mismo Plan (p. 56). En el caso de las artesanías, el Conpes se enfoca en que “los sectores industriales y artesanales son motores de inversión, de transformación de insumos, son fuente de empleo, generan valor agregado e impulsan el crecimiento de las exportaciones” (p. 25).

Tras la adhesión de la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Inmaterial por parte de Colombia en 2006, la Ley 1185 de 2008 dio curso a la legislación en la materia. Aunque no hay un apartado de referencia específica a las artesanías, las llamadas tradicionales e indígenas están incluidas implícitamente en la definición de PCI. El Decreto 2491 de 2009, que reglamentó parcialmente lo correspondiente al patrimonio cultural inmaterial de la nación, estableció los criterios de valoración para incluir manifestaciones culturales en la LRPCI, de manera que la elaboración de su PES requiere que dentro del proceso institucional-comunitario se verifique su cumplimiento. Entre ellos se cuenta la “representatividad”, es decir, que la manifestación sea referente de los procesos culturales y de identidad del grupo; la “relevancia”, en cuanto a que la manifestación sea socialmente valorada y apropiada por el grupo; y que la manifestación sea “de naturaleza colectiva, que se transmita de generación en generación como un legado, valor o tradición histórico cultural y que sea reconocida por la respectiva colectividad como parte fundamental de su identidad, memoria, historia y patrimonio cultural” (art. 9).

Con la Resolución 0330 de 2010, por la cual se desarrollaron aspectos técnicos relativos al PCI, se conformó la LRPCI del ámbito nacional como un sistema público de información disponible en el Ministerio de Cultura al cual ingresarían las manifestaciones relevantes que hubieran cumplido los requisitos descritos en la Ley y Decreto antes mencionados. Como se estableció en la Ley, la administración de la LRPCI del ámbito nacional quedaría a cargo del Ministerio de Cultura y del ICANH en forma conjunta. Con los instrumentos mencionados, finalmente se expidieron tanto la *Política para la Gestión, Protección y Salvaguardia del Patrimonio Cultural*, en general, como una específica *Política de Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial* (Mincultura, 2009). En la segunda, entre los campos del PCI, se encuentran las manifestaciones asociadas a “procesos productivos y a técnicas artesanales tradicionales” (Mincultura, 2009, p. 272). Ahora bien, en los documentos producidos por el Ministerio de Cultura y asesorados por el ICANH, se entiende que existe relación con otros campos del PCI como la organización social, el conocimiento tradicional sobre la naturaleza y el universo, las artes populares, los actos festivos, lúdicos y religiosos de carácter colectivo y el PCI asociado a los eventos de la vida cotidiana.

La Política también da relevancia a la transmisión de conocimientos relacionados con las manifestaciones de PCI y la formación de las personas que las recrean. Específicamente señala la importancia del “aprendizaje y transmisión de tradiciones artesanales, incluyendo el vestuario y la ornamentación corporal”, y es de resaltar que entre las líneas de acción cuenta la formación y divulgación, con el siguiente enfoque:

La formación y rescate de artes y oficios tradicionales, con el apoyo del Servicio Nacional de Aprendizaje (Sena), de los entes territoriales y de distintas fuentes de cooperación internacional, con el fin de que todas las regiones del país cuenten con escuelas que fortalezcan esta labor, teniendo en cuenta que la protección y salvaguardia del patrimonio cultural es, ante todo, un proceso social. (Mincultura, 2009, p. 239).

Finalmente, retomando avances anteriores, esta Política especifica las características generales que deben cumplir las manifestaciones del PCI: ser colectivas, es decir, que pertenezcan o identifiquen a un grupo social particular; que sean tradiciones vivas que se recrean constantemente, de manera presencial, por la experiencia y, en especial, por comunicación oral; que, por tanto, sean dinámicas; que tengan un valor simbólico derivado de su significado social; que existan en profunda interdependencia con el patrimonio material; y, muy importante, que tengan normas consuetudinarias que regulen su acceso, recreación y transmisión, y estén inscritas en una red social particular y, por ende, en una estructura de poder. Se señala como criterio específico que la manifestación de PCI “no tenga como propósito directo un fin comercial o de lucro, lo que no excluye el hecho de que

exista, al margen de la manifestación, alguna actividad productiva o comercial relacionada con la misma”, lo cual se entiende que puede estar relacionado con turismo, venta de artesanías, etc.

Como se ha dicho, en paralelo a las políticas de PCI se desarrollaron las políticas de emprendimiento e industrias culturales que potenciaron el papel de las artesanías en la economía nacional. Los entes e instrumentos de fomento artesanal han buscado responder al doble carácter de patrimonio e industria cultural de la artesanía, y para ello han hecho énfasis en el valor agregado que conlleva la asociación de tradición e identidad cultural en un producto destinado al mercado global. El estudio para la *Caracterización Ocupacional del Sector Artesanal* (SENA, 2003), realizado por la Mesa Sectorial de Artesanía entre 2002 y 2003, por ejemplo, señala que:

Cualquiera que sea la tendencia, se requiere que la artesanía, además de cumplir con los requisitos de funcionalidad, expresión estética, la calidad y naturaleza de las materias primas, también logre incrementar como valor agregado la identificación cultural histórica y simbólica, así como el reflejo de la dignidad y la calidad de vida del artesano colombiano. (p. 27).

Aunque el sector artesanal elaboró una agenda interna propia (DNP, 2007a), es de resaltar que el Grupo de Emprendimiento del Ministerio de Cultura definió entre sus cinco mesas de competitividad una mesa específica sobre artesanías, al lado de otras sobre animación y videojuegos, audiovisual, artes y editorial (Sánchez, 2014). La Agenda, enfocada en la productividad y competitividad del sector, incorpora el valor cultural de las artesanías y es clara al respecto de que existe la motivación de desarrollar programas de producción para el sector artesanal que implementen la calidad con elementos diferenciadores como diseño, identidad, valor ambiental y cultural:

Si se logra mejorar la tecnología de la producción, sin perder la identidad de los productos y el alto valor agregado de creatividad y mano de obra, se podría alcanzar mayor competitividad y un incremento en los márgenes de retribución al trabajo del artesano. (DNP, 2007, p. 39).

Es importante destacar que en el documento se plantea que la artesanía está estrechamente vinculada al turismo, por lo que se señala como preocupante la ausencia de una vinculación efectiva del sector artesanal con la actividad turística tanto en la propuesta realizada por el sector artesanal nacional para la construcción de la agenda, como en las apuestas productivas de los departamentos o regiones. En este último caso, solo seis regiones -entre las que no se cuenta Santander- incluyen las artesanías en sus apuestas

productivas, y solo una de ellas, el departamento de Sucre, en la costa Caribe, las asocia al desarrollo turístico.

La *Política de Turismo Cultural* (Mincultura & MinCIT, 2007), publicada el mismo año de la agenda interna del sector artesanal, señala también este vacío por primera vez para los lineamientos de desarrollo del sector turístico, ya que las artesanías habían sido incluidas tangencialmente en documentos anteriores, pero no en cuanto a estrategias centrales relativas a todo el sector a nivel nacional. Así, una de las estrategias que plantea esta Política es el “fortalecimiento de la cadena productiva artesanal en destinos turísticos culturales” (p. 16), básicamente vinculando los objetos artesanales al turismo cultural. Así mismo, se plantea que al interior del sector turístico es necesario:

Fortalecer y consolidar la gestión socio-empresarial y de diseño de la empresa turística unida a la artesanal, estructurando y articulando los diferentes eslabones de la cadena productiva e integrando a los agentes vinculados a cada uno de éstos, como proveedores, productores, comerciantes y clientes. (p. 16).

Otra de las estrategias de la Política consiste en la promoción del turismo cultural, para lo cual plantea que se debe crear un sistema nacional de información para el turista, el cual debe facilitar el establecimiento de rutas culturales que articulen la oferta de servicios turísticos, artesanales y complementarios.

En 2009 se emitió la *Política de Turismo y Artesanías: Iniciativas conjuntas para el impulso y la promoción del patrimonio artesanal y el turismo colombiano* (MinCIT & Artesanías de Colombia, 2009). Según el documento, “la actividad creativa y comercial de los artesanos es conexas al desarrollo de la actividad turística” (p. 6), y mientras los artesanos pueden encontrar en los turistas quizás sus clientes directos más importantes, los turistas pueden adquirir las artesanías a manera de “recuerdo simbólico o emblemático del destino visitado y parte de la memoria del viaje realizado” (p. 6). Esta complementariedad, de acuerdo con la Política, adquiere mayor importancia cuando se observa el bajo porcentaje de artesanos que exporta y el hecho de que los principales mercados para la producción artesanal son los municipios en los que habitan los artesanos. Sin embargo, el documento también advierte sobre el riesgo de caer en la práctica de “producción de objetos artesanales en forma masiva, sin carga simbólica, es decir, una pérdida paulatina de las tradiciones culturales” (p. 8).

Los lineamientos de la Política se enfocan principalmente en la inserción de la artesanía en las estrategias de gestión y planificación del turismo; el fortalecimiento de la comercialización de las artesanías a través de las políticas de desarrollo para el turismo; el

fomento a la promoción turística mediante el fortalecimiento de las artesanías como componente de los productos turísticos colombianos; y la promoción de alianzas estratégicas para el fomento a la inversión en las acciones conjuntas de los sectores de turismo y artesanías. En los principios de la Política se incluyen los siguientes, que ayudan a configurar los criterios de autenticidad:

Identidad: En virtud de la contribución del turismo y la artesanía a la revalorización de las expresiones culturales locales y la preservación del patrimonio inmaterial, así como el refuerzo de la identidad en los destinos turísticos.

Sostenibilidad: En virtud de la conservación y salvaguarda de los valores ancestrales y el medio ambiente en las formas propias de producción artesanal [...]

Calidad: Como requisito fundamental para la creación de las ventajas competitivas de las empresas y destinos turísticos colombianos, a partir de la creación de productos turísticos y el mantenimiento de las condiciones de calidad en la producción artesanal. (pp, 13-14).

El Plan Sectorial de Turismo 2011 – 2014: Turismo: Factor de Prosperidad para Colombia (MinCIT & DNP, 2011) dio curso a los lineamientos de la política de turismo y artesanías e incluyó como parte de las estrategias para fortalecer el desarrollo de productos turísticos especializados, además de la implementación de acciones para el desarrollo del turismo de naturaleza, el “impulsar estrategias de especialización del turismo cultural en artesanías, gastronomía, ferias y fiestas, ciudades patrimonio, etnoturismo y turismo religioso” (p. 35). Los programas y proyectos considerados para esta estrategia incluyeron un programa de desarrollo del patrimonio cultural de Colombia a través del turismo, que contemplaba la ejecución de un plan de acción de la política de turismo y artesanías, el fortalecimiento de la Red Turística de Pueblos Patrimonio de Colombia -sobre la cual se hablará más adelante-, la elaboración de una guía de ferias y fiestas nacionales para la promoción nacional e internacional, la formulación de estrategias para el impulso del etnoturismo, el impulso a estrategias de turismo asociadas a gastronomía y turismo religioso, y gestionar el incremento del número de lugares patrimonio de la humanidad en Colombia, con vocación turística.

4.2.3. Relaciones intersectoriales de la artesanía colombiana: un breve mapa institucional

Como se ha visto, el sector artesanal debe entenderse con políticas, normas e instrumentos de planeación relativos directamente a su propio campo y algunos provenientes de otros ámbitos como el turístico y el cultural, con incidencia también de la legislación en materia laboral, social y de propiedad intelectual, entre otras. Por tal motivo,

vale la pena arrojar algunas luces sobre el funcionamiento actual del sector en relación con estas instancias, para comprender las lógicas de ciertas entidades y programas que tienen injerencia en los territorios, y especialmente en el área de estudio.

4.2.3.1. Artesanías de Colombia S.A.

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT) es una de las principales entidades relacionadas con el desarrollo del sector artesanal, toda vez que Artesanías de Colombia se encuentra a su alero. Esta empresa es una sociedad de economía mixta del orden nacional, sometida al régimen de las empresas industriales y comerciales del Estado, cuya Asamblea General de Accionistas y Junta Directiva son presididas por el MinCIT. Su objetivo principal es incrementar la participación de los artesanos en el sector productivo nacional, buscando el mejoramiento de su nivel de vida, a través tanto del crecimiento en su nivel de ingresos como de la generación de espacios de participación social, buscando una mayor productividad y posicionamiento de la artesanía en los mercados locales, regionales, nacionales e internacionales (Artesanías de Colombia, 2014). El papel que desarrolla actualmente Artesanías de Colombia va desde el diseño de políticas para el sector, pasando por la promoción de los productos, hasta la comercialización de los mismos dentro y fuera del país (DNP, 2007a, p. 34).

Para ampliar su cobertura geográfica y demográfica uno de los programas más importantes y que busca la descentralización de la oferta de servicios de la entidad es el Laboratorio Colombiano de Diseño, que ha dado origen a los Laboratorios de Diseño e Innovación. El objetivo principal de estos laboratorios es articular estratégicamente acciones, actores y recursos locales, en función del fortalecimiento de la cadena de valor de la actividad artesanal en las diferentes regiones del país. Para lograr la implementación de los laboratorios, se han realizado alianzas o convenios entre Artesanías de Colombia, instituciones locales o regionales, y en ocasiones, organizaciones privadas que pueden aportar recursos (Subgerencia de Desarrollo y Fortalecimiento del Sector Artesanal, 2014).

Para este propósito de descentralización y la instauración de los laboratorios han sido claves la constitución de consejos regionales de apoyo a la actividad artesanal y de mesas departamentales. En los consejos regionales participan representantes de los gobiernos locales y regionales, la academia, autoridades ambientales, comercializadores, organizaciones de artesanos, empresariado local y regional y representantes de la sociedad civil. Las mesas departamentales son un mecanismo creado para concretar alianzas y

recursos de cofinanciación en las regiones (M.C. Toquica, entrevista personal, febrero 2016).

Con los recursos para el apoyo y fortalecimiento del sector artesanal colombiano, se busca promover la competitividad y la generación de productos diferenciados que, a la vez, protejan los oficios y la tradición artesanal, para lo cual se tienen programas y actividades de acompañamiento, asesoría y capacitación en diferentes temáticas.⁵⁶ También, si bien Artesanías de Colombia no es una entidad educativa, obtuvo la licencia para constituir una Unidad de Formación que tiene como propósito contribuir al proceso de formación integral y permanente del recurso humano vinculado a la cadena de valor del sector artesano (Sistema de Información para la Artesanía [Siart], 2016b).

La entidad también se encarga de organizar jornadas de capacitación para el uso de sellos de calidad hecho a mano, marcas colectivas y denominaciones de origen. Respecto a lo primero, es conveniente resaltar que, para la búsqueda de la competitividad de las artesanías en mercados nacionales y, especialmente, internacionales, Artesanías de Colombia ha implementado el programa Sello de Calidad "Hecho a Mano", el cual otorga una certificación de carácter permanente con ajustes a ciertos parámetros que, según la entidad, establecen la calidad y tradición que permite diferenciarlos de los productos elaborados industrialmente y reconocer su valor como expresión de identidad y cultura (Siart, 2016c).⁵⁷ El Programa de Propiedad Intelectual, tiene como objetivo alentar a los artesanos a participar en estos procesos, capacitarlos al respecto y brindar espacios informativos sobre temas como *branding*, *marketing* territorial y políticas de desarrollo local. Los artesanos pueden inscribirse en los procesos según estén interesados en el uso de marcas colectivas, de certificación y/o denominaciones de origen (Siart, 2016d).

Para promover el desarrollo local a través de la actividad artesanal y fortalecer la actividad artesanal a nivel local y regional, se ejecutan proyectos regionales que en su mayoría han sido adjudicados a operadores regionales, es decir, principalmente organizaciones privadas que mediante invitación pública son seleccionadas para ejecutar un proyecto específico en cada departamento de acuerdo con la formulación y lineamientos

⁵⁶ En este contexto se cuenta con el programa de asesorías puntuales, que es un servicio gratuito ofrecido por Artesanías de Colombia, dirigido a artesanos y productores de arte manual, con el objetivo de fortalecer sus unidades productivas a través de asesorías personalizadas en alguno de los cuatro módulos que conforman el programa: Diseño y desarrollo de producto, costos y procesos productivos, identidad y comunicación y mercadeo (Sistema de Información para la Artesanía [Siart], 2016a).

⁵⁷ Para la realización de este proyecto, Artesanías de Colombia, con el soporte técnico de ICONTEC, ha desarrollado documentos denominados "Referenciales" en los que se describe el proceso de elaboración de las piezas artesanales y sirve de guía para certificar el valor de lo hecho a mano con calidad. Los referenciales se han estructurado por oficios artesanales, de acuerdo con la clasificación internacional establecida por la UNESCO para este tipo de productos (Siart, 2016c).

de la empresa. En estos proyectos el componente de diseño e innovación de productos ha sido eje estructural y Artesanías de Colombia consolidó una metodología para conducir a las diferentes unidades productivas a procesos de innovación de productos artesanales (Artesanías de Colombia, 2017).⁵⁸

Respecto a la comercialización, la empresa ha desarrollado un esquema de ventas nacionales, internacionales y de franquicias. Dentro de las primeras, la entidad realiza ventas en sus propios almacenes,⁵⁹ y para empresas y compradores mayoristas. En cuanto al sistema de franquicias, este se abrió desde 2004 y busca desarrollar un sistema de distribución y venta bajo una marca comercial de propiedad de la entidad, con una relación de asesoría permanente, teniendo a la fecha un importante éxito (Artesanías de Colombia, 2017; DNP, 2007a; Montenegro, 2014). Para participar de estas vías de comercialización, los artesanos interesados deben poner sus productos a consideración de un comité de compras⁶⁰ y quienes son seleccionados pasan a ser parte de la base de proveedores, ingresando en el catálogo de productos artesanales disponibles en las tiendas de la entidad.

Es importante señalar que para estas vías de comercialización, Artesanías de Colombia sólo acepta productos artesanales provenientes de las diferentes comunidades artesanas e indígenas del territorio nacional, y la empresa estableció como criterios de evaluación los siguientes:

Identidad: los productos deben representar valores estéticos, culturales, costumbres y tradiciones propias de una región o poseer características formales distintivas, particulares de un taller, en donde sea palpable la búsqueda de una expresión a través de los materiales, las técnicas y el diseño.

Diseño: los productos deben formar parte de una línea o una colección, proyectar novedad en su diseño y estar adaptados a escala humana para permitir su uso; así mismo, deben garantizar la funcionalidad y resistencia al uso.

Técnica: los productos deben transformar una materia prima de manera que involucre técnicas tradicionales artesanales. Se evalúa el grado de maestría en el manejo de una o varias técnicas y la habilidad para conjugarlas.

Calidad-precio: se evalúa la calidad considerada como la relación integral entre los materiales, el dominio de las técnicas y los acabados. (Siart, 2016e).

⁵⁸ Para todos estos proyectos y subproyectos Artesanías de Colombia apropia recursos estatales por cerca de 36.000 millones de pesos colombianos. Sin embargo, la entidad busca establecer alianzas con entidades del gobierno a nivel nacional, regional y local, sector privado, academia, sector solidario, entidades de cooperación internacional, organizaciones de artesanos y sociedad civil, para apalancar y movilizar recursos que garanticen la sostenibilidad de su modelo de intervención (Artesanías de Colombia, 2017). Así mismo, la entidad percibe ingresos por venta de servicios a otras empresas y comercialización de productos.

⁵⁹ Ubicados en Bogotá, Cartagena y Medellín.

⁶⁰ El Comité de Compras está integrado por la Gerente General, el Subgerente Comercial, la Coordinadora del Proyecto Nacional de Joyería, el Coordinador del Programa de Modas, el Diseñador de Expoartesánías, el Diseñador del Laboratorio Colombiano para la Artesanía y los profesionales de la Oficina de Compras.

Otra vía de comercialización importante son las ferias especializadas que Artesanías de Colombia organiza en asocio con terceros. Como se ha mencionado, las más destacadas actualmente son Expoartesanías, en Bogotá, y Expoartesano, en Medellín, las cuales buscan que los artesanos puedan interactuar y promocionar su portafolio de productos en el mercado local e internacional, por lo que, al menos teóricamente, son ferias ideadas especialmente para que asistan productores y no comerciantes. En el caso de Expoartesanías, se trata de la feria más importante de su tipo en Latinoamérica y una de las más antiguas, llegando a su vigésimo séptima versión en 2017.⁶¹ Expoartesano, por su parte, es la segunda vitrina comercial más importante para los artesanos del país⁶² y en 2017 llegó a su octava edición.

De igual forma, Artesanías de Colombia busca facilitar a los artesanos su participación en ferias y eventos nacionales e internacionales, en el segundo caso especialmente por medio de la difusión de la información correspondiente a la convocatoria, requisitos y contactos con cada evento internacional (DNP, 2007a, p. 37). De acuerdo con la entidad (Artesanías de Colombia, 2017), entre las estrategias se encuentra también la de participar en ruedas de negocios para crear oportunidades que permitan a los artesanos exponer y vender directamente sus productos en Colombia y en el exterior. Adicionalmente, con el objetivo de mejorar las oportunidades comerciales para el sector artesanal colombiano, ha implementado iniciativas dirigidas a mejorar las dinámicas de mercadeo y comercialización a través de capacitaciones, participación en ferias regionales y asesorías para la mejora en espacios de venta directa. Para este proyecto se seleccionaron un total de 20 comunidades a intervenir, entre ellas Curití y Charalá en Santander.

Por último, cabe mencionar que otra de las estrategias de Artesanías de Colombia para posicionar la artesanía a nivel nacional e internacional y mejorar su competitividad es la organización de concursos y reconocimientos, entre los que destaca la Medalla a la Maestría Artesanal. Se trata de un galardón que Artesanías de Colombia entrega anualmente para reconocer a aquellos artesanos, empresas y comunidades artesanales que, de acuerdo

⁶¹ En esta versión se generaron ventas por 16.000 millones de pesos colombianos y se recibieron cerca de 80.000 visitantes entre nacionales y extranjeros, provenientes principalmente de países como Alemania, Australia, Canadá, España, Estados Unidos, Francia, Reino Unido y Suiza. Además, en el marco del agendamiento de negocios realizado del 11 al 13 de diciembre en Corferias, con el apoyo de ProColombia y la Cámara de Comercio de Bogotá, se cerraron negocios spot (en feria) por USD 129.091 (Artesanías de Colombia y Centro internacional de Negocios y Exposiciones de Bogotá [Corferias], 2017).

⁶² En octava edición en 2017 de Expoartesano “La Memoria” asistieron más de 26.000 visitantes entre nacionales e internacionales, quienes realizaron compras por más de 3.000 millones de pesos colombianos, un 27% más que la versión anterior. En esta feria actualmente participan cerca 400 expositores de 21 comunidades indígenas y 62 artesanos tradicionales con una muestra que representa 27 de los 33 departamentos del país (Artesanías de Colombia & Plaza Mayor de Medellín, 2017).

con los criterios de la entidad, se destacan a nivel nacional por la excelencia en el oficio y permitir la reproducción del quehacer artesanal (Siart, 2017f).

4.2.3.2. Viceministerio de Turismo

El Viceministerio de Turismo es el encargado de acordar, ejecutar y evaluar la política turística en Colombia, así como los planes y programas derivados de esta, en conjunto con las entidades competentes de los sectores público y privado. Al interior, cuenta con una Dirección de Calidad y Desarrollo Sostenible y una Dirección de Análisis Sectorial y Promoción. Para el desarrollo sostenible del turismo, presta asistencia técnica en planificación del turismo para el desarrollo regional, promueve y asiste la elaboración de inventarios turísticos y de planes de desarrollo turístico, y se encarga del Plan Sectorial de Turismo y del Plan Estratégico y de Negocios de Turismo Cultural (Decretos 210 de 2003; 4269 de 2005; 2785 de 2006). La Dirección de Análisis Sectorial y Promoción, por su parte, tiene entre sus funciones la generación y gestión de guías turísticas y páginas web promocionales institucionales, y de programas como la Red Turística de Pueblos Patrimonio de Colombia.

Respecto a la Red, es importante mencionar que se creó en 2010 por iniciativa del MinCIT, con el apoyo del Ministerio de Cultura y del actual Fondo Nacional de Turismo (Fontur),⁶³ el cual es el encargado de la ejecución del programa. La Red reúne 17 municipios⁶⁴ de Colombia que tienen reconocimiento de BIC y busca potenciar el patrimonio cultural colombiano, material e inmaterial, para su valoración y proyección mediante un turismo “de calidad” y generar más oportunidades de desarrollo y sostenibilidad para las comunidades locales (Fontur, 2017). Uno de los objetivos expresos de la Red es favorecer el fortalecimiento de los oficios artesanos en los municipios incluidos y, en general, en el país. Para lograrlo, la Red creó el programa Rutas Artesanales de

⁶³ Este fondo fue creado por la Ley 300 de 1996 con el nombre de Fondo de Promoción Turística, para el manejo de los recursos provenientes de la contribución parafiscal para empresarios turísticos creada por esta misma Ley. La Ley 1101 de 2006 buscó el fortalecimiento de los recursos disponibles para la promoción turística con la creación del impuesto al turismo como inversión social y la ampliación de los aportantes de la contribución parafiscal. Estos recursos, así como los asignados en el Presupuesto Nacional para la infraestructura turística, promoción y la competitividad turística, forman parte de los recursos del Fondo que adquirió el nombre de Fondo Nacional de Turismo (Fontur), constituyéndose como patrimonio autónomo con personería jurídica, con la función de recaudo, administración y ejecución de sus recursos. Para la destinación de estos recursos existe un Banco de Proyectos turísticos y el 30 % de los recursos destinados a él deben ser dispuestos para proyectos de turismo en las entidades territoriales. Fontur y el MinCIT deben apoyar con acciones de promoción y competitividad las áreas declaradas por los Concejos Distritales o Municipales como Zonas de Desarrollo Turístico Prioritario.

⁶⁴ Aguadas, Ciénaga, Guadalajara de Buga, Honda, Jericó, Monguí, San Juan Girón, Santa Cruz de Mompo, Villa de Leyva, Barichara, el Socorro, Guaduas, Jardín, La playa de Belén, Salamina, Santa Cruz de Lorica y Santa Fe de Antioquia.

Colombia, para lo cual contó con sesoramiento técnico por parte de Artesanías de Colombia.⁶⁵ El programa ha creado guías de viaje que explican los oficios artesanos presentes en cada pueblo, los tipos de productos que se elaboran, las características de los talleres, la ubicación y accesibilidad de los mismos. Destacan algunos talleres en especial, y dan información breve sobre la tradición artesanal de la localidad (Siart, 2014a).

4.2.3.3. Ministerio de Cultura

En Colombia, el Sector Administrativo de Cultura está integrado por un nivel central y uno descentralizado en que se cuentan las entidades adscritas y vinculadas al Ministerio de Cultura. Este último es la cabeza del sector central, y tiene como objetivo formular, ejecutar y coordinar la política del Estado en materia cultural, con asesoría de órganos sectoriales.⁶⁶ En cuanto al sector descentralizado, el Ministerio tiene como entidades adscritas tres establecimientos públicos que son el Instituto Colombiano de Antropología e Historia (ICANH), el Archivo General de la Nación (AGN) y el Instituto Caro y Cuervo, encargado del patrimonio idiomático de la nación. Además, están adscritas al Ministerio dos Unidades Administrativas Especiales sin personería jurídica que son el Museo Nacional y la Biblioteca Nacional, y los que ofician como órganos de asesoría y coordinación del sector descentralizado, que son el Consejo Nacional de Cultura (CNC) y el Consejo Nacional de Patrimonio Cultural (CNPC) (Decreto No. 1080 de 2015).

Al interior del Ministerio de Cultura es conveniente señalar que el despacho del ministro tiene dos grupos internos, el de Divulgación y Prensa, y el de Emprendimiento Cultural. Este último tiene como objetivo fomentar y fortalecer los emprendimientos e industrias culturales en Colombia. Por supuesto, también tiene dentro de sus funciones asesorar y apoyar al Ministro de Cultura en la formulación e implementación de políticas que fomenten la generación de empresas culturales e industrias creativas (Resolución 2603 de 2009).

El Ministerio cuenta con seis direcciones, una por cada ámbito de trabajo: patrimonio, artes, cinematografía, comunicaciones, poblaciones y fomento regional. La Dirección de Patrimonio es la encargada directa de los asuntos relativos al patrimonio cultural de todo tipo, material e inmaterial. Esta Dirección, a su vez, cuenta con cinco grupos:

⁶⁵ Consistió principalmente en la revisión de documentos y la verificación de la información recolectada en los viajes realizados por el operador del proyecto (Siart, 2014a).

⁶⁶ El Ministerio cuenta con órganos sectoriales de asesoría y coordinación entre los que se cuentan el Consejo Nacional de Cultura, el Comité Directivo y la Comisión de Antigüedades Náufragas. Los demás son el Comité de Coordinación de control Interno, el Comité de Defensa Judicial y Conciliación, la Comisión de Personal y el Comité de Convivencia Laboral.

Investigación y Documentación; Protección de Bienes de Interés Cultural; Intervención de Bienes de Interés Cultural; Bienes Culturales Muebles; y Patrimonio Inmaterial.⁶⁷

El Ministerio de Cultura es la cabeza tanto del Sistema Nacional de Cultura (SNCu), como del Sistema Nacional de Patrimonio Cultural de la Nación (SNPCN). El SNCu es el conjunto de instancias, espacios de participación y procesos de desarrollo institucional, planificación, financiación, formación, e información que, articulados entre sí, buscan fomentar el desarrollo cultural, promover la creatividad y garantizar el acceso a las manifestaciones, bienes y servicios. El CNC es la instancia superior de asesoría del SNCu (Decretos 1589 de 1998, 1782 de 2003 y 1080 de 2015).

En cuanto a los componentes del SNCu, en primer lugar, se encuentran las instancias culturales, que son las responsables de la formulación, ejecución y seguimiento de las políticas y de los planes de culturales. La instancia cultural del orden nacional es el Ministerio de Cultura, y a nivel departamental y municipal, la institucionalidad pública cultural está a cargo de instancias que obtienen su denominación según la estructura orgánica de la entidad territorial (Secretaría de Cultura, Dirección de Cultura, Coordinación de Cultura, etc.). En algunos territorios la institucionalidad cultural se agrupa con otros ámbitos como deporte, turismo, educación y/o desarrollo social, entre otros.⁶⁸ En segundo lugar, el SNCu también está compuesto por procesos, que son “el conjunto de acciones que enriquecen, potencian, transforman y divulgan el ámbito cultural, observando criterios democráticos, participativos y multiculturales” (Decreto 1589 de 1998). Por último, el sistema está compuesto también por espacios de participación, que son los consejos de los distintos niveles territoriales en los que converge la sociedad civil y la institucionalidad pública. Existen en el nivel nacional, departamental, distrital y municipal y están encargados de asesorar al gobierno nacional y territorial en la formulación de las políticas, planes, programas y proyectos y hacer control social a su ejecución.⁶⁹

⁶⁷ Las funciones del Grupo de Patrimonio Inmaterial son, principalmente, formular, implementar y hacer seguimiento de la política nacional de PCI; apoyar conceptualmente al Consejo Nacional de Cultura y al Consejo Nacional de Patrimonio Cultural; brindar asesoría técnica a los entes territoriales y apoyar los procesos sociales de organización, planeación y gestión cultural de las comunidades y colectividades; definir y aplicar estrategias de identificación de manifestaciones que pueden ser incluidas en la LRPCI y evaluar las solicitudes de inclusión en ella; fomentar la investigación en PCI; asesorar la elaboración de los PES y coordinar la ejecución de los correspondientes a la LRPCI de nivel nacional (Resolución 1918 de 2009).

⁶⁸ Otras instancias culturales públicas, privadas y mixtas del SNCu son la Biblioteca Nacional, el Museo Nacional de Colombia, el Archivo General de la Nación, Banco de la República, los fondos mixtos de cultura, casas de cultura y/o centros culturales, bibliotecas públicas, museos, teatros, archivos, cámaras de comercio y ONG.

⁶⁹ Determinado según art. 60 de la Ley 397 de 1997. Los consejos con que cuenta el SNCu son el Consejo Nacional de Cultura, los Consejos Nacionales de Áreas Artísticas (Danza, Música, Teatro, Literatura, Artes Plásticas y Visuales), el Consejo Nacional de las Artes y la Cultura en Cinematografía, el Consejo Nacional de Patrimonio, el Consejo Nacional de Medios Ciudadanos y Comunitarios, el Consejo Nacional de Archivos, el Consejo Nacional de Lenguas, el Consejo Nacional de Museos y los consejos departamentales, distritales y municipales de cultura.

El SNPCN, por su parte, está constituido por el conjunto de instancias públicas del nivel nacional y territorial que ejercen competencias sobre el patrimonio cultural de la Nación; por los bienes y manifestaciones del patrimonio cultural de la Nación; por los BIC y sus propietarios, usufructuarios y tenedores; por las manifestaciones incorporadas a la LRPCI; por el conjunto de instancias y procesos de desarrollo institucional, planificación e información; y por las competencias y obligaciones públicas y de los particulares, articulados entre sí, que posibilitan la gestión del patrimonio cultural de la Nación (Mincultura, 2015). El SNPCN está bajo la coordinación general del Ministerio de Cultura, el cual tiene la facultad de fijar normas técnicas y administrativas, a las que deberán sujetarse las entidades y personas que integran dicho sistema.

Las instancias públicas del SNPCN son, en cuanto al orden nacional, el Ministerio de Cultura, ICANH, el AGN, el Instituto Caro y Cuervo y el CNPC. Las instancias públicas del orden departamental y distrital son las secretarías departamentales y distritales de cultura, los institutos de cultura y patrimonio, y los consejos departamentales y distritales de patrimonio cultural. En cuanto al orden municipal o local, están las dependencias de cultura de las alcaldías municipales, entes descentralizados, las autoridades indígenas y las comunidades negras de que trata la Ley 70 de 1993. Todas estas instancias son las responsables de la formulación, ejecución y seguimiento de las políticas para la gestión del patrimonio cultural. A su vez, desarrollan, financian, fomentan o ejecutan actividades referentes al patrimonio cultural (Mincultura, 2015). Al CNPC le corresponde brindar asesoría en el diseño de política pública, hacer recomendaciones y proponer estrategias de acción con respecto al patrimonio cultural. Así mismo, sugiere el ingreso de bienes a la lista indicativa de candidatos a BIC del ámbito nacional y de manifestaciones a la LRPCN.⁷⁰

A los consejos departamentales y distritales de patrimonio cultural, por su parte, les corresponde cumplir funciones análogas al CNPC respecto de los bienes de competencia territorial (Decreto 763 de 2009). La composición de estos consejos debe ser definida por las autoridades departamentales y distritales, considerando las características del patrimonio cultural en el respectivo departamento o distrito. Si existen comunidades indígenas o negras debe haber al menos un representante de ellas, y se debe dar participación a expertos en patrimonio mueble e inmueble, en patrimonio cultural inmaterial, y a las entidades públicas e instituciones académicas especializadas en estos campos (Ley 1185 de 2008).

⁷⁰ Este Consejo está encabezado por el ministro de Cultura o su delegado, y en él también participan, entre otros, el ministro de Comercio, Industria y Turismo o su delegado, el director del ICANH o su delegado y el director de patrimonio del Ministerio de Cultura, quien ejerce la Secretaría Técnica (art. 4° de la Ley 1185 de 2008, modificatorio del artículo 7° de la Ley 397 de 1997).

4.2.3.3.1. Planes, programas y proyectos del Ministerio de Cultura

El Ministerio de Cultura desarrolla una serie de planes, programas y proyectos adicionales al Plan Nacional de Cultura, en su mayoría diseñados e implementados por el mismo Ministerio, y algunos de ellos específicamente por la Dirección de Patrimonio Cultural. Estos instrumentos tienen competencias subsectoriales en lo cultural y se enfocan en aspectos pedagógicos, de difusión, de investigación y de participación, o bien están diseñados para la creación de estímulos y el fomento de lo cultural (Rubio, 2008).

En primera instancia, es necesario mencionar la declaratoria de BIC del nivel nacional. Estos bienes constituyen una categoría legal específica de bienes del patrimonio cultural de la Nación. La declaratoria de un elemento como BIC es un acto administrativo mediante el cual la autoridad nacional o las autoridades territoriales, indígenas o de los consejos comunitarios de las comunidades afrodescendientes, determinan que dicho bien o manifestación queda cobijado por el régimen especial de protección o salvaguardia previsto por la ley. Ahora bien, como un programa paralelo pero relacionado, la Dirección de Patrimonio presta asistencia técnica para la formulación, evaluación e implementación de planes especiales de manejo y protección (PEMP), en los que se establecen las acciones necesarias para la protección, conservación y sostenibilidad de los BIC y de los bienes que pretendan tener este tipo de declaratoria. Relacionado con ambos programas se encuentra también el de Inventario y Registro del Patrimonio Cultural, que es mediante el cual el Ministerio de Cultura coordina los procesos de identificación, documentación, valoración del patrimonio cultural y el registro de los bienes culturales muebles e inmuebles del país como fuente de información para sus acciones. También vale la pena mencionar el Plan Nacional de Recuperación de Centros Históricos (PNRCH), que fue diseñado para recuperar y revitalizar los centros históricos declarados BIC del ámbito nacional (Mincultura, s.f.).

En cuanto al PCI, mediante el programa de Gestión y Cooperación del Patrimonio Cultural Inmaterial, el Ministerio genera estrategias de concertación y cooperación en los ámbitos local, regional, nacional e internacional para la salvaguardia y fomento del PCI, los cuales contribuyen al fortalecimiento de los sistemas nacionales de patrimonio y cultura mediante herramientas de gestión, capacitación y divulgación. En cuanto a fomento regional, en el marco de este programa se producen estrategias y se establecen los lineamientos generales de capacitación sobre PCI en los diferentes departamentos del país, además de que se crean estrategias de divulgación del PCI (Mincultura, s.f.).⁷¹

⁷¹ En el Programa de Salvaguardia Integral del PCI, la Dirección de Patrimonio diseña e implementa herramientas conceptuales, metodológicas, de seguimiento y evaluación dirigidas a los entes territoriales y a las

El Ministerio de Cultura cuenta con un programa puntual denominado Políticas y Programas de Campos Específicos del PCI, que contiene actualmente tres líneas de acción: i) Programas específicos de la política de cocinas tradicionales; ii) Política indicativa para la salvaguardia y fomento de las artes populares y las tradiciones artesanales como patrimonio cultural inmaterial de la nación;⁷² iii) Programas específicos para la salvaguardia de conocimientos tradicionales. El programa de Investigación, Memoria y Patrimonio, por su parte, promueve y apoya iniciativas de construcción colectiva de memoria para el fortalecimiento de la gestión social del PCI a través de distintas líneas de acción entre las que se cuenta el programa nacional de inventarios, que busca incentivar la investigación y elaboración de inventarios de PCI (Mincultura, s.f.).

En cuanto a apropiación social del patrimonio, vale la pena destacar el Programa Nacional de Vigías del Patrimonio Cultural, a cargo del Grupo de Difusión y Fomento de la Dirección de Patrimonio. Se trata de un programa que fomenta la participación ciudadana bajo el esquema de un voluntariado en el que las comunidades o grupos sociales se organizan para identificar y gestionar su patrimonio cultural. En cuanto a PCI, específicamente, también cabe mencionar que, desde 2012, el Grupo de Patrimonio Cultural Inmaterial de la Dirección de Patrimonio comenzó a desarrollar la Estrategia para el Fortalecimiento de las Capacidades de Apropiación de la Política de Salvaguardia del PCI, a través de diferentes experiencias en trece departamentos del país⁷³ (Mincultura, s.f.). Para fortalecer la implementación de esta política pública, en 2014 el Ministerio de Cultura se asoció con Tropenbos Internacional Colombia para formular un programa de formación en herramientas participativas para la identificación, documentación y gestión del PCI, para el cual se elaboró un manual (Frieri, 2014).

Por último, para los intereses de esta investigación es importante resaltar un programa en el que se articulan acciones relativas al patrimonio material e inmaterial, así como la apropiación social del patrimonio, y es el Programa Nacional Escuelas Taller Colombia - Herramientas de Paz. Como se ha dicho, la figura de estas escuelas fue introducida en Latinoamérica por AECID. En 1992 el programa se instaura en Colombia con la apertura de la Escuela Taller en Cartagena de Indias, y posteriormente surgen las Escuelas Taller de Popayán, Mompox y Bogotá. A partir del 2009 el Ministerio de Cultura convocó al SENA y a la Corporación Andina de Fomento (CAF), para tomar el relevo y crear el programa,

comunidades “portadoras” de manifestaciones inscritas en la LRPCIN y en la LRPCI de la Humanidad (Unesco), con el objeto de desarrollar y ejecutar los PES.

⁷² Al momento de finalización de esta tesis no se encontraban a disposición avances respecto a esta política.

⁷³ Sucre, Córdoba, Bolívar, Cesar, Santander, Boyacá, Cundinamarca, Meta, Vichada, Valle del Cauca, Cauca, Nariño y Putumayo.

el cual también recibe actualmente el apoyo de la Oficina Internacional para las Migraciones (OIM). El Programa busca articular, además, a entidades territoriales que permitan la apropiación local de las Escuelas Taller; dichas entidades han de ser el soporte para implementar el Programa en cada una de las regiones. De acuerdo con el Ministerio de Cultura, el programa busca fomentar en las regiones el fortalecimiento de las capacidades locales para el desarrollo social y económico sostenibles articulando la cultura, la formación para el trabajo, el desarrollo humano y el emprendimiento cultural. Así mismo, busca fomentar la inclusión, la equidad y el respeto por la diversidad cultural (Mincultura, s.f.).

Las escuelas taller se plantean como centros de capacitación en donde jóvenes en estado de vulnerabilidad reciben formación en oficios tradicionales necesarios para la conservación y puesta en valor del patrimonio cultural de sus localidades. La formación es teórico-práctica para facilitar el acceso al mundo del trabajo, y el reconocimiento de la formación recibida por parte del SENA ofrece a los estudiantes mayores posibilidades de inserción laboral. La mayoría de los oficios en los que se ofrece formación están relacionados con el trabajo de la madera, el metal y la construcción, aunque también se tiene como objetivo la conservación de técnicas artesanales como la luthería, alfarería y orfebrería. A su vez, en cada escuela se ha creado un taller de cocina tradicional. Colombia cuenta actualmente con Escuelas Taller localizadas en Barichara, Bogotá, Cartagena, Mompos, Popayán, Salamina, Tunja y Buenaventura; cada una de ellas se enfoca en objetivos específicos que responden a las necesidades del municipio o la región cultural en la que se localizan. Estas escuelas han participado en numerosas obras de restauración y rehabilitación del patrimonio edificado y en la renovación del espacio público de los centros históricos (Dirección de Patrimonio, s.f.).

4.2.3.4. Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA)

El SENA es un establecimiento público del orden nacional con autonomía administrativa, adscrito al Ministerio del Trabajo. Es la entidad encargada de la consolidación de un Sistema Nacional de Formación para el Trabajo que busca integrar esfuerzos y recursos de gremios, empresas, organizaciones de trabajadores, entidades de formación para el trabajo, entidades de educación y entidades gubernamentales, con el fin de definir e implementar políticas y estrategias para el desarrollo y cualificación del capital humano. La entidad adelanta sus programas de formación y capacitación a través de Centros de Formación que ofrecen programas técnicos, tecnológicos y complementarios, buscando el desarrollo económico, tecnológico y social del país con miras a la productividad

y competitividad (DNP, 2007a; SENA, 2003). En el programa de Ampliación de Cobertura se ejecutan programas de formación de los niveles técnicos, tecnológico y complementaria, por medio de convenios con Instituciones que dentro de su objeto social impartan formación para el trabajo y el desarrollo humano y/o educación superior (SENA, 2017).

En el caso del sector artesanal, el SENA busca la formación de un artesano cualificado que pueda acceder a un empleo, priorizando las áreas de joyería, madera, textiles, piedras y cuero, implementando procesos tecnológicos, infraestructura técnica, estructura ocupacional y manejo de líneas de producción. La entidad dirige la Mesa del Sector Artesanías,⁷⁴ que es la encargada de cualificar el talento humano del artesano colombiano, a través de la elaboración de normas de competencia laboral para la certificación voluntaria y con el fin de mejorar su competitividad en el mercado nacional e internacional. Consecuentemente, el SENA es responsable también de diseñar la nueva oferta educativa, así como de facilitar elementos de organización productiva para el artesanado colombiano (SENA, 2003).

4.2.3.5. Departamento Nacional de Planeación (DNP)

Por último, es oportuno hacer referencia en este apartado a la inclusión, por parte del Departamento Nacional de Planeación, de la cadena productiva del sector artesanal en la Agenda Interna para la Productividad y la Competitividad de Colombia, la cual presenta una visión general de consolidación del sector a 2019. La agenda parte de un diagnóstico del sector artesanal según el cual este enfrenta grandes desafíos en cuatro aspectos principales: asociatividad, organización de la producción, desarrollo tecnológico y capital humano. De acuerdo con el documento: “La ausencia de una conciencia de trabajo bajo un esquema de cadena productiva, se expresa en el bajo desarrollo de formas de asociación empresarial” (DNP, 2007a, p. 15).

Para hacer frente a estas limitaciones la agenda plantea cuatro estrategias dirigidas a distintas etapas del proceso artesanal: i) fortalecimiento de la organización artesanal; ii) desarrollo de la oferta exportable, que considera aspectos como la diferenciación de los productos artesanales -calidad y diseño- y su desarrollo en respuesta a necesidades concretas de los consumidores y los mercados, y iii) desarrollo de mercados y posicionamiento de los productos. De acuerdo con la agenda, la innovación es un elemento

⁷⁴ En estas mesas participan voluntariamente gremios, empresarios, sector público, organizaciones de trabajadores, centros de investigación y oferentes educativos. Están conformadas por representantes del Gobierno, Sector Productivo y Sector Académico.

presente en el sector artesanal colombiano, pero debe ser intensificada, y es necesario cuidar la incorporación de elementos que aporten un mayor valor agregado al producto y aseguren el abastecimiento sostenible de materias primas.

La estrategia de fortalecimiento de la organización artesanal se centra en consolidar la actividad como un sector económicamente productivo fortaleciendo la asociatividad y organización artesanal, las cadenas productivas y el establecimiento de acuerdos de competitividad. Esta estrategia también busca que las artesanías sean reconocidas en sus dos dimensiones, económica y cultural, y a que “gocen un tratamiento especial por ser transmisor de los valores culturales del país” (DNP, 2007a, p. 24). La segunda estrategia busca consolidar la oferta artesanal exportable, lo cual debe hacerse de acuerdo con nichos especializados, identificando y atendiendo eficientemente los mercados potenciales.

Lo anterior lleva a la tercera estrategia, que es lograr que la producción artesanal colombiana llegue a nichos de mercado especializados a los que el país acceda con productos diferenciados en calidad, diseño y precio. Para esto la agenda considera necesario competir en condiciones de cumplimiento de normas técnicas y estándares internacionales de calidad, incluyendo condiciones de sostenibilidad ambiental, pero también que los productos artesanales sean transmisores de los valores culturales del país. Por último, la agenda señala la necesidad de posicionar el producto artesanal colombiano en el mercado para lo cual subraya la necesidad de fortalecer vínculos del sector artesanal con el sector turístico del país (DNP, 2007a).

Por último, y como se ha explicado ya, existen unas apuestas productivas regionales en el sector que buscan sintonizarse con la agenda sectorial. Aunque similares en sus objetivos e iniciativas, estas apuestas desde las regiones difieren en el peso que dan a cada problemática y desafío. Los departamentos dan mayor relevancia a la investigación, la innovación y el desarrollo tecnológico, como factores necesarios para la consolidación de una oferta exportable competitiva y su producción sostenible. Así mismo, otorgan importancia al desarrollo de formas de asociatividad empresarial para la consolidación de la oferta y la comercialización (DNP, 2007a).

4.3. Conclusiones del capítulo

Como se ha explicado en este capítulo, a su llegada a Latinoamérica los europeos se encontraron con un complejo mapa artesanal abundante en intercambios e influencias mutuas entre culturas indígenas, quienes hacían circular sus producciones tanto para satisfacer las necesidades materiales y simbólicas locales como para el comercio e

intercambio (Ariel De Vidas, 2002; Lauer,1989). En Colombia, como en el resto del subcontinente, esta producción fue aprovechada por los españoles e integrada en circuitos de producción con miras a responder a los nuevos requerimientos de los mercados instalados en la colonia y en aquellos que se abrían más allá del Atlántico, en la Metrópolis. En este proceso, la producción sufrió una hibridación o fusión de técnicas y tecnologías que hoy aparecen como características de la artesanía latinoamericana (Quiñones, 2003).

Pese a que las artesanías no pueden verse, entonces, como objetos que permanecieron invariables durante siglos, la aparición de un mercado turístico, urbano y de exportación desde la década de 1960, como se dijo en los apartados teóricos, supuso algo nuevo por su escala y las características de la demanda, tendiente al exotismo y la nostalgia (Ariel De Vidas, 2002; Graburn, 1976; Lauer, 1989; Novelo, 1999). En Colombia, las intervenciones para responder a estos nuevos mercados tuvieron un marcado acento economicista toda vez que las entidades que las impulsaron, es decir, los Cuerpos de Paz y Artesanías de Colombia, buscaban adecuar la producción a la demanda de los mercados que se abrían en Estados Unidos con el objetivo de promover el desarrollo y la superación de la pobreza en comunidades vulnerables (Barrera & Quiñones, 2006).

La poca pertinencia cultural de estas primeras intervenciones en materia artesanal fue señalada y criticada desde distintos sectores académicos en Colombia, especialmente la antropología y el diseño (Barrera, 2015; Barrea & Quiñones, 2006; Duarte & Duque, 2009; Mora, 1968;). De esta manera, diversos grupos interesados iniciaron proyectos para que la artesanía, especialmente la indígena, no perdiera sus características, lo que, por un lado, promovió su valoración como objeto etnológico o de folclor en el que adquieren gran relevancia la permanencia de los aspectos formales (Mora, 1974b), y, por otro, facilitó la argumentación de su asociación con el diseño para innovar sin perder las raíces culturales (Barrera & Quiñones, 2006).

Se esperaba que la inauguración del multiculturalismo en Colombia a través de la Constitución Política de 1991 y la implementación institucional del concepto de PCI a partir de la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, fomentara una comprensión de la artesanía como manifestación cultural dinámica cuyo valor reside en la apropiación e importancia simbólica que le otorga la comunidad y en cuya gestión cobran gran relevancia las nociones, lógicas y expectativas de los artesanos (Vacheron & Vetrale, 2009).

No obstante, los eventos referidos favorecieron la concreción en Colombia del llamado “giro cultural” (Yúdice, 2002), en el que la cultura cobra legitimidad como “recurso”

para distintos fines, entre ellos, el crecimiento económico mediante el desarrollo de las industrias culturales y el turismo. También, y seguidamente, del “giro multicultural”, en el que los intereses o reclamos sociales son reemplazados por demandas culturales y la reivindicación de la diversidad (Chaves et al., 2010). Como señalan algunos investigadores, esto favoreció que el patrimonio inmaterial se constituya en una categoría “celebrativa” que disocia las manifestaciones de sus procesos histórico-sociales y de las condiciones materiales de quienes las producen y encarnan (Buitrago, 2017), permitiendo la instauración de lo que se ha denominado el “multiculturalismo neoliberal”, en el que toma relevancia una nueva economía que se fundamenta en la valoración de la diversidad, de lo único y diferente (Montenegro, 2010).

El desarrollo de las políticas recientes en Colombia ha estado enmarcado en esta lógica, de manera que se ha dado un condicionamiento de las políticas culturales a las políticas económicas, y entre ellas a las turísticas (Sánchez, 2014), alineándose todas bajo el enfoque de la productividad y competitividad. Este último ha sido también el marco para el fomento artesanal liderado por Artesanías de Colombia, de manera que la artesanía viene siendo trabajada como una industria creativa cuyo valor simbólico se alimenta del discurso patrimonial.

En este camino, la alianza de la artesanía con el diseño ha sido promovida con especial énfasis para lograr la adecuación tanto de los procesos como de los productos a las exigencias y expectativas de los mercados urbanos y turísticos nacionales e internacionales. En consecuencia, se refrendan las advertencias de algunos investigadores que advierten sobre la posible conversión del artesano en un “obrero” que ejecuta diseños ajenos, y sobre la apropiación del valor agregado de la artesanía por parte de intermediarios y nuevos agentes que han venido a intervenir en el sector como intermediarios entre el artesano y unos nuevos mercados que le resultan lejanos e incomprensibles a este último (Barrera, 2015).

Resta observar cómo media este contexto nacional en el desarrollo y las dinámicas de cambio en los sectores artesanales locales del país, para lo cual, a continuación, se hace foco en el departamento de Santander, donde el núcleo turístico se traslapa, al parecer no gratuitamente, con una de las zonas más destacadas en cuanto a producción artesanal tanto en la historia como en el presente.

Capítulo V. Relaciones entre patrimonio, turismo y artesanías en Santander

5.1. Santander, una economía diversificada y creciente que apuesta al turismo

Santander es uno de los 32 departamentos en que se divide Colombia y se encuentra ubicado al nororiente del país, aunando el 4,5% de la población nacional con 2 millones de habitantes. Está conformado por 8 provincias⁷⁵ y sus principales ciudades son Bucaramanga, capital de la provincia de Soto y del departamento; Barrancabermeja, capital de la provincia de Mares; y San Gil, capital de la provincia Guanentina, conocida también como la “capital turística” de la región. Parte de los territorios de la provincia Guanentina y de la vecina provincia Comunera, cuya capital es Socorro, conforman el llamado núcleo turístico de Santander, donde se ubica la presente investigación.

Figura 5. *Ubicación de Santander en Colombia.*



Fuente: Mapas de Google.

⁷⁵ Las provincias en el departamento son subregiones que representan más una historia y tradición socio-cultural que jurisdicciones para efectos administrativos. En este último nivel las categorías que verdaderamente operan son, de mayor a menor: departamento, municipio -con una cabecera municipal-, corregimiento y vereda.

Esta zona central del actual departamento de Santander ocupó antiguamente, especialmente en siglo XVIII, un lugar protagónico en la política, la economía y el crecimiento demográfico en el territorio que actualmente corresponde a Colombia. Durante el siglo XIX, tras la independencia de España, este protagonismo se fue trasladando al occidente del país, a las provincias de Antioquia y sus áreas de colonización, del otro lado del río Magdalena (Arenas, 1998; Johnson, 1984). Tras un prudente papel en el panorama nacional durante el siglo XX, desde el inicio del siglo XXI los indicadores económicos y sociales de Santander han llamado la atención del país y le han ubicado en los primeros puestos en los escalafones de desarrollo y competitividad en Colombia (Compite, 2012; DNP, 2007b; MinCIT, 2018), al punto de ser considerada una región ejemplar a nivel nacional, con un destacado liderazgo de su capital, Bucaramanga (Universidad de los Andes [Uniandes], 2006).

La economía santandereana ha venido creciendo establemente en los últimos 15 años a un índice promedio de 4,0%, lo que lo convierte en el departamento con el mayor promedio anual en este indicador entre 2007 y 2017, y lo consolida como la cuarta economía del país, con un 5% promedio de participación en el PIB nacional (CCB, 2018a). Así mismo, su posición en el índice de “competitividad” regional vienen oscilando entre el tercer y cuarto puesto a nivel nacional, solamente superada por Bogotá, Antioquia y, en algunos años, Caldas (CCB, 2018b; CEPAL, 2015).⁷⁶ En cuanto a indicadores de calidad de vida, el departamento tiene uno de los PIB per cápita más altos del país (US\$ 10.200)⁷⁷ y ocupa los primeros lugares en otros indicadores, destacándose el Índice de Desarrollo Humano (IDH), en el que ocupa el segundo puesto a nivel nacional (0,88) después de la capital Bogotá (PNUD, 2012), y la tasa de desempleo, en la que la posición del departamento viene oscilando entre el primer y tercer puesto durante la última década, con un promedio de 6,8% a 2017 (CCB, 2018a).

No obstante, las buenas cifras del departamento tienen segundas lecturas que plantean una visión crítica de los resultados. Por una parte, le ha sido difícil a la región y a su capital reducir los niveles de subempleo e informalidad, que se muestran repetidamente por encima del promedio nacional (DANE & Banco de la República [Banrep], 2016; PNUD, 2012; Rodríguez & Calderón, 2015). También se considera que la región debe hacer mayores esfuerzos para mejorar la distribución de la riqueza, ya que se ha visto incluso un

⁷⁶ Este aspecto es de trascendencia en la política colombiana, y se establece a partir de indicadores estructurados con base en criterios como fortaleza de la economía, infraestructura, capital humano, ciencia y tecnología, finanzas y gestión públicas, facilidad para hacer negocios, internalización de la economía y medio ambiente, entre otros (MinCIT, 2013).

⁷⁷ Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). Cuentas Regionales 2016 (cifras preliminares a precios constantes), año base: 2011. El PIB per cápita nacional (2016) es US\$5.744.

crecimiento en su concentración, de forma que el GINI se ha mantenido cerca del 0,5 (Gobernación de Santander, 2016). Algo a resaltar es que, si bien los niveles de pobreza en el departamento han disminuido, la pobreza rural ha aumentado, al igual que en el resto del país (PNUD, 2012).

Pero, más allá de las diversas interpretaciones de sus estadísticas de desarrollo económico y social, lo que más llama la atención de la actual economía santandereana es su estructura diversificada, la cual se facilita por la geografía y variedad de ecosistemas del departamento (DANE & Banrep, 2016; PNUD, 2012; Uniandes, 2006). Si bien parte del crecimiento y el ingreso per cápita se debe a la producción asociada a la refinación de petróleo en el ramo de la industria, el cual representa cerca del 18% del PIB departamental, otros sectores como servicios (24,8%), construcción (14,7%), comercio (8,9%), transporte (7,0%), agropecuario (5,7%) y minas (4,3%) juegan un papel fundamental en la economía santandereana y su mercado laboral (Gobernación de Santander, 2016; CCB, 2016). En este panorama, el sector manufacturero, como subsector relevante de la industria, ha sido priorizado en las apuestas de la *Agenda Interna de Productividad y Competitividad* (DNP, 2007b). Al interior del subsector, los clústeres que más tienen relevancia son los de calzado y marroquinería, confecciones y joyería, y en un nivel menos relevante las artesanías (Uniandes, 2006; DNP, 2007b). Es de resaltar que la estructura productiva santandereana se sustenta en la microempresa, pues el 94% son micro y famiempresas (Gobernación de Santander, 2016), siendo una importante tradición en la región la presencia de empresas familiares (Guerrero, 2005).

El turismo no había jugado un papel importante en la economía y las apuestas regionales, y Santander no había sido un destino turístico destacado a nivel nacional, hasta que algunos factores lo pusieron en la mira de los gobiernos regionales y nacionales. Las actividades económicas a las que históricamente se había avocado el departamento se concentraban principalmente en el sector agropecuario -café, cacao, tabaco, piña, y producción avícola, caprina y ganadera- y en la explotación de recursos minerales, entre los que aún hoy destaca el petróleo con el principal complejo a nivel nacional, Barrancabermeja (Ramírez, 2014). Desde mediados del siglo XX, en las provincias del eje central del departamento se posicionaron las actividades asociadas al transporte de carga y pasajeros entre el interior del país y los puertos sobre el mar Caribe colombiano y Venezuela, ya que la llamada Vía al mar atravesaba el departamento de sur a norte. Esto, además, permitió que desde los años 70 comenzaran a producirse confecciones, calzado, joyas, alimentos, muebles y otros productos que engrosaron la manufactura regional y podían comercializarse fácilmente (Arenas, 1998, p. 195).

Los desajustes producidos por la política de apertura económica adoptada por el gobierno colombiano desde 1990, la apertura de la Troncal del Magdalena como carretera alternativa a la Vía al Mar (Arenas, 1998), y las llamadas crisis económicas de Venezuela, especialmente la iniciada en 2013, son algunos de los factores que pueden mencionarse para que Santander hubiera seguido el camino de la terciarización de la economía, ganando el turismo un espacio importante en esta reestructuración económica, especialmente en sus versiones de turismo de aventura y turismo de salud (Ramírez, 2014). De acuerdo con las cifras del Centro de Información Turística de Colombia (CITUR, 2018), entre 2009 y 2018 la llegada de pasajeros en vuelos nacionales prácticamente se duplicó,⁷⁸ pasando de 428.949 a 800.144. A estos últimos se suman los más de cuatro millones de pasajeros que llegaron por tierra en 2018. En cuanto a número de llegadas de extranjeros no residentes por puntos de control migratorio principalmente aéreos, la variación fue menor, pero se pasó de 14.574 en 2012, a 20.841 en 2018, aunque esta cifra, según MinCIT (2018) puede subir a cerca de 35.000 visitantes.⁷⁹ En todo caso, como muestran los mismos datos aportados por este mismo Ministerio, la llegada de extranjeros no residentes no es tan representativa en el escenario nacional, en el cual ha registrado un promedio el 1,2% del total nacional entre 2010 y 2017.

Quizás, en cuanto a cifras, lo que más destaca en Santander son las multimillonarias inversiones que se vienen realizando para, entre otros objetivos, perfilar el sector turístico como plataforma de desarrollo y competitividad regional. Algunas investigaciones dan cuenta de cómo el gobierno departamental ha asumido la inversión en turismo como igual de importante a la exigida por otras áreas, entre ellas la energía, la minería y la agroindustria (Giedelmann & Rueda, 2013). Así, para consolidar a Santander como “destino de clase mundial”, en línea con las políticas nacionales, se vienen desarrollando distintos proyectos turísticos⁸⁰ que combinan principalmente recursos monetarios nacionales, con

⁷⁸ Los vuelos nacionales pueden incluir visitantes internacionales, principalmente provenientes de Bogotá.

⁷⁹ De acuerdo con Migración Colombia (Ministerio de Relaciones Exteriores, 2019) los visitantes extranjeros que llegaron por puntos de control migratorio -principalmente aéreo-, y que reportaron como destino el departamento de Santander, fueron 20.841 en 2018. En esta cuenta, Migración Colombia también incluye a aquellos visitantes extranjeros que desean hacer registro de ingreso al país por modo marítimo y terrestre, pero en Colombia se contabilizan por aparte los visitantes extranjeros que vienen en cruceros (Modo marítimo) y los movimientos terrestres por fronteras dado que no hay obligatoriedad de registro en la internación por dichos puntos terrestres. Otras fuentes contabilizan cerca de 35.000 visitantes extranjeros a Santander (MinCit, 2018).

⁸⁰ Los 10 megaproyectos con que se pretende impulsar el turismo en Santander son: 1. Boreau de eventos, cultura y turismo; 2. Expansión del Parque Nacional del Chicamocha; 3. Red de recintos para la competitividad; 4. Monumento El Santísimo.; 5. Tren del Cañón del Chicamocha; 6. Mirador de Zapatoca; 7. Los senderos de Lenguerke (47 kilómetros de antiguos caminos empedrados restaurados); 8. Paradores turísticos y 11 rutas temáticas; 9. Ecoparque Cerro El Santísimo.; 10. Recuperación del Centro Histórico de San Gil; 11. Centro de Convenciones del Área Metropolitana; 12. Desarrollo ecoturístico páramos de Santurbán. De acuerdo con declaraciones dadas por la Ministra de Comercio, industria y Turismo a la prensa en 2017, hasta el momento el gobierno nacional había invertido 49 mil millones de pesos colombianos en los últimos seis años (Gobernación de Santander, 2017).

departamentales y de la empresa privada.⁸¹ Estos están asociados, o se han complementado, con otros megaproyectos de infraestructura que incluyen mejoramiento de vías, de sitios de interés turístico o represas, entre otros, los cuales fueron consignados en el Contrato Plan, un paquete de inversiones en la región financiado mayoritariamente por el gobierno nacional, que asciende a 6.1 billones de pesos colombianos (Presidencia de la República, 2013).

Como correlato, en los planes prospectivos de cuatro de las seis provincias del departamento que se han articulado en la formulación de una “Visión Santander 2019 – 2030” se destaca el sector turismo en sus diversas manifestaciones -ecológico, histórico, de servicios-salud, agroturismo, de aventura, etc.-, como una oportunidad para sus regiones:

Hay que anotar que las propuestas sobre turismo en las provincias de Santander tienen un papel significativo en el imaginario y en los proyectos y megaproyectos de desarrollo. Al examinar las distintas visiones a largo plazo establecidas en los diferentes planes prospectivos de las provincias de Santander, el turismo es una constante, aunque mantiene diferencias y papeles disímiles, que van en función de la disponibilidad e idoneidad de los recursos que cada región posee. (Varela, 2015, p. 39).

Los recursos que se identifican para el departamento son tanto naturales -con una diversidad de paisajes derivada de los distintos ecosistemas presentes en la región-, como culturales -en los que la historia y el patrimonio juegan un papel importante- (Pérez, 2017; Ramírez, 2014; Universidad Industrial de Santander, 2011; Varela, 2015). Incluso, se encuentra en marcha una iniciativa liderada por la Universidad Autónoma de Bucaramanga (UNAB), en alianza con el Ministerio de Cultura, para desarrollar las estrategias, acciones, planes y programas tendientes a la formulación del expediente del *Patrimonio Mixto del Cañón del Chicamocha*, para su inscripción en la Lista de Patrimonio Mundial de la UNESCO. Esta iniciativa impactaría municipios como Barichara y Curití, por lo que se empieza a poner mayor atención a la planeación del turismo en estos territorios (Varela, 2015).

De acuerdo con lo que plantean algunos autores, otro correlato de este empeño en el mejoramiento de la competitividad del turismo, ha sido el desarrollo del “proyecto identitario de la santandereanidad” (Pérez, 2017, p. 135), el cual ha implicado el relevamiento del patrimonio “turístico” regional como vía para su “conmemoración” (Giedelmann & Rueda, 2013, p. 108). Como se desglosará en los apartados siguientes, tanto investigaciones anteriores como el análisis de las políticas públicas departamentales y municipales realizado para esta tesis, permiten observar que el patrimonio cultural ha

⁸¹ Al respecto ver artículos de prensa nacional y regional: El Tiempo (2014), León (2012), Rodríguez (s.f.).

entrado en las agendas gubernamentales especialmente como recurso para el desarrollo, con un marcado acento de recurso turístico. Complementariamente, destaca su uso para la construcción de una identidad regional que ha pasado de estar asociada a hitos históricos como la Revolución Comunera (Pérez, 2017) y al ideario político liberal (Martínez, 2005), a escarbar en las profundas raíces del pasado prehispánico, construyendo con él un vínculo que parece responder al marco del multiculturalismo colombiano. Por lo anterior, Giedelman y Rueda (2013) plantean que “el reconocimiento del patrimonio cultural como elemento central en la pedagogía del estado y fortalecimiento de la santandereanidad convive con su reconocimiento como ‘motor’ o atractivo turístico principal de la región” (p. 108).

A continuación, se profundiza en el proceso mediante el cual el patrimonio cultural se ha convertido en un recurso para la diversificación de la oferta turística de aventura en Santander, y el papel que han venido a desempeñar en ello las artesanías.

5.2. El turismo de aventura en Santander ¿una apuesta competitiva?

Los distintos caminos de arriería o “caminos reales” que atravesaron Santander, entre los que destacaba el Camino del Reino o Camino del Sogamoso,⁸² permitieron que en la región surgiera una importante densidad de poblados que abastecían a los viajeros y comerciantes que circulaban por estas rutas (Arenas, 2006). Cuando a mediados del siglo XX se construyó la Vía al Mar, o Troncal del Oriente, muchos de estos pueblos quedaron aislados demorando la llegada de la modernidad a sus centros históricos, los cuales conservaron un grado importante de integridad (Sánchez, 2007).

La antigua Vía al Mar o Troncal de Oriente -hoy Troncal Central o Ruta Nacional 45- es una carretera nacional que parte de la capital colombiana, Bogotá, conecta los municipios más importantes de la zona sur santandereana, llega a San Gil, circunda a Bucaramanga y sigue hasta la costa Caribe, atravesando así el departamento de Santander. En esta dirección, San Gil se considera la puerta de entrada al área de influencia del cañón del Chicamocha, principal atractivo natural de la región y donde se encuentra el núcleo turístico del departamento. Pero en la década de 1990 comenzó la construcción de la Troncal del Magdalena que unió a Bogotá con los puertos de la costa atlántica sin necesidad de pasar por el centro de Santander, de manera que Bucaramanga y San Gil

⁸² El nombre cambiaba según la dirección del viajero, si es que iba en dirección al nororiente, hacia un punto navegable en el río Sogamoso, o hacia el centro de Colombia, al altiplano cundiboyacense, llamado “El Reino”, porque allí se encontraban las capitales de Tunja y Santa Fé, donde se localizaban las sedes del gobierno (Arenas, 1998).

perdieron en buena parte su función como “puertos terrestres” y se vieron ante la necesidad de idear nuevas alternativas económicas (Arenas, 1998, p. 195). Fue entonces cuando el turismo cobró relevancia en los planes regionales, como lo permite ver el primer *Plan de Desarrollo Turístico del Departamento de Santander*, encargado a la Universidad Externado de Colombia (Gobernación de Santander, 1994).⁸³

El Plan planteó como estrategia general para la reorientación económica de las provincias centrales del departamento el cambio de uso de la antigua Vía al Mar: “Si por esta carretera se dio el desarrollo turístico obligado por ser el trayecto ‘de paso’ entre la costa y el interior, ahora debe pasar al itinerante o ‘paso a paso’, mediante una acción estratégica en los núcleos receptores” (Gobernación de Santander, 1994, p. 109). De esta manera, el gobierno departamental apostaba por convertir el revés de la vía tradicional en una ventaja: la descongestión de tráfico pesado permitiría una mejor gestión y visualización turística de la ruta, a la que se llamó desde entonces “La Ruta Ideal”. Según el Plan, el valor de esta última se sustentaba en sus inigualables características de paisaje, los atractivos naturales, la gastronomía y en la cuantía de centro históricos adecuadamente conservados que se hallaban cerca de la carretera. En consecuencia, se identificaban el ecoturismo y el turismo cultural como las mejores opciones para la región.

Casi en paralelo, el gobierno de Colombia inició el ya mencionado *Estudio de Competitividad del Sector Turismo* (Proyectos & Inversiones Turísticas, 1997). Santander se proyectó en el clúster formado por los Santanderes⁸⁴ y se partió de su carácter de zona fronteriza para establecer como objetivo principal el atraer turistas de Venezuela. El producto fuerte de los santanderes, según el estudio, era el turismo de negocios, convenciones y eventos, que se complementaba con compras locales, aprovechando la relación de cambio de moneda y manejo aduanero. Así, los destinos relevantes del clúster serían Bucaramanga y Cúcuta, las capitales. No obstante, el estudio reconocía la existencia de un turismo vacacional doméstico con motivación heterogénea, que incluía algunos poblados históricos, entre ellos Barichara y Socorro. También destacaba los paisajes de montaña, sitios de interés ecoturístico, turismo de salud y termalismo y algunos deportes de aventura como canotaje, parapentismo y espeleología. Respecto al patrimonio cultural

⁸³ Al término de esta investigación persiste la duda sobre si el Plan fue sancionado por la Asamblea Departamental. Aunque el documento existente en el archivo de la Universidad Autónoma de Bucaramanga dice que fue sancionado, de acuerdo con Luis Gustavo Álvarez, quien fuera decano de la Facultad de Hotelería y Turismo de la Universidad Externado de Colombia, entidad encargada de realizar el Plan, y posteriormente presidente de la Junta Directiva de lo que entonces era el Fondo de Promoción Turística de Santander, entidad encargada de apoyar su implementación, el documento nunca se sancionó oficialmente (entrevista personal, agosto de 2015).

⁸⁴ Santander y Norte de Santander son dos departamentos independientes que antiguamente conformaban una única región jurisdiccional que en el siglo XIX constituyó el Estado Soberano de Santander. Al conjunto de los dos departamentos se les denomina actualmente El Gran Santander.

del clúster, el estudio señalaba que Santander se caracterizaba por la cantidad de pueblos históricos y sitios de interés arqueológico.

Finalmente, ni el *Plan de Desarrollo Turístico del Departamento de Santander* de 1994, ni los lineamientos del estudio de competitividad del turismo de 1997, se implementarían íntegramente, aunque existía gran interés de entidades públicas, privadas y mixtas regionales por crear un producto turístico en Santander. Éste, al final, se fue estructurando a partir de propuestas de los empresarios santandereanos -reunidos en Prosantander-⁸⁵ y del Fondo Mixto de Promoción Turística regional, con un decidido apoyo de la Cámara de Comercio de Bucaramanga (CCB), quienes vieron una oportunidad en el turismo de aventura, ya que no se contaba con ningún clúster estructurado en el país (L.G. Álvarez, entrevista personal, agosto de 2015). Para ello se realizó un proceso de transferencia tecnológica con un consultor de Costa Rica y se implementaron las marcas “Santander, tierra de aventura” y “Bucaramanga, ciudad de eventos y congresos”.⁸⁶ San Gil fue designada “Capital Turística de Santander” y se desarrolló como principal actividad en la región el canotaje, y posteriormente se sumó el vuelo en parapente, espeleísmo, torrentismo y rapell (CCB, 2006; Cundisan, 2012; DNP, 2006b). De allí en adelante, el turismo de aventura ha sido la oferta principal del departamento para los instrumentos de planeación nacional del turismo, los convenios de competitividad y las estrategias de promoción nacional e internacional.

Tras este golpe de timón en el enfoque del desarrollo turístico departamental, comenzaron a producirse los instrumentos de política y planeación para la consolidación del turismo de aventura como oferta regional. Por una parte, ya entrado el siglo XXI, la CCB planteó la estructuración de un plan sectorial que especificara las estrategias a seguir para el desarrollo del turismo de aventura. No obstante, y paradójicamente, este plan resalta principalmente los valores culturales e históricos del territorio, los cuales fueron destacados en el estudio de percepciones realizado con los propios empresarios y habitantes de la región,⁸⁷ y llama la atención sobre la necesidad de que se preserven la cultura y tradiciones regionales (CCB, 2006).

⁸⁵ Fue una entidad creada en 1986 por un grupo de empresarios con el propósito de fomentar el progreso e integración del departamento y del oriente colombiano.

⁸⁶ Para este fin la Cámara de Comercio de Bucaramanga apoyó la creación de un recinto ferial de gran magnitud llamado Cenfer.

⁸⁷ El estudio (CCB, 2006) se realizó con empresarios y actores locales involucrados. Se destacan como fortalezas los atractivos históricos y culturales, con una participación del 52%. Le siguen los recursos naturales (33%), y los recursos humanos (7%) (p. 22). Los atractivos visitados para la elaboración del Plan fueron principalmente naturales: cascadas, cuevas, miradores, pozos, etc. Aun así, las conclusiones resaltan principalmente el patrimonio cultural como elemento de valor del territorio: la revolución comunera y su impacto en Suramérica como atractivo histórico de importancia para la humanidad; la variada oferta gastronómica criolla; la arquitectura “rústica y colonial” en tapia y bahareque en la mayoría de los municipios; la presencia de

Figura 6. Imagen publicitaria de Santander.



Fuente: Aventura Total (s.f.).

Durante este mismo período, el gobierno de Hugo Aguilar Naranjo, con importantes recursos económicos aportados por el gobierno nacional de Álvaro Uribe, construyó el Parque Nacional del Chicamocha (Fig. 6), uno de los proyectos turísticos más importantes que se ha llevado a cabo en la región. Desde el principio el propósito era crear un parque que aprovechara el atractivo del Cañón del Chicamocha y funcionara como bisagra para dar fuerza a un corredor turístico que conectara el Área Metropolitana de Bucaramanga, la región de San Gil-Socorro y los circuitos turísticos del Altiplano Cundiboyacense (Jaramillo & Alfonso, s.f.). Si bien el parque se planteó en el proyecto como una especie de centro de interpretación de la cultura y la historia santandereana para desplegar la “santandereanidad” como política de identidad regional, y no obstante que para su construcción se utilizaron recursos departamentales del sector cultura, se desarrolló como un parque temático en el que las principales atracciones están relacionadas con el turismo de aventura (Cote, 2006).

Si bien puede decirse que la gobernación de Horacio Serpa Uribe (2008 – 2011) intentó dar mayor relevancia a la diversificación de la oferta turística en Santander mediante el apoyo a proyectos culturales y el aprovechamiento de recursos naturales para el turismo, las bases planteadas en cuanto a la concentración en el turismo de aventura y en las políticas de desarrollo turístico de Hugo Aguilar trascendieron ese gobierno y el sucesivo, toda vez que quien asumió la gobernación para el período 2012 – 2015 fue Richard Aguilar Villa, su hijo. El *Plan de Desarrollo 2012 – 2015: Santander en Serio, el Gobierno de la Gente*, da gran relevancia a la necesidad de seguir desarrollando el sector turístico a partir del posicionamiento del Parque Nacional del Chicamocha y el desarrollo de otros megaproyectos similares, para lo

numerosos Monumentos Nacionales que deben ser incluidos en la oferta turística de la región; los más de 19 Km de caminos en piedra en buen estado; y, entre otros, la “oferta amplia e interesante de artesanías: fique, alfarería, capote, piedra, caolín, guadua para los turistas” (p. 13).

cual el principal aliado era el referido Contrato Plan. Obras insignia de este gobierno fueron la construcción del Parque Cerro El Santísimo, en el Área Metropolitana de Bucaramanga, y una segunda fase del Parque Nacional del Chicamocha, que implicó la construcción y puesta en funcionamiento de un Acuaparque (Fig. 7) que se considera único en su tipo en Colombia (Gobernación de Santander, 2012).

Figura 7. *Parque Nacional del Chicamocha.*



Figura 8. *Acuaparque.*



Fuente: Corporación Parque Nacional del Chicamocha (2018).

Estos enfoques de desarrollo turístico ayudaron al posicionamiento de Santander, y especialmente de su núcleo turístico con San Gil a la cabeza, como destino de turismo de aventura, de manera que el departamento ha sido presentado con frecuencia como caso de éxito en esta tipología (Beltrán & Bravo, 2008; Gómez, 2003). No obstante, desde hace más de una década se han comenzado a realizar estudios que revisan críticamente estas conclusiones. Uno de los primeros aspectos sobre los que se llamó la atención fue el de los impactos ambientales y el deterioro de los lugares utilizados por los turoperadores (Rojas, 2005). Otra problemática señalada ha sido la “competencia desleal”, que se relaciona habitualmente con la proliferación de empresas con bases muy empíricas en el sector turístico, lo cual se agrava por la aparición en escena de empresas ilegales en temporada alta (C. Díaz, entrevista personal, agosto 2015). Todo ello ha conllevado el deterioro de la calidad de los servicios, la cual ha ido acompañada de un incumplimiento de las normas, de la estandarización de servicios, de la regulación de tarifas y de las condiciones mínimas de calidad para la seguridad de los turistas. Varios de estos aspectos se relacionan con otro factor que es señalado por

especialistas, como es la baja formación o capacitación de los prestadores de servicios turísticos (L.G. Álvarez, entrevista persona, agosto 2015; Hernández, 2003; Rojas, 2005).⁸⁸

Como ha permitido observar esta investigación y otras precedentes, como la de Rivera (2011), estas mismas problemáticas son percibidas por residentes, empresarios y autoridades locales. La autora, sin embargo, agrega otras que han sido poco atendidas por los investigadores, tales como la pérdida de valores de vecindad y de “buenas costumbres”, ya que se considera que el turismo ha estimulado la prostitución, el robo y el consumo de alcohol y drogas. También, Rivera señala que aparecen posiciones críticas de los residentes hacia los empresarios turísticos porque no encuentran en ellos mayor interés por el “rescate de manifestaciones culturales” (p. 41) y porque no logran la mínima “interacción con el entorno” que se considera necesaria en el turismo (p. 45).

Todos estos factores han hecho que los últimos gobiernos departamentales se planteen una reconsideración del camino por el que se ha optado en materia de turismo y den cada vez más fuerza a la idea de diversificación de la oferta, retomando antiguas recomendaciones de documentos como el plan sectorial de 1994, que llamaban la atención sobre el patrimonio cultural y natural de la región como importantes recursos para el turismo.

De hecho, el *Plan de Desarrollo “Santander nos une” (2016 – 2019)*, del gobernador Didier Tavera, presenta como hallazgo de su diagnóstico que la promoción turística de la región se ha centrado en la “majestuosidad de los parques” [temáticos], dejando de lado el desarrollo de productos turísticos en el campo del turismo de naturaleza, gastronomía, cultura y el mismo turismo de aventura. Resalta que “el departamento cuenta con potencialidades que pueden permitir la atracción de turistas de nicho: arqueología, avistamiento de fauna y flora, compras, destinos patrimonio, golf”, a lo que puede sumarse de manera principal el turismo *Meetings, Incentives, Conventions, Congress and Exhibitions* (MICE) y turismo de salud (Gobernación de Santander, 2016, p. 111). Para esto, el Plan plantea que se deben estructurar nuevas rutas turísticas, fortalecer los parques nacionales y reservas regionales naturales que brinden alternativas ecoturísticas, recuperar recursos naturales deteriorados, adoptar normas de calidad y seguridad, fortalecer y desarrollar infraestructura turística, crear un clúster y un holding de turismo departamental, y posicionar una Marca

⁸⁸ Luis Gustavo Álvarez, rector de Unisangil, comenta lo siguiente: “Lamentablemente en algún momento empezó a decaer la calidad, y la gente no quiere pagar más precio por la bajada en balsa, entonces se reducen las condiciones de calidad, se dejan de comprar seguros, no se hace mantenimiento adecuado de los botes; no generalizo, en algunos casos. Entonces viene una guerra de tarifas, empiezan a nacer las otras empresas, viene la competencia un poco a dentelladas, entonces ahora, no sé, tenemos 18, 20 empresas de canotaje. Mejor dicho, aquí todo el mundo hace canotaje, y si no tiene una balsa hace negocio con el turista y va y se levanta al alguien para ganarse un descuentico porque le consiguió el negocio. Eso se tiene que acabar, pero lamentablemente ha habido una gran inconciencia de los gobiernos de San Gil para impedir que eso pase” (entrevista personal, agosto 2015).

Región, entre otras metas. No obstante, dentro de sus proyectos estratégicos, este gobierno, de manera similar a los anteriores, también da gran relevancia al desarrollo de parques para la práctica de actividades tradicionales del turismo de aventura y parques temáticos.

A continuación, se profundiza en las representaciones del patrimonio cultural como recurso para la diversificación de la oferta turística de los últimos instrumentos de planeación general y sectorial de la región.

5.3. La puesta en valor del patrimonio santandereano a través del turismo

En los instrumentos de política y planeación del departamento de Santander se observa que existe una asociación permanente entre patrimonio cultural y turismo. En realidad, como sostienen Giedelmann y Rueda (2013), y en sincronía con lo que ha sucedido en el resto de Colombia, “se someten diversos aspectos de la gestión del patrimonio a la oferta y demanda del mercado turístico” (p. 114). Vale la pena mencionar, en primera instancia, la renovación del *Convenio de Competitividad Turística Departamento de Santander. Visión: Destino de Aventura, Salud y Cultura*, realizada en 2008 entre el departamento y el Estado (MinCIT, 2008).⁸⁹ Este encamina la política turística departamental hacia una mayor diversificación y plantea la vinculación del patrimonio cultural a las preocupaciones del gobierno departamental, con base en la concepción del patrimonio cultural como recurso de desarrollo. El convenio da relevancia a proyectos como la recuperación de los “caminos de Lengherke” en los municipios de Zapatoca y Barichara, y el desarrollo del Festival de Cine Verde de Barichara, ambos apoyados por el Viceministerio de Turismo; la contratación del diseño de una ruta histórico-cultural en Santander y la estructuración de producto rural-cultura San Gil-Mesa de los Santos-Piedecuesta; el desarrollo de turismo comunitario en la provincia de García Rovira; y el diseño de productos turístico culturales en la provincia veleña.

En cuanto a los planes departamentales de desarrollo, en el período 2008 – 2011 (Gobernación de Santander, 2008) se incluyó una línea estratégica denominada “Santander, ruta turística para Colombia y el mundo”, que se planteaba como propósito la promoción y diversificación de la oferta turística del departamento mediante el aprovechamiento del potencial endógeno y el desarrollo de rutas turísticas. Incluía estrategias para la diversificación del turismo como la navegación recreativa y científica por el río Magdalena. En este período, el patrimonio es asumido como atractivo turístico y hay un especial énfasis, como se mencionó anteriormente, en los centros históricos. Como forma de validación, el plan

⁸⁹ Ver en los anexos el cuadro: “Convenio de competitividad turística departamento de Santander. Matriz de compromisos. Visión: destino de aventura, salud y cultura”.

señalaba que, de los representantes que participaron en la constituyente -proceso participativo de elaboración del Plan-, el 52% considera que, de los recursos que tiene el departamento para el desarrollo del turismo, los históricos y culturales son los de mayor potencial. Ahora bien, como señalan Giedelmann y Rueda (2013), aunque la gestión del patrimonio cultural se legitima como una oportunidad para promover el desarrollo social, cultural y económico de la región, no se precisan estrategias ni acciones que indiquen cómo hacerlo.

En cuanto al patrimonio cultural inmaterial y el turismo, se hacen sugerencias que permiten observar que éste se concibe especialmente en el marco de las industrias culturales para la creación de productos turístico-culturales. Se considera, por ejemplo, que los artistas y gestores propician actividades que involucran creativamente a las comunidades y crean bienes culturales, que son, por una parte, elementos de difusión cultural y, por otra, parte fundamental del patrimonio cultural de la región. Las actividades culturales se ven como un renglón importante de la economía por cuanto generan ingresos para el turismo, a través de festivales, salones de arte, ferias artesanales, o concursos, entre otros. También, porque estos eventos se constituyen igualmente en fuente de empleos directos e indirectos, en diferentes sectores de la economía como hoteles, restaurantes, transporte o artesanía (Gobernación de Santander, 2008).

Vale la pena mencionar que en este período el gobierno reconoce que ha sido el turismo el promotor del patrimonio cultural, encargándose de su conservación y divulgación. El turismo, según el documento, ha desnudado la necesidad de preservar los valores materiales e inmateriales que configuran la santandereanidad y el aporte de la región a la historia de la cultura con la Revolución Comunera. Se lamenta que no existan los inventarios de patrimonio pertinentes y, tanto para el patrimonio material como el inmaterial, se traza el propósito de actualizarlos para realizar una adecuada catalogación de los bienes. Por todo lo anterior, en concordancia con Giedelmann y Rueda (2013), puede concluirse que en la política pública regional del período 2008 – 2011 “el patrimonio cultural es concebido como un recurso disponible para su explotación financiera en términos de generación y diversificación del trabajo, y como una oportunidad para la producción de recursos adicionales a la economía regional” (p. 114).

Para el período 2012 – 2015, el turismo toma un gran protagonismo en la generalidad de la política porque “se considera un instrumento de desarrollo por su contribución al crecimiento económico regional, al fortalecimiento de la identidad y al mejoramiento de la calidad de vida de la población receptora” (Gobernación de Santander, 2012, p. 96). En cuanto a la relación con el patrimonio, si bien uno de los objetivos del Plan es “conservar, preservar

y difundir el patrimonio cultural con el propósito de salvaguardar para las próximas generaciones la fortaleza de la identidad de Santander” (p. 71), se hace énfasis en el aprovechamiento del patrimonio para el desarrollo social y económico, principalmente a través de la consolidación de infraestructura, con un fuerte acento en megaproyectos turísticos y culturales y la facilitación de la inversión privada en ellos.

Expresamente, el Plan plantea la complementariedad entre infraestructuras turísticas -o subsidiarias del turismo- y los atractivos, que incluyen el patrimonio cultural. Por ejemplo, una de las decisiones es “gestionar y apoyar la construcción y/o mejoramiento de la infraestructura necesaria que permita acceder competitivamente a los atractivos regionales teniendo como modelo empresarial a PANACHI” (p. 101). De esta manera, el Plan institucionaliza una de las formas de relación entre cultura, patrimonio y turismo más notorias en las últimas décadas en Santander, que ha sido la inversión de recursos en la construcción de monumentos dotados de infraestructura para la prestación de servicios comerciales y turísticos.

Este Plan hace énfasis también en que “Santander es forjador de historia colombiana” y resalta los poblados que ha sido testigos de ello, aspecto que, unido al valor del conjunto arquitectónico de sus centros históricos y al del paisaje, se consideran “activos” de la memoria cultural del país (p. 87). Se plantea, en consecuencia, fortalecer los corredores de pueblos coloniales. Los centros históricos, por su parte, se consideran el recurso base para fortalecer el corredor histórico patrimonial de Girón, San Gil y Socorro, proyectando para él una oferta de servicios turísticos para nacionales y extranjeros. En consecuencia, la historia y la cultura se consideran fuertes recursos para la “competitividad y la globalización”, especialmente por su capacidad de atracción de turismo internacional.

Figura 9. Imagen publicitaria que denota diversificación de la oferta de turismo de aventura en Santander



Fuente: Grupo Empresarial Norato (2016).

En este nuevo contexto, el gobierno departamental, con el apoyo del Fondo de Promoción Turística de Colombia, encargó en 2012 un nuevo plan de desarrollo turístico a la Unión Temporal Turismo Cundisan, integrada por Tourism Consulting S.A.S., y la Fundación Universitaria CAFAM. El Plan planteó la necesidad de que Santander diversificara su oferta turística y apuntara a una oferta integral, posicionándose en productos con base en la historia santandereana, la cultura, la naturaleza y la oferta de salud y de congresos. Consideraba que el clúster del departamento de Santander debía ser la ciudad de Bucaramanga y su área de influencia, con exponentes como San Juan Girón, Floridablanca y Piedecuesta.⁹⁰ Así mismo, identifica cuatro microclúster para el departamento: El Parque Natural Nacional Sierra de los Yariquíes, que simboliza la riqueza natural del departamento; el centro-sur de Santander, cuyos exponentes son el turismo de aventura y el histórico-cultural, en los municipios de San Gil, Curití, Charalá, Páramo, Pinchote, Socorro, Barbosa y Vélez; Barichara, población “tranquila” y “enfocada 100% en la cultura”; y la represa Hidrosogamoso, que representa uno de los megaproyectos de dinamización turística de la región (Cundisan, 2012).

Pese a los esfuerzos y la inversión realizada, este instrumento no fue sancionado por la Asamblea Departamental ni por el DNP. Se encargó entonces a un nuevo consultor un plan para un año que permitiera llevar a cabo la política turística del gobierno en curso antes de finalizar el mandato. En este nuevo Plan se planteó el objetivo de desarrollar la competitividad y la sostenibilidad turística de Santander para posicionar la región a nivel internacional como destino de turismo de naturaleza, a nivel Latinoamericano como destino de turismo cultural y a nivel nacional como destino del turismo de salud y de eventos y convenciones (Varela, 2015). Uno de los propósitos que se trazó fue conformar un Distrito Turístico, Cultural e Histórico en el departamento a partir de los municipios de Los Santos, Jordán, Aratoca, Villanueva, Curití, Barichara, Cabrera, San Gil, Pinchote, Socorro, Confines, Mogotes, Valle de San José, Páramo, Ocamonte y Charalá. Así mismo, apoyar la creación de proyectos de turismo comunitario y/o agroturismo -como tipologías contenidas en el turismo cultural- alrededor de los megaproyectos turísticos departamentales.

El *Plan de Desarrollo “Santander nos une” (2016 – 2019)* (Gobernación de Santander, 2016) recoge algunas de las líneas antecesoras en materia de desarrollo turístico y de gestión turística del patrimonio, no obstante que da un nuevo énfasis a la importancia de este último para recobrar “valores, principios y tradiciones culturales” con el fin de “recuperar la identidad santandereana”, algo que se considera fundamental para “la generación de entornos sostenibles que faciliten escenarios de paz y reconciliación” (pp., 175-176). El Plan parte del

⁹⁰ Respecto al municipio de Piedecuesta, el plan hacía énfasis en La Mesa de los Santos.

señalamiento de que Santander es un departamento reconocido por tener una de las mayores riquezas históricas en Colombia, en lo cual destaca el periodo colonial. Asociado a ello resalta el nivel de conservación de la arquitectura “original colonial”, y el reconocimiento de varios centros históricos con su inclusión en la Red Turística de Pueblos Patrimonio de Colombia. Además, señala la declaración de un número importante de bienes inmuebles como BIC del ámbito nacional y resalta que “Barichara es el único lugar en Colombia que mantuvo la tradicional técnica de construcción en tierra” (p. 175). Junto al patrimonio inmueble destaca el patrimonio mueble colonial, las llamadas “rutas del Bicentenario [de la independencia]”, y manifestaciones del patrimonio inmaterial como los cantos de guabina, bailes de torbellino, mitos y leyendas, fiestas tradicionales, festivales de danza, teatro, cine, ferias del libro y la literatura. También da más relevancia que los planes anteriores a la gastronomía y las artesanías al considerarlas la “imagen de la cultura y laboriosidad” que caracteriza a Santander (p. 71).

Las estrategias de este Plan para lograr una mayor apropiación social del patrimonio pasan por conseguir la declaratoria del cañón del Chicamocha como Patrimonio de la Humanidad por parte de Unesco, y fortalecer y/o construir espacios culturales que permitan el intercambio en torno a costumbres, saberes y tradiciones, incluidos espacios de formación. En diálogo con ello, el Plan se adentra en asociar el patrimonio cultural a la generación de infraestructuras que resultan de múltiple propósito y que se plantean como “proyectos estratégicos”, entre los que resalta el desarrollo del Parque Temático del Pienta, en el municipio de Charalá, para conmemorar la batalla preámbulo de la independencia de Colombia. No obstante, incluyen otros proyectos como el Parque Nacional del Cacao en San Vicente de Chucurí.

Así las cosas, se viene dando la constante en los instrumentos de planeación del desarrollo departamental, y entre ellos, específicamente en los del sector turístico, de considerar el patrimonio cultural como acervo de bienes y manifestaciones celebrativas de la identidad santandereana desde un enfoque histórico-costumbrista, que constituyen recursos para fundamentar el desarrollo de una oferta turística más diversificada y diferenciada en Santander. No obstante, o quizás por ello mismo, tanto los planes como las acciones se varan en la construcción de monumentos y parques temáticos que, como señala Pérez (2017), consolidan una perspectiva estratégica de turismo tradicional de recreación, la cual limita el desarrollo de nuevas alternativas de turismo sostenible en las líneas que los mismos instrumentos de planeación declaran querer alcanzar: especialmente, turismo cultural y de naturaleza. Esto, siguiendo Pérez, mercantiliza la cultura de una forma que limita la inserción

de las comunidades y da todo el protagonismo en la gestión turística del patrimonio a la industria del turismo.

Figura 10. *Cañón del Chicamocha.*



Fuente: Fotografía de Luz Andrea Cote N.

Figura 11. *Parque Cerro El Santísimo.*



Fuente: fotografía de Vanguardia Liberal (Castro, 2018).

Figura 12. *Modelo parque temático Pienta.*



Fuente: Gobernación de Santander (2016, p. 108).

Han sido quizás de mayor impacto para la visibilización nacional del patrimonio cultural de Santander como fuente de un posible turismo cultural o, al menos, más diversificado, las acciones emprendidas por entidades del orden nacional como el Viceministerio de Turismo, Fontur y Procolombia, en ocasiones en conjunto con el Ministerio de Cultura. Cabe destacar la participación del departamento de Santander en el marco de dos proyectos impulsados por el Ministerio de Viceministerio de Turismo del MinCIT que se explicaron en el capítulo anterior. Por una parte, las rutas turístico-

culturales asociadas a la celebración del bicentenario de la Independencia de Colombia, entre las que se incluyó la llamada Ruta de Los Comuneros, la cual busca recrear y revivir el trayecto realizado por el alzamiento en 1781. La consultoría para el diseño de la ruta, contratada por el Viceministerio de Turismo, dio inicio a la realización de caravanas turísticas en el marco del programa “Vive Colombia, viaja por ella”. Esta ruta se incluiría en la llamada Ruta Libertadora, promovida durante las celebraciones del Bicentenario de la Independencia, pero su definitiva implementación tampoco ha visto la luz.

De igual forma, los municipios de Barichara, San Juan Girón y El Socorro fueron vinculados a la Red Turística de Pueblos Patrimonio de Colombia. A través de la Red estos municipios han podido gestionar recursos para adelantar, principalmente, obras de infraestructura turística y promoción nacional e internacional como destinos de turismo cultural; así mismo, recursos para la realización de sus PEMP. Vale la pena, entonces, llamar la atención sobre la ausencia de ambos proyectos en las políticas de patrimonio y turismo departamentales. En ninguno de los planes de desarrollo ni sectoriales se establecen propuestas de articulación con la política nacional de promoción del turismo cultural a través de estos programas. No obstante, y como se verá especialmente para el caso de Barichara, estas decisiones han tenido mayor trascendencia y son de más visibilidad a nivel local que las planteadas por los sucesivos gobiernos departamentales.

Figura 13. *Divulgación de Barichara en la Red Turística de Pueblos Patrimonio de Colombia*



Fuente: Siart (2014a).

5.4. La patrimonialización y el uso turístico de las artesanías en Santander

Santander no fue uno de los 5 departamentos de Colombia que priorizó las artesanías en sus apuestas productivas y acuerdos de competitividad, por tanto, el sector artesanal no es relevado en su *Agenda Interna para la productividad y la Competitividad* (2007b), en la que sí se destacan las manufacturas de la cadena del cuero, calzado y

marroquinería, el turismo y otras industrias creativas como las artes gráficas. No obstante, en el análisis de las políticas públicas departamentales y los instrumentos de planeación se puede observar el surgimiento de cierto interés por poner en valor las artesanías en clave de cultura y patrimonio, y, a la vez, su consideración como un recurso complementario que agrega valor cultural a la experiencia turística a través de la compra-venta, por ejemplo, en espacios o eventos feriales. Aun así, en los instrumentos de política no se estructuran claramente estrategias para desarrollar estas ideas.

En *Plan de Desarrollo "Santander en serio" 2004 – 2007*, por ejemplo, dentro del programa de difusión y fomento de la actividad artística y cultural del departamento, se plantea fortalecer la capacidad creadora y el desarrollo artístico de los artesanos, de manera que aporten a la dinamización de la oferta de bienes y servicios artísticos y culturales de la región. Como recurso turístico, las artesanías se relevan únicamente en el Circuito Turístico de Aventura en el que se considera que el turismo puede potenciar el mercado de las artesanías de fique -Curití-, piedra -Barichara- y algodón -Charalá-, entre otras.

El *Plan de Desarrollo Departamental 2008 – 2011 "Santander incluyente"*, como se ha dicho, reconoce que la conservación y divulgación del patrimonio cultural e inmaterial ha sido motivada por otros sectores, como el turístico, y manifiesta interés por actualizar el conocimiento y los inventarios sobre PCI. Para esto el Plan plantea, entre otras acciones, recuperar el conocimiento de producción artesanal para su posterior promoción y divulgación a través de cuatro "museos vivos". También se propone el fomento artesanal, lo que podría entenderse como un desarrollo de la artesanía como industria creativa, a través de distintas acciones: promover la participación de los artesanos en eventos regionales, nacionales e internacionales; realizar eventos de capacitación de los artesanos por provincia; consolidar colectivos de artesanos que busquen alternativas integrales y conjuntas, mediante programas de capacitación, producción y promoción empresarial; impulsar una imagen de marca de la artesanía santandereana con miras a asegurar un posicionamiento en el mercado nacional e internacional; vincular artesanos a un plan de atención integral departamental; y apoyar la creación de escuelas de artes y oficios. Con esto último el Plan también se traza el objetivo de visibilizar y reconocer la importancia de los aportes culturales y valores de los grupos étnicos en Santander, como los U'wa, y se traza también el propósito de apoyar la participación de las etnias presentes en el departamento en ferias artesanales. En cuanto a la relación entre artesanía y turismo, resalta los espacios feriales como recursos importantes:

En la difusión cultural, los artistas y gestores propician actividades que involucran creativamente a las comunidades y crean bienes culturales, que son por una parte elementos de difusión cultural y, por otra, parte fundamental del patrimonio cultural de la región. Las actividades culturales son un renglón importante de la economía, por cuanto generan ingresos para el turismo, a través de festivales, salones de arte, ferias artesanales, concursos. Estos eventos son igualmente fuente de empleos directos e indirectos, en diferentes sectores de la economía como hoteles, restaurantes, transporte, artesanos, etc. (Gobernación de Santander, 2008, p. 241).

En el *Plan de desarrollo 2012 - 2015 "Santander en serio, el gobierno de la gente"*, también se incluye un programa de fomento artesanal con objetivos y metas muy similares a las del gobierno anterior. Se propone promover el desarrollo de la artesanía santandereana y fortalecer su divulgación en eventos regionales, nacionales e internacionales, para lo cual plantea apoyar la participación de artesanos en eventos regionales, nacionales e internacionales; formar y capacitar técnicamente a los artesanos de los diferentes Núcleos de Desarrollo Provincial; e impulsar una imagen de marca de la artesanía santandereana con el propósito de posicionarla en el mercado nacional e internacional. Así mismo, cuenta con un programa de diversidad y diálogo intercultural, dentro de cuyos objetivos está el capacitar en artes u oficios a 5 organizaciones de grupos étnicos y de especial interés.

El *Plan de Desarrollo "Santander nos une" (2016 - 2019)* mantiene más o menos el mismo enfoque en su componente programático, partiendo de la idea de que las artesanías son importantes en la proyección de la imagen de la cultura y laboriosidad santandereanas. El Plan resalta "la creciente participación de Santander en los principales eventos artesanales a nivel nacional y el incremento del número de artesanos y comunidades artesanales con productos que conservan los métodos tradicionales, en donde también sobresalen la ola de diseños más contemporáneos" (Gobernación de Santander, 2016, p. 71). A continuación, hace referencia específica al municipio de Curití y su tradición en la elaboración de artesanías en fique. Las estrategias de fomento artesanal se centran, de nuevo, en favorecer la participación de artesanos en eventos regionales, nacionales e internacionales y promocionar la imagen de marca de las artesanías santandereanas, a lo que se agregan metas para el mejoramiento del bienestar de los artesanos con la afiliación al sistema de riesgos laborales de la población informal y la formación para la prevención de riesgos ocupacionales.

Más allá de estas propuestas, los impactos de las estrategias trazadas en los planes de desarrollo sobre la artesanía santandereana han sido tímidos, y han tenido poca influencia en su patrimonialización y vinculación a la oferta turística departamental. Al

igual que en el ámbito general del turismo cultural, mayor relevancia han tenido en este sentido algunas estrategias y acciones de intervención realizadas por entidades del nivel nacional y agentes privados llegados al territorio, en las cuales esa relación dialógica entre el valor patrimonial de las artesanías y su interés turístico ha sido fundamental. Como resultado, algunos municipios han comenzado a hacer de la artesanía algo más que un elemento complementario en su oferta turística, especialmente Barichara, Charalá y Curití. Para comprender cómo se ha dado este proceso es necesario revisar, al menos en breve, el proceso histórico desde el cual la artesanía santandereana recibe su valor cultural actual.

5.4.1. De los textiles prehispánicos al milagro colonial del Socorro

El territorio que actualmente corresponde a la zona de influencia del cañón del Chicamocha, en el área central del departamento de Santander, estuvo habitado por los Guane, grupo social indígena que, como señala Ardila (2011), fue el más representativo que encontraron los europeos a su llegada al actual departamento de Santander. La época de ocupación se considera que inició entre el año 700 y 1000 d.C., y se extendió hasta el siglo XVI d.C., considerándose hoy un pueblo prehispánico extinto (Ardila, 2011).⁹¹ Los Guane fueron esencialmente agricultores de maíz, algodón y fríjol, y lograron un desarrollo considerable de la alfarería; no obstante, han sido destacados especialmente por la calidad de sus tejidos. Utilizaban la fibra de algodón para elaborar mantas, y la del “fique” (planta del género *furcraea*) para complementos de la indumentaria e instrumentos de caza, pesca y carga, entre otros (Álvarez, 2006; Ardila, 2011). Las mantas de algodón las hacían tanto para tributación e intercambio (Álvarez, 2005), como para vestimenta y uso ritual (Cardale, 1993). Con ellas se premiaba a los ganadores de las carreras (Raymond, 2010), se envolvían las momias y, sobre ellas, se tendían los sacrificados (Correal & Flórez, 1992).

La etnia Guane tuvo una acelerada desaparición debido al impacto mismo de la colonización y los procesos de mestizaje, pero, sobre todo, a una temprana epidemia de viruela y cólera que acabó con cerca del 90% de su población tan solo 30 años después de

⁹¹ No obstante, habitantes de las veredas de Butaregua y Lubigará, en el municipio de Barichara, iniciaron en 2001 un proceso para que el Estado les reconociera derecho a tierras de resguardo argumentando su pertenencia a la etnia Guane (Cote, 2001). Estas personas habitan en una de las zonas de mayor presencia Guane reconocida por la arqueología y la historia, y tienen apellidos que son reconocidos por algunos especialistas como guanes: Guaiteros, Alquichire, entre otros. Hasta el momento el territorio de resguardo y la figura del cabildo no les han sido reconocidos y el movimiento ha perdido fuerza, como ha podido constatar la investigadora en sus sucesivas visitas a la zona desde 2001.

la llegada de los españoles (Arenas, 1998, p. 16). Estos últimos congregaron a los pocos sobrevivientes en “pueblos de indios” y llevaron cuadrillas a las zonas mineras para lavar oro en el río del Oro, en las inmediaciones de las actuales ciudades de Girón y Bucaramanga. En 1617 un visitador llegó a organizar el territorio creando algunos pueblos de indios y fusionando otros, período en el que toman forma los pueblos de indios de Mónico -Guane-, Charalá y Curití. La escasez de mano de obra hizo que los españoles se dispersaran para colonizar el territorio y trabajar sus tierras, algunos con ayuda de la compra de esclavos, consolidándose una “república de blancos” con viceparroquias, parroquias, villas y ciudades que se levantaron a lo largo de las principales líneas de comercio con el altiplano cundiboyancense y sus ciudades principales, Santa Fé y Tunja (Arenas, 1998).

Con la casi total extinción del pueblo Guane la tradición textil no desapareció. Como se explicó en el capítulo anterior, los indígenas sobrevivientes entregaban mantas y otros textiles como parte del pago de tributo a los encomenderos que comerciaban con ellos y fueron integrados a talleres con los que se lograba incrementar la producción y ajustar los textiles a las necesidades del mercado colonial, integrando para ello los conocimientos de los nativos (Álvarez, 2005, 2006; Raymond, 2013). No obstante, como señala Pierre Raymond (2013), en el actual territorio central de Santander, quizás por el carácter rebelde de la población guane o por su rápida desaparición en pos de una población mestiza, la producción textil pronto dejó de ser un producto de tributación y se convirtió en el resultado, no de obrajes, sino de familias de campesinos y peones que sembraban algodón en sus parcelas y lo procesaban en sus casas, integrando saberes tanto de la vertiente indígena como europea:

Heredaban un buen conocimiento del trabajo de esta fibra por haber conservado muchos elementos de los saberes guanes. Además, recibieron de la parte española de esta hibridación racial y cultural el uso de herramientas como el torno de hilar, el molino de desmotar y nuevas técnicas de tejido. (p. 32).

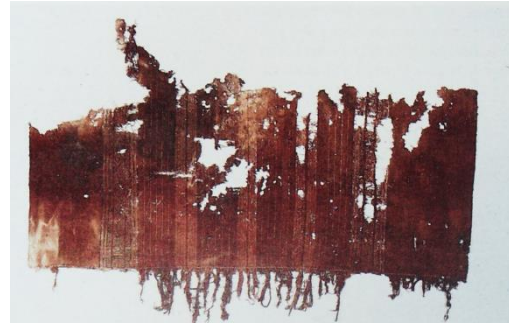
El circuito requería producir el algodón, hilarlo y tejer las telas, de manera que lo que se articuló en la provincia del Socorro fue toda una red de talleres familiares, tejedores e hilanderas a domicilio y domésticos, a partir de la cual se consolidó un circuito de producción manufacturada de textiles que abarcaba toda la provincia y llegaría a convertirla en uno de los territorios más prósperos del Nuevo Reino de Granada (Álvarez, 2006; Arenas, 1998; Bayona & Raymond, 1987; Martínez, 1999).

Figura 14. *Mochila guane hallada en excavación arqueológica.*



Fuente: fotografía de Rudolf (Cardale, 1993, p. 23).

Figura 15. *Tejido guane hallado en excavación arqueológica.*



Fuente: fotografía de Rudolf (Cardale, 1993, p. 27).

El desarrollo de la economía socorrana guarda relación con el espectacular crecimiento poblacional que creaba un creciente mercado local y una capacidad productora, y con la posición estratégica del Socorro para el comercio (Arenas, 1998; Raymond, 2010). En la villa del Socorro se acopiaban las telas y comenzaba su cadena de comercialización, pero en San Gil se acopiaba el algodón que venía de casi todas las parroquias aledañas, como Charalá, Páramo, Simacota, Confines, Chima y Oiba. No obstante, como se relató en el capítulo anterior, primero la independencia de la Nueva Granada, y luego la Revolución Industrial, precipitaron la caída de la economía algodonera socorrana (Álvarez, 2005; Arenas, 1998). También afectarían el mal estado de los caminos y el atraso tecnológico, no obstante que la región mantendría hasta el siglo XX cierta producción de telas toscas que eran utilizadas principalmente por los campesinos. La actividad textil del algodón terminaría trasladándose a las grandes fábricas de los centros urbanos, especialmente en el vecino departamento de Antioquia (Raymond, 2013).

Mientras el algodón declinaba, otras frentes de producción artesanal dieron nuevo ánimo económico a Santander durante el siglo XIX, como la elaboración de sombreros de iraca, conocidos en el mercado internacional como de “Panamá” o de “Jipi-japa” (Martínez, 2012). No obstante, en la antigua provincia del Socorro vino a reemplazarse el algodón por el fique, ya que esta fibra se comenzó a demandar como nunca antes para la elaboración de sacos de café. Comenzó así una centuria de economía fiquera en la que unos pueblos producían la materia prima y otros elaboraban el hilo y los sacos (Justo & Vidal, 2011; Zamosc & Gaviria, 1980).

Se reemplazó entonces [...] el algodón por el fique y, aunque tienen sus características propias y diferenciadas, ambas actividades mantienen una misma lógica de funcionamiento: cultivar, recoger, procesar, hilar, tejer e intercambiar. Lo que parece interesante aquí es ubicar una línea de continuidad profunda en la estructura histórica de los pueblos de la provincia de Guantánamo, casi todos ellos dedicados al cultivo hoy de fique y ayer de algodón. En la propia vida material, en las actividades que permiten la reproducción social e individual de los habitantes, encontramos una larga tradición de actividades que, en su conjunto, podemos enunciar con dos características básicas: agricultura de subsistencia y cultivo y procesamiento de fibras naturales. (Gómez, s.f.).

5.4.2. El fique: un hilo entre los Guane y la Santander del siglo XX

En Colombia se denomina “fique” a las plantas del género *furcraea*, conformadas por cerca de veinte especies, algunas de las cuales son utilizadas para extraer de sus hojas la fibra textil también llamada fique, o, coloquialmente, “cabuya” (Justo & Vidal, 2011, p. 9). Como ya se ha mencionado, los indígenas Guane utilizaban la fibra de fique para elaborar complementos de la indumentaria -tocados, bolsas y mochilas- e instrumentos para caza, pesca y carga (Arenas, 2004; Justo & Vidal, 2011). El uso de la fibra se extendió a los tiempos de la colonia, cuando con ella se producían costales, alpargatas y cordelería.

El tejido del fique se revitalizó desde finales del siglo XIX, y se mantuvo vigente durante el siglo XX en el cañón del Chicamocha gracias, principalmente, a la demanda de sacos para productos como el cacao y el café. De acuerdo con los datos aportados por Justo & Vidal (2011), a finales del siglo XIX Colombia producía al año un millón de sacos, diez de cuerdas y veinte de alpargatas, de forma totalmente artesanal. Durante la primera década del siglo XX se inició el proceso de industrialización y en poco más de treinta años Colombia llegó a una producción anual de 25 millones de sacos. Cuando los precios del café se desplomaron, los pueblos fiqueros mantuvieron su tradición de hacer sacos gracias al consumo que de ellos hacía el Altiplano Cundiboyacense, donde la producción de papa demandaba este tipo de empaques. Aunque con lentitud, se introdujeron algunas novedades técnicas que aliviaban la labor del campesino: sistemas mecanizados para el hilado y, posteriormente, artefactos eléctricos tanto para esta tarea como para el desfibrado de la hoja, que se realiza en el campo y no en el taller.

A fines de la década de 1940 el Consorcio Industrial de Santander fundó en San Gil la planta que daría base a la actual empresa Hilanderías del Fonce, asestando un golpe decisivo a los artesanos de la región. La industria asumió la fabricación de empaques “tupidos” usados para insumos industriales, café y movilización de granos en el mercado interno (Zamosc & Gaviria, 1980). Pese a ello, los productores artesanos sobrevivieron

debido a que se especializaron en la elaboración de sacos no tupidos o “ralos”, que no eran del interés de las industrias. Pero los artesanos sufrirían un nuevo y duro golpe con la aplicación del polipropileno a la industria de los empaques y a la producción masiva de fibras sintéticas en los años ochenta, de manera que, como señalan Justo & Vidal (2011), el panorama de la producción artesanal de sacos de fique se complicó, poniendo en riesgo este oficio:

Con la aplicación masiva del polipropileno como sustituto de las fibras naturales en la fabricación de sacos, el sector figuero, vio amenazada seriamente su continuidad a principios de los años ochenta. Hasta entonces habían llegado a producirse en Colombia cincuenta millones de empaques de fique al año, el 80% producto manufacturado. El saco ralo de plástico sí era rentable para la industria mecanizada; así el último refugio del productor artesanal de fique quedaba destruido. (p. 23).

Como resaltan Zamosc y Gaviria (1980), a pesar de todos los golpes referidos, a finales de la década de 1970 aun el 80% de los sacos de fique del país seguían siendo elaborados por artesanos santandereanos debido a que estos productores se sometieron a unas condiciones de explotación que prácticamente no les dejaban ningún margen de ganancia, pero les brindaban un sistema de subsistencia. Los sacos salían de talleres familiares que continuaban elaborándolos a partir de mano de obra familiar, sin tener claros los costos de producción, el tiempo empleado y el precio de venta. Una larga cadena de intermediarios obtenía los beneficios económicos derivados de la demanda de sacos en el Altiplano Cundiboyacense y los artesanos vivían una continua pauperización. A finales de la década de 1980 los autores indicaban que:

Mientras que la rentabilidad a nivel de productores artesanales es nula y el trabajo se efectúa con el único propósito de conseguir un sustento, los intermediarios que controlan al productor directo son quienes derivan el beneficio real de esta rama de la producción. La apropiación por parte del capital comercial del valor del trabajo de los artesanos es consecuencia directa de las características de éstos como productores. Atomizados por completo, produciendo en pequeña escala y con ínfimos recursos, la región de artesanos carece de todo poder de negociación frente a la concentración del capital mercantil. (p. 95).

Finalmente, en la década de 1980, el proceso gradual de apertura económica que iniciaba Colombia, los cambios referidos en los sistemas de empaque para el almacenamiento y el desmonte del pacto cafetero a inicios de la década de 1990, sumaron los factores suficientes para que se produjera la crisis más fuerte para el sector. El ciclo de crisis iniciado en 1986 provocó que muchas regiones abandonaran definitivamente la economía figuera, quedando reductos de poblaciones artesanas de empaques y de hilo, aislados económica y socialmente (Vargas, 2008). Actualmente, quienes vivieron esta crisis,

recuerdan el impacto que tuvo en toda la región, debido al papel preponderante que jugaba el fique en la economía de los municipios:

“Vino una situación muy complicada a raíz de la apertura económica, que fue la crisis del sector artesanal como tal, y del sector fiquero también. Porque esta región se dedicaba mucho a elaborar empaques y a comercializar empaques. En Villanueva había como mil familias que cada una de las casas era un taller artesanal. Aratoca también por el mismo estilo, parte de Curití también, parte de Mogotes, de San Gil, inclusive de Piedecuesta y Cepitá. Pero con esa situación de que entró plástico al país, se inundó, también entraron otras fibras como el yute, sustituyeron los empaques de fique y hubo una crisis muy tremenda”. (J.D. Porras, entrevista personal, marzo de 2015).

Ante los sucesivos golpes que venía recibiendo el sector fiquero, sus representantes se organizaron en entidades locales, regionales y nacionales, con mayor o menor apoyo de entidades públicas y privadas, con el objetivo de reactivar el gremio, principalmente a través de estudios que pudieran certificar los beneficios de los costales de fique como empaque para transporte y almacenamiento de productos agrícolas, y con el propósito de diversificar el uso de la fibra (Mojica & Paredes, 2004). En consecuencia, en los años 80 se realizaron diversas investigaciones tendientes a sugerir usos alternativos para el desarrollo de nuevos productos derivados del fique, tales como fibrorreforzados -tejas, baldosas, tubos, bloques- y también la producción de celulosa (Artesanías de Colombia, 1995).

En las provincias Guanentina y Comunera, la Diócesis de San Gil y Socorro, y más específicamente el Secretariado de Pastoral Social (SEPAS), fue la entidad que más apoyó la dinamización de estos procesos, en el marco de un enfoque de desarrollo cooperativo que ya venía promoviendo en la región desde la década de 1960 como alternativa a la lucha armada o al desarrollismo promovido por programas como la Alianza para el Progreso. SEPAS, con un gran protagonismo de su director, el Padre Ramón González Parra, venía realizando esta intervención especialmente a través de procesos de educación que buscaban que los campesinos más afectados pudieran desarrollar iniciativas socioeconómicas basadas en el cooperativismo y el liderazgo, y a través del impulso de cooperativas en municipios y zonas rurales de la región para el fomento del ahorro, el crédito y el servicio social (Pérez & Vargas, 2014).

De acuerdo con el relato de la Asociación de Organizaciones Campesinas y Populares de Colombia (El Común, s.f.), en el contexto de este dinamismo, los campesinos y artesanos fiqueros se organizaron y crearon entidades como el Sindicato de Cultivadores y Procesadores del Fique en Santander (Sintraprofisan), que desde 1982, y con asesoría de SEPAS, inició la búsqueda de alternativas para mejorar condiciones de vida de sus afiliados.

El sindicato tuvo gran protagonismo en el nacimiento de otras organizaciones campesinas en la región, como la Asociación El Común, y en el quehacer de otras entidades del orden nacional creadas por el sector fiquero, como la Asociación Nacional de Fiqueros (Asofique) y la Federación Nacional de Fiqueros (Fedefique). No obstante, estas últimas, según sus mismos miembros, se vieron debilitadas por el agravamiento de la crisis del sector y el impulso paralelo del Estado colombiano a una organización apoyada desde el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural llamada Cedifique. Esta entidad, sin embargo, también vendría a sumarse a los esfuerzos de diversificación del uso de la fibra y creó un centro de diversificación que realizó ensayos que posteriormente serían importantes para la renovación del sector artesanal local, como se verá en el capítulo correspondiente a Curití.

Como parte de estos esfuerzos, en la década de 1980, y al parecer también con el apoyo de SEPAS, la Asociación Alemana para la Educación de Adultos (AAEA), una ONG internacional experta en el ámbito de la educación de adultos y la cooperación para el desarrollo, inició con Artesanías de Colombia, y con la participación de la Universidad de los Andes y el SENA, un proyecto para experimentar nuevos usos de la fibra de fique en la elaboración de objetos utilitarios y decorativos que fueron llamados “artesanías” por la población local, en contraste con los sacos. Aunque este proyecto se profundizará en el capítulo de análisis del caso de Curití, cabe resaltar aquí que fue el inicio de las intervenciones de Artesanías de Colombia en el territorio y de la consolidación de las artesanías como una industria creativa, una manifestación de patrimonio inmaterial y un objeto de interés turístico en Santander.

5.4.3. La proyección de las artesanías santandereanas hacia los mercados urbanos y turísticos

Artesanías de Colombia comenzó a hacer presencia en Santander en la década de 1970 durante el período de dirección de la entidad por parte de Graciela Samper. Por entonces existía el interés de identificar y estudiar las artesanías que se realizaban en las comunidades artesanales colombianas, principalmente las artesanías tradicionales populares e indígenas, y conocer la situación de los artesanos, con miras a proyectar las posibilidades de productos y productores en los mercados urbanos y turísticos que se abrían tanto a nivel nacional como internacional (Artesanías de Colombia, 1990). Para el caso de Santander, la entidad se interesó principalmente en las comunidades campesinas de la provincia de García Rovira, al oriente del departamento, y atendieron especialmente a

los artesanos tejedores de lana del municipio del Cerrito (Artesanías de Colombia, 1973a, 1973b, 1976).

A partir de 1984, una vez iniciado el período de dirección de Maria Cristina Palau, la entidad se abrió a promover la diversificación de la artesanía utilizando técnicas y materias primas tradicionales para la creación de nuevos productos -artesanías contemporáneas- con miras a satisfacer la demanda de los mercados a nivel nacional e internacional (Artesanías de Colombia, 1986a). Seguramente este factor la llevó a ampliar su cobertura a la zona central de Santander donde había interés por diversificar el uso del fique, pues ya en la década de 1980 la entidad aparece en la provincia Guanentina, especialmente en los municipios de Aratoca, San Gil y Curití, fomentando la diversificación de esta fibra a través del proyecto referido en conjunto con la AEAA (Artesanías de Colombia, 1985a, 1985b, 1986a, 1986b, 1987a, 1987b). Cabe decir que el mapa del “Sistema de presencia institucional” contaba en el departamento sólo con la figura más simple, un centro de registro, pero con este proyecto se abrió una casa-taller en Curití.

Desde el centro de Santander, con Aratoca y Curití como base, la entidad se irrigó por otros municipios del departamento como Oiba, Charalá, Zapatoca, Barichara, Bucaramanga, Girón y Vélez, desarrollando proyectos para la capacitación técnica en el oficio, las materias primas y la organización de los artesanos en oficios como la muñequería, tejido en lana, algodón, lencería, vestuario y trajes típicos, cerámica y cestería. A la fecha, Artesanías de Colombia tenía programas regionales y locales.

De esta manera, mientras en 1984 Artesanías de Colombia hacía presencia apenas en cinco municipios del territorio colombiano tras casi veinte años de existencia, a finales de 1990 ya estaba presente en doscientos. No obstante, como se ha dicho ya, en un marco de apertura económica y durante el período de dirección de Cecilia Duque, la entidad pasó a trabajar bajo la lógica de proyectos mediante concertación y cofinanciación. En las regiones se asentó un grupo interdisciplinario pequeño, profesional y experimentado que contaba con un coordinador responsable. A través de este grupo los artesanos presentaban proyectos y el grupo concertaba la administración de recursos. La idea era que este grupo de profesionales lograra el interés de las entidades territoriales, buscara su participación en financiación y, de esta forma, multiplicara los recursos (Artesanías de Colombia, 1990).

Artesanías de Colombia, en esta época, se focalizó en núcleos por tradición artesanal e incidencia de los artesanos en las economías locales y regionales. Los datos estadísticos de la institución marcaban que las mayores concentraciones de artesanos se encontraban en Nariño, Sucre, Córdoba, Boyacá, Cesar, Atlántico y Tolima, y en las zonas indígenas en

general (Artesanías de Colombia, 1990). Esta lógica, y la del funcionamiento por proyectos, fueron factores que al parecer debilitaron su presencia institucional desde la década de 1990 en Santander, ya que a partir de este período la región desaparece de sus planes e informes. De acuerdo con algunos funcionarios que actualmente tienen la tarea de traer de regreso la entidad al departamento, esto pudo deberse a la dificultad del sector artesanal para auto-gestionarse y la indiferencia de los entes territoriales hacia la artesanía, lo cual desembocó en la falta de recursos y asesoría para proyectos de concertación. Desde su visión, la situación no ha cambiado mucho a día de hoy, y por tanto la tarea de regresar no es sencilla:

“En la región el tema artesanal no es un tema que se considere de manera importante, institucionalmente, pero tampoco en el ejercicio profesional de la gente acá. No es un tema que se considere. Pues igual siempre la artesanía viene siendo como aquella cosa de poca monta. Ni siquiera bonito, y aquí tiene un estigma fuerte de... un poco pordebajada”. (M. C. Toquica, entrevista personal, febrero de 2016).

Otros funcionarios señalan también las representaciones que tenía en aquel entonces Artesanías de Colombia respecto a la artesanía colombiana y la manera en que priorizaba sus acciones de intervención como razones para el debilitamiento de su presencia en el departamento. Los esfuerzos de la entidad se concentraron en otros territorios que se entendían como “más artesanales” -con mayor producción de artesanía utilitaria o decorativa, bien fuera tradicional-popular o indígena-, a la vez que los gobiernos de estos territorios hacían apuestas más decididas que Santander por desarrollar este sector:

“A veces han sido también como políticas internas de la entidad. Se han priorizado algunas comunidades artesanales sobre otras, entonces se han tomado departamentos que son, entre comillas... aunque en Santander hay mucha artesanía, pero de pronto hay departamentos como Boyacá, como Nariño, que resaltan sobre otros, y muchas veces se han conseguido también recursos con gobernaciones, alcaldías, de esos departamentos. Entonces ha sido más fácil llegar a algunos departamentos más frecuentemente. También, en una época, los pocos recursos que llegaban a la entidad se destinaban a comunidades, digamos, muuuy artesanales, como Mompo, como Aguadas, como Sandón, entonces se iban como esos recursos siempre hacia allá”. (J. García, entrevista personal, julio de 2016).

Como se verá en los siguientes capítulos, tras la relativa retirada de Artesanías de Colombia del proceso de desarrollo artesanal de Santander, otras entidades públicas, así como actores privados que llegaron interesados en la recuperación y fomento de ciertos oficios, direccionaron las acciones en esta materia. En el caso del fique, el SENA dio continuidad al proceso de diversificación y se convirtió en un vector importante para la

expansión de los conocimientos y técnicas asociados a la elaboración de los nuevos productos, que de manera generalizada se denominan “artesanías”, pero que incluyen una amplia gama de objetos utilitarios y decorativos del área textil industrial y artesanal, como telas para zapatería, tapicería, cortinería, geotextiles, etc.; alfombras y tapetes para “tráfico pesado” y de uso doméstico; lencería para comedor; carteras, bolsos, y mochilas; cordelería y encajes; muñequería, y otros (Justo & Vidal, 2011).

Además, distintos actores del territorio se involucraron en iniciativas para tecnificar el cultivo del fique, mejorando la productividad y los modos de aprovechamiento de la planta, dirigido todo hacia un esquema de manejo y producción limpios. En este aspecto, y como se verá en el análisis de caso de Curití, se destaca la Empresa Cooperativa de Fibras Naturales de Santander Ltda. (Ecofibras), quien con el apoyo del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural a través del Programa Nacional de Transferencia de Tecnología Agropecuaria (Pronatta), investigó alternativas para mejorar la calidad de los objetos elaborados con la fibra del fique. Así, las artesanías en fique fueron la punta de lanza de la artesanía santandereana en el mercado nacional, y ello se dio en buena medida a través de la participación de microempresas curiteñas en Expoartesanías. A raíz de esto, otras entidades como Atelier ONGD de España se interesaron en apoyar al sector fiquero en su reconversión y en dar a conocer la fibra de fique en Europa (Justo & Vidal, 2011).

En otros oficios, en el caso del núcleo turístico de Santander destaca la recuperación del cultivo y procesamiento del algodón de secano para la elaboración de telas y productos asociados, llevada a cabo en Charalá por la Corporación Comunera de Recuperación del Lienzo de la Tierra (Corpolienzo). Esta entidad derivó de un proceso que inició con una investigación realizada a principios de la década de 1980 por miembros del Departamento de Economía Rural de la Universidad Javeriana, y el empeño de Paul Emile-Dupret, un cooperante belga que vio allí la pertinencia de un proyecto de Educación Rural Apropiaada (ERA). Este proceso contó después con la participación de entidades como el Centro de Estudios de Apoyo Popular (Centrap) y el apoyo de entidades locales, regionales y nacionales, como Funprocep, la Cámara de Comercio, Mencoldes, el Ministerio de Agricultura o la Fundación Bavaria, e internacionales como la ONG alemana Pan para el Mundo, el Club de Amigos Colombo-Suizo o el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) (Raymond, 2013).

Además, como se verá en el caso de Barichara, se han dado otras iniciativas de recuperación y promoción de oficios artesanos impulsadas por actores privados que desde inicios del siglo XXI han encausado el enfoque del fomento artesanal en este municipio. Entre ellas resalta la creación de la Escuela Taller Barichara, inscrita en la lógica de las

Escuelas-taller de Oficios Tradicionales (EETT), inicialmente impulsadas por la AECID en Colombia y, a partir de 2009, constituidas en programa del Ministerio de Cultura.

Aunque siempre siguió prestando capacitaciones y asesorando organizaciones, empresas y proyectos artesanales en Santander, principalmente en Curití, Barichara y Charalá, pero también en otros municipios como Zapatoca, Oiba, Villanueva y Bucaramanga, recientemente, Artesanías de Colombia ha vuelto a enfocar sus programas en el departamento, motivada por nuevas estrategias incorporadas por la entidad, como la creación de consejos regionales y la renovación del programa Laboratorio de Diseño para la Artesanía Colombiana. Pero también, por avances en la región, como los procesos realizados por artesanos de Curití y luthiers de Bucaramanga para la obtención de marcas colectivas y de sellos de calidad (M.C. Toquica, entrevista personal, febrero de 2016).

Un primer paso para el retorno de Artesanías de Colombia a Santander fue la inclusión de la región en el último censo artesanal llevado a cabo en 2015, y, posteriormente, la creación del consejo regional, el cual tuvo buena respuesta por parte de los actores regionales, asistiendo representantes de artesanos, delegados de los gobiernos municipales y representantes de entidades como la Cámara de Comercio de Bucaramanga, el Centro de Eventos y Exposiciones de Bucaramanga (Cenfer), SENA, Procolombia y Bancoldex. En el consejo se constituyeron dos mesas, una de diseño y una de comercialización, para definir proyectos consensuados e impulsarlos con la participación de todos los interesados. Claudia Garavito, profesional de Artesanías de Colombia explica el objetivo:

“Los consejos regionales son una dinámica un poco naciente de Artesanías de Colombia en torno a convocar todos, como llamarían por ahí, los actores y fuerzas vivas, que están cerca al sector ¿Qué es lo que ocurre? [...] siete empresas trabajando un área misma, entonces los artesanos tienen la agenda más apretada del mundo, tanto taller, tanto curso, tanta cosa [...] Entonces lo que buscan los consejos regionales es eso: articulemos esfuerzos y unifiquemos opciones. Si con Cámara de Comercio tú estás haciendo los talleres, por ejemplo, de gestión empresarial, de organización, nosotros no tenemos por qué entrar a hacer eso [...] Entonces, uno diría, si yo tengo un buen producto de una organización, que se asoció, que fueron y, articuladamente, llegaron donaciones colectivas, fueron a una feria como un colectivo y vendieron mucho, eso sería lo ideal. Y cada uno se encargó de su pedacito, no todos haciendo lo mismo”. (Entrevista personal, julio de 2016).

El paso más importante ha sido, sin embargo, la creación en 2015 del Laboratorio de Diseño e Innovación de Santander, con sede en Bucaramanga. Con ello, el objetivo de la empresa es que, a través de un “enlace” en el territorio -un especialista de la entidad-, se tenga conocimiento directo de las necesidades y expectativas de los artesanos, para ofrecer servicios a través de asesorías puntuales en los cinco ejes institucionales: desarrollo

humano, emprendimiento, diseño, producción y comercialización. No obstante, como lo relata María Consuelo Toquica, quien cumple esta labor de enlace, el inicio de labores ha estado centrado en el diseño (entrevista personal, febrero de 2016). Para John García, responsable de la regional Santanderes de Artesanías de Colombia, esta es la manera de lograr una presencia más amplia y permanente en el departamento que la que se había tenido en las décadas anteriores:

“Esta es una región que no se ha trabajado continuamente, ninguna de las dos, ni Santander ni Norte de Santander. Han sido regiones que han ido como en proyectos muy particulares. Entonces, digamos que se han realizado trabajos como el lienzo de la tierra de Charalá, en Curití, se ha trabajado con la piedra de Barichara. Esos son como los tres más grandes, como los fuertes que hemos tenido allá, pero digamos que este año, con las políticas de ampliación de cobertura que se iniciaron hace tres años, el año pasado se abrió ya el laboratorio como tal. Entonces, con la apertura del laboratorio pues la idea es tener un proceso mucho más continuo en esas regiones que no hemos cubierto constantemente, y comenzar a cubrir otros territorios, o que los habíamos cubierto muy discontinuo”. (J. García, entrevista personal, julio de 2016).

El Laboratorio viene apoyando el proceso de constitución de la Red Departamental de Artesanos y la construcción de la marca “Santander Artesanal” que está en proceso de registro ante la Superintendencia de Industria y Comercio. Así mismo, viene apoyando el desarrollo del proyecto Fortalecimiento y Mejoramiento de la Cadena del Sector Artesanal en el Departamento de Santander, que busca “reconocer la vocación artesanal de la región” (Monserrate y Serrano, 2016, p. 15), para lo cual se desarrollan estrategias con miras a despertar el interés de las autoridades locales sobre la artesanía en términos económicos y sociales, de manera que se incluya en los planes de desarrollo. Es de esta forma que se ha logrado la inclusión de las estrategias relativas al fomento artesanal en el *Plan de Desarrollo “Santander nos une” (2016 - 2019)*, en cuanto fortalecimiento de la participación de los artesanos en eventos, la promoción de la marca de las artesanías santandereanas y la formalización y el mejoramiento de condiciones de seguridad social.

Monserrate y Serrano (2016) resaltan también la labor que viene haciendo recientemente Artesanías de Colombia en Santander en municipios “con alta presencia de actividad artesanal” (p. 11), como es el caso de Curití, en los que se promueven estrategias para impulsar el sector artesanal en el mercado nacional e internacional, mediante el fomento al desarrollo en temas como calidad, mercadeo y modernización de técnicas. En Curití, propiamente, la empresa viene trabajando en el registro de una marca colectiva, así como el registro de 50 marcas propias de talleres artesanales en todo el departamento. En San Gil, por su parte, trabaja en la creación de una bolsa de estímulos para los artesanos y

en la promoción para la innovación de tres productos artesanales “propios del municipio” (p. 15).

La encargada del Laboratorio de Diseño e Innovación, por su parte, resalta que gracias a la apertura de este espacio se hizo presencia en Expoartesanías 2015 con una muestra artesanal del departamento, llevando a cabo una “Misión exploratoria” con los 32 artesanos que asistieron durante tres días a la feria (M.C. Toquica, entrevista personal, febrero de 2016). En otros frentes, el encargado de la regional en Bogotá, explica que la empresa piensa retomar el trabajo de apoyo que realizó la Fundación Bavaria a Corpolienzo, en Charalá, fortaleciendo el proceso en diseño y comercialización. También continuar el trabajo en materia de propiedad intelectual en Curití y generar mecanismos de promoción de su marca colectiva. De igual forma, intentar mejores resultados que los que se han tenido hasta el momento acompañando a los talladores de la piedra de Barichara, pueblo donde están interesados en explorar otros oficios que se vienen destacando en Expoartesanías. Para todo esto, la entidad debe evaluar la recepción de sus propuestas por parte de los artesanos. Sus representantes son optimistas, ya que, según dicen, han encontrado una nueva disposición hacia el fomento de la artesanía en Santander a través de la recién creada Secretaría de Cultura y Turismo de la Gobernación.

5.4.3.1. Construyendo un valor patrimonial y turístico para la artesanía santandereana

La visibilidad que las iniciativas descritas han dado a las artesanías santandereanas viene siendo apuntalada desde proyectos asentados en el territorio a partir de políticas o programas del orden nacional que ponen en valor la artesanía en clave patrimonial desde dos enfoques convergentes: el de la gestión de la artesanía como patrimonio inmaterial y como recurso turístico. No es de olvidar que ya desde el inicio de sus labores en Santander, especialmente en el quinquenio 1985 – 1990, las intervenciones de Artesanías de Colombia iban acompañadas de una valoración de las artesanías como patrimonio cultural. Durante este quinquenio, por ejemplo, la Escuela Taller de Diseño de Bogotá se convirtió en Escuela Nacional de Artesanías y se abrieron escuelas regionales que dependían de ella. Una de estas escuelas regionales se ubicó en Bucaramanga, la capital santandereana, y su propósito era, entre otros, conocer y mejorar la calidad de la artesanía de la región mediante talleres de orientación y rescate de los valores tradicionales. Diversos programas y proyectos se canalizaron mediante esta presencia institucional de Artesanías de Colombia en Santander. Uno de ellos fue el proyecto “La preservación del patrimonio cultural a través de la

artesanía”, que cubrió la mayoría de los centros urbanos del país. Entre sus propósitos estaba la conservación, mejoramiento y diversificación de piezas artesanales representativas de culturas locales, lo cual facilitó vincular las prácticas artesanales contemporáneas con las del pasado colonial y prehispánico (Artesanías de Colombia, 1988, 1990).

Ya en el marco de la institucionalidad del patrimonio inmaterial impulsada por Unesco, uno de los programas que, como se dijo previamente, ha tenido mayor repercusión en la visibilización del patrimonio cultural santandereano en el resto del país ha sido la Red Turística de Pueblos Patrimonio de Colombia, pues han sido incluidos tres municipios del departamento: Barichara, Girón y Socorro. Uno de los objetivos expresos de la Red es favorecer el fortalecimiento de los oficios artesanos en sus municipios, para lo cual se creó el programa “Rutas artesanales de Colombia”, que a través de guías de viaje permite a los turistas saber de antemano cuáles son los oficios y productos artesanos destacados de cada pueblo y dónde poder aproximarse a ellos. Barichara es uno de los municipios que destaca en estas rutas por la vigencia de una producción artística y artesanal, tanto tradicional como contemporánea (Siart, 2014a).

Adicionalmente, es importante mencionar que, como parte de la Estrategia para el Fortalecimiento de las Capacidades de Apropiación de la Política de Salvaguardia del PCI, en el marco del Programa de Formación en Herramientas Participativas para la Identificación, Documentación y Gestión del PCI, el Ministerio de Cultura y Tropenbos Internacional Colombia eligieron a Curití como sede del Encuentro Nacional de Culturas Campesinas, realizado en 2014. Cabe resaltar que el grupo de PCI de la Dirección de Patrimonio inició en el 2013 una aproximación institucional a lo campesino, lo cual dio pie para promover la construcción del programa “Cultura Campesina” con el objetivo de realizar procesos participativos para explorar y proponer maneras pertinentes de abordar y entender el PCI en estos contextos. Lo anterior, en razón a que la cultura campesina ha sido invisibilizada frente a la preocupación por los derechos de los pueblos indígenas y afrocolombianos, y que en el país no se había dado un espacio para un encuentro de campesinos en el contexto nacional (Van der Hammen, 2014). El encuentro, como se retomará más adelante, permitió delinear la identidad campesina en la región en relación con actividades productivas y, por tanto, dar relevancia a ellas “en clave de cultura”, lo cual incluye de manera importante la artesanía.

Otro de los hechos que es importante mencionar es que el proceso de recuperación del cultivo y procesamiento del algodón para el tejido el “lienzo de la tierra”, adelantado por Corpolienzo, ganó en 2010 el concurso “En busca del orgullo perdido” organizado por la

Fundación Bavaria, que destacó a nivel nacional 10 manifestaciones del patrimonio inmaterial colombiano y, mediante una fuerte campaña mediática, convocó a los colombianos a votar por su preferida a través de un portal Web. La Corporación fue una de las tres ganadoras y este evento significó una fuerte publicidad para las artesanías del departamento de Santander. También, el dinero del premio ayudó a la Corporación a sacar adelante el proyecto del Museo del Lienzo de la Tierra o Museo del Algodón, donde se relata no solo el proceso vivido por el este grupo artesanal y el pueblo de Charalá, sino la antigua tradición del tejido del algodón en la zona central del Santander.

Figura 16. *Fachada del Museo del Lienzo de la Tierra en Charalá, Santander.*



Fuente: fotografía de Luz Andrea Cote N.

Figuras 17 y 18. *Interior del Museo del Lienzo de la Tierra en Charalá, Santander*



Fuente: fotografías de Luz Andrea Cote N.

En estos procesos, la artesanía santandereana ha ido encontrando buena parte de su discurso de autenticidad y legitimidad en el pasado guane del territorio central de Santander, incluso cuando es asumida como PCI campesino, como se verá en el caso de

Curití. En su investigación para la caracterización de los artesanos de la provincia guanentina, Largacha (2011) parte de la premisa de que la situación del artesanado santandereano, es decir, un “desarrollo precario del sector artesanal en los aspectos económicos, de identidad cultural, de patrimonio y de divulgación”, puede deberse a la falta de caracterización tanto de la artesanía como del mismo grupo humano que la produce. La autora, por tanto, considera necesario buscar la globalización de la identidad cultural de los primeros pobladores de estas tierras, los Guane, como parte del propósito iniciado durante el gobierno departamental de Horacio Serpa Uribe (2008-2011) de buscar el reconocimiento de patrimonio cultural vivo de Santander. Partiendo del hecho de que los artesanos de la provincia guanentina tienen en común el estar asentados sobre el antiguo territorio guane, Largacha considera que vale la pena pensar:

“Si el hecho de que su cultura haya prevalecido posibilita la labor de precisar la herencia dejada por dicha cultura, la cual se constituye en una identidad para la región y para Santander, expresada en los artesanos y por los artesanos a través de los objetos producto de su oficio”. (p. 81).

Para la autora, se hace necesario, entonces, investigar cuál ha sido la evolución de dicha identidad, lo que conlleva conocer las características del artesano en su contexto endógeno y exógeno, y “su relación con la identidad cultural de su origen guane” (p. 81). En consonancia, el SENA, a través del Grupo de Artesanía del Centro Agroturístico de la Regional Santander, con sede en San Gil, viene desarrollando esta identificación de la artesanía santandereana con lo guane, no sólo en la línea de los productos en fique sino también de otras abiertas más recientemente, como la joyería. El director del grupo, quien llegó desde Bogotá con el objetivo de promover este último oficio, relata que:

“Llevamos ya casi seis, siete años ese cuento, investigando todo lo que es la parte cultural de los Guanes; en todo lo que nosotros veamos acá la artesanía tú vas a ver un pictograma guane, o vas a ver un elemento, algo que tenga que ver con los Guane [...] Entonces yo dije ‘pues, vamos a lanzar una estrategia que se llame el rescate de lo nuestro’, y montamos la estrategia, que consistía precisamente en que todas las técnicas que nosotros estábamos haciendo iban enfocadas a realizar productos que tuvieran que ver con la cultura guane, y de hecho, tratar de identificar o tratar de plasmar un ícono representativo de Santander, así como en Cartagena tú encuentras la India Catalina, como en Bogotá encuentras a Monserrate, y muchas cosas... que aquí, Santander, lo conozcan por los Guanes. Eso fue básicamente el cuento. Y nosotros lo que hacíamos era sencillamente adaptar todo lo que es la iconografía Guane y que la gente comenzara a identificar eso. En la parte de confección comenzamos a crear camisas artesanales desteñidas, tinturadas, con los colores y la gama de colores que nos da el cañón del Chicamocha, y a tratar de elaborar un souvenir, que es lo que aquí tampoco había, que identifique la provincia y que prácticamente, pues, le dé como un poquito de amplitud a esto, porque esta es una zona bastante turística y el turismo viene de la mano con artesanía y con la gastronomía”. (G. Galeano, entrevista personal, agosto de 2015).

De acuerdo con Galeano, el SENA Regional Santander, a través del Centro Agroturístico en San Gil, es el único a nivel nacional que ha vinculado programáticamente la “temática ancestral” en los procesos de formación y desarrollo artesanal. La estrategia también pasó por fusionar técnicas ancestrales -como el tejido en telar de cuatro marcos- con otros oficios o técnicas contemporáneos, como la joyería y confección en cuero. Esta apuesta, junto con la implementación de un mejor análisis del mercado objetivo, la atención a las tendencias en la moda, la fusión de materiales y la incorporación de componentes para una mejor comercialización de las artesanías -como el empaque-, les han permitido mejorar el posicionamiento en mercados importantes para la región, como el de Bogotá. La estrategia, sin embargo, se ha renovado porque actualmente el tema es la tierra, el medio ambiente y el calentamiento global, para lo cual se está trabajando con materiales reciclados y paletas de colores que evoquen los elementos naturales del planeta. El todo caso, señala Galeano, la intención es que la artesanía santandereana tenga un concepto, una gama de colores, que se identifique y se diferencia del resto de regiones.

Figura 19. *Joya con motivo guane, elaborada por el Centro Agroturístico SENA.*



Fuente: fotografía facilitada por Gustavo Galeano, director Grupo de Artesanías

SENA – San Gil.

5.5. Conclusiones del capítulo

En el departamento de Santander se reproducen la lógica transnacional y las políticas nacionales que conciben la cultura como recurso (Yúdice, 2002) y que, por esta vía, validan su gestión con base en criterios de crecimiento económico. Los gobiernos departamentales de Santander de los últimos quince años se han alineado con los nacionales en el sentido de que las políticas públicas en materia de cultura y patrimonio se subordinan a las de turismo en aras de la productividad y competitividad. Más exactamente, el patrimonio cultural ha

ingresado en la preocupación de los gobiernos regionales con un marcado sentido de recurso para la diversificación de la apuesta inicial por el turismo de aventura, conviviendo con su uso para la política de construcción de una identidad santandereana denominada “santandereanidad” (Giedelmann & Rueda, 2013). Ambos fines han resultado -o mejor se han trazado como- subsidiarios, toda vez que se han apoyado en la construcción de grandes monumentos, parques temáticos y otras infraestructuras complementarias.

En el camino, el territorio ha sido resignificado de un espacio productivo a un paraíso natural para la práctica de deportes de aventura, y más recientemente, con la diversificación del turismo, a un paisaje cultural sembrado de centros históricos “coloniales” y tradiciones culturales, entre las que ha venido a resaltar en los últimos años la artesanía. El camino que ha seguido esta última se relaciona directamente con esta resignificación de su contexto y parte desde el mismo período colonial. En aquel entonces, los usos rituales y simbólicos de las mantas tejidas en algodón por los indígenas Guane prácticamente desaparecieron con la extinción temprana de cerca del 90% de su población. Los tejidos y técnicas de los indígenas sobrevivientes fueron considerados por las autoridades españolas como insuficientes para las necesidades del mercado colonial y trasatlántico, de manera que se promovió el desarrollo de un circuito de producción manufacturada de textiles que incluía la producción de algodón, de hilo y el tejido las telas de nuevas características, todo ello elaborado en una red de talleres familiares, tejedores e hilanderas a domicilio y domésticos (Álvarez, 2006; Arenas, 1998; Bayona & Raymond, 1987).

Con la crisis definitiva de los tejidos santandereanos de algodón a causa de la Revolución industrial y la llegada de telas importadas a Colombia, el relevo de la producción por la elaboración de sacos o empaques de fique para productos agrícolas permitió una importante continuidad en las técnicas y tecnologías empleadas (Gómez, s.f.). Cuando Santander se concebía aún como un espacio productivo, abocado a renglones agropecuarios, de explotación de recursos naturales y una incipiente industria, esta producción artesanal fue gestionada como una manufactura que entró en crisis debido a la producción industrial de empaques y la llegada de las fibras sintéticas. Las soluciones previstas por las organizaciones nacionales y territoriales se enfocaban en el desarrollo de nuevos productos derivados del fique, tales como fibroreforzados y celulosa (Artesanías de Colombia, 1995).

Pero la importancia creciente de los mercados urbanos y turísticos que demandaban productos auténticos, así como la apertura de Artesanías de Colombia a promover la diversificación artesanal utilizando técnicas y materias primas tradicionales para la

producción de nuevos objetos ajustados a los nuevos mercados (Artesanías de Colombia, 1986a), facilitaron que el sector artesanal de la zona central de Santander se enfocara en la realización de “artesanías”, es decir, objetos portables utilitarios y decorativos dirigidos a consumidores urbanos. El crecimiento convergente de la economía creativa y la institucionalidad asociada al posicionamiento del concepto de patrimonio cultural inmaterial ha favorecido que ganen relevancia los criterios de identidad y creatividad en la política de fomento artesanal colombiana, en la gestión de la artesanía por parte de los agentes de estas políticas, y, por consiguiente, en los criterios de producción se sectores artesanales localizados, como el del núcleo turístico de Santander.

Pese a este proceso, en las políticas regionales y los instrumentos de planeación de Santander las artesanías no habían jugado un rol relevante y tampoco habían sido puestas en valor como patrimonio, mientras que para el turismo aparecían como un elemento complementario a la oferta de turismo de aventura, principalmente a través de la compra-venta y los espacios y eventos feriales. Acciones de intervención provenientes del orden nacional y llevadas a cabo tanto por entidades públicas como privadas, han permitido que en los últimos años los gobiernos departamentales integren el sector en sus planes de desarrollo y que algunos municipios como Barichara, Curití y Charalá lleven las artesanías a un nivel de importancia mayor en sus economías locales, con base en una retroalimentación entre su carácter patrimonial y la estructuración de un producto turístico de enfoque más cultural, en el cual se avistan ya algunos productos de turismo artesanal. Este es el caso de Barichara, vinculado a las rutas artesanales de la Red Turística de Pueblos Patrimonio, y cuya experiencia se profundizará en el siguiente capítulo.

**Capítulo VI. Las artesanías como patrimonio y eje
del turismo en Barichara, “el pueblito
más lindo de Colombia”**

6.1. Barichara, un pueblo campesino y artesano como Monumento Nacional

San Gil es una agitada ciudad intermedia con cerca de 55 mil habitantes. En medio del barullo producido por su dinámica comercial y de servicios al ser capital provincial, caminan los turistas nacionales e internacionales fijándose en las casas con balcones, iglesias, capillas y plazas que dan testimonio de la ciudad colonial que otrora fuera una de las más importantes de la Nueva Granada. Pero son pocos los que se detienen más de un día a recorrer las calles sangileñas: la mayoría se dispersan por la provincia de Guantán en busca de deportes de aventura, y apenas regresan a pasar las noches a la capital provincial, avivando su vida nocturna. Aun así, cada vez son más los visitantes que quieren dejar atrás el ruido de San Gil y continúan su camino para pernoctar en Barichara, identificada ya no solo en los medios de comunicación colombianos sino también internacionales como “el pueblito más lindo de Colombia” (Marcos, Lafuente & Palomino, 2016).

La cabecera municipal de Barichara se encuentra a 21 kilómetros de San Gil, y la carretera que conduce a ella va desnudando poco a poco el paisaje y las condiciones naturales que han dado forma al pueblo: planicies amarillas en las que se alternan algunos reductos de bosques, cultivos y pastizales resistentes al clima semiárido. En el recorrido - que puede realizarse en autobús o vehículo particular- van apareciendo los “chircales” o talleres de elaboración artesanal de tejas, ladrillos y baldosines de barro; los talleres de talla en piedra; largas cercas que integran tapia pisada, bahareque, piedra y aleros de tejas de barro; casas rurales y tiendas de artesanías acondicionadas en algunas de ellas. También, por supuesto, hoteles y restaurantes que no dejan de lucir como construcciones en tierra y que se integran armoniosamente a una paleta de colores en la que resaltan blancos, amarillos, rojos y ocres. Al llegar al pueblo recibe a los visitantes un portal elaborado en tapia y una “hormiga culona” tallada en piedra, insecto insignia de la región y que hace parte de su cultura gastronómica.

Barichara se encuentra ubicada en el nororiente colombiano, casi al centro del departamento de Santander, y su casco urbano descansa sobre una meseta que se inclina suavemente hacia el margen derecho de la cuenca hidrográfica del Río Suárez, recibiendo toda la influencia del cañón del Chicamocha. El municipio hace parte de la provincia Guantán y se encuentra en una posición privilegiada para el turismo: a 118 Kilómetros de la capital departamental, Bucaramanga, donde existe un aeropuerto internacional; a 445 Kilómetros de Bogotá D.C., la capital colombiana; y a tan solo 20 minutos en automóvil de la Capital Turística de Santander.

Figura 20. Portal de entrada al casco urbano de Barichara.



Figura 21. "Hormiga culona". Talla en piedra de Martín Galvis.



Fuente: Fotografías de Luz Andrea Cote N.

Figura 22. Panorámica de Barichara.



Fuente: fotografía de Luz Andrea Cote N.

(97.92%) y existe un pequeño grupo de personas que se autoidentifican como indígenas (1.3%), es decir que serían cerca de 96 indígenas existentes en la región.⁹³

Como se ha dicho, los Guane se asentaron a media falda en los cañones de los ríos Chicamocha y Suárez, cerca de su confluencia, en la cingla que desciende y forma los pliegues ondulados correspondientes a las veredas bajas del municipio de Barichara (Arenas, 2006). Los españoles, en cambio, ocuparon las planicies altas y organizaron allí su nuevo mundo, constituyendo la base del panorama urbano y rural que se aprecia hoy. La parroquia de Barichara fue erigida en 1750 y a los pocos nativos sobrevivientes de la temprana epidemia de viruela y cólera que trajeron los europeos, los congregaron en el pueblo de indios de Mónora, el cual terminaría dando paso a un pueblo de blancos que sería el germen del actual corregimiento de Guane (Martínez, 1999).

Durante la segunda mitad del siglo XVIII Barichara presentó un importante crecimiento demográfico relacionado con el éxito de la economía algodonera, considerándose una de las parroquias más pujantes del Reino (Martínez, 1999). Cuando la economía algodonera decayó, Barichara vio un alivio en la elaboración de sombreros de jipi-japa (Johnson, 1984), y, posteriormente, el pueblo se sumó al resto de la región en el procesamiento del fique para la producción de empaques, mientras se elaboraban otros productos artesanales como las cotizas o alpargatas (García, 1988). En el ámbito agrícola destacaba la producción de tabaco negro, la cual ganó importancia en la década de 1920 por el asentamiento de la Compañía Colombiana de Tabacos (Silva, 2001). El resto de la actividad agrícola y pecuaria era principalmente de autoabastecimiento, y las casas del casco urbano -con frecuencia propiedad de las mismas familias campesinas (Durán, 2018)- respondían a las necesidades de autoabastecimiento, con solares para el cultivo y espacios dispuestos para el trabajo del fique. A su vez, el entorno rural también proveía los materiales de construcción para la arquitectura local, especialmente barro, piedra y madera (Durán, 2018).

Puede afirmarse que este paisaje, definido actualmente como “colonial”, se conservó en buena parte debido a dos factores que en su momento fueron negativos para el pueblo: por una parte, el aislamiento en que cayó Barichara cuando en 1940 se construyó la Vía al Mar, dejando de lado la variante del antiguo camino real que otrora diera auge comercial al pueblo (Arenas, 1998; Cote, 2001). El otro factor resulta actualmente incómodo para la proyección turística de un municipio que se presenta como un remanso de paz: Barichara tenía fama de ser “un pueblo violento” (Silva, 2001, p. 151), ya que el período de la llamada

⁹³ Según cifras del boletín del 14 de septiembre de 2010 del Departamento Nacional de Estadística – DANE con base en el Censo de 2005, las más actualizadas hasta la fecha. Ver: <https://www.dane.gov.co/files/censo2005/>

Violencia política de Colombia -que en el país tuvo lugar entre las décadas del 40 y el 60- se vivió allí intensamente (Durán, 2018) y se prolongó incluso hasta la década de los ochenta a manera de resentimientos y venganzas entre familias (Cote, 2001, 2002). El pueblo, como dicen algunos habitantes, se quedó “congelado en el tiempo” mientras la modernidad se instalaba en las grandes capitales del país y en algunos municipios vecinos.

De acuerdo con el relato del historiador barichara Heriberto Silva, “el punto de partida para salir del anonimato” (Silva, 2001, p. 151) fue la celebración, en 1975, del sesquicentenario del nacimiento del único presidente santandereano que ha tenido Colombia y quien es oriundo de Barichara: Aquileo Parra. Al evento, que contó con la participación de autoridades regionales, representantes de entidades públicas del ámbito nacional y regional y miembros de la Academia de Historia de Santander (Silva, 2001), asistió también el columnista del diario de circulación nacional *El Espectador*, Hernando Giraldo, quien escribiría una crónica que daría inicio al apelativo de Barichara como “el pueblito más lindo de Colombia”:

A media hora de San Gil, por una buena carretera y en medio de un paisaje de resplandeciente belleza, se topa el viajero con una de las pocas aldeas donde el tiempo se detuvo en una especie de éxtasis histórico. Se llama Barichara. Sin lugar a dudas es el pueblito más lindo que tenemos en Colombia. (como se citó en Silva, 2001, p. 123).

Días después del evento llegó al pueblo la noticia de que el Consejo de Monumentos Nacionales había propuesto la declaración del “sector antiguo” de Barichara como Monumento Nacional debido a que era urgente conservarlo por “su valor histórico y colonial” (Resolución 005 del 30 de junio de 1975). Unos meses más tarde, el alcalde de Barichara convocó a un foro al que fueron invitados representantes del gobierno nacional y regional, de la opinión pública y de los medios de comunicación, y se decidió, entre otros, invitar al presidente de Colombia, Alfonso López Michelsen, a la celebración de los cien años de la presidencia de Aquileo Parra, la cual se llevaría a cabo tres años más tarde (Silva, 2001).

Pese a que, como dejan ver los relatos de algunos informantes, se esperaba lo contrario debido a que la orientación política del pueblo y la de López Michelsen eran opuestas, el foro logró su propósito y el presidente se presentó en Barichara el día y la hora señalados. La pomposa celebración también contó con la participación de una notable comitiva que incluía al -ya para entonces- dos veces presidente de Colombia Alberto Lleras Camargo, al director del diario *El Tiempo*, varios ministros y exministros, y otras “personalidades” de Colombia y Santander (Silva, 2001). En la prensa hubo espacio en todo

momento para destacar las cualidades de Barichara y llamar la atención sobre su buen estado de conservación y su relevancia en la historia nacional:

López Michelsen acompañado por Lleras Camargo, se trasladaron de inmediato a la iglesia parroquial en donde el obispo de la localidad ofició un Tedeum. Esta iglesia está construida totalmente en piedra, lo cual fue comentado luego como una verdadera obra de arte por parte del Jefe de Estado [...] Después del mediodía el Primer Mandatario y su comitiva se trasladaron al monumento a don Aquileo Parra, una antigua casona donde nació el prócer y que aún se conserva intacta junto con el mobiliario que usó en la época el exmandatario colombiano. (Flórez, 1976).

En la histórica y bella villa de Barichara, se reúnen hoy bajo el remoto sol de la historia tres personajes que llenan un siglo de la vida del Partido Liberal colombiano [...] Ningún sitio mejor para este encuentro del pasado y del presente, Barichara, San Gil, Mogotes, Charalá, El Socorro y Oiba son los lugares santos de la revolución comunera [...] Sus caminos reales, cargados de las interjecciones y de las blasfemias de nuestros arrieros, parece que repitieran aun el eco de los trabucos...". (Rodríguez, 1976).

Ese día de 1976 el presidente Alfonso López Michelsen prometió acciones como la restauración de la capilla de Santa Bárbara y el mejoramiento de la dotación del Instituto Técnico Aquileo Parra, promesas que se formalizaron ese mismo año mediante el Decreto Presidencial No. 816 del 30 de abril. Un año después, en carta dirigida al diario *El Tiempo*, el historiador barichara Heriberto Silva pedía al presidente el cumplimiento de tales compromisos, pues se hacía aún más urgente debido a la atracción que comenzaba a generar el pueblo: "El despliegue periodístico de hace un año en torno a las efemérides convirtió a Barichara en un atrayente centro de interés nacional, y por lo tanto seguimos esperando que las promesas de aquel entonces tengan feliz realización" (Silva, 1977).

Seguramente como parte del cumplimiento que se esperaba, durante el mismo gobierno de López Michelsen se acogió la propuesta presentada en 1975 por el Consejo de Monumentos Nacionales y se firmó la declaración definitiva del centro histórico de Barichara -un alto porcentaje del casco urbano- como Monumento Nacional (Decreto 1654 de 1998). Además, y apoyados en la importancia que se le dio a Barichara como sitio histórico para la Revolución de los Comuneros durante la visita de López Michelsen, la Asociación Aquileo Parra realizó las gestiones para que el municipio fuera también destinatario de los recursos dispuestos con motivo de la celebración del bicentenario de este alzamiento, destinados a realizar una serie de obras públicas en pueblos que fueron escenario de los hechos (Silva, 2001). Algunas de estas obras -o al menos parte de ellas-, como la pavimentación de la vía que comunica con San Gil y la restauración parcial de la capilla Santa Bárbara, se llevaron a cabo.

A partir de entonces el pueblo fue ganando visibilidad y comenzó a ser utilizado como escenario para la filmación de importantes producciones cinematográficas de las décadas de 1980 y 1990, como *Técnicas de Duelo*, *Águilas no Cazan Moscas*, *Los Pecados de Inés de Hinojosa*, *Crónicas de una Generación Trágica* y la serie *Amores y Delitos* creada por Gabriel García Márquez. De acuerdo con el historiador barichara Heriberto Silva (2001, p. 369) y con los relatos de distintos informantes, la divulgación de las excepcionales características del paisaje circundante y la conservación del centro histórico que supusieron todos estos hechos, principalmente la declaratoria como Monumento Nacional, motivó uno de los cambios más determinantes para la vida y la economía de Barichara: la llegada de nuevos habitantes urbanos, nacionales y extranjeros, a partir de la década de 1980.

6.2. Gentrificación y patrimonialización: disputas entre “tierrafueras” y “patiamarillos” en la construcción del patrimonio barichara

Efectivamente, los relatos de los migrantes que llegaron a Barichara entre la década de 1980 y 1990 revelan que varias de estas personas conocieron el pueblo en sus travesías entre el altiplano cundiboyacense y la costa Caribe, motivados por una vaga noticia de su existencia o por la referencia de algún conocido. De esta forma, la belleza de Barichara se convirtió en un “secreto a voces” entre redes de artistas, artesanos, gestores culturales, arquitectos, académicos y, en general, personas que emigraban de las grandes ciudades o las evitaban en busca de lugares más apacibles y al alcance de su economía para desarrollar sus proyectos personales y profesionales. Investigaciones previas y las narraciones de los informantes permiten considerar que estas primeras llegadas de nuevos residentes se dieron, más que como una “ola”, como una “cascada” de migración (Durán, 2018, p. 46) entre las décadas de 1980 y 1990, con el arribo escalonado de personas en función de proyectos individuales. No obstante, las relaciones interpersonales -como el hecho de tener un amigo ya viviendo en el pueblo- fueron decisivas en no pocas ocasiones para tomar el impulso final de migrar. El relato de la artista, artesana y docente Beatriz Jaramillo es representativo de estas experiencias.

“Tengo un amigo que es un enamorado de Barichara, sus raíces son de acá [...] y fue quien nos metió, digamos, aquí, de alguna manera, porque entonces hacíamos paseo al mar y Barichara era el lugar de quedada [...] Siempre que íbamos al mar este era el sitio de parada; era sitio de parada con amigos, no nos quedábamos en San Gil ni en Bucaramanga, era Barichara. Y era un secreto entre nosotros no decirle a nadie que este lugar maravilloso y mágico existía [...] Y Barichara, después de esos viajes, siempre lo tuve como un objetivo el día que se saturaran los pueblos donde yo viví, que eran los pueblos alrededor de Bogotá: Chía, Tavio, Tenjo, Cajicá. Cuando ya se agotaron las posibilidades de respirar, cuando ya los decibeles eran muy altos, ya mi

sensibilidad no pudo y dije 'Barichara'. Y le encargué a alguien que vivía acá que me consiguiera una casa; a ojo cerrado me la consiguió, y a ojo cerrado me vine, sin conocer la casa ni nada". (entrevista personal, marzo de 2015).

Pastor Plata, artista barichara que fuera director de la Casa de Cultura, se esfuerza en aclarar que no fue la llegada de estas personas la que convirtió a Barichara en un "pueblo de artistas", pues este ya lo era. De acuerdo con su relato, había varios artistas locales -entre los cuales estaban los talladores que habían dado inicio a la escultura en piedra-, factor que obró como una motivación extra para que personas del ámbito creativo se radicaran allí. La realización de algunos eventos artísticos organizados por los creadores baricharas y por gestores culturales locales como Pastor, trajeron como invitados a colegas de distintas disciplinas de la región y del país, varios de los cuales terminaron radicándose en el pueblo y motivando a otros pares a seguir sus pasos.

Pero, como encontró Durán en su investigación sobre el proceso de patrimonialización en Barichara (2018), al lado de las posibilidades de inspiración y desarrollo profesional que proveía el pueblo, obraron con igual o mayor peso otros motivos para la migración, como las facilidades que brindaba su carácter semi-rural para criar hijos pequeños, conseguir para ellos una buena educación gratuita, llevar una vejez tranquila, tener facilidad para transportarse, proyectar alguna actividad económica de servicios en un lugar que podía desarrollar interés turístico debido a su declaratoria como Monumento Nacional y comprar una casa, aunque esta requiriera de reparaciones. Este grupo temprano de migrantes suele ser mencionado con simpatía en los relatos de los baricharas, citando casos como el de la antropóloga y médica Isabel Crook, sobre quien algunos dicen que provocó un cambio de actitud en Barichara gracias a que les enseñó a "socializar", pues ella conversaba con todos por igual aun cuando a su llegada "mataban gente".

No obstante, la noticia de la tranquilidad y la belleza del pueblo circuló rápidamente y llegó también a las élites económicas del país y a empresarios que buscaban lugares de segunda residencia u oportunidades de inversión en finca raíz, iniciando una creciente inflación en el municipio cuando comenzaron a llegar durante la década de 1990. El establecimiento de una segunda residencia por parte del expresidente de Colombia Belisario Betancur Cuartas es mencionado con frecuencia como un hito en la cronología de estos hechos. De esta manera, un proceso de gentrificación marginal que comenzó con personas del ámbito cultural, creativo y académico, fue dando paso a una gentrificación regular que incluye actualmente proyectos urbanísticos para primeras y segundas residencias, pero también de vivienda de interés social, todo esto enmarcado en conflictos en torno al desarrollo urbano del municipio y posibles hechos de corrupción.

Para referirse a este proceso de gentrificación cabe aquí recordar que, en algunos casos porque es el objetivo, y en otros porque no se acompañan las designaciones con las medidas necesarias para prevenirlo, la patrimonialización de centros históricos en todo mundo ha estado frecuentemente relacionada con procesos de gentrificación (Posso, 2015). Si bien esta última se asocia generalmente a ciudades, aquí se asume en un sentido lato como “procesos de elitización de territorios” (Nates, 2008, p. 255). La “gentrificación rural” (Janoschka, Sequera & Salinas, 2013; Nates & Raymond, 2007) consiste en una renovación de los propietarios rurales y un cambio en la composición social debido a la llegada de clases medias y altas que buscan alojamiento permanente o por temporadas cerca del campo, y la salida de la población campesina que se debe desplazar a zonas más asequibles, como consecuencia de la inflación.

De acuerdo con Nates (2008), esta gentrificación lleva asociada una demanda creciente de bienes rurales de interés para los ciudadanos. En este tipo de gentrificación es frecuente que el desplazamiento de la población campesina se dé a la misma periferia de los poblados porque el recambio poblacional supone la posibilidad de empleo, por lo general no calificado, pero valorado ante la falta de alternativas. También se produce una identidad social excluyente, ya que “los lugares gentrificados son replanteados desde un estilo y gusto distintivo de clase” (pp. 266-267). Es frecuente que intelectuales, artistas y actores culturales, en general, se constituyan en agentes involuntarios una gentrificación “marginal”, que luego da paso a una normalizada a través del mercado inmobiliario y el establecimiento de políticas territoriales que le son favorables (Checa-Artasu, 2011; Nates, 2008).

Como consecuencia del proceso de gentrificación tanto marginal como regular de Barichara, actualmente cerca de un 30% de sus residentes son foráneos, de los cuales el 1% son extranjeros (Alcaldía de Barichara, 2012). Se les conoce comúnmente como “tierrafueras” - categoría que, no obstante, engloba también a quienes tienen segundas residencias-, y el término se ha naturalizado tanto que no es extraño que se refieran a sí mismos de esta manera cuando se plantean como un grupo social diferenciado. En oposición, es habitual el uso del término “patiamarillos” para referirse a los nativos de Barichara, pues se dice que antiguamente, cuando visitaban otras comarcas, eran reconocidos por el color amarillo que tomaban sus alpargatas de algodón en constante contacto con la tierra arcillosa de su pueblo.

Los llamados tierrafueras han tenido una participación importante en la producción de los discursos patrimoniales que, voluntaria o involuntariamente, han favorecido la valorización económica del centro histórico y la proyección turística del municipio (Cote,

2014, 2017; Durán, 2018). Desde sus visiones particulares de cómo debe enfocarse el desarrollo de Barichara, comenzaron a ejercer acciones y realizar proyectos para la salvaguardia de la cultura local, concepciones en las que, a pesar de las diferencias, se pueden identificar algunos elementos comunes: la tranquilidad en términos de sosiego, la producción y consumo de productos artesanos como parte importante de la cultura y economía local, y la conservación de características formales del centro histórico, como el empedrado de las calles, la unidad interior de las casas o la paleta de colores del conjunto histórico.

En algunas ocasiones, la asunción de la tarea de salvaguardar la cultura local ha derivado en actitudes policivas y acciones judiciales que han provocado una tensión creciente entre tierraferas y patiamarillos (Cote, 2012, 2014), especialmente un grupo de estos últimos denominado “baricharas radicales”, del que hacen parte representantes del mismo gobierno local. Los migrantes que ejercen estas acciones las justifican en la necesidad de evitar la llamada “villadeleyvización”, es decir, que las plazas y calles se inundan de música a todo volumen proveniente de los bares o de los autos y se pierda el silencio nocturno y el carácter residencial de los pueblos. El fenómeno es llamado de esta forma porque el caso más notable en Colombia es el de Villa de Leyva, municipio que también hace parte de la Red Turística de Pueblos Patrimonio y en contraste con el cual se quiere conservar a Barichara como un lugar auténtico, tranquilo e inspirador, un espacio propicio para la contemplación y la creatividad. Constanza Archila,⁹⁴ una mujer que, aunque extranjera, tiene gran capacidad de influencia en instancias rectoras del nivel nacional en el campo cultural, tiene una segunda residencia en Barichara desde la década de 1990 y relata lo siguiente:

“Mira, yo tengo 40 años viviendo en este país y amaba Villa de Leyva. Hace como 8 años nos fuimos a pasar un 31 [de diciembre] allá, y salimos espantados. Ahí acabaron con el pueblo. En Barichara ¿qué es lo que nos hemos propuesto? Aquí viene mucho la gente de la costa [Caribe] porque hay mucha gente barichara que se fue. Y cuando llegan con el carro, abren la maleta, sacan la cerveza... ¡nosotros llamamos a la policía! En la única fiesta que nosotros no nos metemos es lo que llaman ellos la fiesta del retorno ¡Es un escándalo que yo no te quiero ni contar!, pero tú ves la gente del pueblo bailando, ¡que es una cosa cómica!... hacen así, botan una pata pa allá... entonces yo lo que hice fue que me compré unos tapones y ya ¡que siga la fiesta! Tú no puedes cambiar esas costumbres”. (Entrevista personal, febrero de 2012).

Desde la percepción de algunos de los nuevos habitantes entrevistados, la oposición de los “baricharas radicales” a su presencia, especialmente la de miembros del gobierno local, se debe, en el fondo, a la vigilancia que vienen ejerciendo sobre sus acciones de

⁹⁴ Pseudónimo.

administración municipal, las cuales denuncian como corruptas. Para estos informantes, hay baricharas que han perjudicado el valor cultural y patrimonial del pueblo, especialmente a través del fomento de la especulación y la expedición acelerada de licencias de construcción cuestionables previamente a la aprobación del PEMP, lo cual ha facilitado el desarrollo de proyectos inmobiliarios no pertinentes.

En cambio, informantes del grupo de “baricharas radicales” entrevistados consideran que estas tensiones derivan de las representaciones que tienen del pueblo los migrantes urbanos a partir de la publicidad turística, ya que lo imaginan como un bello escenario sin gente. El problema, según ellos, sobreviene cuando se radican y se encuentran con una serie de prácticas locales que no encajan con su idea de pueblo apacible, y con habitantes nativos dispuestos a oponer su visión de la cultura local. El choque de racionalidades se hace evidente, por ejemplo, en la manera como se entiende la “tranquilidad”, destacada por unos y otros como una característica de Barichara. Mientras para los nuevos habitantes esta se asocia a la quietud y el silencio, para los baricharas significa ausencia de delitos y seguridad derivada de la confianza y familiaridad entre vecinos, la cual plantean que se ha roto precisamente con la migración. Los relatos de algunos baricharas inconformes con el poder que han demostrado tener algunos de los nuevos vecinos resienten la paulatina desaparición de ciertas prácticas locales:

“Han querido amoldar el espacio a sus necesidades o a sus conveniencias, generando un choque con los vecinos, una incomodidad, porque ya no es lo que era el pueblo sino lo que yo quiero que sea para mí. Cosas tan bonitas y sencillas, y tan características del pueblo como las campanas del reloj, como los gallos de los solares de las casas donde existían, el mismo barrer de las calles en la mañana, muy temprano, son cosas que le molestan a los nuevos pobladores. Entonces empiezan los enfrentamientos entre los baricharas radicales y los nuevos baricharas”. (L. Sánchez, entrevista personal, febrero de 2012).

“Créame que aquí hubo gente que entuteló⁹⁵ las campanas de la iglesia, que porque llegaban y nos los dejaban dormir; y nosotros acostumbrados en diciembre al repique de las campanas a las cuatro o cinco de la mañana para despertarnos y correr a misa. Y ahora ya no. Ya no hay villancicos en Navidad... y si los hay es ya tarde, porque temprano no se puede, ya que a los nuevos vecinos les molesta”. (J.S. Noriega, entrevista personal, febrero de 2012).

Representantes de las autoridades locales plantean que estas prácticas que se están perdiendo constituyen parte fundamental del patrimonio inmaterial barichara, por lo cual deben iniciarse acciones urgentes y radicales para salvaguardar las pocas “costumbres” que quedan. La estrategia que se proyecta es buscar asesoría para exigir la actualización de la

⁹⁵ Se refiere a la acción de tutela, mecanismo previsto en la Constitución Política de Colombia para proteger derechos constitucionales manera rápida y relativamente sencilla.

norma mediante la cual se designó Barichara como Monumento Nacional -actualmente BIC-, pero también, extender la inclusión de patrimonio cultural inmaterial en clave de costumbres a otros instrumentos de planeación y gestión, como el Esquema Básico de Ordenamiento Territorial (EOT) y el PEMP.

De esta manera, la definición del patrimonio cultural barichara se ha ido consolidando como un espacio de conflicto en el que se oponen distintas racionalidades y en el que se dirimen relatos de identidad que se fundamentan en diversos proyectos personales y colectivos, entre los que toman gran relevancia aquellos con los que llegan los nuevos habitantes. Como se verá a continuación, la versión de la cultura local aportada por estos últimos ha ido ganando relevancia en la medida en que los entes locales se mantienen relativamente al margen de la producción del valor cultural con base en el cual Barichara ha ingresado en el mercado cultural y turístico.

6.2.1. ¿“Política cultural de mecenazgo” o “gamonalismo cultural”? la contracara de la debilidad institucional

Debido al actual perfil turístico de Barichara y a la importancia que ha cobrado el discurso del patrimonio en la definición de las políticas locales, entre sus nuevos residentes han ganado visibilidad aquellos que se han instituido en gestores culturales-patrimoniales y aquellos que a través de acciones de mecenazgo han fomentado elementos de la cultura local. Estas personas han obtenido maniobrabilidad debido a la debilidad de las instancias públicas de orden nacional, regional y local, que, aludiendo a las palabras Kirshenblatt-Gimblett (2004), vienen realizando acciones más simbólicas que efectivas en cuanto a gestión del patrimonio cultural, pese a que algunas de ellas fueron creadas expresamente para su protección y/o salvaguardia.

Una de las principales insatisfacciones entre los informantes del gobierno municipal y del ámbito cultural local tiene que ver con el papel que cumplen el Ministerio de Cultura y la Dirección de Patrimonio, el cual se percibe como especialmente policivo, limitado por una concepción materialista del patrimonio e interesado meramente en la conservación del centro histórico. Además, no se encuentra mayor utilidad o beneficio para Barichara en la abundante legislación que se ha producido para favorecer a los municipios que tienen declaratoria de BIC. Como muestra de ello, las autoridades locales señalan que los organismos estatales no secundan la gestión ni el desarrollo de proyectos generados por el municipio, de manera que este último debe disponer de los exiguos recursos propios y

apoyarse en la limitada Oficina de Cultura, Turismo y Deportes, o gestionar recursos del departamento o de organismos internacionales.

Se esperaba que el PEMP comenzara a sentar las bases de la orgánica y las acciones en materia de patrimonio, pero el proceso se ha dilatado y, más que como articulador de los diversos actores públicos y privados, ha funcionado como vector para atizar las diferencias, pues los gestores culturales acusan al gobierno local de demorar su concreción para facilitar proyectos inmobiliarios cuestionables. Además, existe la percepción entre estas personas del gobierno municipal y del ámbito cultural local de que el ingreso en la Red Turística de Pueblos Patrimonio de Colombia no ha motivado el acercamiento del Ministerio de Cultura ni su Dirección de Patrimonio a Barichara, desconociendo u obviando que se trata de un proyecto a cargo de Fontur. En concordancia, los informantes sí consideran que se han favorecido las relaciones con el Viceministerio de Turismo, el cual ha dado apoyo efectivo para el desarrollo de proyectos concretos a nivel local, algunos de ellos en el fortalecimiento de infraestructuras culturales.

Bajando al nivel regional o departamental, los gestores culturales locales resienten que recursos de cultura de la gobernación sean aprovechados por agentes supra-locales, es decir, gestores individuales o instituciones del ámbito nacional que ni siquiera residen en el pueblo sino que lo utilizan como sede de eventos culturales. Por otra parte, miembros del Consejo de Cultura local, uno de los cuales también participa en el Consejo Departamental, consideran que las instancias públicas regionales no dimensionan el papel que puede cumplir Barichara como punta de lanza para una verdadera política de gestión del patrimonio cultural. Esto, según ellos, se ve exacerbado por la manera en que los gobernadores y políticos regionales definen el destino de las inversiones en materia de cultura y patrimonio, es decir, teniendo en cuenta aspectos personales y políticos, de manera que se otorgan los beneficios a los municipios que den mayores réditos sociales, políticos o económicos a cada interesado.

En cuanto al nivel municipal, la Oficina de Cultura, Turismo y Deportes es la encargada de la administración de los temas relativos al patrimonio cultural. Aunque los últimos cuatro planes de desarrollo del municipio incluyeron líneas de acción, programas y proyectos relativos a la cultura y el patrimonio, solo se han implementado unos pocos, algunos de los cuales son acciones principalmente simbólicas, como la institucionalización del “Día del Patrimonio Patiamarillo”. La Alcaldía local explica la falta de acciones por la limitación de los recursos y de personal de la Oficina, mientras que los gestores culturales lo adjudican a una visión limitada de la cultura y el patrimonio por parte de la administración local.

En cuanto al SNCu, a nivel local se constituyó el Consejo de Cultura, pero sus mismos miembros consideran que, tanto la conformación del grupo de concejales, como su funcionamiento, están demasiado condicionados a la alcaldía municipal y sólo funcionan en la medida en que ésta los convoca. También se creó un grupo de Vigías del Patrimonio, principalmente con jóvenes y adultos provenientes de sectores o instituciones de cultura y educación, pero las opiniones se dividen entre quienes consideran que funcionó adecuadamente y quienes dicen que su conformación esporádica se debió a intereses particulares para sacar provecho de recursos estatales. En todo caso, no se le considera un interlocutor que represente al municipio a nivel regional y nacional en materia de gestión cultural y del patrimonio.

En este contexto, son los actores privados con y sin ánimo de lucro los que mayor impacto tienen en la planeación y gestión de la cultura y el patrimonio a nivel local. De hecho, el *Plan de Desarrollo Municipal 2012-2015 "Barichara competitiva, social e incluyente"*, en su diagnóstico del sector cultural, explicaba que las iniciativas de protección del patrimonio del municipio habían correspondido hasta entonces al sector privado: la Casa de la Cultura,⁹⁶ el Museo Guane, publicaciones histórico-costumbristas y actividades artísticas, de acuerdo con el documento, no han obedecido a una dinámica institucional del Estado, sino a "talentos individuales" (Alcaldía de Barichara, p. 52). El plan también señala que la Secretaría de Cultura y Turismo carece de reconocimiento en su área y por ende no cuenta con un plan que lidere a los diferentes gestores culturales y entes del gremio. El *Plan de Desarrollo Municipal 2016 - 2019 "Siempre con la Gente"*, en cambio, no aborda estas carencias desde un sentido crítico, y destaca como acciones en materia de cultura iniciativas privadas como el Festival de Cine Verde y el evento de arte y gastronomía Punto de Encuentro. La excepción la constituyen las ferias y fiestas del municipio, que al parecer representan la única apuesta municipal en cultura para esta administración (Alcaldía de Barichara, 2016).

Como se ha dicho, tal situación ha dado un amplio margen de acción a agentes culturales privados residenciados en Barichara, quienes han cobrado relevancia en la proyección del pueblo a nivel nacional, estructurándose lo que García Canclini (1987) ha denominado un modelo de política cultural de mecenazgo, en la que:

El desarrollo de la cultura no es visto como una cuestión colectiva [...] sino como el resultado de relaciones individuales: es una decisión personal la de financiar ciertos gastos culturales y elegir a quién se dará el dinero [...] Puede pensarse, desde una concepción actual de lo que deben ser las políticas culturales, que el mecenazgo no

⁹⁶ En Colombia es común que la Casa de la Cultura sea de administración municipal, pero en Barichara, a falta de esta iniciativa por parte de la alcaldía, la creó una junta de vecinos.

llega a serlo porque no se organiza en relación con las necesidades colectivas. Suele reducirse a la alta cultura y no pretende fijar estrategias globales para resolver los problemas del desarrollo cultural. Sin embargo, consideramos al mecenazgo una forma de política cultural porque ha servido y sirve en varios países para normar las relaciones en este campo, distribuir fondos importantes, establecer líneas prioritarias de crecimiento y desestimar otras. (pp. 29-30).

Pese a las diferencias que existen entre los enfoques de estos agentes, sus acciones y proyectos de salvaguardia de la cultura local pasan en buena parte por la puesta en valor de la artesanía y los oficios artesanos como patrimonio cultural, y por el desarrollo de acciones de fomento artesanal para su proyección como industria creativa. En materia de oficios artesanos, estas organizaciones también han tomado relevancia, al menos en parte, debido a la debilidad institucional tanto en cuanto a las instancias locales que deben operar, como a las nacionales que deben agenciar la política colombiana de desarrollo artesanal en el territorio.

En cuanto a lo local, es importante mencionar que, pese a que los oficios artesanos ocupan un lugar importante en el discurso político y en los planes de desarrollo municipal, y a que algunos de ellos han sido declarados patrimonio local, las propuestas referentes a proyectos de salvaguardia y fomento carecen de estrategias concretas de implementación.⁹⁷ A esto se sumó el cierre de algunos talleres del Instituto Técnico Aquileo Parra, colegio de modalidad industrial, comercial y de promoción social auspiciado por la Gobernación Departamental que formó a no pocos baricharas en oficios como la forja y la ebanistería.

En cuanto a las instancias nacionales, el SENA ha actuado en el municipio principalmente a través de convenios con otras entidades como el Instituto Técnico Aquileo Parra, la Escuela Taller Barichara y Artesanías de Colombia, por lo que no se constituye en un agente con un proyecto específico de fomento artesanal, como se verá en el caso de Curití. Artesanías de Colombia, por su parte, ha realizado algunos proyectos en Barichara desde la década de 1980, pero, como se detallará más adelante, su presencia no ha sido sistemática ni permanente, lo que actualmente genera desconfianza hacia la entidad y dificulta su acogida en el territorio.

De esta forma, los migrantes urbanos radicados en Barichara han contado con suficiente espacio para desarrollar proyectos en torno a los oficios artesanos locales, para lo cual han constituido Organizaciones No Gubernamentales (ONG) que trabajan tanto en el

⁹⁷ Por ejemplo, el *Plan de Desarrollo Municipal 2004 - 2007 "Unidos Construiremos Sendas De Progreso"*, planteaba como proyecto: "desarrollar un programa especial con todos los artesanos del municipio como Talladores de Piedra, artesanías en barro, fique, cáscara de plátano y mazorca, artesanías de la madera, chuchos o calabazos etc., para que expongan sus artesanías en los principales eventos culturales del municipio y fuera de él" (Alcaldía de Barichara, 2004, p. 79).

impulso a la generación de unidades productivas, como en procesos de documentación, investigación, formación y otras formas de intervención que han tenido objetivos o efectos patrimonializadores. Antes de entrar en estos proyectos resulta conveniente reseñar la historia de algunas de estas instituciones que han sido relevantes en la constitución del actual panorama artesanal de Barichara, tanto por su impacto en el fomento del sector, como por la puesta en valor de los oficios en el escenario nacional e internacional.

6.2.1.1. Agentes sociales en la patrimonialización de los oficios artesanos de Barichara.

Una de las primeras organizaciones creadas por aquellas personas que se radicaron en Barichara en la década de 1990 y que ha tenido una importante injerencia en la puesta en valor de los oficios artesanos locales, es la Fundación Tierra Viva. Su propósito inicial difiere del que tuvieron organizaciones creadas posteriormente, pues, al interpretar los objetivos iniciales en el relato de José Raúl Moreno -motivador y primer presidente de la Fundación-, se entiende que no se creó para recuperar oficios en Barichara, sino para tomarla como un ejemplo de “culturas constructivas” y promover el uso de la tierra en Colombia, renovado en una arquitectura contemporánea sostenible. En el camino, y de manera cada vez más reflexiva, la Fundación proveyó a Barichara de un enfoque para la identificación de su patrimonio material e inmaterial, de un relato y de una plataforma para la puesta en valor de los oficios artesanos asociados a la arquitectura en tierra.

José Raúl, maestro en Bellas Artes, se encontraba realizando estudios sobre arquitectura en tierra en Francia, y propuso a su hermano Jesús localizar un proyecto de vivienda de interés social en Colombia que permitiera implementar la tierra cruda como material de construcción a través de un proyecto de obra participativa. El lugar seleccionado fue San Juan Girón, municipio cercano a la ciudad de Bucaramanga, cuyo centro histórico tenía la categoría de Monumento Nacional. La idea inicial era que los futuros habitantes de las viviendas se formaran en arquitectura en tierra de la mano de los especialistas de la entidad de cooperación francesa que lideró la obra, retomando la antigua tradición de la tapia en la que se basaba el patrimonio inmueble del pueblo. En el proyecto, no obstante, adquirieron mucho protagonismo las instituciones implicadas y no se pudo implementar la obra participativa como se planeó, pero se sentaron las bases para que los hermanos Moreno redirigieran su atención a Barichara con miras a mejorar la experiencia.

Cuando José Raúl se radicó en Barichara se involucró, junto con su hermano Jesús, en el proyecto de auto-construcción del barrio La Cantera, al cual los invitó a participar la

población local al enterarse de que Jesús era arquitecto. En este contexto los hermanos Moreno se acercaron a los tapieros, canteros, artesanos de la piedra, carpinteros y demás trabajadores de los oficios artesanos que intervenían en la construcción. En palabras de José Raúl, lo que encontraron fue una “cultura viva”:

“Vimos que todo el tema de la cultura constructiva de Barichara era un tema cotidiano, era un tema de todos los días. Entonces, partía de la teoría que había estudiado yo en Francia, de lo que yo había querido implementar en Girón, en donde no había contactado a los trabajadores tradicionales, no teníamos el tema de los saberes locales, y me encuentro con que en Barichara había todos esos elementos”. (Entrevista personal, agosto de 2015).

Jaime Higuera Reyes, entonces decano de la Facultad de Arquitectura de la Universidad Santo Tomás de Bucaramanga, se interesó en el proceso y se unió a los hermanos Moreno para crear la Fundación Tierra Viva en 1999. Su participación, y el hecho de que Jesús fuera investigador en la misma institución, facilitaron la inclusión del componente académico y la entidad se trazó el propósito de promover el uso masivo de la tierra como material de construcción a través de procesos de formación, investigación y aplicación, lo cual incluía la implementación de innovación tecnológica. El objetivo era que el desarrollo de cada obra se convirtiera en un laboratorio de trabajo conjunto e innovación entre arquitectos, académicos, tapieros y demás artesanos relacionados con el oficio, finalidad que pudieron cumplir tempranamente en obras localizadas en Barichara, como la “Casa Pinto”, y en municipios vecinos como Cepitá, donde la Fundación intervino todo el centro histórico. Estos trabajos fueron premiados a nivel internacional, lo cual favoreció tanto el posicionamiento de la Fundación como de su propuesta.

Al proceso se sumaron otros arquitectos y la Fundación Tierra Viva se convirtió en la organizadora de eventos como los dos encuentros internacionales de arquitectura en tierra, a los que asistieron profesionales e investigadores de distintas disciplinas provenientes de países como Francia, México, España y Colombia, entre otros. También desarrolló la Cátedra Unesco de Arquitectura en Tierra, todo lo cual atrajo cada vez más estudiosos del tema a Barichara. Posteriormente, algunos de los arquitectos que hicieron parte de la Fundación se retiraron de ella y crearon sus propias organizaciones para el fomento de la arquitectura en tierra dentro y fuera de Barichara, mientras que Tierra Viva siguió operando a nivel nacional, con sede en Barichara.

Un par de años después de la creación de la Fundación Tierra Viva, en 2001, el expresidente de Colombia Belisario Betancur Cuartas, sus hijas, sobrina y otras personas reconocidas en distintos contextos del ámbito nacional, crearon la Fundación San Lorenzo

de Barichara, cuya primera directora fue la arquitecta bogotana Ángela Jiménez. La entidad, desde su origen, se trazó el propósito de promover el desarrollo social en Santander, para lo cual se centró en Barichara, y emprendió proyectos como la construcción y dotación de la biblioteca municipal; la restauración y primera fase del proyecto museológico de la Casa Museo Aquileo Parra; la construcción, dotación y puesta en marcha de la Ludoteca Altos del viento; y la adecuación de las antiguas instalaciones de la Compañía Colombiana de Tabaco (Coltabaco) para un taller de elaboración de papel de fique (Fundación San Lorenzo de Barichara, s.f.). Este último respondía a un proyecto de la arquitecta Jiménez, el cual fue avalado y asumido por la Fundación con el objetivo de crear fuentes de empleo para madres cabeza de familia. El taller también fue creado en 2001, y llegó a emplear quince personas, contando actualmente con once, la mayoría de las cuales aún son mujeres.

Figuras 24 y 25. *Taller de Papel de la Fundación San Lorenzo de Barichara*



Fuente: Fotografías de Luz Andrea Cote N.

Entre los años 2006 y 2009, la Fundación Enlace también desarrolló actividades para dirigir el saber hacer de las mujeres locales hacia nuevas alternativas para el fique, pero con un enfoque distinto, bajo el cual se buscaba recuperar la tradición del tejido. Marcela Carrasco, una tejedora bogotana radicada en Barichara, fue la motivadora de la

idea y cofundadora de la Fundación. Según su relato, cuando llegó a vivir al pueblo se dio cuenta de que muchas casas en el casco urbano aún contaban con un telar, aunque las familias ya no estaban dedicadas a la elaboración de sacos. Algunos telares estaban en mejor estado que otros, y durante sus averiguaciones se enteró de que ya muchos de ellos habían sido desarmados o quemados. Como tejedora, quiso ayudar a revivir el tejido en Barichara, se aproximó a una fibra desconocida para ella como era la del fique y motivó la creación de la Fundación, invitando a varias mujeres del pueblo a unirse a la idea de hacer nuevos productos con esta materia prima. Cuando apenas se estaban organizando, lograron un acuerdo con la Federación Nacional de Cafeteros para elaborar cinco mil bolsas de fique que le sirvieran a esta institución para empaquetar sus productos. En este proyecto llegaron a trabajar más de cien personas simultáneamente para cumplir con los pedidos de la Federación, pero terminó extinguiéndose por razones que se describirán más adelante.

La Escuela Taller Barichara, por su parte, tiene gran relevancia en el panorama actual de la artesanía local y la gestión cultural. En su Junta Directiva están representados, entre otros, el Ministerio de Cultura, la Alcaldía Municipal y el Instituto Técnico Aquileo Parra. Originalmente Barichara no entró en el conjunto de municipios beneficiados con el programa de creación de las Escuelas-Taller de Oficios Tradicionales (EETT) auspiciado por la AECID en Colombia. Para suplir este vacío, Dalita Navarro, ceramista, y su esposo, el expresidente Belisario Betancur, gestionaron los recursos para crear la Fundación Escuela Taller Barichara y poner en marcha un proyecto de esas características, sumando a la iniciativa personas y entidades del ámbito cultural, del turismo y la academia, con el apoyo de la alcaldía de Barichara que ofreció en comodato las instalaciones de una escuela para la sede.⁹⁸ Dalita vio la necesidad de crear oportunidades para la inserción laboral con una oferta de cursos gratuitos que permitiera el perfeccionamiento de los artesanos y la formación de personas sin conocimientos en estos campos, y que favoreciera, a la vez, la recuperación de la identidad artesanal del pueblo:

“Tú te habrás dado cuenta que caminas y todo lo que ves no es hecho en el pueblo, no es hecho en la zona. Entonces ahí fue que se inició la idea de darle la manera de ganarse la vida también a las mujeres cabeza de familia, o los hombres como los picapiedra, y enriquecerlos, sin cambiarlos. Entonces por eso fue mi idea de participar de alguna manera, no disfrutando solo del pueblo, sino respetando todas las inquietudes y todo el pueblo como tal. Porque yo creo que uno como persona culta y con mundo debe tratar de cuidar y de apoyar sus costumbres. Se puede mejorar, pero sin intervenir a fondo, sino tratando de sacar lo que de verdad

⁹⁸ Este hecho es criticado por habitantes de Barichara que ven en la decisión un episodio más del proceso de gentrificación, al ser desplazados los estudiantes a instalaciones de menor calidad, mientras este edificio se destinaba a una iniciativa de personas de influencia del ámbito nacional.

ellos tenían y se ha ido perdiendo [...] Un pueblo que hace unos diez años toda la gente se iba a la costa, los jóvenes se iban del pueblo, porque era muy lindo, pero no tenía vida. Entonces a mí se me ocurrió la idea de, con las relaciones que teníamos en España con la Comunidad de Madrid, solicitar el apoyo para rescatar la tradición del pueblo”. (D. Navarro, entrevista personal, febrero de 2012).

La Escuela Taller Barichara ha pasado por varias etapas. Inicialmente, el convenio con la Comunidad Autónoma de Madrid permitió a la Fundación contar con recursos para tres años destinados a sufragar los gastos de funcionamiento en general. Una vez se terminaron los recursos de España, la escuela siguió funcionando con base en convenios con el SENA que permitían costear instructores y materiales, pero debió generar recursos adicionales para subsidiar los gastos administrativos. En 2012, y tras varios años de gestión, la Fundación consiguió entrar en el ahora programa Escuelas Taller – Herramientas de Paz, del Ministerio de Cultura, y desde entonces ha incrementado la visibilidad a nivel nacional e internacional. Los convenios con el SENA han seguido operando, pero cada vez son más los requisitos para pertenecer al programa de Ampliación de Cobertura de la entidad y a la Escuela se le viene dificultando cumplir con ellos, de manera que queda fuera de las convocatorias. Por eso, cuando está interesada en ofrecer un curso y contar con instructores del SENA, hace la solicitud directamente a la Dirección Regional de la entidad.

La EETT ha debido acondicionar su oferta, al menos en cierta medida, a las distintas circunstancias administrativas. Originalmente, y siguiendo el espíritu de las EETT de España, se priorizaron oficios considerados tradicionales de la región, como la cerámica y la talla en piedra. Otros, como el tejido del fique, no fueron abordados por la Escuela Taller al existir ya en marcha otras iniciativas para su fomento. Cuando se inició la etapa de convenios con el SENA, se incluyeron en la oferta cursos de sistemas, inglés y turismo, entre otros que resultaban de interés para la entidad nacional. Posteriormente, una vez iniciada la participación en el programa estatal de EETT, la Fundación debió centrarse de nuevo en el “rescate de oficios” que permitieran la inclusión social y laboral, por lo que, aunque se hace énfasis en oficios tradicionales, se abrieron cursos en otras líneas como confección de prendas de vestir, encuadernación e imprenta, cerería o barismo.⁹⁹

⁹⁹ En general, la Escuela maneja cursos complementarios de 150 – 300 horas y ofrece dos programas técnicos laborales: Técnico Laboral en Cocina y Técnico Laboral en Confección de Prendas de Vestir.

Figura 26. Fachada Escuela Taller **Figura 27.** Interior Escuela Taller Barichara Barichara



Fuente: fotografías de Luz Andrea Cote N.

Junto a estas organizaciones existen otras de importante influencia en los ámbitos cultural y artesanal que han sido creadas por baricharas que emigraron, por hijos suyos y/o por personas interesadas en el pueblo con capital económico y/o social para activar acciones de mecenazgo, tales como la Fundación José María Delgado y la Asociación Aquileo Parra. La primera, llamada coloquialmente “Fundación Papá Chepe”, fue creada en 1992 por los baricharas Jorge, Gustavo y Gilberto Delgado Sierra, para desarrollar acciones con miras a la promoción de la cultura local barichara, pero se ha distinguido principalmente por el apoyo dado a los artesanos de la piedra a través de la creación del Festival de Talla en Piedra. El Festival fue creado en 1994 y, desde su inicio, fue concebido como un concurso en el que llegaron a participar artesanos de países como Holanda, Gran Bretaña, Japón, Israel, Perú, Brasil, Suecia y Hungría, quienes competían en dos modalidades: artesanos y escultores. El objetivo era resaltar la labor de los llamados “picapiedras” y promover la renovación del oficio atrayendo a la juventud e introduciendo nuevas técnicas. La Fundación alcanzó a realizar solamente cuatro versiones del festival, pero el impacto de su aporte destaca en el relato de los habitantes locales.

La Asociación Aquileo Parra – Amigos de Barichara, por su parte, es una organización sin ánimo de lucro que fue creada en 1975 por baricharas -varios de ellos radicados en Bogotá- y personas influyentes de Santander y Colombia interesadas en fomentar el sentido de solidaridad entre los “patiamarillos” y contribuir al desarrollo del municipio. Desde el inicio, la Asociación se planteó que una de sus líneas de acción sería la conservación del patrimonio cultural y natural, por lo cual ha apoyado la restauración de edificios ampliamente valorados, como la capilla Santa Bárbara; ha colaborado en la

recuperación de obras de arte que habían sido expoliadas del pueblo; y creó el Bioparque Mónico, una Reserva Natural de la Sociedad Civil que forma parte del Sistema Nacional de Áreas Protegidas de Colombia (SINAP). Como parte de sus acciones, la Asociación gestionó los recursos para la constitución del Centro Día para la Tercera Edad, el cual cuenta con un taller de fide como espacio de actividad física para los adultos mayores, mientras la venta de sus productos ayuda al sostenimiento del hogar. Actualmente, este taller se ha convertido en uno de los sitios visitados por los turistas interesados en conocer los oficios tradicionales del pueblo.

La percepción que se tiene a nivel local de las organizaciones y gestores culturales “tierrafueras” es muy variada. Su imagen positiva pasa principalmente por dos líneas de argumentación: por una parte, algunos informantes consideran que estas instituciones y, en general, los gestores culturales que han llegado a radicarse en el pueblo, han sido quienes han visto la importancia de manifestaciones culturales locales que se estaban perdiendo y las han puesto en valor. Por otro, se perciben como dinamizadores de la cultura por medio de la introducción de la gestión cultural y patrimonial, por ejemplo a través del desarrollo de eventos y proyectos -festivales de cine, conciertos, encuentros culturales, etc.-, y como dinamizadores de la economía local a través de la apertura de hoteles, restaurantes, oferta de diversos servicios turísticos y diversidad de comercios de artesanías y galerías de arte. De esta manera, se considera que han contribuido notablemente a la consolidación de un proyecto cultural y económico local que comienza a verse con más claridad y que tiene su base en el patrimonio cultural, material e inmaterial, el cual se percibe, en consecuencia, más blindado de intervenciones que lo pongan en riesgo. El mismo Jefe de la Oficina de Cultura, Turismo y Deportes señala beneficios de la actividad de estos agentes:

“El reconocimiento hizo que llegaran todas estas personas que están en el pueblo, y la llegada de ellos hizo que se generaran bastantes proyectos muy buenos para el municipio, y ha hecho que el pueblo se vuelva más turístico, y el turismo ha traído muchas cosas: las mismas posibilidades que se graben aquí novelas, son seis meses que hay trabajo para medio pueblo, y económicamente todo el mundo queda muy bien. Eso sirve para eso... sirve para que el pueblo se haya conservado como está y no hayan construido cualquier barrabasada de casa”. (J. González, entrevista personal, febrero de 2012).

Desde otro punto de vista, los informantes critican a estas organizaciones y agentes culturales desde el argumento de que tienen una visión elitista de cultura, y que apoyan el desarrollo de proyectos desde sus intereses particulares y no desde las necesidades locales. Esto, según ellos, lleva a que agoten los exiguos recursos existentes para cultura a nivel regional y nacional en proyectos que tienen poco que ver con la cultura local, mientras que

iniciativas nacidas de la comunidad se quedan sin financiación. Algunas críticas derivan en la acusación de que buena parte de los gestores culturales y las ONG radicadas en Barichara buscan utilizar el nombre del pueblo como “franquicia”:

“A todas estas entidades que han llegado a montar proyectos de todo tipo a Barichara les ha faltado más vínculo, más que con la administración, es con la propia comunidad. Es decir, se han montado todo este tipo de proyectos, pero en sí, retroalimentación a la comunidad, no ha habido. Se monta una escuela de Artes y Oficios... a mí parecer le hacen falta más programas, más proyección social. No tiene proyección social. Igual pasa con otro tipo de fundaciones que han llegado a Barichara... prácticamente han llegado es a coger el nombre de Barichara como franquicia: hacen una explotación de lo que es el nombre, de lo bellas que son estas tierras y el pueblo, usufructúan de eso, pero uno no ve que la sociedad se esté beneficiando claramente; no ve uno hasta dónde el desarrollo de la comunidad ha sido positivo debido a estas empresas que han llegado ahí”. (D. Bueno, entrevista personal, febrero 2012).

También se dan críticas entre las mismas organizaciones o entre sus impulsores urbanitas, de manera que el hecho de que existan poderes fácticos que se traducen en una política cultural de mecenazgo, no significa que haya un horizonte común en materia de gestión cultural y patrimonial; de hecho, más bien determina la diversidad de lineamientos que emergen en este campo. En este sentido, resulta de interés mencionar el planteamiento de un representante de estas mismas entidades acerca del “gamonalismo” que se ha establecido en el campo de la gestión cultural, en la medida en que el pueblo ha sido instrumentalizado por actores con intereses muy variados que utilizan la fachada de la cultura para obtener beneficios de todo tipo, expoliando los recursos locales:

“El pueblo se dañó desde el momento en que el gamonalismo en la cultura comenzó a operar. Eso fue lo que propició una gentrificación, realmente, porque la gente no consideraba que había que trabajar con la comunidad porque se pierde tiempo; en cambio sí consideraron que, como ellos sí entendían el manejo de la cultura, lo iban a manejar ellos [...] La corrupción se da aquí en Barichara alrededor de su valor principal que es la cultura, y son los gamonales culturales los que están teniendo actitudes que son corruptas”. (J.R. Moreno, entrevista personal, agosto de 2015).

Pese a lo relatado hasta aquí, durante esta investigación, en 2015, se dio un primer paso en cuanto a trabajo conjunto entre los llamados tierraferas y patiamarillos para el mejoramiento de la gobernanza en materia de cultura y turismo, con la conformación de la Corporación Barichara Cultura y Turismo. Se trata de una organización privada sin ánimo de lucro que reúne actores de los sectores cultural, turístico, comercial y artesanal, tanto baricharas como residenciados en el pueblo. La nueva instancia es vista con optimismo por unos y otros, y se proyecta como el espacio para tomar acuerdos acerca de los pasos a seguir para que los objetivos de conservación y salvaguardia de la cultura y el patrimonio local

sean convergentes con los de desarrollo económico y turístico, de manera que se pueda estructurar una verdadera oferta de turismo cultural. El escultor Javier Pinto, residenciado en Barichara y miembro de la Corporación, lo relata con entusiasmo:

“Es la primera vez en la historia de Barichara que la gente... los ‘tierraferas’, que somos nosotros, y los ‘patiamarillos’... ¡estamos unidos en algo! Lentamente, pero se está dando. Entonces, todos nosotros que estamos en nuestros estudios, la gente que está trabajando en tejido, en cerámica, la gente que está trabajando en comida, en gastronomía, en proyectos, en propuestas, o sea, todos vamos a terminar unidos a la Corporación ¡Ya estamos, varios! Entonces, en la medida en que vaya cogiendo fuerza ella, todos los ideales, los objetivos que se planteen, se van realizando”. (J. Pinto, entrevista personal, marzo de 2015).

De acuerdo con el gerente y representante legal de la Corporación, el objetivo inicial de la organización era simplemente apoyarse entre los socios, pero posteriormente estos vieron la necesidad de divulgar el destino Barichara y participar activamente en la definición del proyecto turístico-cultural local. Otros informantes de la Corporación destacan que su horizonte actual es incidir en la política pública en los ámbitos de interés de los socios, es decir, tanto en el ámbito turístico como cultural y artesanal, pero también, sensibilizar a la sociedad barichara y a todo el que llegue a residenciarse en el pueblo acerca de la necesidad de construir comunidad con base en la identidad local. La Corporación, según estos miembros, quiere trabajar sobre ciertos mínimos que congregan tanto a patiamarillos como tierraferas, como lo es el activar “palancas de valor”, haciendo referencia a relevar el papel de las personas que hacen posible que exista un sistema de producción y consumo local. Por ello la Corporación busca incidir, entre otros, en los campos artesanal y agroecológico y en su vinculación con el producto turístico local, otorgándole valor patrimonial a estos componentes en clave de “cultura viva”.

6.2.2. De oficios vivos y revividos: la patrimonialización de las artesanías en Barichara

En el caso de Barichara se puede observar que, como plantea Jean Davallon (2010), la sanción patrimonial no necesariamente implica acciones de protección legal de los bienes o manifestaciones, sino que puede darse por canales no oficiales, y, posiblemente, por la convergencia de discursos que transmiten valor patrimonial a un mismo objeto o manifestación, lo cual provoca de alguna manera lo que Kirshenblatt-Gimblett denomina un “palimpsesto patrimonial” (Kirshenblatt-Gimblett, 2001, p. 49). De esta forma, en Barichara parece no haber duda acerca del estatus patrimonial de algunos elementos que se consideran piedras angulares de la cultura local.

El proceso de patrimonialización se ha nutrido de afluentes diversos y las medidas de designación o protección legal del patrimonio material e inmaterial, tanto del nivel nacional como municipal, se imbrican con acciones de patrimonialización de diversa índole desarrolladas o impulsadas por agentes privados, con importante participación de los llamados tierraferas. Poco a poco, el valor atribuido al centro histórico se ha ido irradiando a prácticas y manifestaciones culturales como la gastronomía y los oficios artesanos, mientras que en los discursos de identidad las representaciones basadas en la definición de un carácter criollo santandereano a partir de hitos históricos y de ideologías políticas, van dando paso a la puesta en valor de lo guane y a la producción de la diferencia local como forma de diálogo con el multiculturalismo nacional.

En consecuencia, en Barichara se ha estructurado un sistema patrimonial -y con él un sistema simbólico- en el que lo material y lo inmaterial se soportan y justifican con base en un relato sincrónico que privilegia las actividades artesanas sobre las agrícolas, y a su vez estos dos sectores sobre el de servicios, no obstante que en este último participa buena parte de la población del casco urbano. Así, se trazan orgullosas diferencias con otros municipios vecinos a partir de la tradición selectiva, proyectando la idea de que, mientras los vecinos viven del comercio, Barichara vive de su cultura.

Por otro lado, el sistema patrimonial se apoya en un relato diacrónico que presenta una continuidad casi sin conflictos entre el pasado guane, la industriosa y comunera Barichara colonial, y la población artesana decimonónica y actual:

“Se trata de un pueblo de campesinos. Primero, leales herederos del pueblo Guane y, después, herederos del pueblo comunero que a fines del siglo XVIII, allá por el año de 1781, se alzó en armas [...] Es oportuno, por tanto, hablar del alma de los labradores que tejen piedra y sueños, y levantan el corazón más arriba para avanzar sobre la lejana capital.

¿Qué componentes se soslayan en aquellas almas baricharas? ¿cuáles son sus signos de identidad? Lo primero, cultivan con ahínco y sinceridad la alta bandera del orgullo ancestral, que las hace sentirse iguales a los demás, sin agresividad pero con convicción. Es la esencia de la sangre y del espíritu guanes”. (Escovar & Reyna, 2005, p. 37).

El texto anterior está contenido en el libro *Barichara, 300 años de historia y patrimonio*, el cual repasa los aspectos geográficos y paisajísticos que dan identidad al territorio, rememora el hito fundacional de Barichara con la aparición de la Virgen de la piedra,¹⁰⁰ destaca el valor de los templos y capillas de Barichara y Guane, y se detiene en

¹⁰⁰ La fundación de Barichara aparece asociada a la romería provocada por la aparición, en 1702, de una imagen de la Virgen en su advocación de la Inmaculada Concepción. De acuerdo con los relatos consignados en los archivos, la imagen apareció en una peña que miraba hacia el resguardo del pueblo de indios de Mónica

ciertos períodos históricos: el prehispánico, con la poca conocida cultura guane; la fundación de la parroquia de Barichara en el marco de la dinámica de poblamiento de la región en el siglo XVIII; la Revolución de los Comuneros, en el contexto de las reformas borbónicas; la construcción del camino de Barrancabermeja, que contenía el fragmento del camino Barichara – Guane, restaurado en 1996 como parte del patrimonio nacional; y el período del radicalismo liberal en los Estados Unidos de Colombia, con el presidente barichara Aquileo Parra a la cabeza. Allí se detiene la historia, justo a tiempo para evitar referirse al período de La Violencia Política que tanto eco tuvo en el área de estudio.

Posteriormente, el libro se enfoca en los bienes y manifestaciones que, según los autores, han recibido todo el influjo de esta historia y conservan, por tanto, la tradición Barichara, pese a que incluyen la llamada artesanía contemporánea: el conjunto arquitectónico del centro histórico y los oficios artesanos relacionados con la construcción en tapia pisada, el barro y la alfarería, el tejido de fique y algodón, la talla de la piedra, el cultivo del tabaco y la elaboración de papel de fique:

Barichara, municipio mágico donde el tiempo parece haberse detenido para ofrecer armonía y perfección a los espíritus sensibles que lo habitan y hacen posible su conservación [...] El pueblo de los “patiamarillos” ha convertido sus manos en la mejor herramienta de trabajo, para hilar la historia que engendra a su ritmo un hombre renovado: para seguir esculpiendo su existencia con el mismo cincel con que talla la piedra; para mostrar a Colombia su contenido histórico tradicional, imagen colonial de lo que ha sido ese Santander legendario, cuna de libertad en nuestro país. Sus alegres familias están comprometidas con la tierra, viven artesanalmente utilizando las riquezas que aquélla les brinda: materias primas transformadas con ingenio, para crear industria. Es así como el algodón y la pulpa del fique se transforman en papel de alta calidad, hecho por hombres y mujeres, jóvenes que encuentran en ello una alternativo de trabajo urbano y rural, vinculando en el desarrollo a la población campesina. Se trata de una actividad promovida por la Fundación San Lorenzo, que busca activar la industria artesanal para evitar que se pierda en el olvido.

Algodón, fique o hémele convertidos en mantas, bolsos, costales y tapetes. Guadua, lona y mimbre transformados en lámparas. También el barro toma diferentes formas en manos de doña Feliza Alquichire, última indígena Guane dedicada a elaborar piezas que son testimonio de lo que fue y será la alfarería en esta región santandereana. Los tapieros conservan una de las últimas técnicas de construcción de la época de la Colonia, y los talladores de piedra han logrado aceptación y reconocimiento a través de su arte, vinculando en el proceso de embellecimiento de su pueblo a talladores extranjeros que han dejado sus esculturas en el Parque de las Artes, como muestra de su paso por estas tierras. (Escovar & Reyna, 2005, pp. 241-242).

(Guane) y fue cortada y trasladada a la casa del propietario del terreno. El cura párroco de la villa de San Gil dispuso la construcción de una ermita para alojarla y hasta allí comenzaron a llegar los peregrinos al enterarse de la noticia. A partir de la segunda década del siglo XVIII los devotos se organizaron en una cofradía para la construcción y sostenimiento de una capilla que facilitaría la asignación del título de Viceparroquia de Nuestra Señora de la Piedra, en 1714 (Guerrero & Martínez, 1996, pp. 127 y 128; Silva, 2001, p. 30).

Las organizaciones a las que se ha hecho referencia en el apartado anterior, y, en general, los gestores culturales y turísticos radicados en Barichara en las últimas décadas, si bien han retroalimentado de manera importante el proceso de patrimonialización de la cultura local en general, han incidido notoriamente en la adquisición de un estatus patrimonial por parte de ciertos oficios y objetos artesanales a través de iniciativas de investigación, documentación, formación y capacitación, comercialización y musealización-exhibición. Como corolario se impulsó la institucionalización de una categoría para designar el patrimonio local: en el año 2005, para la celebración de los 300 años de existencia de Barichara, se emitió un acuerdo municipal que institucionalizaba el “Día del Patrimonio Cultural Patiamarillo”, a raíz de una iniciativa propuesta por el presidente de la Fundación Tierra Viva, miembro del Consejo Municipal de Cultura. En esta fecha serían reconocidas como patrimonio diversas manifestaciones de la cultura barichara, con especial énfasis en oficios artesanos.

6.2.2.1. “Barichara, romance de piedra y barro”

El título de este apartado es el mismo de otro de los libros que han aportado su cuota en la puesta en valor del centro histórico de Barichara (Martínez, 1997), y sintetiza dos elementos alrededor de los cuales se han desarrollado distintos oficios, hoy considerados constitutivos fundamentales del patrimonio inmaterial del municipio.

En Colombia, así como en otras regiones americanas, comenzó a vivirse a partir de 1920 un afán por reemplazar las edificaciones en tierra por otras hechas con materiales constructivos que se consideraban de mayor calidad. En el caso colombiano, tal afán se hizo evidente en los habitantes de los pequeños pueblos (Battistelli, 2005), pero también, en los profesionales en arquitectura e ingeniería que oficiaban como consultores del Estado, quienes se decantaron por aplicar técnicas que involucraban materiales industrializados, siguiendo el ejemplo del país donde la mayoría de ellos realizaban sus postgrados: Estados Unidos (Rivero, 2007). Lo anterior redundó en el deterioro del “patrimonio menor” levantado en tierra, ya que se trataba de conjuntos poblacionales -y no de edificios monumentales individuales- sobre los que existían vacíos teóricos y, por ende, dificultad de asignar recursos. De esta manera, el mismo conocimiento sobre las técnicas constructivas en tierra fue progresivamente abandonado (Battistelli, 2005).

Pero, como señala Kirshenblatt-Gimblett (2001), aquello que la evolución cultural rechaza es la materia prima de la patrimonialización, y desde hace unas décadas se vienen dando procesos de puesta en valor de la tapia pisada y los demás sistemas constructivos

que utilizan la tierra cruda como materia prima, en sintonía con las necesidades urgentes de sustentabilidad. En el caso de Barichara, como se ha mencionado, más de una década después de la declaratoria de su centro histórico como Monumento Nacional, arquitectos y académicos interesados en estudiar la tierra como material de construcción tomaron el pueblo como espacio de observación, experimentación, aprendizaje y discusión. La Fundación Tierra Viva, una de las principales protagonistas en este sentido, encontró que lo importante era la vigencia de los saberes y oficios que permitían la permanente renovación de aquel conjunto que parecía “suspendido en el tiempo”.

“Yo decía: lo más importante acá no es la música, no es la danza, no es nada de eso... son las ‘culturas constructivas’. Entonces comenzamos a afincar esa palabra, que terminó volviéndose casi que en una muletilla. Entonces, comenzamos hablando de saberes y oficios, que muy rápidamente lo volvimos ‘cultura viva’”. (J.R. Moreno, entrevista personal, agosto de 2015).

De esta forma, comenzó a plantearse algo que no estaba considerado en los materiales concernientes a Barichara que manejaban las instituciones rectoras en la materia, como el Ministerio de Cultura, y era la importancia del patrimonio inmaterial para la conservación del material. De repente, las entidades de patrimonio a nivel nacional encontraron el valor de un centro histórico “menor” (Battistelli, 2005, p. 5), como el de Barichara, asociado principalmente a la vigencia de oficios artesanos:

Barichara se puede considerar uno de los ejemplos de pueblos coloniales colombianos casi totalmente construido en tierra cruda y en buen estado de conservación. Pero la peculiaridad respecto a otros centros históricos en tierra en Colombia, es que las técnicas de la tierra, como ya se ha dicho, se utilizan desde la fecha de su nacimiento hasta la época actual y sin haber encontrado interrupciones. (Battistelli, 2005, p. 40).

En concordancia, las primeras designaciones de Patrimonio Patiamarillo pusieron el foco en oficios relacionados, de alguna manera, con la materialidad del centro histórico, como el sistema constructivo de la tapia pisada y la elaboración de tejas en barro o “tejería”, asociándolos a la identidad barichara más estrechamente que otros oficios más populosos del ámbito agrícola o pecuario, como el cultivo del tabaco o la ganadería caprina. Los tapieros baricharas han apropiado este valor para su trabajo, y maestros de obra como Manuel Calderón consideran que “la tapia es lo más representativo de Barichara” (entrevista personal, febrero de 2012). Hoy, Manuel es uno de los tapieros más reconocidos por los arquitectos interesados en salvaguardar las buenas prácticas de la construcción en tapia, por lo que recibió un reconocimiento cuando este sistema constructivo se declaró Patrimonio Patiamarillo.

De acuerdo con la Fundación Tierra Viva, la vigencia del oficio no significaba que no se pudieran trazar nuevos horizontes, pues una manera de fortalecer el país desde el punto de vista de la sostenibilidad era que la tierra se convirtiera en la materia prima de la arquitectura contemporánea. Esta era su apuesta.

“Entendíamos que lo que tenía más importante Barichara era ese cocimiento de construcción con tierra cruda, así de claro, pero no sabíamos que eso era posible más allá del punto de vista patrimonial. Eso no lo sabíamos. Tuvimos que crear la Fundación y comenzar a trabajar entre todos, a indagar. Teníamos fotos de arquitectura contemporánea en tierra y nosotros entendíamos que, si teníamos ese saber local y teníamos la participación de profesionales, podíamos pretender llegar a hacer arquitectura contemporánea con tierra [...] Yo lo que entendía era que había profesionales y que había un pueblo en el que se habían mantenido unos saberes y unos oficios, y que se necesitaba la intervención de esos profesionales para reposicionar la tierra para la arquitectura. Ese tema de la tierra era un tema que en ese momento hacía referencia sólo a arquitectura de casas viejas, a arquitectura pobre... era un tema muy denigrado”. (J.R. Moreno, entrevista personal, agosto de 2015).

A día de hoy, el uso de la tierra como material de construcción en Barichara ha sido renovado por la puesta en valor del centro histórico, tanto cultural como económica, debido no solo a la restauración de casas de la antigua traza urbana, sino también al desarrollo de innovaciones y de nuevas construcciones para vivienda, segundas residencias o turismo, que ya no corresponden a obras anónimas de los maestros y tapieros, sino a trabajos dirigidos por reconocidos arquitectos, algunos de ellos asentados en el pueblo. Varias de estas obras han sido reconocidas y premiadas en bienales colombianas de arquitectura, como la mencionada “Casa Pinto”, del arquitecto Jesús Moreno, y la casa “El Caney”, del arquitecto Camilo Holguín (Rivero, 2007; Sánchez, 2007).

De acuerdo con informantes, no solo del ámbito de la arquitectura y la construcción, sino vecinos del pueblo, este interés de los nuevos vecinos y los académicos en la arquitectura en tierra, y la posibilidad de que las nuevas construcciones se hicieran íntegramente con materiales locales, llamó la atención de los baricharas sobre su excepcionalidad a nivel nacional al haber mantenido vigentes estas prácticas constructivas. También, sobre la importancia de la integralidad de su centro histórico, frenando procesos de modernización que ya se observaban en la construcción de barrios como el de Bellavista, de casas en concreto. Vale decir que este sector, anteriormente valorado como el más moderno del pueblo, hoy es denominado “el parche”, y en él se radican principalmente baricharas que quieren permanecer en el casco urbano pero que no tienen poder adquisitivo para comprar o arrendar una casa hecha de tapia.

Otros, sin embargo, consideran que, pese al proceso normal de modernización del pueblo, la arquitectura en tierra hacía parte de las prácticas locales y en esa misma medida tenía suficiente valor cultural, de manera que no requería formas de intervención que han hecho que pase de tener un valor de uso a adquirir uno simbólico y redituable económicamente. De acuerdo con algunos arquitectos críticos de estos procesos, el cambio de estatus de algo que era vida cotidiana al de patrimonio cultural, ha sido un movimiento que ha facilitado la inflación en el municipio y ha gatillado su proceso de gentrificación.

“Se estaba dando el proceso de modernización, pero a través de los materiales, no a través de la conceptualización de la casa, o del patio. Entonces, empiezan a valorarse esos elementos constructivos a partir de ella, pero las técnicas estaban. Se usaban de una manera tradicional, sin el valor decorativo que después le encuentra la gente que viene de visita y que quiere ponerla en su casa por una cosa curiosa, no porque sea parte de su desarrollo cultural [...] Pero en el pueblo, en el raizal, sí está metido el concepto de construir con los materiales propios. Si se necesita algo rápido, obviamente hay que entrar en la ferretería, pero, de resto, los materiales propios tienen valor y tienen apropiación por parte de los habitantes tradicionales”. (P. Gómez, entrevista personal, febrero de 2012).

En todo caso, en el proceso, el sector de la construcción se ha convertido en uno de los principales oferentes laborales para el pueblo y se da cada vez más relevancia a que la arquitectura en tierra sea el componente base de cada nueva obra que se emprende. Los giros que preocupan a algunos arquitectos, maestros de obra, tapieros, entidades defensoras de la arquitectura en tierra y vecinos en general, tienen que ver con el desborde del desarrollo urbanístico de Barichara y los impactos ambientales, sociodemográficos y socioculturales que esto conlleva debido al asentamiento de una cantidad creciente de persona que mantienen una relación esporádica con el pueblo. Además, con la red de corrupción que empieza a tejerse para obtener beneficios irregulares tanto de este crecimiento urbanístico, como de la entrada de Barichara en los circuitos del mercado cultural y turístico. Asimismo, existe preocupación entre los gestores culturales, algunos arquitectos y habitantes locales por lo que consideran una tergiversación del valor patrimonial de Barichara al introducir elementos que distorsionan la arquitectura en tierra, como el uso camuflado del cemento, concreto y hierro en varias de ellas. También, la construcción de casas en ladrillo cocido que se revisten como tapia o se circundan con ella para mantener cierta similitud con el entorno.

El análisis en profundidad de todas estas problemáticas excede el alcance de esta tesis, pero su mención es necesaria para proveer el contexto en el cual se viene dando la puesta en valor, uso turístico y transformación de las artesanías baricharas. A continuación,

se observa el caso de la talla en piedra, uno de los oficios “hermanados” con la arquitectura en tierra, pero que tiene su propia historia y desarrollo.

Figuras 28 y 29. *Construcción en tapia pisada.*



Fuente: fotografías de Luz Andrea Cote N.

Figuras 30 y 31. Interior y exterior “Casa Pinto”.



Fuente: Rivero (2007, p. 33).

6.2.2.2. La talla en piedra, actividad “típicamente barichareense”

En la arquitectura en tierra, además del barro que se usa para la tapia, el bahareque, las tejas y las tabletas del piso, se utilizan también otros materiales, como la piedra para los basamentos, la madera para las vigas y el hierro para puertas y ventanas. Así, el sistema constructivo de la tapia pisada hermana otros oficios presentes en Barichara como la carpintería o el trabajo de la piedra, tanto en su forma de cantería como de talla, los cuales han ido tomando relevancia en la medida en que las prácticas constructivas pasan a observarse a través de un lente más reflexivo. Como ejemplo, Henry Bohórquez, rector del Instituto Técnico Aquileo Parra y miembro del Consejo de Cultura plantea lo siguiente:

“¿Por qué [Barichara] conserva la piedra? porque es el elemento natural por excelencia, y Barichara estuvo, hasta hace poco, aislada, dado que la vía entre Barichara y San Gil era terriblemente agreste [...] Eso dificultaba, afortunadamente, elementos agresivos como el asfalto, como el concreto, entonces el Barichara se acomodó a lo que tenía y va tomando la construcción de las vías en piedra. Empíricamente lo hacen, o como algo muy práctico, y se torna en todo un patrimonio”. (Entrevista personal, febrero de 2012).

Hoy la talla en piedra es un oficio definido también por los académicos e investigadores de culturas constructivas como representativo de la cultura local y se considera que conforma, junto con la tapia, el patrimonio constructivo de Barichara.

La piedra es empleada en todos los casos. Tapia pisada y piedra se consideran las dos técnicas por excelencia “típicamente barichareense”. La tapia pisada es todavía la técnica más difundida y consolidada, sea en los edificios civiles del casco urbano, sea en las nuevas construcciones del centro histórico y del área periférica o rural (Barrio la Loma, la Cantera, Piedra de Bolívar, la Antigua, fincas limítrofes, etc.).

La piedra, conjuntamente con la tierra, es también un material muy extendido y constituye el patrimonio constructivo de Barichara así como la tapia pisada. (Battistelli, 2005, p. 40).

Los habitantes de Barichara han utilizado a lo largo de su historia la llamada piedra de labor para varios fines: empedrar las calles, construir cercas, levantar edificios enteros - como las iglesias-, hacer los basamentos de los muros de tapia, ornamentar casas y fincas, elaborar mobiliario, o hacer las llamadas “artesanías”, es decir, pequeños objetos utilitarios o decorativos que se venden a los turistas. Es por eso que el historiador local Heriberto Silva sostiene que “lo distintivo de Barichara no son las fuentes, ni los relojes, ni nada eso... es la piedra, la piedra. Este es un pueblo vestido de piedra” (entrevista personal, febrero de 2012).

La llamada “talla en piedra”, es decir, la elaboración de objetos y figuras en este material, bien sea con fines utilitarios u ornamentales, no es, entonces, el único oficio que emplea esta materia prima, pero es el que más reconocimiento institucional y mediático ha adquirido. En el diario *El Espectador*, por ejemplo, se dice que “la piedra siempre ha estado ligada con los baricharas o ‘patiamarillos’, considerados los mejores talladores de Colombia y de Latinoamérica” (Agencia EFE, 2013). Los llamados “picapiedras”, sus practicantes, se han convertido, entonces, en insignias del pueblo al ser representados como portadores de una tradición centenaria, no obstante que este oficio se ha reinventado permanentemente, o mejor, sus practicantes han mantenido el uso del material, pero han variado las formas de aprovecharlo.

Según el relato de los mismos talladores, los primeros que se salieron del ámbito de la cantería, el empedrado de calles y la construcción, es decir, de la llamada por algunos informantes “arquitectura en piedras”, fueron los antiguos maestros Marcos Patiño y Sacramento Corzo. Éste último, nacido en 1920 y fallecido en 1976, es el más recordado en este sentido porque consolidó la escultura y el trabajo de obras para iglesias como mesas de altares, pilas bautismales, lápidas y cruces en piedra como un oficio, realizando obras que se hoy se encuentran en distintos lugares de la región (Silva, 2001) y enseñando a maestros que le sucedieron, como José Antonio Figueroa y Martín Galvis, tío y sobrino respectivamente. Sobre Corzo recuerda Martín Galvis que: “Ese señor era más técnico, el más profesional en el oficio porque no admitía un hueco, un boquete, ¿sí?, lo firme, que decimos nosotros. Eso era como si lo hubiera hecho una pulidora, una berraquera de trabajo” (entrevista personal, marzo de 2015).

Figueroa, quien era conocido como “Pablo Picapiedra” y falleció en 2007, fue uno de los artesanos más reconocidos por la divulgación de su trabajo fuera del municipio, y porque enseñó a varios de los maestros actuales el oficio como él lo realizaba: a puntero, buzarda, porra y cincel. No obstante, según él mismo, su principal aporte y acierto fue haber pasado

de hacer las grandes y pesadas figuras que aprendió con su maestro Corzo, a objetos más portables, y el haber introducido la talla de detalles ornamentales:

“Siendo poco jactancioso, cuando trabajaba con el maestro Sacramento Corzo yo me independicé y ahí comencé a hacer detalles en piedra, como ceniceros, como portarretratos, como columnas, como jarrones, y a hacerles todo... arabescos, una cantidad de cositas, flores... ahí nació el detalle por la piedra en Barichara, porque yo tengo 47 años de estar acá y yo nunca vi tallar una piedra en Barichara”. (entrevista personal, diciembre de 2001).¹⁰¹

Figuras 32 y 33. Maestro Martín Galvis trabajando en una obra en piedra.



Fuente: Fotografías de Luz Andrea Cote N.

Hasta el momento de la realización del trabajo de campo de esta investigación no existe un decreto municipal que haya declarado la talla o la artesanía en piedra como Bien de Interés Cultural de carácter municipal o Patrimonio Patiamarillo. El proceso de patrimonialización de este oficio se ha dado a partir de publicaciones y documentales sobre el patrimonio cultural de Barichara y, especialmente, de la creación y celebración del Festival de la Talla en Piedra. De acuerdo con Jairo Delgado, hijo de uno de los creadores de la Fundación José María Delgado, y quien fuera su presidente y el organizador del festival, éste tenía el objetivo de resaltar la labor de los llamados picapiedras y promover la renovación del oficio atrayendo a la juventud hacia él:

“Vi que había solo ocho talladores, porque la gente pensaba únicamente en trabajar en oficinas [...] En el segundo festival eran treinta escultores, la mitad colombianos y la mitad extranjeros, y los pelados de aquí comenzaron a ver que salían en el noticiero, y con los pedacitos de piedra comenzaron a hacer sus propios trabajos. Entonces, al final de los festivales, los niños decían que querían ser talladores de

¹⁰¹ Entrevista realizada por la investigadora para el capítulo “Barichara, monumento al paso del tiempo”, de la serie de televisión “Por los caminos del Gran Santander” (Cote, 2001).

piedra cuando fueran grandes, y es eso lo que quiero, que los pelados de aquí no tengan que migrar, y que puedan tener suficientes fuentes de empleo, y que más bien venga la gente, por ejemplo, a grabar aquí. Salvamos la talla en piedra y quinientas familias viven de ello; compré las fuentes y las instalé en el parque: cumplí con eso". (Ardila, 2013).

Efectivamente, como fruto de los festivales, la Fundación José María Delgado construyó el Parque de las Artes de Barichara, un lugar en la parte alta del pueblo que se convirtió en museo al aire libre exponiendo las obras de los ganadores de las distintas versiones del evento, algo que afianza su estatus patrimonial y el del oficio. El parque, ubicado en un lugar con una panorámica privilegiada del paisaje que rodea a Barichara, se ha constituido en sitios de interés turístico y lugar de eventos culturales. Autoridades locales en materia de cultura, como el Jefe de la Oficina de Cultura, Turismo y Deportes, concuerdan con que la reproducción de la talla en piedra se vio favorecida por el festival, en el sentido de que permitió ver mayores posibilidades de uso de la materia prima:

"Digamos que cuando tú ves que el producto puede salir, a la gente le interesa formarse, que fue lo que pasó con la piedra. Aquí la piedra, antes del festival, era para los que tallaban el piso y nada más. Cuando vieron que había posibilidades, de que eso sí traía... digamos que económicamente podía funcionar más que estar trabajando en el campo, pues empezaron los talleres, empezaron los hijos, y empezó a crecer el producto como tal". (J. González, entrevista personal, diciembre de 2013).

La visibilidad ganada con el festival posicionó a nivel nacional a los "picapiedras patiamarillos" y a Barichara como el pueblo de los talladores, más allá de que la materia prima se explotara aún con más intensidad en pueblos de la región como Villanueva, y que, en este último, así como en otros municipios vecinos, también se encuentre un buen número de artesanos dedicados al oficio. Y es que, como señaló el mismo creador del festival "con los festivales, se rodaron películas, y el mundo comenzó a volver sus ojos a nuestra región, y pusimos a Barichara en el mapa: se volvió importante" (Ardila, 2013).

Si bien en los relatos de viajeros del siglo XIX que pasaron por Barichara no se hace ninguna mención al trabajo de la piedra como un oficio distintivo del pueblo -al contrario de otros como el tejido de sombreros (Ancízar, 1853)-, hoy se hace frecuente la afirmación de que la piedra es la base de la identidad de Barichara. Iván Bueno, artesano y comerciante, por ejemplo, no duda en afirmar que "lo único que representa a Barichara, así, fuerte, es la piedra" (entrevista personal, marzo de 2015). Entre tanto, un artista insignia de Barichara, como los es el pintor Luis Mejía Bohórquez, sostiene que: "La identidad es, tradicionalmente, la piedra, que es como un símbolo. Incluso he oído decir que en Europa dicen que es un

pueblo entapetado en piedra, y eso, prácticamente, es lo que lo caracteriza como Monumento Nacional” (entrevista personal, febrero de 2012).

La renovación de estos oficios a través del auge de la construcción, en el caso de la arquitectura en tierra, y la apertura de mercados turísticos locales y urbanos nacionales, en el caso de la piedra, está tensionando su estatus patrimonial, toda vez que a sus promotores les preocupan los cambios técnicos que se están introduciendo. Sobre este tema se volverá más adelante. Por ahora, interesara explorar la otra cara de la moneda: oficios que también han adquirido un estatus patrimonial, pero que parten de un estado de práctica extinción. Si los oficios asociados al sistema constructivo de la tapia y la talla en piedra se consideran “cultura viva”, existen otros oficios que están tratando de ser revividos, mientras en el camino adquieren la categoría de patrimonio inmaterial.

Figuras 34 y 35. Parque de las Artes Jorge Delgado Sierra



Fuente: fotografías de Luz Andrea Cote N.

6.2.2.3. “Es ancestral, ¿me entiende?”: Tejiendo relaciones con el pasado prehispánico

Al contrario de la percepción que tuvieron los interesados en la arquitectura en tierra, las narraciones de algunos de los migrantes que se radicaron en Barichara durante las décadas de los años ochenta y noventa hablan de un pueblo que, al momento de su llegada, estaba perdiendo su identidad por cuenta de la desaparición de los oficios artesanos, especialmente de aquellos que se consideran “más ancestrales”, como el tejido en fibras vegetales. Varias de las organizaciones conformadas por estos nuevos habitantes se enfocaron entonces en la investigación, documentación, recuperación y renovación de

estos oficios. A partir de ahí, ha cobrado fuerza tanto entre los baricharas como entre los nuevos habitantes el relato según el cual fueron los gestores culturales foráneos los que supieron valorar esta riqueza que languidecía en el pueblo. Los comentarios del alfarero y ceramista barichara Orlando Díaz son ejemplo de ello:

“Desgraciadamente los alcaldes y los que dirigen acá no se interesan por enseñar los oficios de los antepasados y lo que hay. Y entonces la gente como que no mira esa oportunidad de empleo en lo que hay acá, entonces emigran. Cuando llegó Dalita Navarro, la esposa del expresidente, a Barichara, fue una de las personas [...] que nos ha apoyado mucho [...] Ha intentado dar las clases de todo lo que había, de rescatar lo que había en Barichara, lo de tejidos, lo de las vasijas, lo de la gastronomía, lo de la música. O sea, es la única persona que se ha interesado”. (Entrevista personal, febrero de 2012).

La práctica desaparición de algunos oficios y productos artesanales en Barichara puede entenderse si dejan de observarse como elementos aislados y se analizan en relación con los contextos que les daban sentido. Si bien para cada artesanía hay que tener en cuenta dinámicas socioeconómicas y culturales específicas, en líneas generales, es conveniente resaltar que los oficios artesanos en Barichara estaban ligados principalmente a un sistema económico rural y de autoabastecimiento, no obstante que producciones destacadas, como el tejido de sacos de fique o la elaboración de sombreros, hacían parte de circuitos mucho más amplios que abarcaban mercados nacionales e internacionales.

Al momento de la llegada de los primeros gestores culturales y artesanos interesados en Barichara como un pueblo artesano, este sistema rural estaba en crisis. Por una parte, la economía artesanal ficquera había sido víctima de la penetración de la industria en la elaboración de empaques para los productos agrícolas y se había establecido un sistema que pauperizaba a los artesanos (Zamosc & Gaviria, 1980); por otra, como señala Durán (2018), la economía agrícola tabacalera decrecía en la medida en que avanzaban las campañas contra el consumo, fluctuaba el precio internacional, se incrementaban los gravámenes y los suelos se agotaban por las prácticas asociadas a su cultivo. Siguiendo a la autora, estos hechos desembocaron en un despoblamiento de Barichara, especialmente de su zona rural, y la migración hacia la costa Caribe. Para los que se quedaron, abrir una tienda siempre resultaba más atractivo y seguro que aventurar en los incipientes proyectos de recuperación artesanal que comenzaban a surgir en la región por cuenta de entidades o personas particulares interesadas. Así se observa en el siguiente relato de la tejedora y profesora Beatriz Jaramillo, quien participó en un temprano y fallido proyecto de recuperación del tejido:

“Este señor, que se llama Ricardo Carrizosa, era quien intentaba propiciar algo aquí diferente a los sacos [...] Hicimos un experimento de tejido con mujeres tejedoras porque este era un pueblo que además era muy cercano a nuestro corazón por el tejido; porque yo estaba trabajando con él, con este señor Carrizosa, yo era diseñadora en su taller, y tratamos de hacer un experimento aquí de cambiar los sacos de papa, o de café, o de, bueno, los sacos, que llaman, por que hicieran individuales u otro tipo de cosas ¡Eso fue imposible! [...] Es como que la gente no estaba preparada para el cambio; y cualquier cambio que les significara unos bajos ingresos, como los que siempre habían tenido con los sacos, no era el mejor cambio. Lo mejor era poner una tienda, porque no solo tenían la comida, sino que vender productos es muy fácil [...] Y a partir de ahí empezó como a desaparecer el asunto en Barichara: ya no veías a los niños con bolsitas en la calle, enhebrando, ni... es más, cuando yo llegué aquí sentí que la tradición estaba completamente perdida. La tradición más antigua está perdida; se supone que esto era un emporio textil en época de los Guanes, y el conocimiento de tintes, de tejido en telares horizontales era muy grande, pero cuando yo llegué aquí... es más, yo traje el primer telar horizontal que llegó acá, porque no existían sino los telares de fique”. (Entrevista personal, marzo de 2015).

Los recién llegados abrieron la posibilidad de recuperar estos oficios porque, por medio de sus distintas formas de capital -económico, político, cultural y social-, produjeron en buena parte el nuevo contexto en el que estos trabajos artesanos adquirirían nuevos valores y nuevos significados. Alinearse con las recomendaciones internacionales y las políticas nacionales de gestionar la cultura como recurso se convirtió entonces en una buena alternativa para, a la par que se aportaba al desarrollo económico local y a la “recuperación de la identidad”, desarrollar proyectos productivos de interés propio. Se trataba de un círculo virtuoso en la medida en que la revitalización de prácticas artesanas proveía al pueblo de una profundidad histórica valorada en el mercado internacional, ya que varios de los oficios enfocados encontraron su legitimidad en el pasado Guane.

- **Alfarería, cerámica, y el traslado de Guane a Guayabal**

Desde el mirador del Parque de las Artes se pueden observar las veredas bajas del municipio de Barichara. El camino empedrado que conduce a Guane se pierde entre los pliegues de ladera que van descendiendo poco a poco hacia el cañón del río Suárez, mientras la Serranía de los Yariguíes o Cordillera de los Cobardes se impone como pared de fondo. En estas partes bajas tenían su principal asiento los Guane, notables alfareros reconocidos por la arqueología actual, y de distintos rincones del territorio que habitaron se han extraídos miles de piezas que actualmente se exhiben en vitrinas de distintos museos de Santander y Colombia, partiendo por el pequeño museo de la localidad de Guane.

Figuras 36 y 37. Fachada e interior del Museo Arqueológico y Paleontológico de Guane (Barichara).



Fuente: ProColombia (s.f.e)

Algo escondida en esta ladera de montaña, en una casa humilde acompañada por un fogón y un caney casi en desuso, vive cerca de los 90 años Ana Felisa Alquichire, a quien se refieren los habitantes locales y los medios de comunicación regional y nacional como “la última alfarera guane”. Ella aprendió el oficio sin siquiera darse cuenta, en el seno de su comunidad y de su hogar, observando en el día a día las tareas de los mayores; pero no supo eso hasta que, ya casada, se vio en la necesidad de producir sus propias vasijas para su hogar:

“Yo fui aprendiendo, aprendiendo, y yo miraba, y después de que yo ya me casé, con verdad, yo vivía allá arriba, entonces se me acabó la ollita, y el tejo de hacer el caldito, y el tejo de hacer la arepa. Y mandé allá donde mi mamá el chino más grandecito, que ‘vaya que me mande un tejito porque se me acabó, más que sea un tejo vencío, porque esto se daña, sí, eso no deja de salir tejo’. No, no me mandó nada. Me tocó hacer molidos porque no hubo tejo. Y pa ollita me tocó bregar pa poner la ollita pa hacer, entonces yo de una vez dije ‘no, pero, ¿el que hizo la primer olla quién lo enseñó?’. Yo mandé los chinos a los siguientes días a traer un poquito de barro, y yo topé piedra y yo molí, y de ahí pa’cá aprendí yo a hacer”. (Entrevista personal, marzo de 2015).

Como relata Felisa, junto con el trabajo agrícola, la alfarería fue tarea cotidiana y base del sustento de las familias de esta zona hasta hace unos 40 años, época en la cual, según calcula ella, debía haber alrededor de 300 alfareros que sacaban su producción a los mercados locales. Pero, aunque Barichara se hubiera mantenido relativamente aislada de los circuitos comerciales de la modernidad, nada pudo impedir la llegada de las ollas de aluminio, que fueron reemplazando poco a poco a las de barro.

Figura 38. Felisa Alquichire y su nieta en labores cotidianas de alfarería y tejido



Fuente: fotografía de Luz Andrea Cote N.

Figura 39. “Tiestos” secándose en la casa de Felisa Alquichire



Fuente: fotografía de Luz Andrea Cote N.

Hoy, en un doble movimiento que es señalado por García Canclini (1982), las sociedades campesinas reemplazan sus objetos cotidianos artesanales por industriales, mientras las urbanas incorporan en sus hogares las artesanías resignificándolas desde un valor simbólico. Así, los productos de la alfarería tradicional barichara sobreviven principalmente por el interés de los migrantes urbanos, turistas y actores del sector turístico en incorporarlos en sus cocinas y otros espacios, en buena parte como objetos decorativos, si bien algunos tipos de ollas se siguen usando para cocinar porque se considera que dan mejor sabor a ciertos platos. Por eso el alfarero Orlando Díaz, de una generación posterior a Felisa, dice con desilusión: “Ya ahorita la mayoría que compra un tiesto es para ponerlo allá en la casa de decoración, no lo utilizan. El tiesto de arepas sí” (entrevista personal, febrero de 2012).

Los objetos de la alfarería tradicional barichara también han encontrado un nuevo espacio en lugares y eventos de exhibición, como la Casa de la Cultura de Barichara, donde se ha dispuesto una exposición permanente sobre el trabajo de Felisa; el Festival del Patrimonio Patiamarillo; el cumpleaños de Barichara o el Encuentro Nacional de Culturas Campesinas. Además, en ellos se han incluido demostraciones de la antigua técnica alfarera local por parte de mujeres como María Temilda Salazar, Medarda Torres, María Romero de Torres, o Bernarda, hija de Felisa Alquichire, ya que esta última, aunque se haya convertido en símbolo de la tradición facilitando su filiación con el pasado guane, en realidad no es ni la última ni la única alfarera que queda en esta zona. Otras pocas mujeres, la mayoría de edad avanzada, aún la practican. Así, el oficio de la alfarería, si bien tampoco cuenta con una

declaratoria oficial como patrimonio cultural municipal, es identificado en estos espacios, al igual que en publicaciones de distinto tipo y en discursos institucionales, como constitutivo del patrimonio inmaterial local.

Figura 40. *Exposición sobre trabajo alfarero – Casa de Cultura Emilio Pradilla G.*



Fuente: fotografía de Luz Andrea Cote N.

La asignación de un carácter ancestral a la alfarería de Guane facilita la legitimación del fomento de la cerámica en Barichara, la cual es promovida institucionalmente por la Escuela Taller Barichara que incluyó este oficio desde su oferta inicial por considerarlo tradicional del pueblo. Vale la pena aclarar aquí que, en el marco institucional colombiano, la alfarería-cerámica se considera un solo oficio, pero ambos términos definen dos estadios o niveles de desarrollo del mismo que están orientados a la producción de objetos distintos: la alfarería es el trabajo con arcillas que se mezclan con otros materiales a partir de saberes empíricos, sin cuantificación, y cuyos objetos resultantes se someten a una sola cocción que puede ser a cielo abierto o en hornos de barro, los cuales utilizan leña, carbón o ACPM y logran temperaturas medianas no controladas. Los productos que se obtienen son porosos, y principalmente utilitarios y decorativos. La cerámica, por su parte, persigue la elaboración de objetos utilitarios, decorativos o artísticos, de alta calidad y finos acabados, con pastas cerámicas obtenidas de la mezcla precisa de componentes físico-químicos definidos previamente mediante análisis. Las piezas resultantes reciben una o dos cocciones en hornos eléctricos o a gas, a altas temperaturas controladas que permiten otorgarles características que las hacen aptas para su uso -impermeabilización, resistencia térmica y al choque- (SENA, 2003).

De acuerdo con sus directivos y profesores, la Escuela Taller promueve el desarrollo de una cerámica de alta calidad, con un sello particular de cada artesano o artista. Es frecuente el uso de engobes, barbutina y esmaltes, algo que está ausente de la alfarería tradicional local, aunque existe una preocupación por elaborar las pinturas con minerales y vegetales de la región. Los hornos que se utilizan son a gas, a una temperatura de 960°, o de 1080° cuando se aplican esmaltes. Los profesores de la Escuela Taller investigan y difunden los procesos de las alfareras locales, pero explican que, a pesar de que iniciativas de la Escuela y del Ministerio de Cultura han querido acercar a los jóvenes a estos saberes, se hace muy difícil reproducirlos por su complejidad, lentitud y el uso de materias primas que actualmente son difíciles de conseguir. Una visita a Felisa Alquichire o Medarda Torres en un día de trabajo permite comprender el por qué de estas afirmaciones:

Felisa ya tenía los insumos listos cuando llegamos, pero nos explicó lo que implica conseguirlos. Antes de que falleciera su esposo, y cuando aún estaban sus hijos en casa, iban juntos a sacar la arcilla a una “mina” que queda muy lejos de su casa, y tenían que traer los sacos de arcilla en la espalda o “a las costillas”, como dice ella. Hoy en día ella debe contratar una persona con un camión que haga el trabajo en su lugar, y debe pagar un precio alto por ello: sesenta mil pesos. Otras alfareras que viven más cerca de la mina aún siguen extrayendo la arcilla por sí mismas y llevándolo a sus casas a costas. En todo caso, extraer el barro o la arcilla apropiado para el proceso que realizan es cada día más difícil porque se va haciendo más escaso e inaccesible, y, como me dijo Medarda alguna vez, “no sirve cualquier barro ni cualquier piedra”. De hecho, quedaban dos minas de barro en la región, pero cuando hicieron la represa de El Común se perdió una, así que la que queda es la única. Extraer la piedra con la que se mezcla la arcilla también es un trabajo duro. Mientras Felisa contaba los pormenores del asunto recordé la afirmación de Nohra Sánchez [profesora de cerámica de la Escuela Taller] de que extraer esa piedra era como extraer oro. Y a eso se suma la dificultad cada vez mayor de encontrar leña en una región donde hay cada vez menos bosques. Para cada una de estas tareas es necesario dedicar un día entero de trabajo.

Las piedras se queman en una hoguera durante dos horas y luego se muelen a mano, utilizando una piedra más grande, hasta que queden bien trituradas, como arena. La arcilla, por su parte, debe partirse, secarse al sol y luego remojarse en agua. Arcilla y piedra se mezclan y doña Felisa amasa la arcilla resultante con las manos, aunque hay otras alfareras que lo hacen con los pies, como pude ver en los videos de Tropenbos. Para hacer los tejos doña Felisa utiliza la técnica del rollo y pule las vasijas con un pedazo de totumo que usa como cuchara. Los tejos y ollas se secan al sol durante varios días, y, si hay mal tiempo, la cosa se complica.

El proceso termina con la quema al aire libre durante un tiempo que varía según las condiciones climáticas. Las vasijas se esparcen sobre una gran hoguera, atajándolas con piedras de manera que queden ubicadas de forma apropiada para su cocción, y en los espacios libres se mete ‘chamizo’ que avive el fuego. Doña Medarda silva para que venga el viento y atice el fuego. Los tejos se retiran con un palo para no quemarse y se dejan enfriar al aire antes de ser lavados.

Recuerdo que la primera vez que vine, como en el año 2004, doña Felisa me dijo que trabajaba todos los días, salvo alguna cuestión excepcional. Ahora debe dosificar el trabajo porque desde hace tres años sabe que está enferma del corazón y debe tomar

droga. Le duele el pecho y la espalda, y aunque el médico insiste en que no trabaje, esto es parte del sustento del hogar, pero, sobre todo, Felisa dice que no se puede “quedar de valde”. (Fragmento del diario de campo).

Pese a lo difícil del proceso, unas pocas alfareras insisten en hacer los tejos y ollas de barro, y, mientras se convierten en símbolos de la tradición barichara, siguen viviendo en ranchos humildes, vendiendo sus productos a bajos precios, con escasa atención en salud, sin pensión de vejez y recibiendo reconocimientos simbólicos con premios que pasan por un mercado o un viaje dentro de la región, o del país, y que ellas reciben con mucho agradecimiento. Felisa, por ejemplo, fue designada Patrimonio Cultural Inmaterial por la Gobernación de Santander en 2010 (Esteban, 2010), y homenajeada por el expresidente Belisario Betancurt por ser “un espécimen humano de maravilla, de éxtasis, india Guane y uno de nuestros íconos en toda la región” (“Betancurt rindió homenaje”, 2009).

Sin embargo, estas alfareras saben que nadie seguirá sus pasos. Doña Felisa decía “yo aquí en esta casa, a lo que yo falte, ya no hay quien trabaje, porque las hijas casadas aprendieron muy bonito a trabajar, pero no quisieron trabajar” (entrevista personal, febrero de 2012). Hay fuertes indicios para pensar que así será, pues está claro que la recuperación de la cerámica promovida por la Escuela Taller Barichara no consiste en una prolongación de la alfarería tradicional de las veredas del corregimiento de Guane, sino que se trata de algo nuevo, una actividad que ha tomado forma y fuerza a partir de la consolidación del pueblo como centro cultural y turístico, y que recibe su valor cultural de la construcción de una filiación con la alfarería, ya no solo tradicional-popular de las zonas rurales, sino la guane prehispánica.

No obstante, algunos años después, doña Felisa parece haber ganado un poco de esperanza y, con una sonrisa, recuerda la siguiente anécdota:

“Dicen que este trabajo se va a acabar. Yo ora, como hace más de un año, taba sentada en una banca allá en Barichara esperando el carro ya pa venime un miércoles, y llegó una señora y se sentó al lado’e yo. Que disque había tado aquí. Le dije “usté sí me conoció”, me dijo “¿usté todavía trabaja el oficio?”, y yo “sí trabajo”, “eso no se ponga a trabajar, ese oficio se va a acabar, eso lo van a acabar, eso no se ponga a quitase la vida”. Entonces yo dije “pues, hombre, ora se vende hasta poco”, dijo “sí, eso no... ese trabajo se acaba, eso ya no... naide lo compra ni naide hace cabeza pa eso. Eso no se ponga a trabajar”. Antonces yo le dije “señora, pues no se sabe -dije-, quién sabe si los que nos acabamos somos los que trabajamos, pero el trabajo quizás no se acaba -dije-, porque más que sea unos vamos muriendo, y otros van quedando pa que vayan reponiendo el trabajo”. (entrevista personal, marzo de 2015).¹⁰²

¹⁰² Esta cita se repite intencionalmente. Con ella se abre esta tesis.

Figura 41. Felisa Alquichire trabajando modelado.



Figura 42. Medarda Torres preparando “la quema”.



Fuente: Fotografías de Luz Andrea Cote.

Figura 43. Artesanías de Orlando Díaz antes de la cocción.



Figura 44. Artesanía contemporánea de Sebastián Rueda.



Fuente: Fotografías de Luz Andrea Cote.

Dentro de los proyectos de Dalita Navarro, directora de la Escuela Taller Barichara, está la creación de un museo que plantea una continuidad entre la alfarería de ayer y la cerámica de hoy, ya que presenta esta última como el oficio que permite la pervivencia de la tradición bajo los requerimientos de la modernidad. Así se refiere ella al proyecto:

“Hay una colección que tengo que me va a donar Monseñor para una especie de museíto que yo quiero organizar donde se van a exponer 250 piezas guanes. Y yo a su vez tengo la idea, si se llega a concretar bien eso, de regalar una colección de cerámica contemporánea que yo tengo. Eso te da dos puntos de vista... pero no es con la idea de cambiar, pero tampoco podemos cerrarle, porque, si no, quitemos las bibliotecas; no, es para que ellos vean que hay muchas maneras de ganarse la vida y desarrollando lo que ellos en un tiempo hicieron”. (Entrevista personal, febrero de 2012).

Como correlato de estas iniciativas, para un ceramista reconocido a nivel local, como es Orlado Díaz, de la vereda El Guayabal, el futuro consiste en trabajar las técnicas modernas de la cerámica para rescatar la identidad guane a partir de sus antiguos diseños. Si bien algunos de sus maestros y gestores culturales críticos de su trabajo consideran que este enfoque es una tergiversación del sentido de la cerámica barichara actual, es la estrategia que Orlando se plantea para dar mayor calidad e identidad a su trabajo. La siguiente conversación da cuenta de ello:

P: ¿Cuál es tu visión? ¿Cómo proyectas el futuro?

R: Rescatar lo de los indios Guanes y empezar. Ya como que, con el tiempo, yo digo, hacer únicamente piezas únicas. A mano [...]

P: ¿Y qué es lo guane? ¿Cómo serían esas piezas que recuperan lo guane?

R: Como pintaban ellos las vasijas. Las formas que hacían en la pintura, los pictogramas... eran cosas muy bonitas [...]

P: ¿Y eso implicaría estudio? ¿investigar un poco? o esa investigación ya está hecha...

R: Sí, toca investigar, mirar las vasijas que ellos hacían, hacer otras formas, pero con un toquecito de lo que ellos hacían.

P: ¿Y recuperar las técnicas también? porque ellos usaban tintes naturales...

R: Si, ellos nunca se iban a comprar engobes en otra parte, lo producían con sus mismas piedras, los colores que sacaban en la zona, no más. Eran vasijas muy sencillas, pintadas sin tanto color, sin tanta cosa, pero son muy decorativas y muy bonitas. Y rescatar como lo de las vasijas que sirven para el uso de cocinar". (entrevista personal, febrero de 2012).

Pese a sus intenciones, se puede anticipar que el trabajo de Orlando tendrá más dificultades para identificarse con la cultura guane que el de Felisa, quien tiene apellido indígena y nació y creció en las tierras del antiguo resguardo. Es posible que a Orlando no lo inviten a dar demostraciones de trabajo ancestral en eventos culturales, patrimoniales y turísticos. No obstante, y por ahora, la legitimidad que le da el ser un alfarero local, la flexibilidad que le otorgan las técnicas contemporáneas que emplea y que le permiten diversificarse y manejar su productividad según la demanda, y la ventaja de estar ubicado a la entrada del pueblo, con toda su producción exhibida, le permiten tener mejores condiciones materiales de vida que las alfareras de Guane. Pero este es un tema que se retomará más adelante. Por ahora cabe detenerse en otro de los oficios que dispara las discusiones entre los gestores culturales y turísticos, artistas y artesanos nativos y radicados en Barichara, sobre los encuentros y desencuentros entre tradición y modernidad: el tejido.

- **Los tejidos en fibras vegetales y la restauración del mundo Guane**

Entre los oficios que, tanto en las narrativas de los informantes como en materiales divulgativos del patrimonio barichara, encuentran fácilmente su legitimación en el pasado Guane, están también los relacionados con el tejido en fibras vegetales como el algodón y el fique. Al igual que ha sucedido con la alfarería, los pocos portadores de la tradición se han ido señalando como patrimonios vivos o patrimonio inmaterial. En el libro *Barichara, 300 años de historia y patrimonio* (Escovar & Reyna, 2005), por ejemplo, se reconoce así a la señora Lucrecia Lizarazo:

Los procesos artesanales de Barichara tienen su origen en las costumbres heredadas a través de los núcleos familiares. Un ejemplo claro es el tejido y su desarrollo como oficio.

Hija de una tejedora de sombreros de jipa o palma de nacuma, [...] doña Lucrecia Lizarazo, viuda de Angarita, representa la entereza de la mujer santandereana del campo, que encontró en el tejido el objeto de su desarrollo humano.

Empezó a tejer hacia 1930 en la vereda Las Vueltas, del municipio de Galán.¹⁰³ Sus primas hermanas le trajeron a la casa un telar urdido para que aprendiera el trabajo de las mochilas [...]

A pesar de todas las dificultades que tiene doña Lucrecia, con la vista casi perdida, hoy día, a sus 89 años, sigue siendo una certera maestra que pertenece a ese hilo conductor heredado del conocimiento textil guane. (p. 219).

Como se ha explicado, los Guane, quizás aún más que por su alfarería, destacaron por la calidad de sus tejidos. Nirko Andrade es un experto en tejido que se desempeñó como asesor y capacitador de Artesanías de Colombia en distintos lugares del país, además de ser artesano tejedor. Llegó a radicarse en Barichara, más exactamente en las afueras del corregimiento de Guane, tras las huellas de sus antiguos moradores. El proyecto de Nirko era, y sigue siendo, la creación de un museo del tejido que haga saber a Colombia y el mundo la importancia que tuvo la técnica textil empleada por aquel pueblo prehispánico en el desarrollo del tejido americano. Si bien la técnica, aunque escasa, no es exclusiva de los Guane, Nirko encontró en estas partes bajas de Barichara un sitio idóneo para el museo, no sólo por ser exactamente el lugar de asentamiento de aquel pueblo indígena que la empleaba con destreza, sino por la afluencia de turistas y de un público interesado. Además, porque el proyecto podría facilitar que el corregimiento obtenga mayores beneficios del desarrollo turístico del municipio. Nirko explica con entusiasmo el proyecto y su justificación, es decir, la importancia del tejido guane y de la técnica que empleaban en el desarrollo prehispánico de este oficio:

¹⁰³ Municipio colindante con Barichara.

“Para mí [el corregimiento de] Guane se volvió muy importante [...] Es que esto es una historia, una historia que realmente se remonta a los indígenas [...] Este es un tejido muy importante. Se llama técnica de trenza múltiple, *sprang*, en inglés [...] Aquí la mochila santandereana y la mochila boyacense, la típica, la antigua, la tradicional, la de verdad, es hecha en esa técnica, *sprang*, sino que tienen dos armaduras, dos maneras de armar diferentes: la de aquí y la de Boyacá [...] Ese tejido es importante porque es la transición, es el punto medio entre los tejidos de punto, que son los tejidos que se hacen a mano -sin telar ni nada de esas cosas, con agujita o con un palito- y los tejidos planos, que ya son el tejido de telar ¡Ese es la pura transición, y está pero ni pintado! [...] Yo me vine fue a hacer el museo ahí, a impregnarme un poquito de todo ese aire que ellos respiraban. Por eso estoy ahí, claro, esa es la razón fundamental [...] Todo lo tengo fríamente calculado, mejor dicho: la casa es de bahareque, de techo de paja, porque es así, porque así era la construcción de los indígenas, no era tapia pisada sino bahareque; techo de paja, porque es techo de paja... mejor dicho, yo sé lo que estoy haciendo [...] Quiero proponerle a Beatriz Helena [Jaramillo] y a Marcela [Carrasco], que son dos tejedoras de Barichara que son antiguas en la jugada, y proponerles a ellas también como un poco de actividades de estas del museo: como rescate -por ejemplo- de la pintura de las telas, rescate de los tintes, investigación sobre textil, porque el museo no es solo para mostrar sino también como para investigar”. (Entrevista personal, marzo de 2015).

Figuras 45, 46 y 47. Colección del proyecto de museo de Nirko Andrade (Guane)



Fuente: fotografías de Luz Andrea Cote N.

Como Nirko, y durante las dos décadas anteriores a su llegada, hubo otros gestores y artesanos que arribaron a Barichara interesados en su tradición textil, o que se entusiasmaron al descubrirla, pero que, como ellos mismos señalan, la encontraron moribunda. Tras la decepción vinieron las iniciativas y los proyectos para su rescate, los cuales pasaban principalmente por la proyección de nuevos objetos empleando las técnicas tradicionales. Tal fue el caso de la Fundación Enlace. Cuando Marcela Carrasco

llegó a Barichara se encontró con que había un conjunto de saberes asociado al tejido de costales, que quedaban pocas familias que realizaban este oficio¹⁰⁴ y que uno que otro telar se había salvado de la hoguera y se encontraba arrumado con otros vejestorios en el patio de alguna casa. Propuso entonces a la Federación Nacional de Cafeteros hacer empaques para la presentación comercial de su café, de manera que existieran alternativas concretas de viabilización de esta práctica “ancestral”, a la vez que se proveía una actividad económica en su nuevo lugar de residencia.

“Saqué todo el arsenal que tenía: hilos, lanas, todos los materiales, que eran básicamente mi trasteo, y empecé pues a hacer bolitas y a tejer para tener como la base del sustento; y empecé a hacer conexión con todas las mujeres que veía yo que laboraban con eso, y siempre llegaba a la historia de que su mamá, su abuela tejían. Entonces empecé a explorar la parte del tejido aquí y me encontré con el telar tradicional donde hacían los costales, que me pareció una cosa maravillosa; lo había visto, ojeado, cuando vine a conocer acá, y el personaje que me presentó Barichara es tejedor, y con él también había aprendido unas técnicas y cuando vi que estaba haciendo unas muestras en esto me pareció maravilloso. El material lo conocía muy por encima, pero empecé a ver las posibilidades del material, y bueno, empecé a trabajar por ese lado, a conocer a una mujer, entonces después la otra, las distintas técnicas que tenían y empecé a darse como una historia muy larga, una lista muy larga de tejido de tejedoras”. (Entrevista personal, marzo de 2015).

Sobre la experiencia de la Fundación Enlace interesa resaltar en este apartado que Marcela insistió en trabajar todo el proceso de producción con base en los conocimientos, técnicas y tecnologías locales para favorecer su fortalecimiento, pero también para garantizar que los artesanos locales pudieran desempeñar los roles necesarios, de manera que el proyecto surtiera el máximo número de empleos posibles. Con mucho esfuerzo la Fundación Enlace asumió el compromiso de entregar los sacos y, en la medida en que avanzaban en sus labores, los artesanos que se iban sumando aportaban conocimientos en cuanto a preparación de la fibra del fique, teñido, hilado, urdido u otra serie de tareas que, tanto adultos mayores como adultos jóvenes y niños, dominaban: “fue un proyecto muy bonito porque unas tejían, otras hacíamos las madejas, otras sacaban cañuelas, las otras vainicábamos y cocíamos las mochilitas, y ya al final lo que yo hice fue bordar el nombre de Juan Valdez”, dice Solangel Rodríguez (entrevista personal, marzo de 2015), participante del proyecto, quien valora que esta iniciativa le hubiera permitido retomar el oficio artesanal que prácticamente se había terminado en su familia.

¹⁰⁴ De acuerdo con una investigación realizada para Artesanías de Colombia en 1988, en el casco urbano de Barichara había 25 familias que tejían sacos de fique (García, 1988, p. 10).

Además, el objetivo era cumplir la meta reparando los telares antiguos y construyendo otros idénticos, tarea que llevaron a cabo los carpinteros baricharas, no obstante que la Federación sugirió el uso de telares más modernos.

“Necesitábamos, por ejemplo, lacito de este, entonces le decía, ‘no, pues la idea no es comprar industrial’ [...] pues me interesa mucho la parte laboral, la parte humana que era como mi estandarte, básicamente. Eso era lo que yo quería, de alguna manera, rescatar. De hecho, cuando empezamos aquí vinieron de Bogotá a mirar el taller y a ver cómo se hacía para la producción, para impulsar, y apenas vieron los telares me decían ‘¡pero esto es como de museo!’ [...] Les dije ‘sí, sí, todos son sacados del patio de atrás, todos’, ‘¿y esto no vale la pena como ponerle un armazón metálico y de pronto que funcione...?’’, les dije ‘no, no, no me interesa, gracias’, ‘pero Marcela, es que si ustedes van a tener una producción grande, y pues, a este ritmo...’, le dije ‘mire, se la saco, así que pueden quedarse con su idea de los metálicos porque no me interesan, o sea, la gente de aquí trabaja es con estos telares y yo quiero trabajar es con la gente que ha tejido en esto. Si yo voy a impulsar una vaina de tejidos industriales, pues entonces se compra una máquina grande, se le espicha un botón y se le saca. Pues, se le tiene, pero no me interesa, la verdad no me interesa. He conocido a la gente manejando esto, sé que lo maneja perfecto, además esto viene... es ancestral, ¿me entiende?, o sea, la persona que está montada aquí lo tiene en su sangre”’. (M. Carrasco, entrevista personal, marzo de 2015).

Este proyecto de la Fundación Enlace se sumó a una serie de iniciativas por diversificar el uso del fique en el núcleo turístico de Santander, que, en todo caso, en Barichara no tuvieron el mismo impacto que en pueblos vecinos como Curití. No obstante, el fique fue resignificado en un sentido patrimonial, en lo que también han colaborado en buena medida los espacios y eventos de exhibición.

Uno de esos espacios es el taller del Centro Día para la Tercera Edad, donde adultos mayores elaboran tanto los tradicionales sacos o costales, como otros objetos utilitarios y decorativos. Como se ha dicho, el Centro y su taller fueron creados gracias a la gestión de la Asociación Aquileo Parra – Amigos de Barichara, entidad que originalmente consideró otros oficios artesanos como actividad para los adultos mayores, entre ellos el tejido de sombreros de jipi-japa. No obstante, tras realizar un sondeo entre los mismos beneficiarios, vieron que prácticamente no existía nadie que dominara la técnica, y era de común acuerdo que se trataba de un oficio dispendioso que resultaría poco rentable porque cada persona podría elaborar, por mucho, un sombrero a la semana. El tejido del fique, en cambio, era un oficio conocido por la mayoría y brindaba mayores posibilidades de ingreso para el autoabastecimiento del hogar. Actualmente, este taller es uno de los pocos sitios de Barichara donde los turistas pueden observar el procesamiento artesanal del fique para la elaboración de empaques, tal y como lo realizaban día a día los habitantes del pueblo hasta hace cuatro décadas.

Figuras 48 y 49. Taller de fique del Hogar Centro Día para la Tercera Edad.



Fuente: fotografías de Luz Andrea Cote N.

Pese al estatus patrimonial que ha ganado, el tejido de costales de fique prácticamente ha desaparecido en Barichara. En donde se mantiene, es decir, en algunas veredas que conservan el antiguo sistema de ruralidad con un poco de cultivo de tabaco, productos de pancoger y el trabajo del fique, es una expresión de falta de alternativas económicas y revela cómo opera un proceso de producción-comercialización pauperizante que, sin embargo, les acomoda a algunas familias campesinas. Así lo explica la directora del Hogar Centro Día:

“La gente sigue ahí porque no hay fuentes de empleo, entonces prefieren llevar la ‘tarea’. Ellos le llaman así, ‘la tarea’: llevan una arroba de fique, la hilan, la trabajan, y el domingo sacan la matica de sacos y seguro que la venden, vuelven y compran su arrobita de fique y les queda para llevar un mercadito. Entonces es una vida dura, pero mejor que nada, porque, por ejemplo, en la agricultura también se aventura porque, como no llueve, es un problema, las cosechas se pierden, y también las cosechas son de medio año... y el otro medio año ¿de qué se vive?”. (B. Bohórquez, entrevista personal, febrero de 2012).

La abuela Helena Sarmiento, quien asiste al Centro Día y trabaja en la elaboración de los sacos y las artesanías de fique, explica que “en varias partes todavía hay el oficio del fique, pero ahora no, ahora se encuentra mucho trabajo en el pueblo, pa las muchachas” (entrevista personal, febrero 2012). Así, las mujeres jóvenes prefieren cuidar casas y prestar servicios domésticos, puesto que les resulta económicamente más rentable en el escenario de una nueva Barichara con habitantes de mayor poder adquisitivo y donde cada vez son más frecuentes las segundas residencias.

En cuanto al tejido del algodón, se convirtió en foco de interés para la Escuela Taller Barichara básicamente con la recuperación de la “mochila guane” en la cual se emplea la referida técnica del *sprang*. Este tipo de mochila se mantuvo para el uso

campesino en materiales como el fique, e incluso la fibra industrial, pero, en general, fue desapareciendo de los objetos cotidianos hasta llegar al punto de que las tejedoras las elaboraban sólo por encargo para los nuevos mercados que se abrían con el turismo y la llegada de migrantes urbanos: “es un tejido que tiene mucho trabajo, pero más que todo, digamos, como a la gente de afuera le interesa ese tejido. Aquí casi no la utilizan”, decía Esperanza Bueno, una de las últimas tejedoras que trabajan esta técnica en Barichara, en el marco de un proyecto de documentación de tradiciones artesanas de la provincia. (Buitrago & Granados, 2014).

Olga Becerra, administradora de la Escuela Taller, se refiere de esta manera a la situación en que se encontraba el trabajo artesanal al inicio de las labores de la Escuela y a los avances en cuanto a recuperación de la técnica particular:

“Se había perdido mucho la artesanía, lo guane se había perdido totalmente. Ahora puedes ver que nosotros estamos rescatando el típico tejido de la mochila guane [...] Ya hemos dictado varios cursos de mochila. Entonces, si vas a Guane, ya consigues mochilas hechas por estudiantes de la escuela, o que entre ellos mismos se han ido ya replicando, porque esa mochila solo ya la hacían tres o cuatro personas en Barichara”. (Entrevista personal, marzo de 2015).

Figura 50. *Mochila guane prehispánica.*



Fuente: fotografía de Rudolf (Cardale, 1993).

Figura 51. *Mochila guane contemporánea.*



Fuente: fotografía de Luz Andrea Cote N.

Cuando la Escuela decidió abrir un curso sobre mochila guane, el primer desafío fue conseguir instructora, pues como señala Olga, solo quedaban en el pueblo dos o tres artesanas que habían continuado la técnica. La posibilidad de que alguna de ellas dictara el curso se complicaba porque viven en zona rural y sus ocupaciones en el hogar les dificultaban acudir a la Escuela, además de que manifestaban temor por no tener experiencia en la enseñanza. El curso finalmente se impartió con el apoyo de Beatriz

Jaramillo, tejedora llegada de Bogotá y que había sido una de las impulsoras de la recuperación de la técnica en la zona debido a la importancia que le asigna para la identidad artesanal de Barichara: “¡Yo saco la mano por ella!, porque a mí me parece que es importante que este lugar tenga una identidad textil propia; así como los arwacos tienen la mochila arwaca, aquí, la mochila guane” (entrevista personal, marzo de 2015). Beatriz, sin embargo, entiende que la base de la mochila es una técnica no exclusiva de la localidad y, de hecho, ella conoció esta forma de tejido lejos de Santander, durante su etapa de formación en Bogotá. Así continúa su relato:

“La mochila guane, digamos que ese tejido tiene vínculos con Boyacá también. De todas maneras, son frontera Boyacá y Santander, y pues en tiempos antiguos era un solo territorio indígena [...] Entonces Guacamayas, Güicán y Cocuy, que son perímetro con Santander, tienen en sus técnicas textiles tejidos similares, no iguales, al de la mochila guane. Entonces mi primer contacto con ese tipo de tejidos lo tuve con un profesor que se llama Miguel Guerra, que daba clases en la [Universidad] Nacional y con quien yo tomé clases en Bogotá [...] Entonces me enseñó redes, me enseñó la técnica guane, pero él me enseñó la de Guacamayas. Lo que pasa es que son muy parecidas, hay unas pequeñas variaciones [...] A mi gusto es más complejo el tejido de las de acá que las de Boyacá, es mucho más sencillo el de las de allá; sin embargo, la técnica textil es exactamente la misma [...] Este profesor me enseñó desde el punto de vista técnico cómo se tejía, y cuando llegué acá yo quise profundizar la de acá a ver cómo era; empecé a tejerla”. (Entrevista personal, marzo de 2015).

Beatriz se acercó a las pocas tejedoras de la mochila que aún quedaban en la zona de Barichara para apuntalar sus conocimientos y desarrollar proyectos formativos para recuperar la técnica. En uno de los primeros proyectos que participó fue un curso para tejedores de toda la provincia, organizado por el Museo de Arte Moderno de Bucaramanga. Según recuerda Beatriz, el curso tenía por objetivo abrir líneas de desarrollo productivo con identidad local:

“Yo creo que el museo quería apoyar proyectos de productividad que tuvieran que ver con las raíces artesanales de los lugares; en este caso, pues el tejido es la raíz de este lugar, una de las más importantes [...] Para mí era una experiencia para enriquecernos mutuamente en todos los sentidos, una experiencia de contacto con mujeres tejedoras, y yo creo que para ellas también fue muy bonito tocar algo que tenía que ver con sus ancestros”. (Entrevista personal, marzo de 2015).

Si de esas primeras iniciativas en la provincia no se realizó mucho seguimiento en cuanto a resultados, actualmente la Escuela Taller Barichara quiere que sus esfuerzos de recuperación de la mochila guane se traduzcan en iniciativas productivas que se consoliden como verdaderas alternativas económicas para los alumnos. Como resultado parcial, puede decirse que la mochila guane ha logrado cierto fortalecimiento y algunas

alumnas de la clase de Beatriz Jaramillo ya las elaboran para la venta. Sin embargo, mayor ha sido quizás su posicionamiento como parte integrante del patrimonio inmaterial local, y si bien a principios del siglo XXI la mochila guane estaba ausente de las narrativas de identidad local (Cote, 2001, 2006), hoy es destacada como técnica local e incluida en eventos demostrativos de los oficios artesanos locales, como ocurrió en la celebración del cumpleaños número 310 de Barichara, organizada por la Alcaldía Municipal, y las muestras artesanas realizadas en el marco de la Estrategia de Salvaguardia de los Oficios Artesanales de la región de Guane, implementada por el Ministerio de Cultura y la consultora Tropenbos International Colombia.

Estos eventos son especialmente valorados por los artesanos que hasta el momento trabajaban calladamente en oficios escasos y ya moribundos, ya que permiten que, más allá de las dinámicas comerciales, tanto los demás artesanos como el público general conozcan objetos y destrezas escondidos:

“[La muestra de oficios artesanales de la región de Guane] fue algo muy bonito porque cambiamos o intercambiamos ideas con los otros compañeros de tejeduría. Lo uno eso, y lo otro, que hubo la oportunidad de exponer muchos productos que estaban como a la deriva, como se dice, de pronto que ya estaba casi como perdiéndose... digamos, ese talento que tienen muchas personas. Ellos tienen talento de trabajar en muchas cosas y no había habido como [...] una oportunidad de dar a conocer un poco y rescatar lo tradicional de Barichara, que es lo que está un poco opacado, entonces fue una experiencia muy bonita, y además nos dieron la oportunidad de dar a conocer un poco más nuestras vidas familiares, personales y dar a conocer nuestros productos”. (Y. Virviescas, entrevista personal, marzo de 2015).

Por otra parte, la Escuela Taller Barichara ha abierto un curso para capacitar en el tejido de sombreros en fibra de nacuma, iraca o paja toquilla (*Carludovica palmata*), es decir, los llamados sombreros de Jipi-japa, jipijapa o “Panamá”. Este oficio fue en el siglo XIX una actividad de gran relevancia en la vida y la economía de Santander y Barichara, especialmente para las mujeres, quienes eran las encargadas de su elaboración. Tanto la técnica como la materia prima para el tejido de estos sombreros fueron introducidas a mediados del siglo XIX en Nariño -suroccidente de Colombia-, provenientes de Ecuador (Johnson, 1984). Posteriormente se extendieron por el norte de Colombia, donde se les denominó Jipi-japa, por la región ecuatoriana de procedencia (Martínez, 2012).

Esta expansión en la elaboración de sombreros de nacuma se dio sin planeación desde el Estado –algo excepcional en aquel entonces– pero con la ayuda de algunos sacerdotes y con propósitos más de tipo moral (Johnson, 1984), pues se buscaba alejar del delito o las malas conductas a los parroquianos mediante una actividad que aseguraba el

trabajo, especialmente para las mujeres que podían terminar en la prostitución (Martínez, 2012). Entre las pocas iniciativas organizadas estuvieron las de Girón, Pamplona y Barichara (Johnson, 1984). Respecto de la producción en este último pueblo, es muy ilustrativo el siguiente registro, de mediados del siglo XIX:

No se han contentado los baricharas con mirar por la suerte de los enfermos indijentes, ni con atender a la instrucción de sus hijos fundando escuelas en que 180 niños i 30 niñas reciben instrucción primaria i educación religiosa, sino que han tendido una mano protectora a las mujeres pobres, abriéndoles las puertas de ocho talleres gratuitos, donde 100 jóvenes aprenden a tejer sombreros de nacuma (jipijapa) cuya venta semanal les asegura la subsistencia independiente i honrada. Hai además otra maestranza de sombreros, establecida por un particular como empresa fabril y como escuela, puesto que no solo concurren obreras ya instruidas en la preparación y tejido de la nacuma, sino aprendizes que ensayan las fuerzas de su ingenio al amparo de la tolerancia del empresario. Ciertamente interesaba el espectáculo de tantas jóvenes sustraídas a la miseria i a la degradación, reunidas en torno de la maestra [...] todas ellas contentas con estar ocupadas i teniendo delante de los ojos la esperanza de una ganancia segura. (Ancízar, 1853, pp. 149-150).

De acuerdo con Martínez (2012), la expansión de esta actividad productiva en Colombia a lo largo del siglo XIX se debió a distintos factores, como las crisis económicas o pérdida de operarios por las guerras en otros oficios masculinos más establecidos; al hecho de que la manufactura de sombreros requería escaso capital en inversión y materia prima fácil de obtener; y a las ventajas de elaborar un producto liviano y resistente para su fácil transporte, de alta rotación y cuyo precio hacía rentable su confección artesanal. Por su parte, para Johnson (1984), la causa principal fue la crisis de los textiles de algodón, pues muchos artesanos dedicados a su elaboración se cambiaron a la fabricación de sombreros de jipijapa, lo cual resultaba sencillo por la facilidad de la técnica.

Hacia mediados del siglo XIX la elaboración de sombreros de jipijapa era considerada una de las más notables “industrias” colombianas, por lo que fue incluida en la Gran Exposición de la Industria de todas las Naciones que se celebró en Londres en 1851 (Martínez, 2012, p. 142).¹⁰⁵ Santander aportaba más del 95% del total de las exportaciones dado que en esta región se optó por líneas económicas que tenían más demanda en el exterior y en el propio mercado colombiano (Johnson, 1984). Los sombreros santandereanos iban principalmente a los mercados de Venezuela, las Antillas y las tierras algodoneras de Estados Unidos, y su producción se concentraba en el actual Área Metropolitana de Bucaramanga, y, fuera de allí, en Barichara, Zapatoca y La Robada.

¹⁰⁵ Pocos años después de la exposición, la exportación de este tipo de sombreros desde Colombia alcanzó la cifra más alta de la centuria: \$1.324.129 de pesos colombianos, lo cual significaba el 24% del valor total de las exportaciones del país (Martínez, 2012, p. 142).

En 1890 existían en Santander 1296 fábricas, de las cuales 200 estaban en Barichara (Martínez, 2012). Pero la exportación de los sombreros comenzó a decaer por la pérdida de este mercado, y aunque hubo repuntes por el uso de los sombreros en la guerra de independencia de Cuba (Johnson, 1984) y en la construcción del Canal de Panamá -cuando adquirieron la calificación de “panameños”-, Santander no participó mayormente de ellos y fueron beneficiosos para otras zonas de país (Martínez, 2012).

El sombrero de paja toquilla renovó su reputación en el comercio internacional a raíz de su inscripción en la LRPCI por la Unesco, en 2012, otorgándole el reconocimiento a Ecuador como cuna de esta tradición (Unesco, 2012). Ecuador continúa siendo el principal exportador de este tipo de sombreros y el que logra mayores estándares de calidad, con denominaciones de origen ampliamente reconocidas como los Montecristi, o que permanecen más en anonimato, como los Pile. En Colombia, algunos poblados que mantuvieron la fabricación de sombreros finos de paja toquilla, como Sandoná (Nariño) y Aguadas (Caldas), resistieron los embates del mercado internacional y la modernidad, y actualmente tienen sus variedades regionales protegidas mediante Denominación de Origen, contando con reconocidos talleres. En contraste, en Barichara, la reducida producción que quedó para consumo local fue desapareciendo en pos de los sombreros industriales, y al inicio de esta investigación se consideraba prácticamente un oficio extinto, pues sólo quedaba una persona que los sabía tejer: doña Eugenia Garcés.

Eugenia aprendió el oficio de una señora llamada Helena, quien en su momento también fue la última tejedora de sombreros de jipijapa en Barichara. De acuerdo con el relato de Eugenia, la dificultad para reproducir el oficio se debía principalmente a la complejidad de la técnica, pues, al contrario de lo que cuenta la historia acerca de la propagación de este tejido por la facilidad del proceso, éste resultaba tedioso y poco atractivo tanto para su generación como para los más jóvenes. Eugenia relata así su experiencia:

“Un día [Helena] me dijo que por qué no aprendía a tejer. Ella enseñaba a mucha gente, pero ninguno aprendió. Yo me parecía tan difícil, porque yo la veía a ella que movía ese mundo de pajas, ¡juepucha!, eso es súper complicado. Duré como tres meses aprendiendo, aprendiendo, hasta que un día le dije a la abuelita ‘uy, no, abuelita, este oficio no es pa mí’. Fui y le dejé el tejido en la mesa, entonces ella dijo ‘bueno, vaya descanse’, porque ella, siempre, muy querida, pero también muy estricta, entonces dijo ‘cuando tenga ganas de tejer, comienza’. Un día se sentó a tejer y me dijo ‘ayúdeme aquí’... fue donde yo aprendí más la vuelta, ‘y bueno, empiece otra vez porque yo sé que usted va a aprender; yo creo que de todas usted es la que se va a quedar tejiendo’”. (E. Garcés, entrevista personal, marzo de 2015).

Eugenia elaboraba esporádicamente sombreros para la venta a turistas, varios de los cuales conocían su trabajo porque pasaban sus vacaciones en una casa para alquiler de la que ella está a cargo. Un día recibió una llamada de la Escuela Taller Barichara, pues durante los últimos años la Fundación venía madurando la idea de abrir un curso de tejeduría de sombreros de iraca para recuperar el oficio. Para Dalita Navarro, directora de la Fundación, era, además, la manera de evitar engaños a los turistas, pues en el pueblo se vendían como panameños sombreros que en realidad eran industriales. Cuando apenas barajaban la idea de abrir el curso, Dalita decía: “Recuperar eso no es tan difícil. Antes de que te vendan un sombrero, de esos que te inventan que es panameño y te lo ponen allá, por qué no fortalecer el uso de esa pajita y enseñarlo. Yo vengo en eso” (entrevista personal, febrero de 2012).

El curso se abrió y actualmente Eugenia dedica cada vez más tiempo tanto a la elaboración de los sombreros, como a la enseñanza de la técnica en la Escuela, labor que sigue alternando con el cuidado de la casa, ya que este trabajo no solamente complementa sus ingresos, sino que, según Eugenia, disfruta mucho porque le permite conocer gente de distintas culturas. La profesora es consciente de que son más los estudiantes que desisten que los que “acatan” el oficio, pues el trabajo sigue siendo igual de arduo que en el siglo XIX y no es posible elaborar totalmente a mano más de un sombrero a la semana. Hacer uno fino toma unos quince días. No obstante, la satisfacción está en que ya al menos hay dos o tres alumnos, entre ellos Solangel Rodríguez e Iván Bueno, que tejen y venden sombreros de manera regular, y entre los pocos sombrereros que hay actualmente en Barichara se colaboran para abastecer el pequeño mercado que se les ha abierto en la venta directa a los turistas:

“Yo me siento muy contenta porque ya hay alguien que, si yo no puedo, o por ‘X’ o ‘Y’ motivo el día tenga alguna cuestión que yo no pueda, yo sé que mi trabajo, o lo que yo aprendí, alguien lo puede hacer ¡Entonces es súper! Cualquiera cosa Iván me llama y yo le vendo material a Iván [...] Yo ya aquí le vendí dos sombreros a Solangel y ella tiene hechos [...] Entonces ahora, cuando ya uno tiene un trabajo que uno es, cuando yo decía lo hacía sola, ahora ya no tejo sola”. (E. Garcés, entrevista personal, marzo de 2015).

Así, con este proceso de recuperación y puesta en valor de los oficios artesanos en Barichara, la elaboración de sombreros también ha ganado visibilidad y la técnica es exhibida en eventos como el cumpleaños de Barichara o el Encuentro Nacional de Culturas Campesinas. Igualmente, comienza a llamar la atención de los medios de comunicación y de consultores del área del patrimonio cultural, quienes comienzan a documentar el presente del oficio, toda vez que su historia ha sido de amplio interés.

Figura 52. *Tejedoras de sombreros de jipijapa de la provincia de Neiva. Acuarela de Manuel María Paz, 1857.*



Fuente: Álbum de la Comisión Corográfica, Biblioteca Nacional, Bogotá (Martínez, 2012, p. 139).

Figura 53. *Tejido de sombreros de iraca, nacuma o jipijapa.*



Fuente: fotografías de Luz Andrea Cote N.

6.2.2.4. “Nos han tenido un poco olvidados”: de las ausencias y los oficios silentes

Como se ha dicho, la patrimonialidad de los oficios seleccionados en las narrativas de identidad de Barichara ha sido retroalimentada desde el nivel nacional por intervenciones como las del Ministerio de Cultura y la Fundación Tropenbos International Colombia, las Rutas Artesanales de la Red Turística de Pueblos Patrimonio o los proyectos de Artesanías de Colombia. En el primer caso, por ejemplo, el propósito del proyecto *Documentación e Intercambio de Saberes, de Tradiciones Artesanales de la Provincia de Guanentá, Santander* era posibilitar un trabajo colectivo para incentivar la salvaguardia de los saberes de los artesanos como patrimonio cultural inmaterial. Las investigadoras plantean en la memoria audiovisual del proyecto que “los artesanos de la provincia guanetina son referente identitario en la

región”, y los oficios recogidos bajo el distintivo “Arte Guane” incluyen la alfarería-cerámica, tejido en fibras vegetales incluyendo los sacos de fique y la mochila guane, la elaboración de atarrayas, arquitectura tradicional en tierra y elaboración de sombreros de jipijapa (Buitrago & Granados, 2014). Esta iniciativa amplía la patrimonialidad de los tejidos del fique y el algodón a nuevas prácticas como la elaboración de canastos en bejuco, ya que el estatus patrimonial se asigna a los saberes campesinos, en general, y particularmente al trabajo artesanal como parte de él (Tarquino, 2014).

En cuanto a la Red Turística de Pueblos Patrimonio de la que hace parte Barichara, en el siguiente apartado se verá cómo este tipo de iniciativas apremian por la identificación de unas manifestaciones culturales representativas y diferenciadoras en el mapa multicultural y artesanal colombiano, solicitudes que son asumidas por actores locales que apropian las lógicas de valoración difundidas por el Estado, pero que son reelaboradas en función de los intereses locales. En cuanto a Artesanías de Colombia, aunque ha intervenido poco en Barichara, ha enfatizado en la talla en piedra, si bien se trabajaron esporádicamente otros oficios como carpintería, talla en madera, trabajos en guadua, alfarería y cerámica, y tejidos en fique y mimbre (Arrieta, 2003; Artesanías de Colombia, 2006, 2016; Bravo, 2003; Fundación Universitaria Cooperativa de San Gil [Unisangil], 1996; Londoño, 2002; Ortiz, 2002; Pilonieta, 1989; Rincón, 1999; SENA, 2002; Serrano, 1989).

Pero, pese a la relevancia dada a ciertos oficios artesanos en discursos patrimoniales autorizados o asentados en instituciones de poder relativo en el ámbito patrimonial nacional y local, las versiones acerca del patrimonio artesanal barichara no son unívocas. Es necesario señalar aquí que algunos actores locales, entre ellos gestores culturales, ven críticamente el abanico de oficios artesanos en que hoy se basa la construcción de la identidad local:

“Mi papá nos comentaba, cuándo él estaba vivo, que la actividad de artesanía, las mantas de algodón, el sombrero de jipijapa, todas esas cosas eran la tradición de Barichara y era con la que comercializaban en todos los pueblos de la región. Todo eso se perdió. La artesanía que se hace ahora es una artesanía pues no tan investigada de lo que había, sino traída un poco. Pues hay algunas cosas de acá, pero no son la base de la artesanía de Barichara. Queda por ahí es lo de los sacos de fique, queda lo de las ollas de acá de Felisa. Es lo poco que ya queda. Y en la talla de piedra, se volvió más comercial, entonces ya se fueron acomodando a lo que exigía la misma clientela que iba generando. Entonces ya fuentes para patios, para parques, algo utilitario para mesas, para comedores, esas cosas así”. (P. Plata, entrevista personal, febrero de 2012).

Además, existen reclamos de un valor patrimonial no reconocido para ciertos oficios, y es que en la confluencia de las distintas iniciativas que han implicado de una u otra manera la patrimonialización de la artesanía en Barichara hay notables ausencias. Algunos oficios se han encontrado con limitaciones para su fomento, y más aún para adquirir un estatus

patrimonial, pese a que están siendo intensamente demandados en el marco de la nueva economía del municipio. Entre ellos se cuenta la carpintería, en la que se apoya no solo el ámbito de la construcción sino nuevos desarrollos artesanales como la fabricación de muebles de mimbre, que demandan estructuras de madera. También, los oficios relacionados con el trabajo del hierro y los metales, que ya no solo atienden a los requerimientos del sector rural y la construcción, sino que también han incursionado en la elaboración de pequeños objetos funcionales y ornamentales para la venta a los turistas.

Respecto a este último, uno de sus actuales representantes, el forjador y ornamentador Mario Carvajal, recuerda con respeto el personaje conocido como “el herrero”, quien se dedicaba principalmente a la elaboración de herramientas para las tareas agrícolas y pecuarias, lo que le demandaba tener conocimientos más allá de los propios de su oficio:

“El herrero tenía que saber de todo un poco. Un poco de maderas, un poco de piedra, un poco del campo como tal, de la zona, de las personas, porque si llega una persona de determinada vereda del pueblo con su herramienta, tal vez a esa herramienta hay que hacerle un tratamiento diferente, por la zona, que de pronto hay más piedra o lo contrario, hay que conocer eso. El herrero hacía de todo, de carpintero, de ornamentador, de forjador”. (Entrevista personal, febrero de 2012).

Pero en Barichara, el trabajo del herrero también implicó la elaboración de chapas y trancas para las puertas y de cruces para el cementerio, entre otras labores más urbanas. Mario Carvajal, quien ha observado atentamente los trabajos antiguos, dice que cada herrero tenía su modelo de cruz y lo repetía cada vez que se le hacía un encargo, por lo que en el pueblo podían verse 4 ó 5 modelos de cruces que fueron desapareciendo del cementerio en la medida en que comenzaron a elaborarse nichos en piedra: “No sé qué pasó ahí. Yo digo que los sacerdotes prohibieron esto, y entonces solo piedra”, dice Mario explicándose a sí mismo por qué se dio el cambio de costumbre.

Figuras 54 y 55. Trabajo de forja y ornamentación de Mario Carvajal



Fuente: fotografías de Luz Andrea Cote N.

Figuras 56 y 57. Nichos de piedra en el cementerio de Barichara.



Fuente: fotografías de Luz Andrea Cote N.

La modernidad trajo un mayor desarrollo de la ornamentación, es decir, el trabajo del hierro en frío, de manera que la forja, en la que se moldea el hierro en caliente, fue reduciéndose hasta quedar prácticamente un solo taller que la trabaja, que es el de Mario. Ambos oficios, sin embargo, tuvieron su espacio de fomento en los talleres del Instituto Técnico Aquileo Parra, donde se formaron jóvenes que no encontraron suficiente salida laboral en la Barichara de hace unos años y se fueron a montar talleres en otras ciudades de la región o de la costa Caribe. El Instituto, no obstante, tuvo que cerrar el taller de metalistería cuando se renovaron los requisitos oficiales para mantenerlos, y actualmente la demanda creciente del sector de la construcción deben asumirla entre los cinco talleres de ornamentación que existen en el pueblo. Entre tanto, las dos herrerías siguen trabajando las herramientas para las demandas del campo y el casco urbano, y los detalles en forja llegan o son redirigidos al taller de Mario, pues a él le ha resultado más rentable seguir en este rubro ya que hacer puertas solo vale la pena si es por cantidad.

La Escuela Taller Barichara quiso aportar a la recuperación del oficio de la forja con un curso en convenio con el SENA, pero los requisitos de esta institución en cuanto a número mínimo de participantes y otros aspectos hicieron imposible su sostenibilidad. La percepción es que, si bien las entidades locales de formación han querido aportar en alguna medida al fomento de la forja y la ornamentación, el SENA no ha brindado las mismas facilidades que a otros oficios. La siguiente conversación evidencia tanto las inconformidades acerca del estatus de estos oficios en Barichara, como la apropiación de las lógicas de valoración con base en la “ancestralidad” para justificar el mejor tratamiento que deberían tener:

“R: Pues a mí me parece muy triste. Estuvimos tratando de recuperar el taller de ornamentación, de forja, mediante dictar unas capacitaciones con el SENA.

Inclusive fui instructor desde hace 3 años. Este año no quiero trabajar con el SENA, porque es un poco engorroso, mucha tramitología, y a esta vaina no le prestan la atención que se merece. O sea, hay más materiales y hay más atención para un curso determinado que para el otro, entonces no se justifica.

P: ¿Esas capacitaciones con el SENA fueron a través de la Escuela Taller de Barichara?

R: Sí. Se hicieron unas exposiciones... lo poquito que alcanzaron los pelaos a hacer. Ellos aprenden las técnicas de cómo trabajar, el resto es imaginación, creatividad. La soldadura, e igual para todo.

P: Sí, en la Escuela Taller fue que me dieron su referencia. De la forja yo no sabía nada...

R: Sí. Nos han tenido un poco olvidados. Igual la forja también ha sido un oficio tradicional. Inclusive más que la piedra en Barichara, o al mismo nivel. La cerámica si es mucho más antigua, por los indios [...] Por lo que he alcanzado a leer y he estudiado, la forja llegó con los españoles. Ahí se desarrolló, en diferentes sitios. Aquí hubo varios herreros. Tal vez nadie más les quiso aprender el arte, pero hacían unos trabajos muy hermosos". (M. Carvajal, entrevista personal, febrero de 2012).

Así, entre la selección y la omisión, la inclusión y la exclusión en la búsqueda de fuentes de legitimidad, la artesanía se constituye en un espacio donde se dirime la conformación de la identidad local (Rotman, 2011), y, particularmente, de lo que podría denominarse una identidad artesanal barichara, ya que, como señala Barrera (2015) "las construcciones identitarias no son arbitrarias, sino que se elaboran en un sistema de relaciones de poder a partir de los intercambios y disputas sociales" (p. 55). En los próximos apartados se verá cómo estas acciones que conllevan explícita o implícitamente la patrimonialización de ciertos oficios y objetos artesanales son la base de la proyección de la nueva economía cultural y turística del pueblo, por lo que van acompañadas, sin mayores tensiones, de la introducción de la innovación, el diseño y la política de la calidad. En este escenario de valoración de los oficios tradicionales, se implementan nuevas técnicas, materiales, temas y se trabaja en el desarrollo de nuevos oficios.

6.3. El turismo: "una aparición mágica" para Barichara

Barichara siempre fue tenido en cuenta en los planes de turismo del gobierno regional tanto para la estrategia de implementación de la Ruta Ideal trazada en el primer plan sectorial (Gobernación de Santander, 1994), como en la posterior apuesta por el turismo aventura. En el ámbito local, ambos enfoques corrieron en paralelo, y en el año 2003 ya se registraba en la localidad un operador turístico llamado Expedición Extrema que ofrecía caminatas al corregimiento de Guane y deportes de aventura. Este tipo de

oferta fue tomando fuerza en la región debido al impulso que se le dio a la marca “Santander, tierra de aventura” y los turoperadores de San Gil comenzaron a utilizar espacios de Barichara para complementar su oferta principal, que era el canotaje en los ríos Fonce y Suárez.

Entre tanto, en Barichara se agregaba una demanda orientada a otro tipo de intereses, pues eran cada vez más los visitantes que llegaban con la expectativa de conocer el centro histórico y explorar la oferta cultural de pueblo, del que ya se decía que contaba con una alta densidad de artistas. Hoy, entre los informantes, unos y otros se arrojan ser el factor motivante de estas visitas. Por ejemplo, los talladores de piedra enfatizan en que fueron ellos quienes impulsaron el turismo en Barichara, gracias a la vistosidad de su trabajo: “...nosotros somos como los pioneros en hacer que el turista llegue a Barichara. A Barichara la conocen nacional e internacionalmente por las piedras, entonces ¿eso es debido a quién? Pues a nosotros, los talladores”, dice el tallador Iván Darío Quintero (entrevista personal, febrero de 2012). En consonancia, y como se ha dicho, la Fundación José María Delgado considera que puso una importante cuota en la divulgación de Barichara a partir de la realización del Festival de Talla en Piedra. Por su parte, artistas y gestores culturales, como Pastor Plata y Luis Eduardo Mejía, también creen que los eventos artísticos que comenzaron a organizar tempranamente tuvieron efecto en la afluencia de personas interesadas en la oferta cultural del pueblo. Otros informantes, tanto baricharas como migrantes y propietarios de segundas residencias, resaltan el papel que tuvieron los foráneos en la consolidación del pueblo como un destino para personas interesadas en la actividad cultural, especialmente por medio del “voz a voz”:

“El turismo fue una aparición mágica para la gente de este lugar, y eso tiene mucho que ver, aunque ellos no lo quieran recibir así o mirar así, con la llegada de cada uno de todos nosotros. Fuimos trayendo unas personas de algún nivel cultural, o artístico, o de sensibilidad, que empezaron a ser parte de este lugar y a aportar sus granos de arena aquí”. (B. Jaramillo, entrevista personal, marzo de 2015).

Seguramente, todos estos factores actuaron en conjunto para que, poco a poco, quienes buscaban el ambiente de los pueblos “coloniales” y cierta oferta cultural escogieran visitar Barichara. Aunque no se han realizado estudios que caractericen los perfiles de los turistas que llegan al pueblo e identifiquen sus motivaciones, las instituciones, los residentes y actores del sector turístico fueron delineando algunos intereses principales: descanso contemplativo con énfasis en el centro histórico, probar la gastronomía local, conocer la obra de artistas y adquirir obras, conocer las prácticas culturales locales, comprar artesanías y recorrer el entorno del casco urbano en

cabalgatas o caminatas por los caminos empedrados. En todo caso, el pueblo venía adquiriendo un carácter “cosmopolita” que pasó a ser factor de atracción tanto para turistas como para nuevos residentes. Así se refleja en los siguientes textos publicados en medios de comunicación:

Con escasos ocho mil habitantes, Barichara es, proporcionalmente hablando, un lugar más cosmopolita que Bogotá con sus ocho millones. Los turistas nacionales y extranjeros y los patiamarillos conviven y alternan en la panadería del barrio, en la iglesia, llevando el niño al colegio, en el mercado, en el parque, algo que al bogotano promedio solo le sucede rara vez. (Reyes, 2015).

Barichara, el pueblo que han elegido expresidentes, artistas renombrados y personas de todo el país para fijar su residencia, es lindo y reluciente como una pepita de oro. (Restrepo, 2015).

La afluencia mayoritaria de un público distinto al turista de aventura, sumado al interés de los gestores turísticos locales que buscaban diferenciar el destino, tuvo como consecuencia la reorientación de la oferta y del discurso hacia el turismo cultural, resaltando el valor del centro histórico, la densidad de artistas, la vigencia de oficios artesanos y gastronomía, y no tanto los escenarios naturales para deportes de aventura, o cambiando la significación de estos espacios al hacer mayor énfasis en la valoración del paisaje. Para el caso de la empresa que se creó con el nombre de Expedición Extrema, y que tuvo que reconvertirse en función de la demanda, esta fue su experiencia:

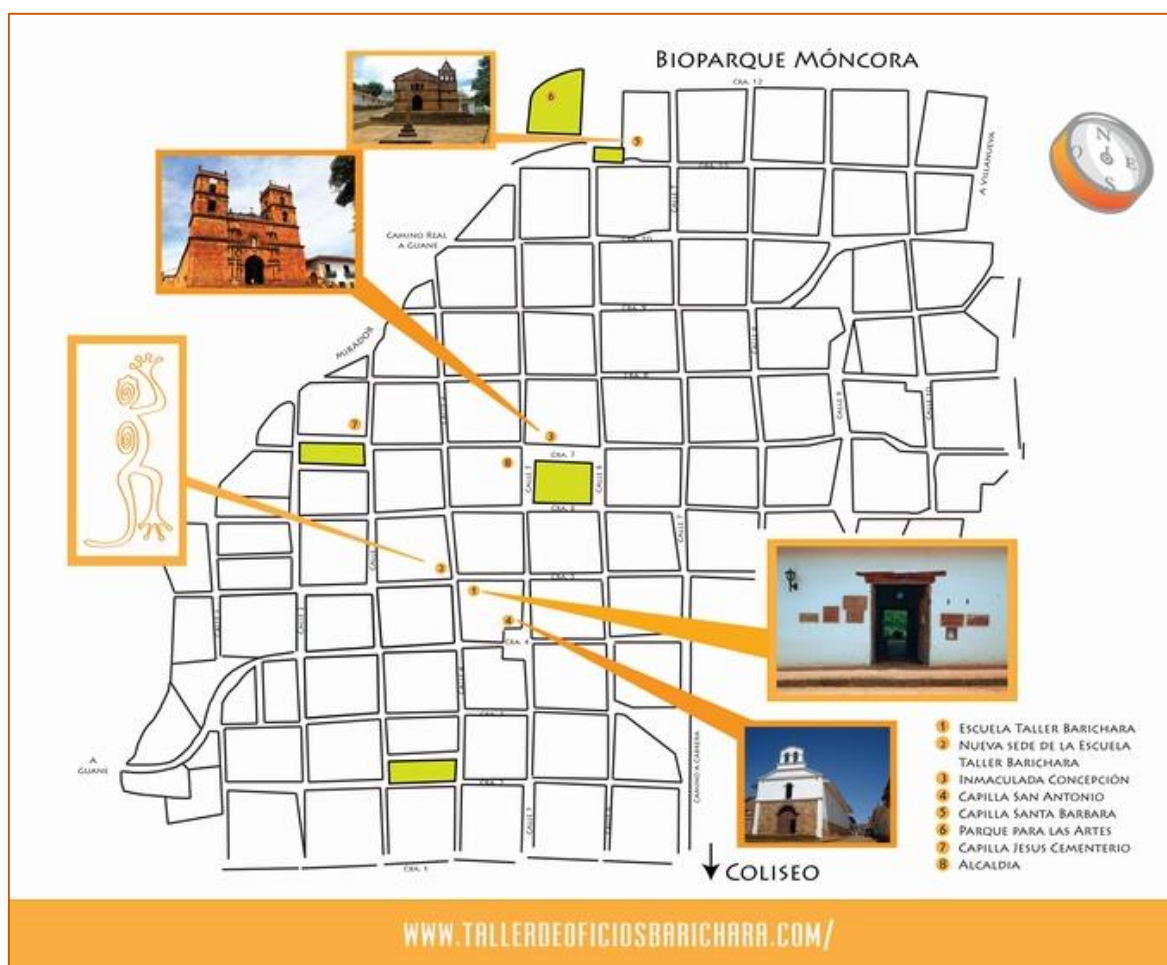
“La competencia se volvió a nivel región y local. Iniciamos con la parte de San Gil, puesto que empezaron a haber más empresas de turismo y más personas que traen gente a Barichara [...] Ellos vendían que caminata a Guane, que no sé qué, y empezaron a vender ellos mismos los caminos sin contar con un local, con un guía de acá que les colaborara [...] Entonces ¿qué pasó con los hoteles locales, con los hoteles de acá? No nos volvieron a llamar, llamaban directamente a San Gil y vendían directamente los productos de San Gil acá [...] Digamos que es cuando surge demasiada competencia, y uno dice ‘pues no, hay que buscar otra cosa, un producto que podamos tener nosotros mismos acá’ [...] Ya después, con el tiempo, nos dimos cuenta que Barichara no es un turismo de aventura; Barichara es un turismo más de descanso, un turismo más de contemplación, más cultural. Pero entonces quedamos con el mismo nombre [Expedición Extrema], pero entonces ya como que lo disfrazamos como ‘extrema cultura’, ‘extremos caminos’, ‘caminatas extremas’ [risas]”. (L.A. Jiménez, entrevista personal, marzo de 2015).

Ya en el año 2012 la oferta de los pocos operadores locales se había especializado en actividades de turismo cultural y ecoturismo, tales como visitas guiadas por el centro histórico -incluidos algunos talleres de artistas y de artesanías-, caminatas por los caminos reales -tanto de contenido histórico como de avistamiento de aves-, y talleres de arquitectura en tierra. Además, el calendario de eventos culturales se venía engrosando

con la realización del Festival Internacional de Cine de Barichara (FICBA), el Festival de Cine Verde (Festiver), el Festival de Saberes y Sabores “Punto de Encuentro” o el Festival de Música de Barichara, los cuales se sumaban a la continuidad del Festival Patiamarillo, el salón internacional de arte “Baricharte” y la muestra de arte “Capilla de Santa Bárbara”, entre otros eventos.

Actualmente, las guías turísticas, páginas promocionales y señalética de Barichara resaltan como atractivo principal del municipio el conjunto general del centro histórico, con énfasis en templos, capillas, plazas y otros edificios como la Casa de Cultura. También, se ponen de relieve espacios como la Escuela Taller Barichara, el Taller de Papel de la Fundación San Lorenzo o el taller de fique del Hogar Centro Día. Además, invitan a seguir el camino empedrado hacia el casco urbano del corregimiento de Guane, el cual recibe a los caminantes con la promesa de que han llegado a un “pueblo sin tiempo”, donde se pueden admirar otros bienes inmuebles como la iglesia Parroquial de Santa Lucía, que preside la plaza principal y tiene su propia declaratoria como BIC de carácter nacional.

Figura 58. Plano y atractivos principales de Barichara.



Fuente: Fundación Escuela Taller Barichara (2013).

Figura 59. Señalética de Barichara



Figura 60. Vista desde la capilla de Santa Bárbara



Figuras 61 y 62. Llegada a Guane desde Barichara por el antiguo camino



Fuente: fotografías de Luz Andrea Cote N.

Como se ha dicho, espaldarazos importantes para la proyección de Barichara como destino de turismo cultural vinieron de parte del Estado, a partir de decisiones como su inclusión en la Red Turística de Pueblos Patrimonio de Colombia. La página Web de esta Red presenta a Barichara de la siguiente manera:

La cultura es la 'moneda' de Barichara (...) los viejos tienen el conocimiento y los jóvenes lo reciben. Oficios como el cultivo de tabaco, las técnicas de construcción de origen, el trabajo en piedra, papel, cerámica o barro y los tejidos en lana y fique son transmitidos de generación en generación y son considerados el mayor legado de un pueblo que sigue viendo en ellos su futuro.

La variedad y calidad de la gastronomía también son motivo de orgullo para la región y el país. Los platos típicos son el cabro, la pepitoria, el mute santandereano, las carnes oreadas y por supuesto la hormiga Culona, una tradición alimentaria de 200 años en Santander. (MinCIT y Fondo de Promoción Turística, s.f.a).

Progresivamente, la promoción turística, los habitantes y los visitantes también hacen énfasis en elementos inmateriales como la gastronomía y los oficios artesanos, entre los que se destacan la talla en piedra, la arquitectura en tierra, los tejidos y la cerámica. Todo ello envuelto en una atmósfera de tranquilidad, vida apacible y descanso, que es destacada en las guías turísticas nacionales oficiales del destino (ProColombia, s.f.a). Esta imagen de Barichara ha escalado a las guías turísticas internacionales, como se observa en la siguiente descripción de Barichara en la versión on-line de Lonely Planet:

Barichara es el tipo de ciudad con la que sueñan los cineastas de Hollywood. Una ciudad colonial española saturada de atmósfera, cuenta con calles empedradas y edificios enlucidos con techos de tejas rojas que parecen casi tan nuevos como el día en que fueron creados hace unos 300 años. No es de extrañar que se filmen muchas películas y telenovelas en español (...)

La belleza natural de la ciudad, el clima templado y el estilo de vida bohemio han atraído a los visitantes durante mucho tiempo. En los últimos años, Barichara se ha convertido en un imán para los colombianos ricos. En comparación con Villa de Leyva, Barichara es más exclusivo y menos turístico. Es, sin duda, uno de los pueblos coloniales pequeños más bellos de Colombia. (Lonely planet, s.f.).

Pero, como señala Frigolé (2006, p. 27), la “etiqueta de tranquilidad” que se hace indispensable para el desarrollo de una nueva economía que tiene como base la asociación entre patrimonio y turismo, paradójicamente genera fuertes divisiones internas a la luz de las nuevas perspectivas de desarrollo, relacionadas principalmente con el control de los recursos, las disputas de legitimidad para ejercer la representación local y el liderazgo de este nuevo proceso. Como se verá a continuación, la proyección de Barichara como un remanso de paz esconde fuertes tensiones derivadas de problemáticas como la renovación y expansión urbana, gentrificación, inflación, abandono del sector primario, degradación del paisaje y cambios socioculturales.

6.3.1. Gentrificación, expansión urbana y “destrucción” de la cultura local: ¿culpables e inocentes?

“[El turismo es] positivo para las personas que tienen comercio, que tienen sus artesanías, que se vive de eso [...] Pero ahorita ya hay mucha gente de otro lado que vive acá y pues también de pronto han afectado un poco el pueblo porque se ha encarecido mucho las cosas, porque es la comida... lo que es los hoteles, las casas que alquilan, entonces, ya es muy costoso todo... lo arriendos, entonces por ese lado sí no es positivo, y porque la gente de acá está vendiendo sus casas para vendérsela

a ellos, que, por lo general, tienen más dinero, entonces pueden comprar fácilmente. Y, por esa parte, a mí sí no me parece". (R. Carreño, entrevista personal, marzo de 2015).

El anterior comentario de la artesana Rosalba Carreño, quien trabaja en el reconocido taller Formas de Luz, de Muriel Garderet -una de las primeras migrantes en radicarse en Barichara-, resume el dilema en el que redundan las conversaciones de muchos baricharas, especialmente si dependen económicamente del turismo y la artesanía.

La llegada de los primeros migrantes urbanos que se radicaron en el pueblo en la década de 1980 confluía con la disposición de casas y terrenos rurales para el mercado inmobiliario que se venía dando por el deterioro de la economía local -especialmente por cuenta de la crisis de las actividades fiquera y tabacalera- y la paulatina migración de población hacia municipios de la región y la costa Caribe (Durán, 2018). En la medida en que más habitantes locales se interesaban en vender, bien fuera para migrar o porque veían una buena oportunidad de negocio, los recién llegados aprovechaban las ofertas adquiriendo viviendas para sí mismos, sus familiares o amigos, o para subarrendarlas como parte de su nueva economía, de manera que hubo quienes compraron hasta tres casas en un lapso breve de tiempo.

Si bien estos primeros migrantes pudieron así obtener una vivienda o un terreno a bajo precio, la creciente demanda de personas de mayor poder adquisitivo interesadas en disfrutar las bondades del pueblo o participar de su nueva economía, trajo como consecuencias un crecimiento vertiginoso del costo de vida y de los precios de la finca raíz. Pronto se hizo muy difícil para los baricharas arrendar o comprar una casa en su pueblo, fuera cual fuera el motivo que los llevara a necesitarla. El siguiente relato del maestro tallador Alejandro Quintero deja entrever la vertiginosidad del mercado inmobiliario que se generó en este proceso y que permanece a día de hoy:

"El fenómeno que suscita en este momento es el de que, como hay mucho extraño, los natos no estaban acostumbrados a ver lo que está sucediendo: el desarrollo... plata. Mucha gente vendió su casa por cualquier cantidad de pesos. No sé si caro o barato, no sé decirlo... pero más bien regalado. Por ejemplo, una casa en 1978 valía treinta mil pesos, y el máximo valor de una vivienda era de ochocientos cincuenta mil pesos [...] En el momento de que, como esto era una reliquia, a mucha gente le gustó y eso fue muy rápido que se fueron vendiendo esas casas a costo de nada. Hoy esas casas tienen un valor exagerado ¡Pues claro! Los que las quieren las han comprado y las han reformado, les han hecho su repotenciación, las conservan muy bonitas, por supuesto, pero también tiene un valor, un costo muy altísimo que un pobre nato de Barichara no lo puede adquirir [...] Cuando yo necesité casa para mí, personalmente, no pude comprar porque ya una casa valía, en 1983, una casa valía cuatro o cinco millones de pesos, ocho, diez, doce millones de pesos ya. Eso era inalcanzable [...] Con un salario mínimo ¿cómo

puede usted adquirir, o cómo puede pagar un arriendo que hoy es de setecientos, ochocientos mil, hasta millón quinientos mil pesos mensuales?... ¿cómo lo paga? Entonces, el fenómeno sigue perjudicando que los natos tienen que irse”. (Entrevista personal, marzo de 2015).

Como señala Durán (2018), la vida campesina se siguió debilitando por la sequía y el deterioro de los suelos, la falta de apoyos estatales para el campo y la misma parcelación para la venta de predios que ahora se destinaban a primera o segunda residencia, o a la prestación de servicios asociados a ocio y turismo. Quienes contaron con los recursos, optaron por cambiar su actividad económica al área del comercio abriendo una tienda en el pueblo; otros con menos posibilidades, especialmente pobladores del área rural, se radicaron en la costa Caribe donde se vincularon también a actividades de comercio y servicios, siguiendo promesas de un futuro mejor. Para quienes las promesas no se cumplieron e intentaron regresar a Barichara, el nuevo costo de vida resultaba prohibitivo y frustraba sus planes. Estos hechos fueron resultando en un creciente resentimiento de una parte de la población local con los llamados tierraferas derivado de una sensación de “despojo, pérdida y enriquecimiento injusto” (Durán, 2018, p. 63) a manos de estos nuevos habitantes.

Hoy, estos procesos son tema de discusión permanente tanto en los espacios de participación como en la vida cotidiana de Barichara. Constantemente se señala la gentrificación y la dinámica de cambio sociocultural, la parcelación de tierras, la proliferación de nuevas construcciones, el cambio en el uso de la tierra, el deterioro en la calidad del paisaje y la corrupción en torno al mercado inmobiliario como ejes de preocupación. Como también encontró Durán (2018) en su estudio, en las entrevistas y conversaciones sostenidas durante el trabajo de campo de esta investigación, unos a otros se asignan culpas: los baricharas culpan a los foráneos de haber provocado una creciente inflación y de llevarlos irremediablemente a vender sus casas o parcelas, mientras que los foráneos culpan a los locales de la expansión urbana y el deterioro del paisaje por parcelar y vender sus predios rurales. A algunos, incluso, los acusan de especular con la tierra en colusión con las autoridades locales.

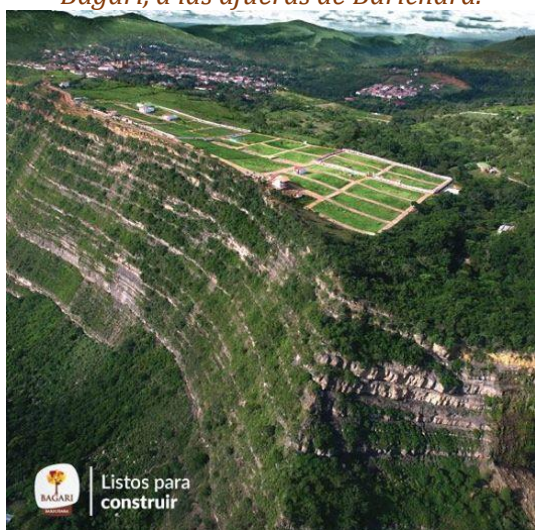
Vale la pena desglosar aquí algunos ejes de esta problemática, y uno de los principales tiene que ver con la expansión urbana y la explosión de la construcción, así como con sus consecuencias directas. Arquitectos radicados tempranamente en Barichara, como Pedro Gómez, analizan el proceso que siguió a su llegada en los siguientes términos: “cuando entra el dinero a formar parte del fenómeno cultural, entonces, claro, se desarrolla muchísimo más la construcción, pero no para el pueblo

sino para personas de fuera del pueblo” (entrevista personal, febrero de 2012). Efectivamente, estas construcciones han implicado la realización de proyectos urbanísticos como el conjunto cerrado Bagarí, del empresario santandereano Francisco Serrano, el cual está siendo levantado en las inmediaciones del casco urbano en una zona de vista privilegiada.

No obstante, la construcción también se ha intensificado por proyectos destinados a la población local, lo cual, según la alcaldía, tiene que ver con la necesidad de habitación gatillada por la llegada de nuevos propietarios de mayor poder adquisitivo. De esta manera, mientras proliferan los proyectos inmobiliarios de particulares externos a la localidad, los antiguos habitantes se van reubicando en barrios de vivienda de interés social que están colaborando con la expansión urbana y el cambio de uso del suelo. Estos proyectos son criticados por foráneos y nativos que ven en este tipo de vivienda una solución populista y resultante de la falta de políticas y medidas estructurales tanto en la planeación urbana como en el ámbito social, enfatizando en que introducen un componente de segregación que no existía en el pueblo:

“Nunca en Barichara tuvo éxito un barrio de vivienda de interés social porque Barichara no es eso, Barichara es el ejemplo de lo contrario, de la integración, de los unos con los otros [...] No hay un club, no hay un conjunto cerrado... no existía, pero se los inventaron, porque es más fácil... se pusieron a hacer populismo: se juntaron Pacho Serrano y el alcalde y el alcalde dijo ‘a mí déjeme la vivienda social en un lado’, y Pacho Serrano dijo ‘a mí déjeme hacer mi conjunto cerrado en el otro’”. (J.R. Moreno, entrevista por videoconferencia, febrero de 2016).

Figura 63. Imagen promocional Urbanización Bagarí, a las afueras de Barichara.



Fuente: Urbanización Bagarí (2018).

Figura 64. Barrio de vivienda de interés social La Primavera.



Fuente: fotografía de Vanguardia Liberal (Ardila, 2018).

A los actores interesados en la arquitectura en tierra les preocupa también la degradación de los estándares constructivos en Barichara en el contexto de estos proyectos, debido a la introducción de cambios en la técnica y en los materiales para agilizar los procesos de edificación. Efectivamente, al realizar un recorrido por las obras en desarrollo, se puede constatar la utilización de cemento, concreto y hierro en varias de ellas. También se construyen casas enteramente en ladrillo cocido que se revisten como tapia para mantener cierta similitud con el entorno, o bien se levanta una tapia como cierre perimetral y dentro del espacio cerrado se construyen conjuntos residenciales en ladrillo, contraviniendo la normativa que rige al centro histórico.

Parte importante de estos cambios se están dando en la construcción de viviendas de interés social. De acuerdo con la arquitecta Alessandra Batistelli (2005), lo anterior se relaciona con el hecho de que la norma de construcción vigente en el país no contempla ni subsidia la arquitectura en tierra, pero informantes interesados en este tema critican a la administración local por no buscar estrategias que permitan relativizar la aplicación de la norma, como se ha hecho en otras regiones del país. En todo caso, y como puntualiza Batistelli, las personas de menos recursos económicos, por más que quieran hacerlo, en muchas ocasiones no pueden construir su casa en tapia pisada. Así lo confirma el relato de Emilse Serrano,¹⁰⁶ que deja ver cómo se venden engañosamente proyectos de bajo costo como arquitectura en tierra, pero vivir realmente en una casa de este tipo se hace difícil por el incremento de costos derivado de su creciente demanda:

“Aquí hay barrios, cerca de acá del pueblo, que empiezan a conformar esos barrios y ‘no, este diseño lo vamos a hacer en tierra’, y, ¡qué!, terminan haciéndolo en bloque de cemento y toda la cosa. Aquí el que construye realmente con tapia pisada, en tierra, es gente que viene de afuera. Son unas mansiones, eso sí, que hacen, impresionantemente grandísimas, pero son con tierra [...] Es que aquí por todo, por todo, se volvió costoso, porque sí, pues por la misma gente que ha llegado de afuera ¡Eso se volvió más costoso!, y acá en el lugar, digamos, en el terreno, si usted no tiene el material ahí, si no tiene la tierra ahí, si no tiene la piedra, se le vuelve mucho más costoso, y una casa aquí de tapia pisada cuesta de 300 millones en adelante”. (Entrevista personal, marzo de 2015).

Otra de las consecuencias directas de la expansión urbana que preocupa a informantes de todos los sectores abordados en esta investigación, es el deterioro en la calidad del paisaje, debido a la fragmentación y urbanización del entorno rural. El PEMP de Barichara establecía una suerte de cinturón de protección del paisaje mediante restricciones a la división predial, sin embargo, se han incorporado cambios en la normativa que permiten la conformación de propiedad y edificaciones en sitios de menor tamaño. A

¹⁰⁶ Pseudónimo.

actores del sector turístico, como la guía local Diana Rojas, les preocupa este fenómeno y cuestionan a los “nativos” que parcelan sus fincas para la venta:

“Subimos a caminar a Villanueva con las niñas y le mostraba yo a Estela cómo se parceló todo el paisaje rural y se ve horrible: casas pa’ este lado, casas pa’ allá, un parche allá... imagínese, desde la parte alta se ven calles pavimentadas arriba en el Santuario. O sea, de latifundios pasó a minifundios [...] Entonces, yo, por ejemplo, que dependo del turismo, a mí eso me preocupa, porque uno va por el camino a Villanueva o por el camino a San Gil, horrible, porque usted ve, dentro del campo, un barrio. Eso es contaminación de paisaje. Y le dije a Javier ‘¿a usted como se le ocurrió [vender su propiedad]?’ ‘es que necesitaba plata’. Una finca de 18 hectáreas la volvió pedacitos de 2.500 ¿Qué pasa el día que ya eso se contamine y la gente no quiera venir? Será como Villa de Leyva”. (Entrevista personal, marzo de 2015).

Las discusiones alrededor de estas problemáticas están atravesadas por las denuncias de una red de corrupción en torno a los proyectos inmobiliarios. Quienes mayor énfasis hacen en este fenómeno son los migrantes urbanos que dicen ser testigos de irregularidades que incluyen especulación, expedición de licencias ilícitas de construcción y estafa a familias postulantes a viviendas de interés social, fraguadas entre propietarios de tierras -especialmente baricharas-, políticos y autoridades locales. Al momento de la finalización de esta tesis, el actual alcalde de Barichara, Israel Agón, se encuentra detenido por presuntas irregularidades en los procesos contractuales relacionados con un proyecto de vivienda de interés social. Así mismo, han sido vinculados a la investigación adelantada por la Fiscalía General de la Nación otros funcionarios y contratistas relacionados con el proyecto en cuestión, algunos de los cuales fueron informantes durante el trabajo de campo (Vanguardia Liberal, 2017).

Las preocupaciones de los informantes continúan por la vía del abandono de las actividades agrícolas y pecuarias en pos de la construcción y el tercer sector. En el caso de la construcción, ha atraído no sólo a la población rural de Barichara sino de municipios vecinos como Villanueva, convirtiéndose en el segundo oferente laboral -aún tras la agricultura- con una participación del 27% en el empleo local (Alcaldía de Barichara, 2016, p.21). El maestro de obra y tapiero Manuel Calderón describe aún con asombro el espectáculo cotidiano de arribo de trabajadores del campo al casco urbano para iniciar una nueva faena en las obras en curso y los motivos que los llevan a este cambio de actividad:

“Mucha gente del campo que cultivaba fríjol, tabaco, maíz... ahorita usted, con esta cantidad de trabajo que hay, a las 5:30 de la mañana se puede parar en la esquina de allí: pasan camiones llenos de personas que vienen del campo a trabajar en construcción, porque ya la agricultura no es algo que dé. Sí siembran, pero muy poquito. La mayoría se viene para el pueblo porque hay trabajo. Saben que cada 8 días, o cada 15 días tienen su platica, mientras que en la agricultura hay que sacar el préstamo en la Cooperativa o en el Banco Agrario y esperar tres, cuatro meses para

ver los resultados, y esa plata usted no la va a coger sino para llevársela allá [de nuevo al campo]. O sea, nunca se ve. Por lo menos en la construcción usted no tiene que invertir sino en transporte. Y la comida. O sea, es mucho más rentable". (Entrevista personal, febrero de 2012).

Desde el enfoque del empleo, el sector comercio y servicios sigue al sector de la construcción con una participación del 8,36% (Alcaldía de Barichara, 2016, p.21), en actividades motivadas en buena parte por el actual auge turístico: comercio, alojamiento y restauración, servicios inmobiliarios e intermediación financiera, principalmente. De hecho, ya el Plan de Desarrollo municipal para el período 2012 – 2015 indicaba que “la industria turística” era la principal fuente de empleo para la población del casco urbano. Señala además que “sectores como el de la industria del vidrio, cerámica y labrado en piedra, ocupan un lugar importante dentro de la distribución productiva del municipio, pero finalmente dependen, en gran medida, del turismo para la comercialización de sus productos” (Alcaldía de Barichara, 2012, p.62).

Entre informantes de dentro y fuera del sector turístico se dan reflexiones críticas en cuanto al abandono de las actividades primarias y los beneficios que trae el cambio de economía, especialmente debido a la alta estacionalidad del turismo, que tiene una concentración en finales de diciembre, enero, Semana Santa, mediados de julio y las Fiestas de Retorno, en octubre. En palabras de la artesana Solangel Rodríguez: “el turista no está llegando todo el día, todo el tiempo, entonces eso es lo que a veces uno pues dice, son temporadas, por ejemplo de vacaciones, Semana Santa, puentes, y los puentes no son todos los fines de semana” (entrevista personal, marzo de 2015). Así mismo, se cuestiona la relevancia que se le da al turismo en relación con la poca penetración de sus beneficios económicos en capas importantes de la población local como los campesinos y artesanos locales, ya que la mayoría se quedan en manos de quienes manejan el sector de la construcción y los propietarios de hoteles, casas de alquiler y restaurantes, especialmente del casco urbano.

Asociado a lo anterior, en algunos discursos de informantes baricharas se rebela malestar por la condición subalterna que ha pasado a tener la población local en relación con los nuevos residentes. Particularmente, hay una visión crítica respecto de los jóvenes baricharas que se estén capacitando en trabajos de hostelería y restauración para desempeñar a futuro cargos de baja jerarquía, ubicándose en una relación de dependencia económica y en una situación subalterna respecto a los nuevos habitantes o propietarios de segundas residencias. Así queda reflejado en el siguiente relato del artista barichara Luis Mejía Bohórquez:

“Nos reunimos más o menos 110 personas ahí en la Escuela de Oficios, en el restaurante, con una comida elegante, plato frío, vino, whisky, cámaras, fotos... un acto social con todos los juguetes, organizado por [la actriz nacional] Nórdida Rodríguez. Y estaban unos actores de televisión y yo era un colado de Barichara. El único barichara... el único... Y llego yo allá feliz, me siento, ¿y los demás baricharas?: los meseros, las meseras y las cocineras. Y digo yo: ¿si ve la idiosincrasia de este pueblo? ¡Triste!”. (Entrevista personal, febrero de 2012).

El relato de “Lucho”, como se le llama cariñosamente en Barichara, continúa hacia su preocupación por la “destrucción” de la cultura local y el modo de vida de Barichara debido a llegada creciente de nuevos habitantes y propietarios de segundas residencias:

“La piedra no se va a destruir, pero la parte cultural y la idiosincrasia sí. Se destruye porque se destruye, o sea, no hay nada que hacer frente a eso. O sea, aquí Barichara, dentro de unos años, se va a transformar. Así no queramos, así nos duela, pero se va a transformar, es algo inevitable [...] Cuando la gente llega y compra, no está comprando la casa, está comprando el pueblo. Usted compró la casa que le valió cien millones y no está comprando la casa, está comprando el parque donde se puede ir a leer un libro, está comprando este paisaje... está comprando que usted sale a media noche y nadie le va a decir nada, y eso es lo que nos van a destruir”. (Entrevista personal, febrero de 2012).

Esta preocupación de Lucho por la destrucción de la cultura local aparece también en el discurso de otros informantes baricharas, especialmente asociada, como se ha dicho, a la pérdida de “costumbres”. A la luz de la teoría de Hobsbawm (2002, p.10), con este último término los informantes se refieren a “convenciones” o “rutinas”, es decir, formas de hacer carentes de sustrato ideológico, que hoy son resignificadas como “costumbres” en la medida en que facilitan la autoafirmación e identidad. En cambio, para informantes del ámbito cultural, tanto foráneos como baricharas, esta pérdida de la cultura local pasa principalmente por la modificación del sistema socioeconómico que dio origen al paisaje y al conjunto urbano que hoy tanto se valora. Por ello, y debido a la contundencia que ha mostrado el turismo como mediador de los planes de desarrollo del pueblo, a entidades como la Corporación Barichara Cultura y Turismo les preocupa el enfoque de desarrollo turístico, ya que éste puede, o profundizar, o ayudar a palear algunas de las problemáticas referidas.

“Tenemos que desaprender del turismo en Barichara, borrar todas esas cosas que se hicieron negativas y empezar a diseñar, a diseñar... que es difícil borrar tantos errores. Y la política del gobierno es ‘hago publicidad por radio, prensa y por ferias, y después arreglo el rancho’, y resulta que tenemos que empezar a corregir eso desde la política pública. Primero, organicemos el rancho y qué vamos a hacer, qué vamos a contar, para qué somos buenos, entonces después mostramos allá afuera qué es lo que podemos hacer. Entonces, la política en este momento es así,

promoción, promoción, y poca acción. Ha generado impactos negativos”. (D. Rojas, entrevista personal, marzo de 2015).

Al igual que aparece en este comentario, la autocrítica tanto de las autoridades locales como de los actores privados del sector turístico y cultural en cuanto al papel que ha jugado el turismo en el desarrollo de Barichara, tiene que ver principalmente con la falta de estructuración de un producto turístico que apoye el fortalecimiento de la cultura local, mientras que el pueblo se promociona y recibe día a día más visitantes. A continuación, se aborda esta temática y las soluciones que se vienen entretejiendo entre migrantes y patiamarillos.

6.3.2. “Cultura y turismo aquí en Barichara están unidas”: en busca de un producto turístico

Definir un enfoque para el desarrollo turístico y una oferta clara y diferenciada para Barichara a nivel regional y nacional, no es sólo un interés actual de los actores turísticos sino también un requerimiento de la Red Turística de Pueblos Patrimonio de Colombia que pretende que cada uno de los municipios que la conforman presenten una diferenciación frente a los demás. Para tal fin, se han llevado a cabo diversas reuniones con los actores interesados, las cuales han sido convocadas a principalmente por la Corporación Barichara Cultura y Turismo.

En este sentido cabe referir que durante el trabajo de campo de esta investigación se llevó a cabo un taller con un representante de Marca País con el fin de guiar al sector local en la creación y gestión de una Marca Región. El conferencista partió de la idea de que la marca “Barichara” venía operando de alguna manera en la medida en que el pueblo se identificaba con unos “atributos”, pero que su presencia en el municipio significaba que había llegado la hora de gestionar esa marca para que esos atributos se convirtieran en “valores”, los cuales deben ser indisociables del destino. Esto no solo con miras al desarrollo del turismo sino de un marketing territorial que favorezca la competitividad en todos los sectores.

Para proceder en este propósito el conferencista partió de la seguridad de que un consumidor “no compra productos sino emociones, experiencias, sueños, deseos...” y planteó el reto a los asistentes de expresar en una palabra lo que Barichara debe ofrecer, desde esta perspectiva, como destino turístico. De un listado original de más de cincuenta palabras, y tras una animada discusión sobre aquello que identifica al pueblo, se

seleccionaron once que condensaban todas las ideas: “colonial”, “sencillez”, “tranquilidad”, “camino reales”, “oficios-saberes”, “microclima”, “luz”, “tierra amarilla”, “autóctono”, “contemplativo” y “armonía”. La tarea siguiente era llevar los atributos a valores, para lo cual se realizó otro ejercicio grupal que dio como resultado una serie de propuestas que el representante de Marca País debía llevarse para realizar un análisis detenido que requería más tiempo. Prometió volver.

Uno de los asistentes destacó que el taller había sido muy pertinente, pues ayudaba a clarificar no sólo qué es Barichara, sino también “qué no es Barichara, qué no debe esperar una persona que viene a Barichara o que piense venir a Barichara”. Su intervención continuaba con una alusión a los subsectores del comercio, hotelería y restauración: “Dirán los señores hoteleros y comerciantes ‘¡que venga todo el mundo porque vendo más!’. Yo pienso que eso no debe ser el objetivo, sino que vengan quienes deben venir”.

Figuras 65 y 66. Listado de atributos de Barichara según taller Marga Región



Fuente: fotografías de Luz Andrea Cote N.

Cuando, al parecer, quedaba en el aire la idea de que había consenso sobre “quiénes deben venir” y sobre lo que Barichara debe y no debe ofrecer, una representante de los padres de familia realizó una intervención que reanimó la discusión. Vale la pena transcribirla en su mayor parte:

“Yo no soy de Barichara, yo vivo acá, pero sí creo que nosotros estamos siendo los únicos que representamos al comercio y al turismo. Es muy necesario tener muy en cuenta, sin llegar a juzgar, el punto de vista del barichara, del raizal, o sea: qué es lo que quiere como dueño de su pueblo, por decirlo de alguna forma, que llegue a su pueblo. Porque uno escucha muchas quejas de las personas de Barichara con respecto a [...] los “tierrafueras”. Pero ellos tienen su razón de llamarnos de esa forma, y su descontento, y es muy válido, porque aquí ha ocurrido una cosa y es que se ha tratado de vender el pueblo, y, de hecho, por su tranquilidad, pero no podemos desconocer que aquí hay jóvenes, que hay gente que también tiene su necesidad de

diversión. Y si nosotros como tierraferas vamos a venir a pasar por encima de la necesidad que tienen ellos como jóvenes, y a exigirles silencio total en el pueblo y tranquilidad total en el pueblo, también estamos afectando al raizal. Y no es justo, de alguna manera, nosotros venir a imponer nuestro gusto por encima del gusto de las personas que hicieron el pueblo [...] Estas reuniones son muy interesantes y son muy chéveres pero me parece que es muy importante tener en cuenta... -bueno, yo no conozco mucho a la gente y no sé cuántos baricharas habrá acá en la reunión- pero sí me parece interesante en estas reuniones darles oportunidad a personas que sean de acá, no solamente que compartan afinidad con nosotros, sino las que no la comparten, para escuchar también los puntos de vista que ellos tienen [...] Aquí todos sabemos esas problemáticas, todos las conocemos, entonces, no las olvidemos en el proceso de construcción de cómo se va a vender Barichara”. (Taller Marca Región, Barichara, marzo 13 de 2015).

Acto seguido se alzaron voces destacando la necesidad de más diálogo con los baricharas acerca del enfoque de desarrollo del municipio, mientras que otros explicaban que su poca presencia en actividades de participación se debía a que los resultados los han desilusionado porque no se tienen en cuenta sus opiniones. Otros se centraron en destacar la urgencia de buscar canales para lograr una mayor participación suya en los procesos específicos de planeación y gestión del turismo, “para que las fisuras sociales en nuestra sociedad no terminen absorbiendo este proceso”. Para ello, algunos enfatizaron en la necesidad de crear herramientas pedagógicas que expliquen la importancia que tiene el turismo y la manera en que beneficia, no sólo a quienes a lo explotan directamente, sino a toda la economía de un pueblo que, de una u otra manera, ya se ha convertido en destino. La actividad prácticamente se cerró con la siguiente afirmación del conferencista: “claramente, si esto no cuenta con apoyo, consenso, le va a costar trabajo funcionar”.

Así, el taller de Marca País permitió que afloraran algunas de las dificultades que enfrenta el desarrollo del turismo en Barichara, especialmente el que parece ser un círculo vicioso de base: la apuesta turística que viene operando genera resistencia entre ciertos sectores y es uno de los factores que provoca división en la sociedad, y, a su vez, la división social no ha permitido tomar decisiones acerca del turismo y consolidar una oferta unívoca o lo suficientemente coherente, que satisfaga a la mayoría. Asociado a ello existen otras preocupaciones que aparecen en las conversaciones con actores del sector turístico y aquellos del ámbito cultural interesados en el desarrollo del turismo, como son la falta de estructuración de un verdadero producto turístico que anteceda a la promoción del destino e involucre distintos subsectores, generando beneficios más transversales. También, la atomización de quienes deben involucrarse en esta tarea.

Antes y después del taller de Marca País, en las reuniones formales y espontáneas de miembros de la Corporación Barichara Cultura y Turismo, los asistentes coincidían en

que Barichara no debe decantarse -como los municipios vecinos- por el turismo de aventura, y que tampoco debe apuntar a un turismo masivo que ponga en peligro el patrimonio construido y la tranquilidad del pueblo. Considerado la “joya de la corona” en cuanto a centros históricos bien conservados en el país, y asumiendo la confluencia de artistas, vigencia de oficios artesanos y representatividad de la gastronomía como atributos que no se pueden desestimar, estas personas opinan que el municipio debe avocarse al turismo cultural y ofrecer una experiencia diferenciada en el núcleo turístico santandereano.

En congruencia, el gobierno local de Barichara considera que lo que tiene el pueblo para “vender” es cultura, por lo tanto, debe ser un destino de turismo cultural: “Cultura y turismo aquí, en Barichara, están unidas, creo que más que en cualquier otro lado, y tienen que estarlo porque es lo que nosotros vendemos” (J. González, entrevista personal, febrero de 2012). Lo mismo sucede con Pastor Plata Lizarazo, quien fue el primero en promover, desde local, a Barichara como destino, y sigue siendo un actor clave en su divulgación. Según él, aquello que da identidad al pueblo es la arquitectura y los oficios artesanos, y asegura que “con lo que la gente ya identifica a Barichara es con la cultura” (entrevista personal, febrero de 2012).

Pese a esta claridad entre algunos agentes turísticos y culturales, se presentan disonancias, no sólo con parte de la población local, sino con otros actores turísticos que se vienen sumando a la oferta y con agentes de la política turística nacional. Por eso, la Corporación Barichara Cultura y Turismo considera que es urgente trabajar en el producto turístico local como un producto cultural y que quienes quieran actuar en este campo en Barichara se sumen a ello:

“El hotel este, el nuevo, el de abajo, que entre su página Web lo primero que promueve es rafting, cuatro por cuatro, hay que decirle ‘mano, mire, qué tal si trabajemos en producto cultural, en el producto turístico del lugar, trabajémoslo, conformemos una ruta, trabajémoslo, y trabajemos desde adentro.’ Ahora, ¿cuál es el cuento? ¿quién lo entiende mejor? nosotros que estamos acá”. (J.R. Moreno, entrevista personal, agosto de 2015).

Ahora bien, pese a que entre la corporación, la alcaldía y otros actores que vienen siendo decisivos en la oferta turística de Barichara existe consenso respecto a optar por el turismo cultural, actores de diversos ámbitos, incluidos gestores culturales y turísticos, consideran que no se ha logrado estructurar el producto turístico local. Una y otra vez se escucha decir en las conversaciones que, pese a ser un pueblo turístico, en Barichara “no hay nada que hacer”. Se describe tanto la oferta como la demanda centrada en el recorrido

contemplativo tanto del centro histórico como del área rural a lo largo del camino Barichara-Guane; el consumo de la comida típica e internacional y de los dulces locales reconocidos; la visita a uno que otro espacio de artesanía, como la Escuela Taller o el Taller de Papel; y el alojamiento, que incluye pasar la noche en un pueblo tranquilo. Como correlato, se percibe al turista como pasivo y limitado a un consumo que no deja mayores beneficios al pueblo:

“Llegó en un automóvil, parqueó, se bajó, tomó fotos del parque que es muy bonito, la foto obligada que es la fachada de la catedral, y cualquier foto que se tome en Barichara es bonita, entonces fotos, fotos, fotos, y un almuerzo con cabro y unos tarros de arequipe y chao”. (H. Bohórquez, entrevista personal, febrero de 2012).

Una crítica común es que el turismo se ha intentado desarrollar a partir del establecimiento de hoteles, descuidando la creación de productos turísticos que enriquezcan la experiencia del visitante. La escasa información disponible, generada por la Cámara de Comercio (como se citó en Agencia Consultora Para la Asistencia al Desarrollo [ACD Consultores], 2016, p. 127), da la razón a quienes hacen estos comentarios, pues de las 102 empresas turísticas de Barichara, 87 corresponden a hoteles, seguidas de lejos por establecimientos gastronómicos (8), agencias de viaje (4), guías de turismo (2) y concesionario de servicios turísticos en el parque (1). Este factor viene redundando también en la limitación en cuanto a la penetración de los beneficios económicos del turismo, especialmente en el área rural. De hecho, el *Plan de Desarrollo municipal 2012 - 2015* reconoce en su diagnóstico que

“El auge turístico del que se ha venido beneficiando el sector urbano, no se ve reflejado en el sector rural. Sus habitantes solicitan ser vinculados a proyectos que fomenten el turismo rural y sea una fuente importante de ingresos para una porción de la población del campo”. (Alcaldía de Barichara, 2012, p.25).

Para informantes interesados en el turismo, una de las fuentes de esta problemática es, al igual que en el ámbito cultural, la debilidad institucional local en la materia. La cabeza es la Oficina de Cultura, Turismo y Deportes, constituida por una sola persona que ostenta el cargo de Jefe. Aun reuniendo tres carteras, la oficina no cuenta con la categoría de secretaría municipal y sus recursos se ven muy limitados para la asunción de acciones en los tres ámbitos en los que se le asigna responsabilidad. La única instancia que depende de esta Oficina es el Punto de Información Turística (PIT), creado recientemente con el apoyo de Fontur y que tiene como fin crear un sistema de información turística nacional a partir de alianzas con actores regionales.

En esta misma vía, y como se explicó en el capítulo anterior, parte del sistema de turismo en Colombia son los consejos municipales de turismo; sin embargo, en Barichara no ha habido una iniciativa ciudadana para conformar dicho consejo, y el gobierno local explica que no ha convocado a su conformación porque ya existe un Consejo de Cultura. Su expectativa, más bien, es que este consejo se reactive y aporte soluciones tanto al ámbito cultural como turístico, ya que considera que en Barichara los objetivos de ambos campos confluyen. Así lo plantea el Jefe de la Oficina de Cultura, Turismo y Deportes:

“En los cuatro años pasados creo que funcionó año y medio. Este año estamos hablando en el Plan de Desarrollo de volverlo a activar. Tiene que funcionar, y la idea es precisamente eso: [...] directrices a 4 u 8 años sobre hacia dónde debe apuntar los proyectos culturales y de turismo. Porque el Consejo de Cultura es lo mismo, es consejo de cultura y turismo, porque es que lo que le apuntamos a la cultura está ligado con el turismo. Entonces es como generar las directrices de hacia dónde vamos y qué proyectos tenemos, como qué es lo más urgente, yo pienso, para empezar a trabajar en Barichara, para organizarnos”. (J. González, entrevista personal, febrero de 2012).

La limitación institucional ha redundado en otra serie de problemáticas que son señaladas por los actores interesados en el desarrollo y organización del turismo en Barichara. Una de ellas es el bajo control y la escasa regulación de los turoperadores, muchos de los cuales ejercen la guianza de manera informal. Se trata principalmente de nuevos residentes o visitantes que pasan largas temporadas en el pueblo, los cuales aprovechaban su dominio de idiomas y sus redes sociales para trabajar como guías. Sólo hay dos turoperadores inscritos legalmente a nivel local que operan regularmente, mientras que los turoperadores no registrados operan de manera esporádica, con una concentración mayor en las temporadas altas, algunos de los cuales ejercen desde San Gil.

En este punto, es importante destacar también el papel que juegan los “mototaxistas” o “motocarros”. Esta oferta comenzó a aparecer en Barichara en el año 2010, y aunque hasta el momento es una modalidad de servicio de transporte no regularizada y cuya continuidad está en discusión, están cumpliendo un papel relevante en la estructuración de un cierto producto turístico local. Los motocarros se ubican generalmente en el marco del parque principal y los visitantes contratan sus servicios para movilizarse por el pueblo. No obstante, para los turistas se han convertido en una alternativa para hacer un recorrido por casco urbano, prescindiendo del vehículo y evitando las calles empinadas y el calor en los momentos de más sol. Hoy en día ya los conductores de los motocarros ofrecen un recorrido por el pueblo por un valor de 30.000 pesos colombianos, ofreciendo una guianza básica y deteniéndose en los que se consideran los principales puntos de interés. Los turistas descienden del motocarro cuando se interesan por ingresar a algún

lugar y los conductores los esperan a la salida para continuar el recorrido. Según ellos, no reciben ninguna comisión adicional por llevar visitantes a los distintos sitios de interés, y si bien se ha constituido una organización para hacer frente a la oposición que se da desde ciertos sectores a su existencia, ésta es poco activa en tratar temas propiamente turísticos.

Figura 67. *Turistas visitando la capilla de Santa Bárbara.*



Figura 68. *Motocarros y turistas en Barichara.*



Figura 69. *Turistas recorriendo Barichara.*



Figura 70. *Turoperador local.*



Fuente: fotografías de Luz Andrea Cote N.

Pese a estas dificultades, el turismo ya genera el suficiente interés en Barichara y existe un nivel de apropiación tal del desafío de su organización y gestión, que los actores locales involucrados en él no se muestran dispuestos a aceptar soluciones impuestas desde el exterior. Tal fue el caso del *Plan Estratégico de Desarrollo Turístico 2016 - 2025 'Barichara siempre con la gente'*, y que pretendía dar solución al tema de la creación del producto turístico local. Este plan fue realizado como parte del proceso de elaboración de los planes estratégicos de desarrollo turístico en los municipios que integran la Red Turística de

Pueblos Patrimonio de Colombia, para lo cual Fontur contrató a la firma ACD Consultores. El componente estratégico del Plan definía cuatro ejes -relativos a los factores de atracción, soporte, producción y gestión- y terminaba planteando como producto turístico la “Ruta de la Hormiga de Guane”. Esta ruta buscaba conjugar patrimonio natural, arquitectura tradicional rural, prácticas ancestrales y gastronomía, pero se estructuraba sobre la base del primer componente. Adicionalmente, el Plan definió proyectos prioritarios a 2025, entre los que se cuentan la creación de un centro experimental de tradiciones patiamarillas, de un festival de gastronomía y artesanía, el diseño de un plan de implementación del PEMP y el diseño de un modelo de gestión y control para el uso y aprovechamiento económico del espacio público (ACD Consultores, 2016).

Los actores locales convocados a la socialización del Plan plantearon fuerte críticas tanto a la metodología seguida para su elaboración, la cual se consideró muy poco participativa y precipitada, como al diagnóstico y las propuestas consignadas en el documento, los cuales se percibieron como “fórmulas” poco pertinentes para la realidad del municipio. En carta dirigida a Fontur¹⁰⁷ los firmantes plantearon que un plan que pretendía comprometer el desarrollo turístico de Barichara por los próximos 10 años debía ser riguroso en su estudio y en sus conclusiones, algo que este instrumento no lograba. En conclusión, no podían aceptarlo tal y como estaba planteado.¹⁰⁸

Uno de los principales críticos del Plan y su metodología fue la Corporación Barichara Cultura y Turismo. Al igual que en el campo de la cultura, esta organización ha dado cierto fortalecimiento a la gobernanza turística local al reunir actores relevantes del sector turístico que hasta el momento habían estado desarticulados, tales como propietarios de hoteles y restaurantes, turoperadores, guías, transportadores y artesanos. Como se ha dicho, la Corporación ha incorporado en sus funciones no sólo aportar a la divulgación de Barichara como destino turístico sino participar en la definición de un proyecto turístico local, lo cual implica incidir en la política pública. Entre otras, ha asumido la tarea de representar al municipio en la Red Turística de Pueblos Patrimonio. Si bien la alcaldía y otras instituciones de interés para la Corporación no se vincularon desde el inicio, se espera que lo hagan y de esta forma se logre integrar a los actores del nivel local más importantes en la materia.

Aunque fue crítica con los productos propuestos por el Plan de ACD Consultores, la Corporación está de acuerdo en que el pueblo necesita rutas turísticas porque ello permite

¹⁰⁷ La carta fue enviada por correo electrónico a Fontur y se invitó a firmarla a la investigadora.

¹⁰⁸ ACD Consultores dio respuesta a las críticas realizadas al Plan, asumiendo la responsabilidad por algunas de ellas y explicando algunos aspectos, como la metodología empleada, la cual, según la firma, se ajustó a los lineamientos de Fontur. La investigadora también recibió copia de esta respuesta.

integrar a los productores locales en los beneficios del turismo, no sólo facilitando el contacto entre éstos y los visitantes, sino propiciando una mayor integración entre los productores locales para, entre otros fines, fomentar el consumo local. En este sentido, mientras la ruta planteada por ACD Consultores se centraba en el patrimonio natural y proponía recorridos de carácter principalmente contemplativo, la Corporación considera que la oferta de Barichara debe articularse en torno a su producción cultural de una manera que favorezca una experiencia más activa del visitante. Para ello se viene dando gran relevancia al papel que pueden cumplir los artesanos.

6.3.3. La artesanía en el mercado turístico de Barichara: ¿“si no hay turista no hay nada”?

Una afirmación común entre gestores culturales y agentes de fomento artesanal entrevistados en Barichara es que el turismo no ha favorecido de manera importante a los artesanos locales porque la mayoría de la artesanía que se vende es traída de otras regiones o países. Entre tanto, es común que los artesanos baricharas se refieren al turismo como su mercado natural y el factor que ha hecho posible que puedan vivir, al menos en parte, de sus oficios. ¿Cómo conciliar estos discursos? Hace falta introducirse en la dinámica general del mercado de la artesanía local para comprender las percepciones de unos y otros, y abordar las transformaciones que ha vivido el sector artesanal en relación con su apropiación de los procesos de patrimonialización y desarrollo turístico local.

Hace algunas décadas, mientras la producción de sacos de fique era vendida a intermediarios para llegar al mercado nacional, los productos artesanales para consumo local y regional que aún quedaba en Barichara se llevaban a los mercados cercanos, como recuerda Felisa Alquichire para el caso de los productos de la alfarería:

“Cuando eso tocaba sacar a vender y llevar a San Gil, llevaba mi papá. Toda la mayoría llevaban a San Gil y a Barichara a vender, y el que menestía puaquí una vasija iba y la compraba el día que quemaban. Pero cuando eso era mucho hacer oficio, mucho hacer ollas [...] Eso llevaban a costilla... eso no había carro, no. Cuando a yo me llevó mi papá a San Gil de siete años con maleta... con maleticas de ollas. Salíamos el día viernes y el día sábado por la tarde volvíamos a la casa. Allá habían unas señoras de Charalá que compraban por mayor pa transportar pa’arriba, y de resto tocaba es menudiar. Eso toda la gente llegaba a comprar porque no había alumín... ¡era puro barro! Eso era vendible, pero eso era barato”. (Entrevista personal, marzo de 2015).

Teóricamente, la penetración de artículos industriales redujo casi por completo la presencia de artesanías en los mercados locales, y la producción que logró sortear este

embate terminó emigrando del mercado rural para su resignificación y comercialización en “otra escena: la cultura burguesa, la tienda urbana, el museo y la boutique” (García Canclini, 1982, p. 161). En general, en Barichara parece cumplirse lo planteado por el autor, pero, visto de cerca, el panorama resulta aún más complejo.

Aunque no existen estudios u otro tipo de fuentes que ofrezcan datos al respecto, en Barichara pueden identificarse algunos espacios y formas principales de comercialización de la artesanía: en el lugar de producción; en locales comerciales especializados en artesanías; en tiendas misceláneas; en espacios que combinan exhibición y venta; a través del contacto informal con el turista; y por medio de la participación en ferias y eventos urbanos, especialmente nacionales. Mientras una parte de los artesanos vende sus productos directamente al consumidor, otros realizan su trabajo de manera independiente de la comercialización y requieren de intermediación para ella. Ambas modalidades pueden incluir producción sobre pedido, lo cual hace que el capital comercial pase a formar parte del proceso productivo mismo (Lauer, 1989).

Esta modalidad de comercialización por encargo sirvió como estrategia para el arranque de proyectos de desarrollo local y fortalecimiento artesanal impulsados por fundaciones. Este fue el caso del Taller de Papel de la Fundación San Lorenzo y de la Fundación Enlace, que a través de sendos contratos con la Federación Nacional de Cafeteros echaron a andar procesos con unos volúmenes de producción que permitieron una integración importante de mano de obra local. En ambos casos lamentaron, sin embargo, haber descuidado la búsqueda de otros mercados cuando la Federación prescindió de sus servicios.

Actualmente, la comercialización sobre pedido se presenta en una diversidad de unidades artesanales en Barichara, pero es más frecuente en los talleres con mayor capacidad de producción. Para estos talleres, la venta directa a turistas en el espacio de producción o en tiendas adosadas ha abierto la posibilidad de generar ingresos complementarios a la venta por encargo, la cual compromete los mayores volúmenes. Aunque el turismo representa ventas marginales para este tipo de talleres, sirve como canal de publicidad para llegar a nuevos potenciales clientes. Los llamados Picapiedra o talladores de piedra conforman uno de los grupos más importantes entre los que trabajan sobre pedido, con contratos por encargo de clientes que son principalmente de otras zonas del país. No obstante, en casos como el Taller de Papel, si bien se sigue trabajando por encargo con diversidad de clientes y enviando producción a otras zonas del país, cada vez cobra más relevancia la venta directa a los visitantes.

Entre los talleres creados por artesanos independientes de origen urbano o estudios académicos residenciados en Barichara, los de mayor producción también tienen su principal mercado fuera del municipio. Así, estos artesanos tienen en el pueblo su espacio de inspiración y trabajo, pero no a sus principales clientes, pues envían sus productos por encargo a tiendas, galerías o clientes particulares en otras zonas de la región o del país, principalmente ciudades. No obstante, cuentan con salas de venta para compradores en Barichara, ya sean residentes, turistas o comerciantes. Este es el caso de Formas de Luz, uno de los talleres más antiguos y reconocidos, ya que su propietaria es la suiza Muriel Garderet, designada Maestra Artesana por Artesanías de Colombia y quien obtuvo el Segundo Premio Unesco de Artesanía para América Latina y el Caribe en 1997:

“Lo que empieza a pasar: la visibilidad de Barichara como destino turístico y la posibilidad de vender directamente al visitante, a personas que vienen, conocen el taller. Es decir, al principio yo tenía el taller por acá... al trasfondo de la casa, y la habitación y la sala en frente. Y muy rápidamente, como en dos años, me di cuenta que no: era muy incómodo toda la visita pasando por la mitad de la sala para conocer el taller. Y también me di cuenta que era muy importante vincular el almacén con el taller; mejor dicho, no bastaba con sacar unos productos al andén, a mostrarlos. Muchas personas querían ir hasta atrás y conocer cómo se hacen: ‘¿Qué más le podemos hacer?’... sentir que hacen parte del proceso [...] Como que entraban al taller y se sentían creativos. Entonces hicimos el cambio y las habitaciones para atrás y el almacén para el frente, y empiezan a llegar visitantes y compradores directos”. (Entrevista personal, marzo de 2015).

Los talleres que han encontrado la posibilidad de venta directa en el propio espacio de producción están ubicados principalmente en el casco urbano, donde hay mayor afluencia de visitantes. No obstante, y como se comentará más adelante, un foco importante para este tipo de comercialización es el llamado Parque Artesanal, proyecto desarrollado por la alcaldía para reubicar los talleres de talla en piedra y otras formas de producción de carácter semi-industrial en la vereda El Guayabal, sobre la ruta de acceso al pueblo.

Figuras 71 y 72. Taller y tienda Formas de Luz, de Muriel Garderet.



Fuente: fotografías de Luz Andrea Cote N.

Mientras los talleres pertenecientes a ONG y artesanos independientes residenciados en Barichara cuentan con redes o contactos en mercados urbanos que facilitan las ventas sobre pedido, la mayoría de los artesanos locales, que elaboran poca artesanía y cuentan con pequeños talleres sin tienda, o trabajan en su casa, encuentran en los turistas a sus principales clientes. Así, la mayoría de los informantes de este grupo señalaron que el turismo representa, de una u otra manera, el único contexto en que su labor puede ser viable, en tanto que constituye su mercado natural y la mejor forma de divulgación de su trabajo. En palabras de la artesana local Solangel Rodríguez, “el turista es el que le da, como quien dice, a uno, el toque mágico de uno poder seguir adelante con la artesanía, porque si no hay turista no hay nada” (entrevista personal, marzo de 2015). El siguiente testimonio es también elocuente en el mismo sentido:

“El turismo acá se ha incrementado mucho, pues gracias a Dios, últimamente cada día más está viniendo más gente a Barichara. Y esto es lo que nos mantiene vivos. Porque de todas maneras para proveer la gente acá pues es muy poco: siempre a nosotros nos va bien cuándo viene mucho turismo”. (O. Díaz, entrevista personal, febrero de 2012).

En Barichara, los turistas pueden acceder a tiendas de artesanías donde el propietario ofrece sus propios productos -que son las más escasas- o bien de terceros. A su vez, pueden ser tiendas de souvenir o boutiques, siendo posible en estas últimas observar un pequeño espacio dispuesto por el artesano para trabajar en su oficio. En las boutiques están presentes con su producción artesanos que se autorreconocen o son reconocidos como artistas -algunos de ellos baricharas-, con objetos únicos y de precios considerables. En las tiendas de souvenir puede encontrarse una variedad de precios mayor, y artesanías que se puede decir que son producidas “en serie” en tanto que exhiben un número importante de ejemplares iguales o similares. Los propietarios son, en buen número, personas de Barichara que residen en Bogotá, o foráneos que tienen segunda residencia en Barichara. De las ventas en los locales se encarga personal contratado, aunque hay algunos que son atendidos por sus dueños.

Comerciantes entrevistados en Barichara señalaron que al momento de seleccionar la artesanía que venden les interesan: “trabajos muy originales”, “salir de lo común”, “trabajos muy artísticos”, “creatividad”, “las cosas más bonitas”, “lo que más se vende” o “el precio”, entre los criterios más recurrentes. Pero también factores de identificación con el territorio, como el “material que se maneja acá” -piedra, bejuco, fique, vástago de plátano, plumas, semillas, maderas de arrayán y cedro, entre otros- o “personas de la región”. Estas categorías pueden ser muy amplias, como en el caso de la

tienda Expresarte, que busca obras de artistas y artesanos de Barichara y de los municipios vecinos de San Gil y Curití, pero también de otros más lejanos, como Páramo y Oiba:

“El fique se trabaja más que todo en Curití y en San Gil; en San Gil también hay fábrica de todo el tema de fique. De allá es de donde traemos los diferentes productos [...] porque en Curití puede ser que es donde haya más riqueza del material, pero en San Gil hay artistas muy buenos que lo trabajan”. (I. Chaparro, entrevista personal, agosto de 2015).

La originalidad de los productos en términos de unicidad es tal vez el aspecto al cual se le otorga mayor relevancia, ya que se busca ofrecer artesanías que se distingan por sus diseños y terminaciones exclusivas, pero también, diseños que evoquen una identidad étnica. Esto último ha llevado a la selección de productos que aludan a la etnia Guane y, a la vez, a traer artesanías elaboradas por artesanos indígenas de otras regiones del país, o con diseños que permiten asociarlos a tales identidades étnicas. En todo caso, se pretende establecer una diferencia con el tipo de artesanías que se pueden comprar en las zonas urbanas. Tales son las fórmulas que, por ejemplo, emplea Yolanda Pérez, propietaria de dos locales comerciales de artesanías y souvenirs en la zona de mayor flujo turístico:

“Yo veo la gente que llega y todo les parece lindo, porque no lo han visto en la ciudad, ¿si? Entonces ellos buscan lo que no ven allá. Porque tuve un artesano que me hizo sandalia muy linda en randa, pero de esa wayú.¹⁰⁹ ¡No! ¡Y yo vendía cualquier cantidad de esa sandalia! Y después ya me dijo ‘no, voy a cambiar el diseño, disque se está usando las florecitas en la ciudad’. Le dije ‘no, allá, pero es que yo estoy en un pueblo’. Toca ubicarnos donde vivimos, ¿cierto?... No me volvió a hacer”. (Entrevista personal, agosto de 2015).

Aun cuando se aplican estos criterios de una cierta localización en ambiente rural, para Yolanda y otros comerciantes, la manera de responder a las expectativas de turistas internacionales que buscan souvenirs es ofreciendo productos no sólo de Santander sino también de otras regiones de Colombia, e incluso de otros países.

“La mayoría de gente, o sea, gente que llega y le gusta y no lo ve en otro lado. Por ejemplo yo tengo Indonesia, ecuatoriano, todo eso porque todo les interesa. Pero hay personas que vienen directamente, solamente preguntando lo que sea de acá. ¿Y qué es lo fuerte? ¿Y por qué nos reconocemos? Por la piedra, por la talla en piedra...”. (Y. Pérez, entrevista personal, agosto de 2015).

¹⁰⁹ Etnia ubicada en la región Caribe de Colombia.

Estas prácticas de los comerciantes explican la idea generalizada de que Barichara no tiene una identidad artesanal y una producción propia, más allá de la talla en piedra. Efectivamente, al recorrer las tiendas de Barichara se puede ver que abunda la artesanía “importada”, alternada con producción local en un volumen menor. La explicación que dan informantes del grupo de los artesanos baricharas entrevistados para que su producción no se encuentre en estas tiendas es que los intermediarios se quedan con la mayor parte de la ganancia y, de esta forma, si ellos quieren obtener un beneficio importante como productores, deben fijar precios muy altos que ya no resultan competitivos en el mercado local. Además, muchos comerciantes no compran el producto al artesano, sino que se lo piden “en consignación”, es decir, el beneficio para ambos queda a expensas de que el producto se venda.

Paradójicamente, aunque la Escuela Taller Barichara también tiene por objetivo ser un espacio de exhibición y venta de los productos que elaboran tanto sus estudiantes como profesores, no resulta una buena opción para buena parte de ellos porque la entidad debe incorporar en el precio comisiones y obligaciones tributarias, lo cual dificulta que crezca la ganancia del artesano, pues los productos se encarecerían hasta precios poco competitivos. Como sus directivos, profesores y estudiantes señalan, en muchos casos le resulta más conveniente al artesano buscar vías de comercialización por fuera de la Escuela. Así lo comenta el escultor Javier Pinto, quien fuera docente de la institución:

“Los porcentajes son demasiado altos. Porque, por decir algo, si yo soy alumno allá, o soy artista, o soy un artesano, y yo coloco un trabajo allá, el porcentaje se iba desde el treinta, sesenta, cincuenta por ciento. Entonces ahí hay una parte que es difícil de manejar [...] O sea, el espacio está y es un espacio bello, en el cual, digamos, si se pudiera participar, o sea, participar más abiertamente... sería bueno”. (Entrevista personal, marzo de 2015).

Ante este panorama, una de las opciones que quedaría a los artesanos es abrir su propio espacio de venta, sea de manera individual o colectiva, pero los altos costos de los alquileres a consecuencia de la inflación que vive el municipio, sumados a la alta estacionalidad que no permite un ingreso regular por venta a los turistas, desaniman a quienes mantienen una producción para la venta al detalle.

La vía que han abierto algunos artesanos para vender sus productos es el contacto directo con el visitante, para lo cual deben valerse de las oportunidades que tienen a mano, ya sea en su labor como camareros, cuidadores de segundas residencias, asistentes de servicio doméstico, jardineros o conductores. Aprovechan variadas circunstancias para hablar de su producto al visitante y ofrecerle una muestra de su trabajo, y consideran que

este sistema se ve favorecido por la percepción del turista de que las artesanías conseguidas de esta manera son más auténticas y tienen un precio más justo que las que venden en los locales comerciales. Solangel Rodríguez, estudiante de la Escuela Taller, explica cómo ella ha podido vender sus sombreros a través su profesora María Eugenia Garcés, quien ejerce la misma práctica con los visitantes que llegan a la casa de alquiler de la que está a cargo:

“Ella trabaja en una parte donde es hospedaje, y pues ahí llega mucha gente que no es de acá, sino que es de Bogotá, de Medellín, no es de aquí sino de todas partes. Entonces ella ahí... como ellos saben ahí que ella es la que hace los sombreros, entonces por intermedio de ella uno los va vendiendo”. (Entrevista personal, marzo de 2015).

Para la venta directa, y como se verá en el siguiente apartado, llevan ventaja los artesanos que han entrado en los circuitos turísticos debido a que sus oficios son considerados “tradicionales”, “ancestrales” o representativos de la identidad barichara. En el caso de la alfarera Felisa Alquichire, ya son pocas las tiendas o espacios de exhibición-venta a las que lleva sus productos, y los turistas que la visitan constituyen parte importante de su clientela. Aun así, las ganancias son exiguas, pues el tipo de artesanía que elabora se vende a precio bajo ya que, si bien es valorada simbólicamente como tradición, no recibe la misma valoración económica que la cerámica contemporánea que incorpora el concepto de “diseño”. Además, Felisa no cobra ni por el acceso a su taller, que es el mismo hogar, ni por contar sus historias.

Pese a que en los planes de desarrollo de Barichara se ha propuesto recuperar o crear nuevos mercados artesanales que abran espacios adecuados de venta directa a residentes y visitantes (Alcaldía de Barichara, 2012, 2016), en la práctica han faltado esfuerzos públicos y privados para concretar estas ideas. Por otra parte, los mercados locales que aún existen, y principalmente las ferias que son organizadas por los municipios, no satisfacen las expectativas de los artesanos locales, pues consideran que las instalaciones son deficientes, los precios por puesto -toldo o stand- muy altos, que no se cuenta con la seguridad necesaria y, lo principal, se inundan de “hippies” que elaboran artesanías ajenas a la identidad local y de “mercaderes” que venden artesanías industriales chinas, productos que determinan un público poco interesado en la cultura local y de menor poder adquisitivo que el que les interesa. No obstante, en un día cualquiera de afluencia turística se pueden encontrar productos de artesanos locales, incluso las mochilas guane que tanto están siendo valoradas como producto cultural, dispuestos en mantas de ventas ambulantes.

Figura 73. *Tienda de artesanías curiteñas en Guane (Barichara)*



Figura 74. *Mochilas guane, alpargatas y otros productos en una venta ambulante*



Figura 75. *Tienda de artesanías "Las Comadres"*



Figura 76. *Sala de exhibición y venta de la Escuela Taller Barichara*



Fuente: fotografías de Luz Andrea Cote N.

En el contexto descrito, y como señala rigurosamente Mauricio Montenegro (2014) para todo el sector a nivel nacional, los artesanos ven como horizonte para la comercialización y la puesta en valor de sus productos los grandes eventos expositivos nacionales: primero asistiendo a algunos más accesibles, como la Feria de las Colonias, en Bogotá; posteriormente a Expoartesano, en Medellín, y luego al más emblemático y concurrido, Expoartesanías, en la capital colombiana. El camino continúa a ferias más exclusivas, como la del Club El Nogal, y, por qué no, a eventos internacionales. Aunque a algunos artesanos de Barichara se les facilita participar en estos eventos debido a que entidades como la Escuela Taller Barichara y la Red Turística de Pueblos Patrimonio aseguran un stand, la mayoría no cuenta con esta opción por los altos costos que supone, sabiendo que no siempre resulta lo esperado en cuanto a ventas. Como consecuencia, la

participación de representantes locales en estos eventos es irregular, lo que redundaría en la idea de que no hay producción artesanal barichara, más allá de la talla en piedra.

Las tiendas propias de Artesanías de Colombia, o aquellas que venden los productos por franquicia, tampoco se han consolidado como una opción porque los artesanos baricharas, como se verá más adelante, han sido renuentes a participar en los procesos de la entidad y, a la vez, miran con desconfianza el amplio margen que existe entre lo que paga la empresa por producto y los precios finales de venta en sus locales comerciales. Ante este panorama, la Corporación Barichara de Cultura y Turismo está ideando y desarrollando proyectos para favorecer el consumo local, lo que apunta a mejorar la sostenibilidad de la artesanía. Para ello, uno de los espacios que se espera consolidar es el llamado “Mercado Patiamarillo”:

“La Corporación lo que quiere es preocuparse del saber local, de la producción local, propiciar un consumo local, propiciar una calidad... y el factor de identidad también [...] Arrancamos ya la campaña de consumo local, y la llamamos ‘Consumo local: Mercado Patiamarillo’. Tiene por detrás un proyecto que se llama ‘Consumo local: yo compro patiamarillo’ [...] La Corporación está en posición de fuerza para desarrollar ese proceso, que no es actividad, es proceso. Lo que está detrás del Mercado Patiamarillo es un proceso de consolidación de comunidades locales”. (J.R. Moreno, entrevista personal, agosto de 2015).

La Corporación y otros agentes culturales y turísticos consideran que el turismo debe traer un mayor beneficio directo para los artesanos, facilitando su encuentro con los visitantes. Como contracara, consideran que los visitantes necesitan tener espacios para encontrarse con la creatividad local. El resultado son iniciativas impulsadas por ellos que van abriendo camino hacia el turismo creativo y artesanal.

Figura 77. Stand de la Red Turística de Pueblos Patrimonio en Expoartesanías 2014



Figura 78. Stand de la Escuela Taller Barichara en Expoartesanías 2014



Fuente: fotografías de Luz Andrea Cote N.

6.3.4. Hacia el turismo creativo y la puesta en valor de lo local

Antes y después del taller de Marca País mencionado previamente, la Corporación Barichara Cultura y Turismo ha tenido la seguridad de que entre las cosas más importantes que pueden diferenciar al municipio como destino, y aquello en torno a lo cual se puede estructurar un producto turístico que dinamice el territorio y deje más beneficios a la población local, es la vigencia de los oficios artesanos. Así lo sostiene Luis Alexander Jiménez, director ejecutivo de la Corporación y encargado de Punto de Información Turística de Barichara:

“Ahorita nos pusieron una tarea de buscar una marca Barichara [...] Entonces yo le dije al gerente de la Red: ‘pero ya la tenemos, o sea, tenemos una Corporación y estamos trabajando en eso, en tener algo diferencial de los otros municipios, algo que no tienen ellos y lo tenemos nosotros. Estamos trabajando en los oficios [...] Barichara hace parte de la Red de Pueblos Patrimonio y cada uno de ellos tiene una similitud en cuanto a su arquitectura. Pero Barichara tiene una gran ventaja: [...] mantiene vivo ese patrimonio. Si se cae una casa, el mismo barichara viene y la levanta, no necesita un restaurador de casas [...] Teniendo esos dos productos de la tapia y la piedra, entonces estamos mirando qué más oficios tenemos para seguir”. (Entrevista personal, marzo de 2015).

La Corporación Barichara Cultura y Turismo considera que la integración de los oficios artesanos en el producto turístico es clave para el cumplimiento de cuatro objetivos: fomentar la cultura del turismo a partir de estrategias que den ingresos directos a la población local; incorporar el patrimonio inmaterial como un nuevo valor, diferente pero asociado al ya reconocido centro histórico; estructurar una oferta de actividades formativas y creativas controladas por actores locales, prolongando la estancia del visitante; y como estrategia de diferenciación del destino, no solo respecto de la región, sino también al interior de la Red Turística de Pueblos Patrimonio de Colombia.

No obstante esta convicción, y el hecho de que los oficios artesanos de Barichara se promocionan en folletos, guías y páginas web emitidas por entidades locales y externas, hasta el momento los visitantes se acercan a estos oficios principalmente a través de la compra de artesanías como actividad complementaria a su experiencia y no se ha estructurado una oferta desde una política pública e instrumentos de planeación que sienten las bases para que el producto turístico implique conocer a los artesanos, los talleres y sus procesos. Aunque ya desde hace varios lustros, especialmente para aquellos que practican un turismo institucionalizado, existe la posibilidad de visitar algunos talleres o realizar algunas actividades, la oferta se viene dando de manera desarticulada. Los actores interesados plantean que ya llegó la hora de organizarla:

“Desde siempre ha habido producto: ha habido caminatas turísticas, ha habido talleres de cerámica, ha habido... lo que pasa es que han estado muy sueltos... aquí se vende actividad, más no paquete. Estamos ahora empezando a hacer paquetes turísticos para hacer un producto y que nos identifiquemos [...] porque si hacemos producto involucramos cadena, si hacemos actividades se beneficia uno, o dos personas, y unos más que otros y otros más directo [...] Además de nuestro patrimonio histórico, paisajístico, urbanístico, tenemos algo que mostrar que es cómo se formó eso, que fue a través de esos oficios, y promoverlos de manera que la gente pueda sentir y palpar esos oficios, y pasar varios días en Barichara como aprendiendo un arte ¿sí? Si lo podemos extender más, que usted pueda durar... que vamos a Barichara porque allá vamos a aprender a trabajar la cerámica, no sé qué, entonces tenemos que quedarnos allá dos meses, en un curso”. (D. Rojas, entrevista personal, marzo de 2015).

El espaldarazo del gobierno nacional para el turismo cultural en Barichara al incluir el municipio en programas como la Red Turística de Pueblos Patrimonio, tiene su principal decantación en este componente de los oficios artesanos y los talleres de artistas, algo que da soporte a los planes de la Corporación. En este sentido cabe recordar que la Red creó el programa Rutas artesanales de Colombia para fortalecer los oficios artesanos en los municipios incluidos. La guía de dicho programa destaca así la continuidad de la vocación artesanal de Barichara:

El trabajo en piedra evidencia la mayor vocación artesanal de Barichara que se reconoce desde el mismo momento en que se llega a sus calles tapizadas con lajas enormes, que fueron puestas de forma pareja por los primeros talladores de la piedra [...] El destino se asienta sobre una meseta árida de soles permanentes, en la margen derecha del cañón del río Suárez, donde el trabajo de talladores y artesanos es relevante por las costumbres recogidas de tiempos pasados, por los saberes que se preservan y por los oficios que afloran con los nuevos talentos que buscan en los materiales del entorno los insumos para mantener la identidad cultural. (MinCIT y Fondo de Promoción Turística, s.f.b.).

Figura 79. Presentación de Barichara en la Web del programa “Rutas Artesanales de Colombia”.



Fuente: MinCIT y Fondo de Promoción Turística (s.f.b)

Para la creación de un producto turístico barichara que integre los oficios artesanos de manera más integral existen antecedentes que se remontan a la década de 1990 y primer lustro de 2000, cuando se realizaban visitas de manera espontánea y experimental a los talleres de algunos creadores. En palabras del escultor Javier Pinto, en aquellos tiempos: “...la gente venía por los artistas y los visitaba, y hacía los recorridos, y era supremamente interesante, fantástico [...] Lograban unos precios menores y eso le gusta a la gente. Y visitar un lugar como este, con toda esta atmósfera” (entrevista personal, marzo de 2015). Estas visitas eran animadas también por los tempranos eventos artísticos organizados por artistas locales, a los que ya se ha hecho referencia. De acuerdo con Javier, aquella práctica de los visitantes de acudir a los estudios de los artistas y artesanos decayó con la apertura de la Escuela Taller Barichara, la cual concentró ese tipo de intereses.

Por otra parte, y como se ha mencionado, una de las primeras entidades en promover el turismo académico asociado a oficios artesanos fue la Fundación Tierra Viva a través de talleres de arquitectura en tierra dirigidos a un público profesional y/o académico interesado en aprender sobre técnicas y culturas constructivas. A través de la separación de algunos de los arquitectos miembros, esta entidad también dio origen a otras, como De la Tierra Hábitat, creada por Santiago Rivero, que a su vez dio origen a la iniciativa De la Tierra Turismo y pasó de talleres pensados para especialistas, a estructurar una oferta para todo tipo de visitantes y turistas. Su objetivo es “diversificar la oferta de turismo que prevalece en la zona [...] a partir del reconocimiento del inmenso patrimonio cultural que poseen las provincias del sur de Santander” (Peñaloza, 2011). Aunque la sede se asentó en San Gil, el taller incluye un recorrido por Barichara, actividades demostrativas en las que participan los visitantes en la construcción de muros de tapia, bahareque, o en la elaboración de bloques de tierra comprimidos. El taller ha desarrollado una línea específica para estudiantes de colegios de ciudades como Bogotá, con la cual no sólo se busca sensibilizar y forma a estos niños en el tema de la arquitectura sostenible en tierra, sino realizar una labor social desarrollando los talleres a partir de la construcción de muros o secciones de casas campesinas a cuyos propietarios les viene muy bien la ayuda.

Expedición Extrema divulga el trabajo de estas fundaciones y su oferta de talleres de arquitectura en tierra. A su vez, ofrece recorridos guiados por el centro histórico y área rural, y lleva a los visitantes a conocer estas experiencias y a observar obras en desarrollo, realizando al final del recorrido una demostración del proceso constructivo en la que los turistas pueden participar. Esta oferta a veces se complementa con visitas a otros espacios demostrativos o de producción de oficios relacionados, como la elaboración de la teja y el ladrillo, necesarias para las construcciones en tapia o bahareque. A través de caminatas más

largas por caminos veredales o el camino empedrado a Guane, Expedición Extrema también lleva a los visitantes a la casa de artesanos como la alfarera Felisa Alquichire o la tejedora Yaneth Virviescas, quien elabora artesanías en calceta de plátano. El recorrido puede incluir espacios que se encuentran permanentemente abiertos al público, como la Escuela Taller Barichara, el taller de fique del Hogar Centro Día o el Taller de Papel de la Fundación San Lorenzo.

Figuras 80 y 81. *Recorrido guiado por Diana Rojas de Expedición Extrema*



Fuente: fotografías de Luz Andrea Cote N.

En el Taller de Papel, tras el pago de un precio mínimo de entrada, un guía interno recibe a los visitantes y les realiza un recorrido guiado para que conozcan, en primera instancia, las plantas de las cuales se obtiene la materia prima para realizar el papel de fibras vegetales. A continuación se puede observar el proceso artesanal, bien en la ejecución cotidiana, o bien mediante una demostración que incluye la posibilidad de que los visitantes elaboren una hoja de papel. Entre los visitantes frecuentes están colegios de la región y otros grupos organizados por turismo institucional, pero cada vez son más quienes llegan de manera independiente, entre ellos, aquellos que son transportados hasta allí por los “motocarros” o “mototaxis”. Cerafina Sánchez, una de las empleadas más antiguas del taller, destaca el apoyo que estos últimos les han dado en la divulgación: “Ellos son guías. Sí, ellos, nos traen mucha gente acá. Ellos dicen que le dicen a la gente ‘vámonos que allá arriba hay una artesanía que es hecha toda a mano’, en vez de irse a mirar por allá lo que traen de otra parte” (entrevista personal, marzo de 2015).

En el taller de fique del Hogar Centro Día, en cambio, no se ha establecido una visita guiada. Sólo con suerte el visitante podrá encontrar allí a la directora del taller o alguno de los asistentes que facilite la comprensión del proceso, aunque con frecuencia el guía local explica de manera general tanto los aspectos técnicos del tejido como la importancia del

fique en la historia de la región. A este taller también llegan visitantes interesados en conocer la casa natal de Aquileo Parra, pues es allí donde se aloja el taller del Centro Día, pero la interpretación para el edificio también es mínima.

La Escuela Taller Barichara, por su parte, se ha convertido en el espacio que concentra un mayor número de visitantes. Allí se tiene libre acceso a las aulas y talleres para observar los procesos cotidianos de la escuela y a las exposiciones-venta de obras de estudiantes, docentes y otros artesanos y artistas invitados. Así mismo, la entidad solía ofrecer cursos para personas de estancias cortas en el pueblo que no podían seguir la oferta regular, pero han sido reducidos por su ingreso en el programa nacional de escuelas taller. Lo que ha cobrado fuerza, en cambio, es la realización de eventos, ya que la entidad diseña su propia programación anual en la que caben las exposiciones temporales, conferencias y actos académicos, el Festival de Saberes y Sabores y Punto de Encuentro, fusionándose recientemente estos dos últimos como evento principal del año.

Figuras 82 y 83. Visitas guiadas en Taller de Papel Fundación San Lorenzo



Figura 84. Turista en el taller de fique del Centro Día

Figura 85. Festival Saberes y Sabores de la Escuela Taller Barichara



Fuente: fotografías de Luz Andrea Cote N.

Recientemente, han comenzado a surgir en Barichara iniciativas que integran los oficios artesanos en una oferta cultural y turística que incluye las residencias artísticas y talleres de co-creación, con un enfoque cada vez más cercano al turismo creativo. Una de las que destaca en este sentido es Artepolis, asociación sin fines de lucro creada por un colectivo de artistas franceses de la región de Limousin, la cual organiza eventos artísticos con el objetivo de compartir culturas y disciplinas en un marco de “calidez” (Oujedi, 2012). En Barichara, el proyecto fue implementado por Abdou Oudjedi, quien pasa parte del año en el pueblo, y situó la sede en un terreno de 4000 m² con la ambición de atraer a otros promotores e instituciones portadores de proyectos artísticos que deseen ubicarse allí.

Artepolis ofrece talleres de medio día guiados por artistas y artesanos de Barichara e invita aprender del arte y los oficios locales tradicionales y contemporáneos participando de una experiencia directamente dentro de los talleres de los creadores. El propio Abdou, con su español aún limitado, hace énfasis en que:

“Conocer Barichara a través de los artistas y los artesanos es super, y ya tenemos 14 artistas que quieren hacer [...] Barichara puede ser una escuela de arte para... alguien puede pensar: me voy una semana, me voy, me hacen mi programa, y disfrutar de este... Esta es la idea [...] hacer un turismo que no son puro ‘yo compré’, ‘usted es un cliente y yo te veo realmente como un cliente’, no, es un intercambio”. (Entrevista personal, agosto de 2015).

En las visitas son incluidos algunos de los artesanos locales por su técnica ancestral o la calidad y singularidad de su trabajo, como la alfarera Felisa Alquichire, la tejedora de sombreros Eugenia Garcés o el ebanista y escultor Vicente Cadena; sin embargo, también se incluyen talleres de artesanos y artistas foráneos residenciados en Barichara, como los tejedores Nirko Andrade y Marcela Carrasco. De acuerdo con el material institucional del proyecto, Artepolis ofrece a los habitantes de Barichara y a sus visitantes la oportunidad de establecer contacto con artistas de todos los horizontes y sus prácticas, en particular procedentes de Francia, con la idea de que esta interactividad enriquece las producciones artísticas de cada uno.

Otra de las iniciativas que se puede mencionar como ejemplo de la oferta incipiente en la vía del turismo creativo es Casa Mahanaim, ubicada en la vereda El Caucho, destinada a residencias artísticas, estancias para el arte, intercambios, exposiciones y capacitaciones. La residencia se desarrolla en un período de entre dos y cuatro semanas, y plantea la posibilidad de conectar con la comunidad artística local e internacional presente en Barichara para acercarse a las diferentes propuestas y técnicas en artes plásticas que se desarrollan localmente. Algo central de esta propuesta es buscar un acercamiento entre el

arte y lo rural a través de experiencias locales que provean la información necesaria para que los residentes desarrollen su trabajo, por lo que se sugieren temas como la vida en el campo -el tiempo, las tradiciones, leyendas, retos y necesidades-; el trabajo de la tierra -prácticas agropecuarias, industria alimentaria, impacto y desafíos-; el hombre y el paisaje -intervenciones, alteraciones, fauna y flora de la región-; éxodo, reintegración rural y neorruralismo; e intervenciones en el medio rural. La residencia incluye un recorrido turístico de carácter artístico-rural (Mahanaim, s.f.).

Esta oferta turística no se ha desarrollado sin cuestionamientos ni dificultades. Por una parte, en algunos sectores de la población local existe la percepción de que quienes organizan esta oferta son principalmente gestores externos que ni siquiera residen en Barichara, sino que operan desde otros municipios o regiones. Esta es la opinión que tiene la Alcaldía de Barichara y por eso el jefe de la Oficina de Cultura, Turismo y Deportes considera que, efectivamente, es tiempo de que el producto turístico se diseñe y ejecute desde una política local y con actores locales:

“Que se pueda ir al taller de alfarería, al taller de forja, al de piedra. Muchas personas lo están haciendo, pero no son de acá. Aquí se traen niños de colegios de Bogotá a jugar a hacer tapia, a jugar a hacer tejas, digamos a mostrar los oficios, pero lo hacen de afuera y los traen acá. Nosotros como tal no lo estamos aprovechando, ni direccionando, ni haciendo nada. Se ven pasar y se ven llegar, pero nosotros como municipio poco lo estamos impulsando y ahí es donde hay que apuntar”. (J. González, entrevista personal, diciembre de 2013).

Por otra parte, algunos gestores culturales y habitantes locales critican que la mayoría de los artesanos y artistas que se vinculan como anfitriones a estas experiencias son urbanitas residenciados en el pueblo. Por su parte, gestores de las iniciativas argumentan que esto se da porque los artistas y artesanos foráneos tienen más “visión” para comprender y saber aprovechar los beneficios del turismo, mientras que entre gremios fuertes dominados por artesanos baricharas, como los talladores de piedra, existe mucha resistencia a las visitas porque consideran que no les es rentable detener su producción para explicar los procesos a personas que no constituyen su principal clientela. No obstante, se han llegado a algunos acuerdos para que los turistas puedan acceder a estos talleres, previo pago de una entrada que compense al artesano por el tiempo que dedica a hacer algunas demostraciones. Aun así, una dificultad más viene siendo organizar los horarios de las visitas, pues los artesanos no están permanentemente en su taller y en su oficio.

De acuerdo con los turoperadores entrevistados, lo que está en la base de esta problemática es una diferencia de perspectivas en cuanto a los beneficios potenciales del turismo: mientras que los artesanos y artistas foráneos entienden el valor de la publicidad

que genera abrir las puertas de su taller a los turistas, o incluso a los medios de comunicación, entre los artesanos locales existe mayor premura por obtener un beneficio económico inmediato y directo, bien sea a través de la venta del producto o del cobro de la entrada. Cuando este beneficio no se produce pronto, el artesano se va desanimando y deja de abrir las puertas de su taller, que en no pocas ocasiones implica abrir las puertas de su casa.

Para algunos artesanos, sin embargo, no hay mucho que pensar porque las visitas de turistas a sus talleres significan una de las pocas alternativas de contacto directo con el que consideran su mercado objetivo. En casos como el de la tejedora Yaneth Virviescas, le ha sido muy útil ser referenciada por los guías locales, estar incluida en ciertas rutas turísticas y el voz a voz que las visitas producen: "... las personas que vienen y ven el producto se van y llevan fotos o comentan a las otras personas: 'este trabajo lo hicieron en Barichara esta persona', y así pues se han incrementado un poquito como más la popularidad del trabajo" (entrevista personal, marzo de 2015). En cambio, en el caso de Felisa Alquichire, pese a su importancia simbólica para la artesanía local, no se le paga por sus demostraciones y el beneficio económico de las visitas por venta es exiguo, como queda en evidencia en el siguiente comentario de un turoperador:

"Ella es muy dada a que la gente la visite, a que la gente pase por ahí, nunca presiona, lo que llegue ahí, y sabe que es posible que alguien le gaste algo, le regale algo... y ya. A veces ella se queja de alguna forma para que ellos se apiaden y le den algo, pero muchas veces ella no dice nada, simplemente se sienta, les habla, les pasa unas sillas, y '¿vienen caminando?', y '¿van pa dónde?', va preguntando, y después al final dice '¿quiere ver algunas cositas de las que tengo allí?', y entonces va y les muestra. Ya de pronto la gente, ya, como la ve como habla, como su cuento, dicen 'aj, comprémosle algo'" (L.A. Jiménez, entrevista personal, marzo de 2015).

En cuanto a las prevenciones por parte de algunos actores del sector turístico, miembros de la Corporación Barichara Cultura y Turismo han llamado la atención sobre la necesidad de buscar un equilibrio para que la producción local no tenga como único destino el consumo turístico. Para el caso específico de aquellos que actúan como turoperadores, existe también una preocupación porque los artesanos no terminen haciendo a un lado su labor tradicional ni modifiquen sus productos exclusivamente en función de la elaboración de souvenirs, ya que esto restaría interés a su producto turístico:

"Si le llevamos tanto, ese artesano va a dejar de hacer la tapia y se va a dedicar al turismo, y a mí, como guía, no quiero eso. Quiero que lo siga haciendo, pero tenga más posibilidades de ganar, que siga trabajando y que pueda dejar ver cómo lo trabaja [...] Que no altere yo su profesión. Lo que le decíamos nosotros a doña Felisa: señora Felisa, déjenos ver, pero nunca deje de hacer sus tiestos. El día que usted deje de hacer tiestos nosotros no volvemos, porque usted se reconoce es por sus tiestos.

Así don Andrés Carne de Res le pida dos mil vasos, son los tiestos, y nosotros venimos a verla hacer tiestos". (D. Rojas, entrevista personal, marzo de 2015).

Más allá de las limitaciones para la consolidación de un producto turístico, los oficios artesanos, como se ha visto hasta aquí, han pasado a jugar un papel central en la producción de los discursos de valor cultural acerca de Barichara y en la oferta atomizada de turismo cultural que toma buena parte de su fundamento en ellos. Esta relevancia de los oficios ha generado una dinámica en torno suyo en la que intervienen actores de distinto tipo y nivel, motivando una serie de transformaciones que el artesano induce, adopta o resiste, según sus posibilidades y expectativas. A continuación se profundiza en este último tema, para poder luego establecer conclusiones parciales acerca de las relaciones entre turismo, patrimonio y artesanías en el caso de Barichara.

6.4. Transformaciones y adaptaciones del sector artesanal: entre las “artesanías de combate” y las “artesanías de diseño”

Nelson Graburn (1984) destacó la importancia de la comercialización y del fortalecimiento de la identidad en las transformaciones de la artesanía. En Barichara ambos afluentes operan complejizados por distintos factores: el influjo de nuevos artesanos residenciados que a través del ejercicio de su oficio introducen nuevas técnicas y materias primas, o utilizan las tradicionales para crear nuevos productos; los procesos de formación alentados por estos mismos artesanos y sus organizaciones, o por agentes de la política artesanal que ayudan a recuperar oficios, a la vez que propagan nuevas técnicas y materias primas; la generación de espacios de intercambio de conocimientos entre artesanos en lógica de aprendizaje mutuo y turismo creativo; y la apertura de nuevos mercados, especialmente uno urbano nacional y un mercado turístico local.

La evolución de los distintos oficios y líneas de producción, aunque conserva especificidades en cada caso, puede analizarse bajo el marco de las tres vías que presentan Cohen (1993b) y Lauer (1989): la heterogeneización, por la que una producción artesanal simple deriva en un catálogo ampliamente diversificado destinado al turismo, o surgen nuevas líneas de producción que no necesariamente omiten las anteriores; el incremento de la producción para responder a la demanda creciente en los nuevos mercados, que puede llevar a relativizar la calidad y cruzar la frontera artesanal introduciendo nuevas tecnologías para ser más eficiente; y el perfeccionamiento o la búsqueda de la calidad mediante la capacitación, para acceder a mercados más “justos” y desarrollar formas de representación dentro de una matriz propia (Lauer, 1982).

Si bien, como se ha expuesto hasta ahora, el desarrollo de las artesanías en Barichara se ha dado en un marco de relaciones asimétricas entre artesanos locales y foráneos, los primeros apropian las propuestas de los agentes de fomento artesanal y las reformulan para otorgar sentido a su oficio y producir estrategias que les permitan mantener un cierto control sobre él y sobre el sistema artesanal local. Estas respuestas de los artesanos se hacen especialmente interesantes en la medida que, en general, el artesano barichara aún mantiene control sobre la producción y comercialización de sus productos, de forma que las transformaciones se realizan, al menos en algún nivel, a su medida (Ariel De Vidas, 2002). En algunos casos en los que los artesanos son empleados de talleres, también se presentan márgenes para interesantes respuestas a los lineamientos de los propietarios, como se verá en el caso del Taller de Papel de la Fundación San Lorenzo. A continuación, se analiza la transformación de la artesanía en Barichara en relación con los procesos de patrimonialización, gentrificación y desarrollo turístico descritos, buscando mantener una perspectiva integradora, pese a las particularidades de cada oficio.

6.4.1. Gentrificación y modificación del mapa de actores del sector artesanal barichara

Cuando Artesanías de Colombia realizó uno de sus estudios iniciales sobre el sector artesanal en Barichara para proyectar sus acciones en el territorio durante la década del noventa, encontró que la artesanía “típica barichara” era la tallada en piedra y que la actividad artesanal del pueblo estaba conformada casi que exclusivamente por los talladores de piedra. La excepción la constituían las alfareras de Guane, donde la entidad consideraba que residía la verdadera “tradición” y “riqueza cultural” de la región (Serrano, 1989, p. 24); la tejeduría en fique, practicada ya por pocas familias, pero común a toda la provincia; algún trabajo de madera para mueblería; y ciertos productos que se fabricaban en mínima proporción, como las cotizas o alpargatas, curtiembres y sombreros tejidos (García, 1988). Más allá de las posibles omisiones de los investigadores de la entidad, la reconstrucción de los procesos de transformación artesanal permite concluir que en aquel entonces el sistema artesanal era bastante más simple que el de hoy.

Actualmente, Barichara presenta un panorama muy diverso en cuanto a tipos de unidades de producción artesanal, con subsectores como la alfarería-cerámica, talla en piedra, elaboración de papel artesanal, tejidos en distintas fibras vegetales, carpintería y ebanistería, mueblería y lámparas en mimbre, bisutería, encuadernación, forja-ornamentación, cerería y elaboración de otros artículos decorativos. En cuanto a tipos de taller, se puede decir que

existe desde la producción doméstica individual y familiar, hasta la producción manufacturera empresarial, pasando por talleres de maestros artesanos, unidades de producción de procesos de formación y pequeños talleres con mano de obra familiar y no familiar. En los talleres se contrata personal tanto por nómina como por servicios/hora, y aquellos que conservan en alguna medida la figura de maestro y aprendiz suelen ser de talla en piedra. No hay que olvidar el caso particular del taller de fique del Hogar Centro Día, en el que la actividad artesanal funciona como actividad física para los adultos mayores y soporte para el sostenimiento del hogar.

No existen datos sobre la producción artesanal en Barichara, salvo lo relativo a algunos censos de bajo cubrimiento realizados por Artesanías de Colombia¹¹⁰ en la década del noventa, que están siendo actualizados mediante un nuevo censo realizado en 2015. De acuerdo con este último, en Barichara se ubica el 5.4% de las unidades de producción artesanal de Santander (Monserrate & Serrano, 2016). Estas unidades, de acuerdo con lo observado en el trabajo de campo y con la exigua información disponible en los planes municipales de desarrollo, están distribuidas entre la zona rural y el casco urbano. Cabe aclarar que, en el primer caso, la mayoría no corresponden a una asociación fuerte entre unidades de producción artesanal y unidades de producción agropecuaria, sino todo lo contrario, a un carácter semi-industrial que las obliga a ubicarse fuera del casco urbano por la contaminación que producen.

Parte de este conjunto de unidades productivas artesanales de Barichara proviene de tiempos anteriores a la apertura del pueblo a mercados turísticos y urbanos. Si bien la penetración de los productos industriales fue acabando poco a poco con oficios como la elaboración de sombreros de *jipi-japa*, alpargatas, la alfarería y el tejido de mochilas, algunos artesanos los mantuvieron como actividades marginales para el autoabastecimiento o complemento de la economía del hogar (Serrano, 1989). Otros subsectores mantuvieron una mejor dinámica por las limitaciones de la penetración industrial y por su asociación con sectores mayores, como la construcción y agricultura. Este fue el caso de la elaboración de tejas y baldosas para pisos, carpintería, forja y talla en piedra, entre otros.

Un número importante de las unidades de producción artesanal actuales, sin embargo, sí deviene directamente del proceso de patrimonialización, desarrollo turístico y gentrificación, de diversas maneras. Por una parte, varias de estas unidades fueron creadas por los nuevos residentes, algunas por los artesanos contemporáneos que se asentaron en Barichara para desarrollar su trabajo, y otras por ONG creadas por los migrantes o

¹¹⁰ La entidad reconoce que se concentra en los artesanos ubicados en las zonas accesibles, especialmente el casco urbano, y que debe hacerse un trabajo más exhaustivo en el área rural (Monserrate y Serrano, 2016).

propietarios de segundas residencias para el fomento de los oficios con objetivos socioeconómicos diversos. Unos y otros contrataron personas baricharas, con o sin experiencia en artesanía, y las capacitaron en las técnicas y manejo de las materias primas que utilizaban. Algunas de estas técnicas y materias primas eran introducidas, como el trabajo en mimbre en el que se basa la producción del taller Formas de Luz. Otros talleres se crearon para fortalecer y diversificar el uso de materias primas del territorio, como la Fundación Enlace y el Taller de Papel de la Fundación San Lorenzo, y en consecuencia contrataron personas con experiencia previa en el oficio, pero las capacitaron en las técnicas necesarias para la innovación. La relación entre propietarios de los talleres y empleados, en diversas ocasiones, partió de la prestación de servicios de los segundos a los primeros en otras labores como limpieza, jardinería o cuidado de los hijos, o de relaciones profesor-alumno en los incipientes procesos de formación que comenzaban a darse en el pueblo.

Estas primeras iniciativas por parte de los migrantes de crear unidades de producción se dieron entre las décadas del ochenta y el noventa, en un período en el que, como se ha dicho, Barichara se quedaba sin alternativas económicas. Así, las propuestas fueron bien recibidas porque proveían de empleos más o menos estables en un contexto de gran incertidumbre en el que los baricharas comenzaban a emigrar hacia la costa Caribe y otras zonas del país, pero había quienes no podían o no querían hacerlo. En los casos de la Fundación Enlace y la Fundación San Lorenzo se priorizó la contratación de mujeres. El relato de Cerafina Sánchez consigna su visión acerca de lo sucedido en este período:

“La gente de otros lados llegó y da mucho trabajo a la gente de acá. Hay gente que ha hecho mucho por Barichara [...] Por eso mismo estoy yo acá, porque ya empezó que los sacos [de fique] no los compraban y ya entonces la agricultura tampoco daba para uno vivir, entonces fue cuando yo dispuse de salir a trabajar por fuera. Empecé a trabajar, primero, obligándome a lavar en casas, a planchar. Ya después trabajé cuatro años en un restaurante, y otros cuatro en otro restaurante, y en ese tiempo se acabó el restaurante donde yo trabajaba, y entonces ahí fue cuando la señora Ángela, que fue la fundadora de esto [Taller de Papel], un día me pilló por ahí y me dijo ‘usted me sirve para ir a inventar lo del papel’, y yo le dije ‘ojalá que fuera que me dé trabajo porque estoy desempleada’. Y me dio trabajo y me fui allá a trabajar con ella y empezamos a sacar hojitas, hojitas, de la hoja de la piña, y el fique, y aquí estamos todavía [...] Yo iba a la casa a cuidarle a los niños y ella me averiguó la vida, en qué trabajaba y yo le conté la situación, entonces ella me dijo ‘ah, pues entonces ahora usted nos va a ayudar aquí a lo del papel’”. (Entrevista personal, marzo de 2015).

Actualmente, algunos artesanos que ejercen su oficio de manera individual e independiente son antiguos empleados de estos talleres. En algunos casos, han podido complementar sus aprendizajes de entonces con procesos de formación que les han permitido encausar sus proyectos productivos y especializarse en algunas líneas. En el caso de Nohra

Sánchez, ceramista, su aprendizaje inició en el taller de cerámica Bogotá, de la Fundación Tierra Viva, y siguió en la Escuela Taller Barichara, donde actualmente es profesora:

“Toda la gente de Santander siempre se va es para la costa, se va es a trabajar en las tiendas, entonces yo me había ido con mi hermana. Yo me quedé allá como dos años. Entonces, me regresé con el fin de venirme, quedarme un tiempo, irme, entonces fue cuando me encontré con José Raúl y Cristal, que pues eran los de la fundación Tierra Viva. Entonces con ellos empecé a trabajar la cerámica [...] Yo me quedé trabajando con ellos, y trabajé mucho tiempo [...] Y ya cuando acá el Taller de Oficios abre sus puertas, pues también me metí, porque de todas maneras yo trabajaba con José Raúl, pero sólo con los moldes, entonces, cosas manuales no hacía, todo era con moldes [...] Trabajaba medio tiempo con José Raúl y medio tiempo aquí en el taller. Fui una de las primeras de las promociones que se hicieron acá en el Taller”. (Entrevista personal, marzo de 2015).

Estas posibilidades de formación en diversos oficios se entrecruzaron con las que proveía la apertura de un mercado turístico a nivel local, incentivando el surgimiento de nuevas unidades de producción. Este fue el caso de Iván Bueno, un barichara que se fue a Bucaramanga a estudiar automatización industrial, trabajó allí cinco años, pero a falta de empleo estable decidió regresar a Barichara. En su pueblo natal probó suerte primero con la elaboración de bolsas plásticas, pero cuando este mercado comenzó a verse afectado por el giro ecológico, fue a explorar las telas de fique al cercano pueblo de Curití y se animó a probar suerte con la elaboración de otro tipo de productos. Su proyecto se encarriló a partir de su formación en la Escuela Taller Barichara, donde ha seguido los cursos de tejeduría de sombreros, con la profesora Eugenia Garcés, y de tejido en fique en telar horizontal, con la profesora Marcela Carrasco.

“Alguna vez fui a Curití y vi las telas, y me gustaron, entonces no sé por qué empecé diseñitos como de bolsos, carteras, y sí, mi mamá tiene una máquina de coser y me puse a hacer con la máquina de coser las carteritas, los bolsos, hice los moldecitos, no era sino cortar [...] Y salí alguna vez al parque a vender, dije vamos a ver, y mi papá ‘¿usted haciendo bolsos y carteritas?’ Y esa vez, en un día vendí como millón y pico, millón quinientos, y llegué a la casa prácticamente sin nada y mi papá [gesto de admiración], entonces ahí fue cuando él dijo ‘esta cosa es buena’. Y que tengo la facilidad, tengo el don en las manos, de transformar cosas, de hacer cosas. De ahí para allá empecé con el cuento este, de artesanía [...] Ahora estoy produciendo la tela yo mismo, hago los bolsos también, y ahora con el cuento de los sombreros, que me encanta muchísimo. La Escuela fue un apoyo bueno para poder llegar a la base de la artesanía, para yo producir desde cero”. (I. Bueno, entrevista personal, marzo de 2015).

Sus aprendizajes en la Escuela Taller y la creatividad que Iván dice alimentar con mucho ensayo y error le han permitido recorrer el camino inverso al más común de los artesanos que se convierten en comerciantes (Lauer, 1989), pues en paralelo a sus primeros

intentos de producir artesanías abrió una tienda para comercializar, pero poco a poco ha logrado reemplazar los productos traídos de otras partes por los suyos. De esta forma Iván busca ofrecer artesanías diferentes a las que se consiguen en los demás comercios.

Precisamente, que los artesanos creen unidades productivas que les provean ingresos económicos mientras aportan soluciones a las necesidades del pueblo, es uno de los objetivos que dice trazarse la Escuela Taller Barichara. Es por eso que la entidad no se centra en el perfeccionamiento del trabajo de artesanos con experiencia, sino que también da la posibilidad de aprender desde cero los oficios que se ofrecen en sus cursos, por lo cual busca llegar a públicos como las madres cabeza de familia y los jóvenes. De acuerdo con la administración de la Escuela, la idea es que los alumnos se organicen, bien sea en las unidades que se forman al alero de la entidad, o de manera independiente, pero de forma tal que puedan responder a los requerimientos formales para producir y comercializar. No obstante, no se consolidan tantas unidades de producción como la Escuela quisiera, y la mayor parte de las que se formalizan son en el campo de la gastronomía y cocina. En los ramos de la tejeduría y la cerámica es frecuente que los artesanos trabajen de manera individual en sus hogares y algunos llevan sus productos a la venta en la Escuela. En estos ramos, y aunque recientemente viene aumentando el número de estudiantes baricharas, son los foráneos quienes han sido más receptivos a la propuesta de la Escuela Taller y han sacado mayor provecho en cuanto a creación de unidades de producción: "... lo que pasa es que acá hay mucha gente de fuera de Barichara viviendo acá, y son los que se han interesado un poco más por venirse a aprender esos oficios, y lo han explotado, y tienen su negocio" (O. Becerra, febrero de 2012).

Otras unidades de producción artesanal han surgido de la oportunidad que ha abierto el mercado turístico local, al margen de estos procesos de formación. Este fue el caso de Nicodemus Virviescas, labriego que, a sus 80 años y por ayudar a su nieta con una tarea para el colegio, ideó un tejido de canastos para materos con el bejuco llamado "pedroalejo". La continuidad en este nuevo oficio se dio porque muy pronto sus creaciones comenzaron a venderse. Así lo cuenta el mismo Nicodemus, quien en diversas ocasiones ha relatado jocosamente ante visitantes y medios de comunicación cómo comenzó su oficio: "Pasaron unas personas y me compraron unos. Dije: '¡Ah, no! ¡Este es oficio pa mí! Comencé. Me mandaban a hacer cositas, y de golpe inventé hacer estas materas. Con esas es que me he defendido... ¡esa sí que se vende muchísimo!'" (entrevista personal, febrero de 2012).

Como explica Nicodemus, su clientela son principalmente "los forasteros", y la mejor época para vender sus productos es la temporada vacacional de diciembre, bien sea a través de las tiendas o directamente a quienes lo visitan: "Pues le cuento que hoy, esto viene muchísima gente aquí. No es para ponderarme, pero vienen hasta de otras naciones. Esos

turistas traen gente, y llevan. Estos llevan pa España, pa Inglaterra, pa Costa Rica...”, dice con modesto orgullo. Actualmente, Nicodemus no solo utiliza el bejuco para elaborar los canastos, sino que ha diversificado su producción hacia lámparas, atrapasueños y hamacas, entre otros. Se ha convertido en uno de los artesanos más populares de Barichara y su trabajo ha despertado también el interés de investigadores y gestores de patrimonio cultural que se han acercado a su finca a documentar su trabajo, considerado ya parte del patrimonio cultural inmaterial local (Tarquino, 2014).

Figuras 86 y 87. *Nicodemus Virviescas y sus canastos.*



Fuente: fotografías de Luz Andrea Cote N.

La transformación del sector artesanal local en razón a la llegada de artesanos, artistas y gestores culturales de otras regiones y países, es percibida como positiva por la mayoría de los artesanos locales entrevistados ya que consideran que Barichara se ha convertido poco a poco en una especie de clúster de cultura, arte y artesanía, lo cual resulta beneficioso para ellos por distintos motivos. Por una parte, esta congregación de personalidades y creativos atrae a un público interesado y dispuesto a pagar precios más justos por sus adquisiciones. Esto se potencia aún más con la realización de eventos culturales, que son cada vez más frecuente en el pueblo. De esta forma, mientras anteriormente artistas y artesanos debían esforzarse por ubicar sus productos y obras en exposiciones o ferias en otras ciudades, hoy los compradores llegan a su espacio.

“Es un aporte grande ya que es un... tanto compradores, como un imán para más gente, o un imán para eventos. Detrás de un Belisario vienen conferencias, vienen reuniones; detrás del que vio y le gustó hay recomendaciones y llegó mucha más gente; y gracias a eso es que uno vive” (I. Bueno, entrevista personal, marzo de 2015).

Otro de los aspectos positivos que encuentran los artesanos baricharas es que la convergencia, no solo de artesanos y artistas, sino, en general, de personas de todo el mundo, facilita el intercambio de conocimientos y experiencias y favorece la creatividad. Mientras en otros sectores de la sociedad local se señala a los foráneos como personas que han llegado a apropiarse y aprovecharse del conocimiento de los artesanos baicharas, en los relatos de estos últimos surgen con frecuencia anécdotas de cómo el aporte de algún colega, vecino o cliente foráneo les permitió encontrar soluciones a problemáticas de su oficio, o les abrió la puerta hacia nuevas líneas de desarrollo. En el siguiente relato del tallador de piedra Iván Darío Quintero convergen varios de los motivos por los cuales los artesanos baricharas tienen una mejor representación de los foráneos que en otros sectores o grupos sociales del pueblo:

“Eso es como todo en la vida: tiene sus pro y sus contra. Tiene sus partes buenas y sus partes malas el que haya llegado toda esa gente a Barichara. Yo le digo una cosa: no hay un pueblo de tan alto nivel cultural en el país como lo es Barichara. Un pueblo tan pequeño y Barichara respira cultura por donde quiera ¿eso de dónde viene? de la gente de afuera. El crecimiento y el desarrollo que ha tenido Barichara en los últimos 15 años es monstruoso ¿de dónde viene eso? de la gente de afuera. El comercio: la gente vive en Barichara, ¿de qué? de la gente de afuera. Vivimos de la gente de afuera. En el oficio de las piedras, yo dependo totalmente... un barichara no me compra una piedra de amolar un cuchillo... ¡no!, ¡eso es la gente de afuera! [...] Siguen viniendo, y tiene uno muchos amigos de esa gente. Inclusive, hay amigos que le enseñan a uno cosas: mi tío Eduardo tiene un amigo, don Armando. Ese señor es ingeniero naval, y es cliente de él [...] Como mi tío es también eléctrico, lo enseñó a hacer unos calentadores de agua solares. Entonces le traen a uno, y comparten ideas con uno. Esa gente es de admirar y de aprovechar. Yo tengo amigos que ‘venga Iván, lo invito esta tarde a tomarnos un tinto’, y ese man me enseña a mí lo que quiera sin andar en clase con él. Comparten con uno muchas cosas y uno les comparte muchas cosas [...] ¿Cómo vamos nosotros a correr a esa gente, cuando esa gente también nos ha traído a nosotros mucho? Usted va y habla con una persona con un nivel de educación algo en cero, y ella le va a decir ‘¡llegaron esa manada de tierraferas que no vienen si no a tragarse el pueblo!’. Yo no lo puedo ver así”. (Entrevista personal, febrero de 2012).

La mayor empatía la producen los artesanos y artistas foráneos que aportan nuevos conocimientos, nuevas técnicas y que complementan la oferta local con líneas de desarrollo que aprovechan materias primas antes no utilizadas. Por el contrario, las rencillas se producen cuando los que llegan aprenden las técnicas y temas locales y los reproducen. En el ámbito de la talla en piedra se han presentado ambas situaciones: mientras hubo disputas de autoridad con quienes llegaron a aprender el oficio en la época de su máximo apogeo - bien fuera para trabajar en Barichara o para abrir unidades de producción en otros pueblos y regiones-, el trabajo de Javier Martínez es ampliamente valorado por los llamados picapiedras y, en general, por los artesanos y artistas locales. Javier es un artista plástico y

diseñador gráfico residenciado hace cerca de dos décadas en Barichara, y aunque se ha especializado como maestro en diferentes técnicas artesanales para el diseño y construcción de muebles y pequeñas edificaciones en guadua y en la “piedra barichara”, desarrolla una línea notable de trabajo escultórico con piedra de río, algo que antes no se había hecho a nivel local. De acuerdo con gestores culturales locales, esta buena relación entre locales y foráneos se amplía a todo el ámbito cultural:

“Creo que es el único espacio social de Barichara en donde no ha habido una rencilla, que ha sido bueno el aporte del que ha llegado, porque le ha aportado y no ha sido egoísta al aportarle a los otros. Igual dejar que ellos también tomen de los que están acá. El problema de rencillas y cosas así se generan es entre la misma gente de la población, que porque yo soy de aquí y de esta forma... pero realmente eso no aporta nada ni genera nada, más de sentirse uno mal y punto [...] En la parte cultural ha sido un entrelazamiento de todos sin ningún problema”. (P. Plata, entrevista personal, febrero de 2012).

Como resultado de este encuentro, las transformaciones del sector artesanal barichara no pasan solamente por la generación de nuevas unidades productivas y la apertura de nuevas líneas de trabajo artesanal y artístico, sino también por la heterogeneización de aquello que existía previamente a los procesos de gentrificación, patrimonialización y desarrollo turístico, diversificación que no se ha detenido, sino que ha continuado en un proceso de evolución permanente en la medida en que la nueva economía cultural del pueblo atraviesa por distintas etapas.

6.4.2. Diversificando para nuevas alternativas: la heterogeneización de la artesanía barichara

A la complejización del mapa de actores del sector artesanal barichara ha ido aparejada una importante diversificación de su producción. Como se explicó en apartados anteriores, la patrimonialización ha supuesto la selección de ciertos oficios para ser fomentados en la nueva economía cultural, pero los procesos de intervención artesanal y el mercado han favorecido la persistencia y emergencia de otros subsectores que nutren el catálogo de productos artesanales de Barichara. Además, en aquellos que han sido objeto de la tradición selectiva, los procesos de patrimonialización han actuado especialmente, no sobre los tipos de productos finalizados, sino sobre materias primas -como la piedra o el fique- y sobre técnicas -como el *sprang*-, lo que no solo ha permitido sino que ha potenciado que se utilicen para realizar nuevos productos.

Ahora bien, en el marco general del flujo provocado por la gentrificación, la patrimonialización y el turismo, en la diversificación de cada uno de los oficios, subsectores o líneas de producción artesanal han pesado unos factores más que otros, y de manera distintas en cada una de las fases de desarrollo. La apertura de mercados urbanos nacionales fue relevante para la transformación inicial de la producción en los ramos del fique y la piedra, por ejemplo. Sin embargo, en ambos casos ha sido notable también el impacto más reciente de un creciente mercado turístico local. Este mercado, a su vez, ha tenido influencia directa en la diversificación de la alfarería-cerámica, el tejido en fibras vegetales y otros subsectores como la forja. Los procesos de formación implementados por ONG, por su parte, también han impactado de manera importante en los dos primeros. En el caso de los talladores de piedra, la convivencia con artesanos y artistas foráneos y los espacios de intercambio de saberes, como el Festival de Talla en Piedra, han abierto nuevas líneas de trabajo. Además, la introducción de nuevas técnicas y materias primas a partir de la práctica artesanal de nuevos residentes han transformado el panorama en otros casos, como el tejido en fique y la cerámica. Así, estos factores de cambio no son excluyentes, y en algunos oficios actúan de manera importante dos o más de ellos.

Entretanto, la diversificación se ha dado en varias direcciones. En este sentido, es importante destacar que iniciativas tempranas como las de la Fundación Enlace y la Fundación San Lorenzo -las cuales buscaban nuevas alternativas para la materia prima o las técnicas tradicionales- no apuntaron inicialmente ni a un mercado turístico nacional ni a uno local, sino que reenfocaron la producción hacia la elaboración “en serie” de objetos utilitarios especializados para clientes empresariales nacionales. Esto implicaba una organización de la producción con un enfoque manufacturero que permitiera la apertura de puestos de trabajo en la necesitada Barichara de entonces. Fue en tiempos más recientes cuando vino a tomar relevancia la diversificación hacia las “artesanías” -objetos relativamente pequeños, utilitarios o decorativos- incentivada principalmente por la apertura de un mercado turístico local. A su vez, los procesos de formación implementados por Artesanías de Colombia y la Escuela Taller Barichara tomaron más en cuenta el redireccionamiento de la producción hacia objetos únicos, utilitarios u ornamentales, apropiados para los mercados urbanos y turísticos nacional y local.

Así, de oficios en los que se producía artesanalmente “en serie” con una fragmentación del proceso de producción, como sucedía en la elaboración de tejas o de costales de fique, se pasa a realizar objetos individualizados y finalizados, si bien algunos artesanos se vinieron a estabilizar en un punto intermedio en el que la cantidad es la base

de la rentabilidad económica de su nueva línea de producción. En algunos casos, esta nueva producción se realiza en paralelo al oficio “tradicional”, y en otros, deriva en un cambio de oficio. Para los talladores de piedra, sin embargo, la apertura del mercado urbano nacional favoreció el giro del grueso de los artesanos hacia una producción de corte industrial en la que la actualización tecnológica adquiere gran relevancia. Paradójicamente, mientras algunos ven este cambio como el abandono del carácter artístico que tenía el oficio, otros utilizan las nuevas tecnologías para explorar más a fondo el arte abstracto.

A continuación, se busca analizar la diversificación desde cada uno de los oficios más relevantes en la transformación del mapa artesanal barichara, pues de esta forma es más posible mantener una mirada integral sobre cada ramo y hacer justicia con la complejidad de la realidad local.

6.4.2.1. Nueva vida para el fique y los tejidos en fibras vegetales

Como se ha explicado en este capítulo, el fique ha sido una fibra presente en la cotidianidad del territorio de Barichara desde tiempos prehispánicos, y se utilizó por siglos para elaborar objetos utilitarios como redes y aparejos de pesca, sogas, mochilas o pretales, pero su uso intensivo estuvo más recientemente relacionado con la elaboración de sacos o empaques para productos agrícolas. La artesanía en fique, sin embargo, se contrajo notablemente por la penetración de las fibras y los productos industriales, y sólo mediante esfuerzos deliberados de recuperación vino a tomar nuevos aires.

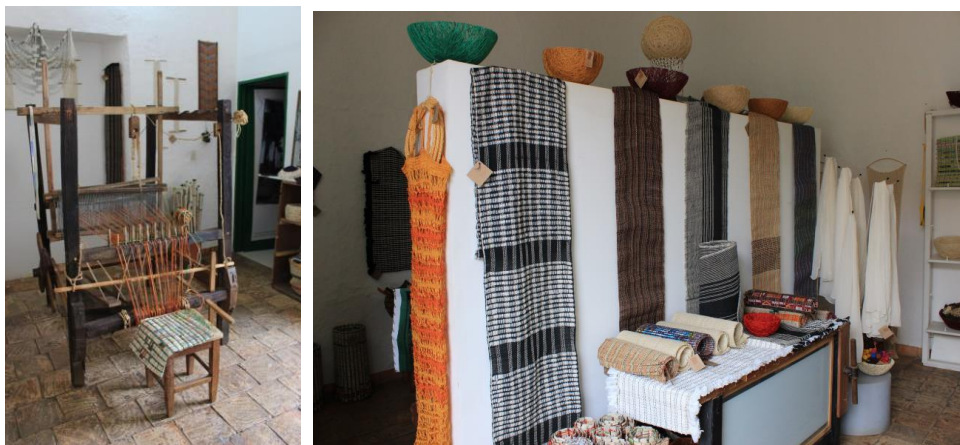
En el caso ya referido de la Fundación Enlace, el propósito era rescatar las técnicas empleadas por los habitantes locales para el tejido de los sacos de fique reconduciéndolas hacia la elaboración de un producto en cierta medida similar: bolsas de empaque para el café Juan Valdez. No obstante, el proyecto no implicaba simplemente la “cosecha”, como diría Lauer (1982, p. 69), de los saberes presentes en el territorio, sino que Marcela Carrasco, su coordinadora, tuvo que enseñar a los participantes a introducir elementos nuevos como el uso del color, la alianza del fique con otros materiales como el algodón, o la realización de terminados, entre otros. Además, mientras en la economía de los empaques cada miembro de la familia aprendía un oficio específico en el proceso de producción, para el desarrollo del proyecto Marcela los indujo a todos a aprender todas las fases, de manera que pudieran reemplazarse unos a otros si era necesario. Sin embargo, según recuerda Marcela, fue sencillo enseñar a innovar con la fibra del fique porque todos la manejaban de una u otra manera:

“Básicamente partía de que eran mujeres que sabían de tejido. Yo decía ‘eso lo tienen en la sangre’. Tocaba era enseñarles a manejar, digamos, lo que era el color, lo que era ya como la parte de terminados, la parte de formato, porque ellos han tejido siempre es costales...”. (Entrevista personal, marzo de 2015).

Cuando el proyecto de la Fundación Enlace terminó, Marcela continuó con su propio taller para la elaboración de artesanías en fique y en otros materiales que se venden en la tienda que tiene ubicada en una de las principales calles de Barichara, llamada Sua-ty. Se trata de nuevos tipos de objetos diseñados con la idea de aliar materiales tradicionales del territorio, como el fique y el algodón, los cuales comparten la escena con nuevos desarrollos de Marcela que fomentan la filosofía del reciclaje.

Pero esta tejedora también se ha interesado en recuperar la clineja y el oficio de la elaboración de redes de pesca, buscando nuevas aplicaciones de la técnica en el caso del primero, y nuevos usos a los objetos, en el caso del segundo. Para la recuperación de la clineja ha motivado a don Marcelo, un hombre mayor que es de los pocos que mantuvo este tipo de tejido en la elaboración de pretales, a aplicarlo en la realización de sillas y otros objetos adecuados a las necesidades actuales. En cuanto al tejido de redes de pesca, Marcela se interesó en el trabajo y el destino de don Luis, un pescador de Guane que ya no encontraba peces en el río y optó por hacer redes pequeñas como souvenir. Ella lo invitó a realizar reformas, como la recuperación del hilo de algodón para reemplazar el sintético, o la eliminación de las pesas para poderlas incorporar las redes en prendas de vestir.

Figuras 88 y 89. *Tienda-taller Sua-ty, de Marcela Carrasco.*



Fuente: fotografías de Luz Andrea Cote N.

En el caso del Taller de Papel de la Fundación San Lorenzo, como se ha dicho, la arquitecta Ángela Jiménez buscaba alternativas para dar nuevos usos a la fibra del fique y encontró en un capacitador mexicano la posibilidad de aprender a hacer papel con esta

planta. Se capacitaron las directivas de la Fundación y luego, pese a que las nuevas empleadas tenían una vasta experiencia en el procesamiento del fique para la elaboración de sacos, tuvieron que enseñarles las técnicas que implicaba este oficio totalmente nuevo para ellas. Así mismo, se capacitó a la gente externa que trabajaba proveyendo al taller de materia prima, ya que, si bien las empleadas del taller eran del casco urbano, familias del campo participaron en el proyecto moliendo fique.

El taller originalmente se enfocó en posicionar el papel de fique como soporte para el trabajo de pintores, fotógrafos y otros artistas, para lo cual realizó una exposición en el Centro Colombo Venezolano de Bogotá con obras de artistas que se animaron a probar el papel, algunos bastante reconocidos, como David Manzur, residenciado en Barichara. Parte del dinero de las obras vendidas era para recaudo de la Fundación. Actualmente, los más interesados en utilizar este soporte han sido artistas de Bogotá y Medellín, pero el taller espera que los mismos artistas de Barichara se conviertan en sus clientes y den, así, apoyo a este esfuerzo.

Posteriormente, la Fundación logró el acuerdo con la Federación Nacional de Cafeteros para proveer a las tiendas Juan Valdez de anillos térmicos para los vasos de café. Esa fue la época más dinámica del taller ya que contó con un comprador permanente que imponía un ritmo de producción mayor. Entre los empleados tenían que repartirse las tareas de moler el fique, remojarlo, hacer las hojas en los moldes, prensarlas, cortarlas y armar los anillos. El contrato con la Federación terminó al inicio de esta investigación y se vivía un clima de angustia entre las empleadas por los posibles despidos que sobrevendrían, o, incluso, por la posibilidad de un cierre definitivo. En 2012 decía la artesana Mariela Angarita: “Está pesada la situación porque la Federación todos los meses nos compraba cierta cantidad de papel, estaba establecido. Ahorita es como aventurando a ver quién nos compra, a quién ofrecerle el producto para que el taller pueda seguir funcionando” (entrevista personal, febrero de 2012).

Como se ha explicado, con el aumento del turismo en Barichara una de las estrategias del Taller de Papel para darse a conocer y vender su producto fue abrir sus instalaciones a las visitas. Cuatro años después de la entrevista a Mariela, esta estrategia venía dando resultado y se observaba un taller muy dinámico en el que predominaba un ambiente optimista y motivado a seguir diversificando la producción. La siguiente escena consignada en el diario de campo da cuenta de ello:

Las señoras del taller hablan de “artesanías” para diferenciar las figuras de los objetos de papel que venían haciendo comúnmente [libretas, sobres, etc.]. Dijeron que después del descalabro de Juan Valdez habían visto que era bueno hacer estas

artesanías y no quedarse solo en la elaboración del papel [...] Mientras conversábamos, ellas trabajaban en la elaboración de distintos objetos: la señora del fondo hacía jirafas, para lo cual se utiliza la mota del fique; Gloria hacía uno espirales con los que luego se ensamblan aretes y collares; y Cerafina y otra señora hacían sobres de papel craft. En la mesa del lado otro grupo trabajaba en paralelo [...]

Les pregunté de dónde había salido la idea de las figuritas, que para mí eran nuevas, pero que llevan haciéndolas casi dos años: jirafas, cebras y demás animales. Me explicaron que nadie les avisó que se terminaba el contrato con Juan Valdez y que les pidieron que idearan alternativas. Sin recelos, señalaron a la misma señora que hacía jirafas al fondo y dijeron que lo que hacían hoy era resultado de su creatividad y destreza, junto a otra compañera. Hoy, los productos que van creando son sus invenciones, y obtienen no pocas ideas de sus intercambios con otros artesanos del pueblo y con el público. Ese ha sido otro punto a favor de las visitas. Según se observa, no tienen temor de trabajar con ensayo y error. Doña Cerafina, por ejemplo, está aprendiendo a hacer también las jirafas. Al fondo, en una mesita, estaban sus intentos fallidos.

Les pregunté a qué podría deberse el éxito de la temporada y que hoy el taller esté mejor en ventas, y dijeron que es que las cosas se han “pulido” (se referían a que se cuida más calidad en el acabado), que tienen mayor surtido para la venta y también mayor atención al público. Además, últimamente tienen más publicidad, pues salen con frecuencia en televisión y les ayuda mucho el voz a voz. Hoy viven sobre todo de la venta directa de estas “artesanías”. (Fragmento del diario de Campo).

Este giro del Taller de Papel hacia la elaboración de “artesanías” no ha supuesto dejar atrás la organización de la producción que se tenía antes. Las directivas del taller se han propuesto que siempre haya un nutrido y diverso stock de productos, por lo que han apremiado a las artesanas a organizarse eficiente y solidariamente para el trabajo. El proceso, al igual que con el papel, está fraccionado y se distribuyen las tareas asociadas a la producción de una línea específica de artesanías, las cuales se realizan en su mayoría sentadas en torno a una mesa. Le llaman “la cadenita”, y es, además, un espacio de diálogo, risas y debate para encontrar soluciones a asuntos personales y laborales.

Para ayudar a la eficiencia de la producción, las directivas del taller introdujeron tecnologías como los molinos que reemplazan el trabajo a mano que se hacía para moler el fique. Esto tiene muy satisfechas a las artesanas porque, además de ahorrarles esfuerzos, les da más tiempo para poner a prueba su creatividad y “hacer la artesanía” para nutrir la tienda, pero también para comercializarla, que es fundamental: “A medida que haya comercialización entonces podemos ir ampliando la cantidad de productos. Pero si hay productos y no hay comercialización, seguir creando productos sin comercialización pues sería algo... ¿sí?... imposible” (M. Angarita, artesana Taller de Papel de Fique, marzo de 2015).

La diversificación de la producción en el Taller de Papel conllevó también la necesidad de nuevos aprendizajes. Por una parte, las artesanas debieron aprender a vérselas con fibras diversas, ya no solo la del fique, pues actualmente utilizan otras fibras largas como la de la hoja de piña, que se cultiva en el vecino municipio de Villanueva, y de otras plantas como tabaco, nacuma, mulato, plátano y la llamada “lenguasuegra” o sansevieria, presentes en la región. También, a causa de una decisión de las directivas del taller, debieron aprender a tinturar las fibras con tintes naturales a partir de procedimientos y materias primas que se usaban anteriormente en la región, pero que ellas no conocían. Esta ha sido una experiencia valorada incluso por las empleadas más experimentadas del taller, como Cerafina:

“Las doctoras a mí me pusieron a investigar. Mi papá, como era de unas personas que vivió bastante tiempo, en ese tiempo ellos decían que con el [Palo de] Brasil se podían hacer colores rojos; que con el plátano, que también daba color café; y así. Entonces fuimos sacando conclusiones y haciendo experimentos hasta llegar a lograr que sí era cierto [...] Cuando empecé, lo que más me llamaba la atención era hacer los colores... naturales, porque uno se fascinaba sacando un color natural [...] Y así fui haciendo experimentos hasta que me quedaron muchas cosas hechas realidad acá en el taller...”. (C. Sánchez, entrevista personal, marzo de 2015).

No obstante lo reciente del papel y las “artesanías” que elabora el taller, Cerafina se siente aportando a la prolongación de la tradición artesanal de Barichara por vender productos que son hechos por ellas mismas y no comprados en otras regiones; y porque trabajan el fique, una materia prima que siempre ha estado presente en el pueblo, dándole nueva vida en nuevas formas: “...lo que se hace acá, lo más artesanal. Que permanezca esto, que nunca se vaya a acabar porque se pierde también la tradición. Esto es una tradición que es el fique”.

Figura 90. “Cadenita” de producción del Taller de Papel Fundación San Lorenzo



Figura 91. Artesanías elaboradas en el Taller de Papel



Fuente: fotografías de Luz Andrea Cote N.

La apertura de un mercado turístico, junto con la radicación de los foráneos en Barichara, fueron el sustento para que Yaneth Virviescas, nacida y criada en zona rural del municipio y nieta de Nicodemus, desarrollara y diversificara la tejeduría en calceta de plátano.¹¹¹ Aunque su padre elaboraba esteras y sombreros en este material, Yaneth nunca se interesó por aprender su oficio, pero un día, cuando estaba en su dieta de embarazo, comenzó a escudriñar una estera a medio tejer que había quedado en el viejo telar de su padre y poco a poco fue deduciendo la técnica. Pronto se animó a tejer y ese ánimo creció cuando vio que su producto se vendía.

“Yo veía cómo estaban los hoyitos y empecé a hacerlos, aunque me quedaron súper malucos, pero ahí inicié mi carrera de artesana, digamos, hace 14 años [...] A medida que iba trabajando me iba gustando, y a lo que ya, como lo digo, a lo que uno coge plata, como que eso le produce a uno más ánimo, porque esa estera de una me la compraron. Aunque me quedó maluca, de una la vendí. Entonces, bueno, ahí ya me dieron ánimos de hacer otra y ponerle como más amor a que me quedara mucho más bonito”. (Entrevista personal, marzo de 2015).

Sus esteras se vendían, pero los pedidos no eran tantos como para que se produjera un aumento importante de la producción. Poco a poco, sin capacitación formal, Yaneth fue incursionando en la elaboración de otros productos como sombreros, bolsos e incluso muebles, ya que el mercado local y algunos clientes en especial la alentaban a diversificarse y a experimentar cosas nuevas. Un día, un hombre residenciado en Barichara la buscó para que le hiciera los muebles de su casa es en el mismo tejido que tenían, pero reemplazando el papel enrollado por calceta de plátano. Yaneth debió entonces estudiar los muebles del hombre y deducir la técnica, lo cual representó todo un desafío, pero le permitió abrir una nueva línea de desarrollo para su trabajo: “...de ahí he sacado entonces otras ideas totalmente diferentes. He podido trabajar mucho más fácil y me sale mucho más trabajo, porque, obviamente, cambié los diseños, porque antes se hacía solamente esteritas, y esteritas”. Actualmente, Yaneth también realiza cestería y tapetes, pero ha debido introducir un nuevo tipo de telar diseñado por ella y fabricado por artesanos baricharas, porque le piden productos de mayores dimensiones que los que puede elaborar en el telar legado por su padre. Ha conservado este último, sin embargo, para los trabajos más pequeños.

Yaneth ha tenido la posibilidad de participar en Expoartesanías en el stand de la Red Turística de Pueblos Patrimonio y en ferias comerciales en el marco del programa Yo Compro Colombiano, del MinCIT, para lo cual ha sido positivo que sean pocas las personas que trabajan este tipo de tejido en Barichara, y que su oficio proyecte en cierta medida las

¹¹¹ Corresponde al pseudotallo de la planta y se le conoce también como vástago, guasca o penca.

tradiciones locales, principalmente por la materia prima que utiliza. No obstante, el grueso de la producción de Yaneth va al mercado local, ya que sus clientes son mayoritariamente los turistas y los llamados tierraferas. La hija de Yaneth está siguiendo sus pasos y elabora bolsos, tapetes y está aprendiendo a hacer las esteras a partir de la ayuda que brinda a su madre, ya que esta última cree que saber un oficio siempre es una alternativa para poder ganarse la vida o generar un ingreso propio para la mujer: “tengo que irle diciendo cómo lo va haciendo porque, pues, para que vaya aprendiendo y vaya puliendo un poco más. Siempre le he dicho ‘aprenda, porque uno nunca sabe’... de pronto le quede ahí algo para ella”.

6.4.2.2. De la tradición alfarera guane a la cerámica contemporánea

Mientras las alfareras de las veredas bajas de Barichara y el corregimiento de Guane han mantenido la técnica con la que abastecieron los mercados regionales, los objetos que elaboran han tenido variaciones a lo largo de la historia reciente de su oficio a causa de diversos factores. Por una parte, los cambios tecnológicos han cumplido su papel, puesto que antiguamente se realizaban productos destinados a usarse en un fogón de leña y la introducción de la estufa hizo necesario variar los tamaños para que se ajustaran a ella:

“Allá mi mamá trabajaba pura olla grande [...] tejo grande pa la leña. Cuando eso no trabajaba tejo estufero, ni trabajaban miniatura [...] La vasija más chiquita era de hacer media libra de chocolate, los jarros, una ollita de oreja de una libra de arroz. Era lo más chiquito que trabajaban”. (F. Alquichire, entrevista personal, marzo de 2015).

La disminución del tamaño de las ollas ha estado relacionada también con otros factores como la reducción del número de miembros de las familias y la dificultad de conseguir la materia prima. Aun así, Felisa Alquichire es la única alfarera en Barichara que dio el paso a trabajar las llamadas “miniaturas”, las cuales puede vender más fácilmente a los turistas e incluso a los restaurantes “típicos” que utilizan con frecuencia estos productos para decoración, si bien en ocasiones se destinan también a servir platos de manera más rústica. El trabajo de Felisa para el reconocido restaurante Andrés Carne de Res la llevó a trabajar por miles las miniaturas que éste requería: “Don Andrés no pidió vasijas grandes, él pidió todo chiquito [...] Eso pa don Andrés tocaba trabaje mil piezas. Podían ser platos, o podían ser jarritos, o podían ser tejo, pera tocaba trabajale mil” (entrevista personal, febrero de 2012). Entretanto, según explica Felisa, los productos de grandes dimensiones suelen realizarse actualmente solo para exposiciones, ocasiones especiales y decoración.

Por otra parte, la llegada de las ollas y utensilios de aluminio y plástico llevó a la desaparición de algunas líneas de producción, conservándose solamente aquellas que se supone que preservan mejor cierto tipo de alimentos y las que dan alguna característica especial a ciertas recetas: “Una ollita de barro muchos la compran pa hacer sancochito, pa hacer caldito [...] El tejito pa la arepa no se arrebatan...”, dice Felisa. Mientras que los tuoperadores que le llevan visitantes le piden que no deje de hacer estos “tejitos” o “tiestos” de arepas, producto insignia de la alfarería tradicional de esta zona, visitantes o promotores de la artesanía la han querido motivar a diversificarse hacia la elaboración de figuras, pero ella ha sido contundente en su negativa y reiterativa en su deseo de mantenerse en la producción de ollas, tejos y vasijas -no obstante la variación de su tamaño-, que es en lo que ha trabajado toda la vida:

“Yo matachos sí no me gusta hacer, no, yo matachos... ¡uy, no, no, no, eso se enreda uno mucho! Con la miniatura también me enredo pa hacer, pero sí me gusta hacer. Pero yo sí esos cositos de matachitos, sí me los apartan [...] Yo mi trabajito lo sigo como lo llevo y mientras mi Dios me tenga en esta vida lo hago como lo aprendí”. (entrevista personal, febrero 2012).

Quien sí quiso tener un cambio radical en su oficio fue el alfarero-ceramista Orlando Díaz, de la vereda El Guayabal. En su caso, como muchos otros hombres en esta zona rural, trabajaba en un “chircal” elaborando tejas y ladrillos de arcilla, y aunque era el más productivo en su oficio y las tejas siempre se vendieron bien, no estaba satisfecho con su trabajo porque era muy repetitivo y sabía que no le permitiría obtener las condiciones materiales de vida que pretendía. Quiso aprender de una anciana vecina a modelar y realizar en torno objetos como vasijas, ollas y otros productos que él distingue de las tejas refiriéndose a ellos como “artesanías”. La diferencia en el proceso de producción y en los resultados en términos económicos resultó ser notable. En los chircales, las tejas se elaboran a mano, pero “en serie”, en un proceso fragmentado y apurado por los continuos pedidos para la construcción. Entre tanto, en la elaboración de las artesanías Orlando podía realizar enteramente el objeto a su ritmo y conducir su producción según como su juicio le decía que resultaba más beneficioso. Además, podía vender directamente su producto y se libraba de las cadenas de intermediación a las que están sometidos los chircales.

“Veía que era una cosa distinta a lo que los demás hacían, que la gente como que veía más el valor, tenía más valor agregado que la teja. Entonces desde ahí fue que dije ‘no, este cuento de la teja no es para mí’, porque hay que mirar producir nuevas cosas, y que ya pueda uno mismo, digamos, yo soy el que le pongo precio a mi trabajo, porque en la mayoría de la teja es la gente que la compra, que la negocia, son los que vienen y le ponen precio. La gente de acá no valora ni dicen ‘este es mi trabajo y esto vale tanto’. Siempre han estado sometidos a que el negociante, el

comprador, el intermediario es el que llega y le pone precio al trabajo”. (Entrevista personal, febrero de 2012).

Ante las posibilidades que le presentaron el mercado regional y el mercado local en el que tenía como clientes a los turistas y foráneos residenciados, Orlando terminó transformando la elaboración de artesanías en su ocupación principal y ubicando su punto de venta en su propia casa rural, la cual, a su vez, convirtió en un hospedaje. Para Orlando, parte de su éxito se debió a innovar y establecer una diferencia en cuanto a la producción local, no solo en la vereda Guayabal sino respecto a la alfarería tradicional de Guane. También, a su disposición a trabajar por encargo.

“En Guane sí pues era lo tradicional de allá son los tiestos y las ollas para cocinar. Pero eso únicamente lo hacen como tres señoras en esas veredas de Guane, pero no así como lo que yo empecé, que era variedad de muchas cosas. Tal vez por eso fue muy aceptado en la gente, empecé a llevar, y la misma gente: ‘hágame esto, necesito esto...’ ellos mismo le dan a uno ideas”. (Entrevista personal, febrero de 2012).

De acuerdo con Orlando, fue el ritmo de vida de su nuevo oficio el que le permitió explorar otros frentes como la enseñanza. Dalita Navarro, directora de la Escuela Taller Barichara, vio en Orlando una posible inspiración para fomentar la cerámica en el pueblo y en la vereda El Guayabal, especialmente entre los jóvenes que trabajan en los chircales. De acuerdo con Orlando, enseñar su oficio no le produjo ninguna prevención en cuanto a la posible competencia que podía surgir, ya que, según él, lo que suele suceder es que cada artesano se inclina por una línea diferente y “siempre seremos únicos en las cosas que hacemos”. Además, le resultaba atractiva la propuesta de Dalita por la posibilidad de compartir con otros ceramistas que llegaban también como profesores a la misma Escuela, siendo actualmente uno de los aspectos que más valora de la experiencia:

“Fue algo de compartir lo que uno sabe con lo que otros, entonces he aprendido muchas cosas en el Taller [...] Yo duré allá cuatro años dando clases; a mí me dieron también clases de otros profesores que vinieron. Aprendí mucho, inclusive ella [la directora de la Escuela] quiere que yo dicte clases aquí a la gente de la vereda para que no se acabe esto. Que quede gente de acá que aprendan, porque como en esta vereda estoy prácticamente yo solo, entonces ella quiere que queden otros, o sea que dé las clases, ella las paga, consiguen los materiales y la platica para pagar las horas y que dicte las clases acá”. (Entrevista personal, febrero de 2012).

Aunque Orlando había aprendido sobre el esmaltado por su cuenta, en la Escuela Taller aprendió a trabajar nuevas texturas, engobes y colores. Su producción se ha multiplicado en líneas que se dividen básicamente en dos grupos: lo esmaltado, para objetos utilitarios, y lo no esmaltado, para decoración. No obstante, hay objetos decorativos que

usan engobes que resultan muy atractivos a los clientes. De esta manera, Orlando incrementa cada día más su producción en la medida en que encuentra nuevas vetas que aprovechar en el mercado turístico local. Incluso elabora actualmente “bizcochos” para que los interesados en hacer alguna incursión en la cerámica los pinten y finalicen. Para mantener este ritmo de producción, Orlando explica que a veces toma sus ideas de revistas y de las conversaciones con su clientela: “En lo de la arcilla hay mucha variedad que se puede hacer de cosas y cosas y nunca termina uno de aprender y de hacer cosas nuevas”.

Nohra Sánchez, por su parte, encontró en la posibilidad de exploración que le permitía la Escuela Taller Barichara el camino para diversificar su oficio, el cual, según ella, se había quedado estancado en la elaboración de lámparas en molde que había aprendido en la Fundación Tierra Viva. Como alumna y profesora de la Escuela Taller, y tanto a través de las clases como de la convivencia con ceramistas de distinto origen, Nohra pudo aprender sobre modelado, torno, elaboración de placas, distintas técnicas de pintura en cerámica, e incluso conocer técnicas lejanas como el raku japonés. Con esos recursos pudo pasar a realizar trabajos “manuales” y “únicos”, como ella los define, distintos a las lámparas que hacía repetidamente en moldes. Al contrario de Orlando, su proceso ha sido más bien de especialización que de ampliación de las líneas de producción, y Nohra se ha inclinado especialmente por las vajillas, pero encontró su identidad artesanal en el “ahumado”. Esta técnica permite que, a partir del uso de hojas resinosas o aserrín en el momento del horneado, la cerámica adquiera un aspecto rústico. Nohra se destaca por ser la única que la emplea en la Escuela, lo cual le ha permitido sacudirse un poco el apelativo de “la de las lámparas”, con el que la señalaban en el ámbito artesanal local:

“De todos los alumnos que estábamos acá a la única que no le gustó es esmalte fue a mí ¡Yo nunca pude con el esmalte! entonces mi cerámica, o sea, mi técnica, es el ahumado [...] Los ahumados que se hacen acá, los que están ahí en la parte de exhibición, esos son los míos porque nadie más los hace, y no les gusta tampoco [...] Entonces ahorita voy a dictar taller de cerámica básica, pero Dalita quiere que lo haga como yo sé: que sea la técnica natural, que no lleve esmaltes... más o menos como la técnica de Felisa, que ella los hace sin ningún esmalte”. (Entrevista personal, marzo de 2015).

El trabajo de Nohra es más pausado que el de Orlando. Ella prefiere ir produciendo en la medida en que sus trabajos se van vendiendo. No obstante, para salirle al paso a los apremios económicos, Nohra sigue haciendo lámparas porque el trabajo es eficiente y se vende bien. Aun así, siempre es necesario complementar sus ingresos porque la producción se comercializa especialmente en la temporada vacacional y desde hace años viene trabajando en paralelo en la realización de talleres de arquitectura en tierra al lado del

arquitecto Santiago Rivero. Nohra se familiarizó con este oficio desde su participación en la Fundación Tierra Viva, y allí también incursionó en el otro frente que complementa su tiempo y es el que quizás le genera más satisfacción: la pintura en tierra, la cual exploró al lado del maestro en bellas artes Aníbal Moreno. Actualmente, Nohra no solamente vende sus cuadros de pintura en tierra, sino que es contratada para realizar murales que pueden observarse en espacios como el hotel Hicasuá.

Figura 92. *La ceramista Nohra Sánchez.*



Fuente: Oujedi (2012).

Figura 93. *El alfarero-ceramista Orlando Díaz*



Fuente: fotografía de Luz Andrea Cote N.

6.4.2.3. La talla en piedra: el oficio insignia de Barichara que muere de éxito

El caso de la talla en piedra se hace interesante por la importancia simbólica que, como se ha visto, reviste para el pueblo, y porque permite observar tanto cambios como resistencias. Se ha dicho ya que la piedra ha sido utilizada en Barichara desde la colonia para la construcción y ornamentación de casas y edificios religiosos, así como la pavimentación de calles y caminos, pero durante el siglo XX dio un giro hacia la talla de figuras, mobiliario, detalles de ornamentación y objetos utilitarios y decorativos con base en el trabajo de Marcos Patiño y Sacramento Corzo. José Antonio Figueroa, aprendiz de este último, enseñó a varios baricharas interesados en aprender el oficio y popularizó la talla como una “tradición” local, de manera que cuando Artesanías de Colombia realizó un diagnóstico del sector artesanal a fines de la década de los ochenta, existían, además del taller de Figueroa, cuatro o cinco talleres localizados principalmente en la vereda El Guayabal (García, 1988; Serrano, 1989).

Los talladores de Barichara ya contaban con algún reconocimiento nacional debido a factores como la visita del presidente Alfonso López Michelsen, la divulgación de su trabajo a través de los medios de comunicación, el “voz a voz” producido por un turismo incipiente y la realización de exposiciones en algunas ferias y museos (García, 1988). Como resultado de estos factores, a finales de la década vino una fuerte bonanza de la talla en piedra, pues desde los mercados urbanos comenzaron a solicitar cantidades inusitadas de mobiliario y ornamentos para casas y haciendas que posicionó aún más el oficio durante la década de 1990. Según cuentan los mismos picapiedras, buena parte de la demanda la representaban narcotraficantes que pronto comenzaron a pedir obras extravagantes por sus motivos y tamaño, como tableros gigantes de ajedrez. No obstante, los talladores baricharas también trabajaban obras más pequeñas como bandejas, fuentes de mesa, ceniceros con forma de buho, palomas y vírgenes, que encontraban mercado en el incipiente turismo local y se despachaban a galerías en otras ciudades (Serrano, 1989).

El asentamiento en Barichara de artistas llegados de otras regiones y países tuvo algún influjo en el trabajo de los talladores locales, especialmente desde la introducción de criterios asociados a la noción de “arte”. En el caso del maestro barichara Alejandro Quintero, quien fuera uno de los primeros aprendices de Figueroa, su posterior convivencia con el artista y profesor de bellas artes británico Bernard Crooke, quien se había residenciado en Barichara y quería aprender sobre el manejo de la piedra, lo llevó a desarrollar una nueva fase en su oficio: “lo que me nace a mí es dejar una huella imborrable en la historia cultural de mi pueblo para Santander, Colombia y el mundo, con un concepto muy definido de la escultura en piedra. O sea, llevar la piedra al rango de la plástica” (entrevista personal, marzo de 2015). Quintero fue quizás el único tallador barichara que se especializó en el arte abstracto, aunque no abandonó la “arquitectura en piedras”. No obstante, los demás talladores también tomaron ideas de los artistas llegados posteriormente. El maestro barichara Martín Galvis cuenta jocosamente cómo aun hoy lo influyen los colegas foráneos residenciados en el pueblo:

“Los más jóvenes van llegando con sus nuevas ideas [...] Son muchachos que hacen el estudio de artes plásticas, arte contemporáneo y toda esa cosa [...] Entonces ellos tienen mucho más ideas, y a eso se le pega uno. Ellos sacan, como le digo, la argolla esa, entonces yo le puedo decir ‘yo le cambio esto... ¿cómo se ve?’, y si se ve bien, ¡ah listo! se sigue haciendo ¿Copio? no sé, pero un pedacito ¡todo no! [ríe]”. (Entrevista personal, marzo de 2015).

El Festival de la Talla en Piedra, al contrario de muchos otros eventos de este tipo que, como señalan Hobsbawm & Ranger (2002), buscan fijar reglas para las tradiciones, era un evento destinado a la introducción de nuevas ideas, herramientas y técnicas para la

renovación del oficio. El objetivo, de acuerdo con el historiador local Heriberto Silva (2001) era “modernizar el trabajo de la talla en piedra, introduciendo las herramientas que a la fecha se utilizaban en Carrara, Italia” (p. 195), como los martillos neumáticos y la pulidora eléctrica. No obstante, los talladores baricharas mostraron resistencia a los cambios valorando las herramientas hechas por ellos mismos sobre las de los visitantes. En este sentido, el festival parece haber tenido más impacto en cuanto al refuerzo de tendencias que ya se venían incorporando a nivel local, como el arte abstracto en la escultura (Silva, 2001).

Y es que, como señalan los mismos talladores baricharas, ellos suelen introducir los cambios sólo en la medida en que ven que a un vecino le funcionan. Antes de la bonanza el trabajo se hacía a puntero, buzarda, porra y cincel. Para responder al incremento de la demanda y los nuevos retos en el mercado de la construcción, el maestro barichara Juan Díaz llevó por primera vez en 1993 la pulidora al taller en el que trabajaba: “ya los otros se dieron cuenta el rendimiento y empezaron a meter herramientas eléctricas” (entrevista personal, febrero de 2012). Las nuevas tecnologías permitieron la elaboración de las piezas de gran formato, pero, con el tiempo, también posibilitaron responder al incremento del mercado turístico con la elaboración de las llamadas “artesanías” o “miniaturas”. Se trata de objetos que se producen rápidamente con máquinas que cortan y pulen la piedra, en los que algunas figuras recurrentes para la representación regional y local, como la hormiga culona y la catedral del pueblo, se han convertido en tendencia al lado de relojes de distintos motivos:

“La gente viene a Panachi y termina aquí en Barichara. Sabe que Barichara, la piedra, y es un sinónimo, y se vienen a buscar y cualquier cosita se llevan. Hoy se venden piedras de amolar, relojes, antiguamente casi no se hacía eso, se hacían cosas más grandes. Cambia el mercado un poco”. (E. Silva, entrevista personal, febrero de 2012).

La adopción de estas tecnologías también posibilitó la llegada al pueblo de nuevas personas que se introdujeron más fácilmente en el subsector, especialmente en la elaboración de las miniaturas, ya que no necesitaban realizar el proceso de aprendizaje desde la cantera, ni conocer el comportamiento de la piedra. Si a finales de la década de 1980 había en Barichara cuatro o cinco talleres de talla en piedra (García, 1988), a mediados de los años noventa había ya cerca de cien personas trabajando en el oficio que se distribuían en 20 talleres localizados en los colindantes municipios de Villanueva, San Gil y Barichara. En este último había 12 talleres que se habían introducido en el casco urbano (Unisangil, 1996).

Además de las transformaciones en el oficio, este paso de la talla en piedra a un nivel semi-industrial trajo aparejadas otras consecuencias importantes, como la salida de los talleres del centro histórico hacia un parque industrial aún inacabado en la vereda El Guayabal, y el inicio de enfermedades pulmonares como la silicosis, que hoy por hoy son el factor que más golpea la continuidad del oficio. A falta de estudios sobre el tema, y con base en la información aportada por los entrevistados, entre la saturación del mercado y las enfermedades pulmonares se fraguó la contracción del subsector y el traslado de algunos artesanos a otras actividades económicas como la prestación de servicios de “mototaxi”, que encuentran una demanda creciente en el turismo.

Figuras 94 y 95. Trabajo a mano y con cortadora. Maestro Eduardo Silva.



Fuente: fotografías de Luz Andrea Cote N.

La talla en piedra se estabilizó alrededor de la elaboración de piezas de gran formato que utilizan cortadora y pulidora y están destinadas a un mercado nacional, y la elaboración de las artesanías o miniaturas para el mercado turístico local, en la que trabajan alrededor de cuatro talleres. El tallado de figuras y el trabajo de fuentes a buzada, porra y cincel prácticamente desapareció, pues ya no resulta rentable al no encontrar un mercado dispuesto a pagar el tiempo que es necesario invertir en trabajos de este tipo. De esta manera, los nuevos artesanos optan por la vía del incremento de la producción:

“El comercio de ahora no tiene como tanto interés en el arte, porque también viene buscando el más barato que consigan [...] Y el arte se acabó. Ya no hay arte porque ya un muchacho de estos que está trabajando coge un bloque de piedra y a punta de pulidora hace lo que quiera hacer y no coge una porra y un puntero para nada [...] Lo que pasa es que ya simplifican la obra. Si la obra llevaba de verdad talla, ya no la lleva, ya es lisa, usted no ve las obras ahora son lisas o son por ahí buzardadas. Pero ya lo que uno le tallaba ramos, le hacía molduras, le hacía boceles a una columna o a una fuente, eso está desapareciendo”. (J. Díaz, entrevista personal, febrero de 2012).

Como resultado de todo este proceso, hoy se identifican en Barichara cuatro categorías principales de productos que llevan asociadas un tipo de autor, aunque no son excluyentes, pues los artesanos optan por alguna sin necesariamente descartar otras: la arquitectura en piedras, elaborada por maestros baricharas con ayuda de aprendices, utilizando cortadora y pulidora en un nivel semi-industrial; la escultura u “obra de arte”, trabajos de gran formato que pueden ser figurativos o abstractos y, si bien puede emplear cortadora y pulidora, destaca en ellos el trabajo a mano, especialmente en la primera; la artesanía de diseño o contemporánea, trabajada principalmente por artistas o diseñadores formados académicamente y residenciados en Barichara, que aunque sea hecha con cortadora y pulidora es entendida como “arte” al tratarse de objetos conceptuales y únicos; y la miniatura o artesanía, elaboradas con cortadora y pulidora por artesanos tanto baricharas como llegados de otras partes de la región, y que puede ser realizada por aprendices. Al contrario que la anterior, en esta artesanía se repiten “en serie” los motivos y diseños y los autores suelen ser desconocidos.

Figura 96. *Escultura, obra o arte. Maestro Martín Galvis.*



Figura 97. *Miniatura o artesanía que se vende anónimamente.*



Fuente: fotografías de Luz Andrea Cote N.

Figura 98. *Artesanía contemporánea o arte. Maestro Javier Martínez.*



6.4.3. Apuntalando la diversificación, calidad e identidad artesanal desde el diseño

Los agentes de la política nacional de desarrollo artesanal no han sido simples espectadores en este proceso de diversificación y transformación de la artesanía barichara, sino que han desarrollado programas y proyectos desde dos criterios principales y profundamente vinculados entre sí en el marco de su lógica de intervención: la calidad y el fortalecimiento de la identidad como base de la autenticidad. En este sentido, es común que

en las representaciones de artesanos, artistas y gestores culturales residenciados en Barichara, los artesanos locales aparezcan como personas con gran sensibilidad y facilidad para el aprendizaje técnico por su histórica relación con la artesanía, pero su producción se considera poco identificable y representativa del territorio -más allá de la piedra como materia prima-. Algunos informantes plantean que la consecución de avances en este último aspecto viene siendo un aporte de los gestores culturales, artistas y artesanos residenciados en Barichara. La siguiente conversación con la artista residenciada en Barichara y docente de la Escuela Taller, Carmen Cecilia Calderón, da cuenta de esta idea.

P: Tú que has viajado tanto, en la artesanía de acá ¿ves características que la distinguen de otros lugares?

R: no, es un pesar porque la mayoría de las artesanías, lo que uno va y ve en los almacenes son cosas que traen de otra parte. De Ráquira, de no sé dónde, de sí sé cuándo...

P: no hay un sello de la artesanía de acá...

R: no, todavía no. Ese es como el objetivo de Dalita: que digan 'acá se está produciendo esto', 'es bueno'... pero en eso se está trabajando, que tengamos como una identidad las personas que trabajamos en artesanía para que la gente ya la distinga. Pero no hay. Lo único que de pronto distingue a Barichara, porque yo lo he escuchado desde mucho antes, es el trabajo en piedra, pero se siguen haciendo las mismas cositas: las pilas, los relojes, todas esas cositas, pero no se cambia, no hay como un progreso sino como que se quedó eso, en un estancamiento total. (Entrevista personal, febrero de 2015).

A los migrantes urbanos interesados en la artesanía les preocupa, además, el empobrecimiento de ciertos oficios por el impacto del mercado turístico que lleva a que la artesanía local se reduzca a la repetición de las fórmulas que dan resultado comercialmente. En estas circunstancias, lo que más se destaca de Barichara en el escenario nacional, y lo que más valoran los mismos gestores radicados en Barichara, es el trabajo realizado por sus pares, es decir, artistas y artesanos contemporáneos que tienen su espacio de creación en el pueblo. El siguiente análisis de la talla en piedra de un exrepresentante de Artesanías de Colombia en el territorio pone sobre la mesa algunos de los asuntos que más se discuten entre los interesados:

"Cuando llego, siento un empobrecimiento del oficio. Siento que llegué en un momento en el que el oficio estaba ya en un estado de empobrecimiento, porque, pues, llegó al estado de los relojes [...] Lo que pasa es que el turismo plantea un nuevo mercado, entonces alguien de pronto propone un reloj y eso se volvió el boom, y mejor dicho, entonces el otro mira que ahí se está haciendo plata y 'yo hago lo mismo', 'hago lo mismo, y 'hago lo mismo'. Pero, digamos, la relación metafórica con el entorno se pierde [...] El entorno es el que me dice, su contexto, su arquitectura, me habla de lo que yo puedo coger sensiblemente y expresarlo en mi producto como ejercicio artesanal. Pero no, ellos ven es que hay un mercado, y el

tema de los relojes dio, y el tema de las pilas, y el tema de las fuentes [...] ¿y qué paso con el resto? Entonces, las propuestas que a mí me parecen ahorita interesantes, el problema es que son propuestas de gente que viene con una formación, con una estructura”. (G. Tarquino, entrevista personal, marzo de 2015).

Las soluciones planteadas para estos desafíos por los gestores culturales y agentes de desarrollo artesanal no son unánimes. No obstante, las intervenciones de mayor impacto se están llevando a cabo bajo la lógica de que la diversificación y el mejoramiento de la artesanía en Barichara debe conducir a productos “con identidad”, lo cual, en la mayoría de los casos, significa que representen de una u otra forma las tradiciones locales. Tradiciones que, como se ha visto, son seleccionadas y resignificadas desde la lógica patrimonial y la proyección del bien o de la manifestación en la economía cultural. Esto, en algunas ocasiones, implica que se fomente incluso el cambio de una tradición por otra más valorada en el mercado.

Para los promotores de este enfoque, si bien la búsqueda de una identidad artesanal local pasa por la “recuperación” de técnicas artesanales tradicionales, la consecución de la calidad conlleva el perfeccionamiento y evolución de dichas técnicas; así mismo, la innovación con base en la fusión entre técnicas tradicionales y otras introducidas; todo lo cual no riñe con la adopción de nuevas técnicas y nuevas materias primas, pues el objetivo final es el desarrollo de productos más adecuados al mercado. El diseño, entendido como esa adaptación formal de los objetos, se convierte entonces en un factor decisivo para una fórmula exitosa, tal y como lo explican los asesores de Artesanías de Colombia:

“Cuando uno entra en las dinámicas del diseño es cómo hacemos objetos más pequeños, cómo hacemos objetos más comerciales, cómo hacemos objetos que la gente compre en otros lugares, y que veamos es cómo buscar esas nuevas opciones de producto de tal manera que, ni siquiera es para decir que lo que hacían o hace está bien o mal, es simplemente buscar otra opción de producto”. (C. Garavito, entrevista personal, julio de 2016).

La asociación entre diseño y artesanía en Barichara se ha fomentado, al menos en el discurso, desde la lógica de que el artesano adquiera nociones a través de la formación y capacitación técnica, manteniendo la autoría y el control de la producción. Esto implica también que los artesanos aprendan y se motiven a organizarse para el emprendimiento. Así, los cursos y los proyectos de formación que han ofrecido dos de las entidades que promueven este enfoque de desarrollo artesanal en el territorio, es decir, la Escuela Taller Barichara y Artesanías de Colombia, se han centrado en la creación de nuevos productos - con la elaboración de los respectivos prototipos-, y en la capacitación empresarial.

En el caso de Artesanías de Colombia, desde mediados de la década de 1980 ha realizado en Barichara capacitaciones y asistencia técnica para el desarrollo de productos competitivos, para lo cual ha llevado a cabo talleres en temas como trabajo formal estético, identidad, seguimiento de procesos, desarrollo de líneas de productos y combinación de materiales. También ha trabajado en la línea de la capacitación empresarial, ayudando a los artesanos a prepararse, entre otras, para participar en Expoartesanías. Los objetivos de los convenios firmados por la entidad para el trabajo en Barichara se fueron decantando durante la década de 2000 hacia lograr la sostenibilidad de los oficios artesanos mediante la competitividad del producto y su representatividad en el marco de la identidad cultural colombiana, fomentando el desarrollo de pequeñas empresas productivas que implementen el diseño para el desarrollo, la innovación y la diversificación de productos (SENA, 2002). No obstante, y como se verá más adelante, en ramos importantes de la artesanía barichara, como la talla en piedra, los artesanos han presentado resistencia a estas propuestas.

Pese a sus iniciativas, Artesanías de Colombia ha tenido una presencia débil en Barichara. La política artesanal nacional trasciende en el territorio a través de otros agentes como la Escuela Taller Barichara, especialmente por sus vínculos con el SENA y el Ministerio de Cultura, sin dejar de lado que previamente se aplicaron las lógicas de fomento artesanal de la AECID. Desde el punto de vista de la Escuela Taller, el desarrollo de la artesanía barichara también requiere del fomento de los oficios tradicionales con un enfoque que les permita actualizarse y responder a las necesidades contemporáneas con calidad. De la mano debe ir la implementación de nuevos oficios que satisfagan los requerimientos locales y aprovechen los mercados para el mejoramiento de la calidad de vida de la población local. Todo esto, acompañado de formación en organización empresarial y aspectos administrativos, por lo que se han introducido capacitaciones en este sentido.

Un objetivo principal de la Escuela es que la recuperación de oficios se traduzca en alternativas económicas y líneas productivas, y por ello han concentrado esfuerzos en hacer llegar los talleres sobre técnicas artesanales con buenas proyecciones en los mercados nacionales a los lugares con menores alternativas económicas del municipio, en los que algunas familias aún subsisten con la elaboración de costales de fique. La Escuela ha querido hacer ver a los jóvenes que, mientras con el trabajo de elaboración de sacos en fique se obtienen 25 mil pesos para toda la familia por una semana de trabajo, una sola mochila guane, hecha individualmente, puede venderse en 30 mil o 40 mil pesos.

Pero la Escuela Taller no está trabajando en la recuperación de la técnica del *sprang* exclusivamente para la elaboración de la mochila guane, sino también para diversificarla hacia otros productos de demanda actual:

“¿Qué se hizo? Que nosotros le dimos un uso actual, porque la mochila guane, por ejemplo, era la mochila de mercado, que era en fique, con el cinto, el cabestro ancho arriba para poderlo cargar acá [cabeza]. Nosotros estamos utilizando es hilaza de algodón; la idea es también utilizar materiales que no contaminen, la hilaza de algodón, no sintéticos, y pues se utiliza para el computador, o como bolsito, o como bolsito del celular, entonces le damos diferentes usos precisamente para que el turista le llame la atención y se lleve ese producto, y generemos también ingresos para las personas”. (O. Becerra, entrevista personal, marzo de 2015).

Para que la producción artesanal se ajuste a los requerimientos contemporáneos se consideran necesarias la innovación y la introducción de nuevas técnicas y materiales. En el caso de la mochila guane, se ha evolucionado hacia el uso de color, la variación de la técnica para lograr una mejor calidad y se proyecta la alianza con otros materiales y, por tanto, la fusión de técnicas, lo que permitiría una mayor diversificación:

“De hecho, parte de las técnicas ancestrales de alguna manera han sido revaluadas. Una de las alumnas que yo tuve, que es una brasilera tejedora, una persona de un cuidado, de un empeño... y aprendió [a elaborar la mochila guane], ¡la hizo perfecta!, y además aportó un mejor modo de coserla. Entonces, digamos que la costura que se hacía anteriormente fue cambiada a partir de ese aporte que ella hizo, y ahora las mochilas se están cosiendo como ella nos aportó. Eso hace mejorar la calidad de la mochila [...] Y no solo eso, yo pienso que no se debe quedar en mochila guane solamente, de ahí tiene que salir más cosas, o sea, hay que partir también de la técnica textil y evolucionar. Desafortunadamente todo lo textil necesita un complemento [...] Tú necesitas, o la parte de costura, o la parte de talabartería, o digamos algún añadido que te permita fusionar esas hebras de otra manera para que se estabilicen en otro contexto, sea mesa, sea silla, sea bolsos, sea zapatos, sea lo que sea. Entonces ya tienes que entrar a añadirle una técnica adicional para lograr un objeto diferente. Pero ese sería el ideal, eso no se ha hecho”. (B. Jaramillo, entrevista personal, marzo de 2015).

En el caso de la alfarería-cerámica, si bien la técnica seguida por las artesanas rurales se valora como patrimonio inmaterial y “herencia guane”, su complejidad y los productos resultantes hacen poco viable su proyección en los mercados contemporáneos. De acuerdo con directivos de la Escuela Taller, esta alfarería da como resultado enseres de cocina que no tienen la misma resistencia de los que se realizan con técnicas más modernas y que no responden a los criterios de higiene actuales. De esta manera, no solo se requiere un cambio radical de técnica, sino que se introduce el uso de engobes para mejorar el diseño de los productos, y el de esmaltes, para adecuarlos a las necesidades de uso contemporáneas.

“Les enseñé, y les estoy enseñando, a trabajar con engobes. Esos son [...] pinturas que se hacen con tierra... con la misma tierra de la arcilla, con pigmentos. Sin embargo, tampoco se puede limitar porque, por ejemplo, para comer, tú no los

puedes usar. Entonces yo acabo de hablar con Corona¹¹² para que les enseñen a hacer pintura, esmaltar los platos, que duran más [...] Tú no puedes hoy comer, por higiene, por un montón de cosas, en platos de ese tipo, tienes que ponerles un esmalte. Entonces puedes usar la cerámica sin pensar que se te contamine el alimento. Porque no es lo mismo cuando tú, por ejemplo, cocinas porque eso va directo al fuego, tú esas vasijas las lavas sin jabón ni nada... pero eso va al fuego, pero un plato, un vaso, una jarra no". (D. Navarro, entrevista personal, febrero de 2012).

6.4.3.1. Apropiaciones, resistencias y “accidentes culturales”

Entre los gestores culturales y del sector artesanal entrevistados no hay unanimidad acerca de la conveniencia y pertinencia de estas propuestas. Algunos consideran que, mientras el valor patrimonial de la cultura local reside en la vigencia de unos oficios que se valen de lo que les brinda el entorno para generar soluciones a distintos aspectos de la vida cotidiana, estas propuestas se hacen poco sustentables porque crean dependencia de materiales difíciles de conseguir y que aumentan la huella de carbono. En este sentido, también consideran que la artesanía pierde identidad con el territorio. Igualmente, señalan que el enfoque de desarrollo de líneas como la de cerámica implica mucho ensayo y error, de manera que esa identidad artesanal que se persigue termina siendo esquiva. También se perciben algunas propuestas de desarrollo artesanal como intentos de convertir a los artesanos locales en artistas, lo cual se considera que desestima el valor de los saberes locales y distorsiona el aprendizaje mutuo y el trabajo que puede darse en una Barichara donde convergen académicos, artistas y artesanos expertos en su oficio. Además, algunos señalan la incongruencia de estas propuestas con su público objetivo en el sentido de que son elitistas y excluyen al habitante local común, generando lo que un gestor cultural y artista local denominó “accidentes culturales”:

“¿Qué pasa ahí? Que la gente, en determinado momento, está acostumbrada a vivir una vida modesta en la vereda y la Escuela [Taller Barichara] empezó a manejar un estatus de otro nivel social. No quiere decir que el campesino no tenga derecho a mejorar su estado de ambición social, pues eso no es pecado, pero eso hace parte de que... se creó una barrera... es como un campesino que diga ‘a mí no me interesa ponerme corbata’, sin ser malo ponerse corbata o no ponerse. Todo es válido, pero el problema es tratar de hacer una transformación a una cultura que el campesino o la gente del pueblo probablemente ve que no lo necesita o que no le interesa. Entonces se le quiere hacer esa transformación y ahí es donde hay un accidente. Y ese es un accidente cultural, que, si no lo ven, eso es lo que no deja que la gente se vaya a participar de lleno en algo que, puede ser muy bueno para el pueblo, pero debe tener un objetivo mucho más parroquiano y no tan moderno, o tan elegante,

¹¹² Corporación multinacional fundada en Colombia, destacada desde el siglo XIX por la fabricación de productos en cerámica de reconocida calidad. En las últimas décadas se amplió a otras líneas de productos para el hogar y la construcción, en alianza con Sodimac (Chile), que dio dando origen a Home Center y Constructor.

que la gente lo va a ver que no le corresponde, o que no les pertenece”. (L.E. Mejía, entrevista personal, febrero de 2012).

La percepción de las directivas de la Escuela Taller Barichara es distinta, pues la baja respuesta por parte de la población local en algunos ámbitos artesanales parece tener que ver, al contrario, con la idea de que ciertos oficios son denigrantes ya que se asocian a la pobreza rural. Mientras en líneas como la gastronomía o el tejido se cuenta con buena asistencia de personas baricharas, en otros ramos, como la cerámica, ha habido mejor recepción dentro de la población foránea. Cosa distinta ha sido la resistencia a los esfuerzos por promover la organización empresarial y la creación de unidades productivas al alero de la Escuela, lo cual se puede asociar, según los testimonios de los mismos artesanos, a las referidas desventajas para comercializar a través de la Escuela Taller.

Más allá de las críticas en algunos sectores, para algunos artesanos locales resulta atractiva la posibilidad de abrir la puerta de los mercados nacionales e internacionales a través de la formación en diseño, organización empresarial y otros temas asociados al mejoramiento de la calidad. Además, como resalta la ceramista barichara Nohra Sánchez, la exploración de línea artísticas menos dependientes del mercado permiten satisfacciones personales y pueden resultar en una diversificación de la economía del artesano. En Barichara se dan casos como el del escultor y ebanista Vicente Cadena, en los que la calidad y el reconocimiento de la obra artística le permiten sostener o subsidiar su trabajo artesanal.

Otros artesanos, sin embargo, prefieren mantenerse en el ejercicio de su técnica y en sus líneas de producción de siempre, como es el ya referido caso de Felisa Alquichire. También están quienes optan por asegurar las ventas a nivel local con una alta producción que les permita vender objetos en mayor cantidad, a bajos precios, y al por mayor. Algunos incluso están considerando cambiar su línea de producción a otra que permita una mejor economía de escala y les facilite preparar el retiro con un trabajo más cómodo sin dejar necesariamente su oficio. Ese es el caso del maestro tallador Martín Galvis, que considera para los próximos años dedicarse a la elaboración de miniaturas, ladrillos y productos cerámicos en molde, porque son trabajos menos pesados y de mayor “rendimiento”. Además, existe en algunos artesanos locales una resistencia a detenerse en una línea de producción que les otorgue cierta identidad. Para Orlando Díaz, la innovación consiste en un cambio permanente de acuerdo con la demanda del mercado:

“...el problema es que cuando tú no lo vendas pues tienes que innovar y cambiar a otra cosa. Pero cuando tú estás derivando los ingresos de ese producto pues tienes que aprovecharlo porque de todas maneras eso no es que dure mucho... sí, digamos,

cinco años un producto y ya. Abasteciste todo, que la gente ya se cansó y eso se acaba”. (Entrevista personal, febrero de 2012).

De esta manera, las respuestas de los artesanos locales a las propuestas de los agentes de desarrollo artesanal tampoco son unánimes, pero permiten observar cómo se pueden reconfigurar las nociones de identidad, autenticidad o calidad en los espacios locales en los que tratan de implementarse las actuales políticas de fomento artesanal. Sobre este aspecto se analiza el caso de la talla en piedra con mayor profundidad a continuación.

6.4.3.2. Propuestas y respuestas para el fomento de la talla en piedra

Tanto Artesanías de Colombia como la Escuela Taller Barichara han querido incidir en el gremio o subsector de la talla en piedra porque consideran que buena parte del propósito de que Barichara logre una producción artesanal de calidad y con identidad pasa por el mejoramiento de los productos en este rubro.

En el caso de Artesanías de Colombia, durante la década de 1990 se propuso apoyar la capacitación y organización de los artesanos de la piedra en Barichara para “generar líneas de productos artesanales competitivos, cualificando la producción mediante asistencia técnica, organización y capacitación empresarial y divulgación de la actividad productiva” (Unisangil, 1996, p. 1).¹¹³ El proyecto implicaba cinco fases: una primera de caracterización de los artesanos del subsector, tanto en Barichara como en Villanueva y San Gil; una fase de formación integral de los artesanos que incluía talleres de diseño y creatividad, procesos técnicos, procesos organizativos, administración y gestión comercial; la tercera fase era de organización de los artesanos y se centraba en el estudio de factibilidad para la creación de una organización cooperativa o similar; una cuarta fase de divulgación, con el diseño de un mapa publicitario y una campaña institucional de la artesanía en piedra en Santander; y se sugería una última fase de participación en Expoartesanías 1997, que implicaba la correspondiente preparación.

El proyecto se implementó parcialmente y fuera de los tiempos previstos debido a las múltiples dificultades, las cuales, de acuerdo con la percepción de algunos capacitadores de Artesanías de Colombia, estuvieron relacionadas principalmente con la resistencia de los artesanos a organizarse y dar curso a la creación de una marca colectiva; a la falta de interés

¹¹³ Este proyecto se desarrolló en alianza con Unisangil, la Casa de Cultura De Barichara y la Alcaldía De Barichara.

en un oficio que se ve como decadente por el surgimiento de las enfermedades pulmonares; y a la desconfianza hacia la entidad por su intermitencia en el territorio. El encargado de los Santanderes en Artesanías de Colombia se refiere así a estos factores:

“Con Barichara se ha tenido un proceso muy difícil [...] Eso sí lo cuento desde el lado de Propiedad Intelectual, donde yo antes ayudaba y colaboraba un poco, y digamos que al ir a hacer las charlas de socialización, también se les iba a tratar de ayudar a hacer una marca colectiva. Nunca logramos conseguir el apoyo de los artesanos de allá, de piedra. Entonces siempre ha sido un poco que el trabajo allá ha sido difícil, la verdad no hemos encontrado mucho interés en la participación [...] Muchas veces, es [por] diferencias entre ellos mismos [...] Hay otro punto: que se comienza a perder un poco el oficio, entonces cuando uno comienza a pitar de verdad, ya no aparece nadie [...] Y hay otra, que es la desconfianza con la entidad, que a veces, por cuestiones, de pronto, de proyectos pasados o algo, se fue alguna época, se les desatendió durante mucho tiempo, entonces la gente queda como la idea de que aquí vienen solo dos, o vienen un año, vienen seis meses, se desaparecen y aparecen a los diez años a decirnos que van a volver a comenzar, entonces como que hay ya peleas con la misma entidad”. (J. García, entrevista personal, julio de 2016).

Por su parte, uno de los principales aportes que quiso hacer la Escuela Taller Barichara fue el fomento de la escultura a través de la talla de figura humana, porque los artesanos locales trabajan principalmente formas geométricas en el área ornamental-arquitectónica. El escultor Javier Pinto fue el profesor principal y quiso enseñar a los picapiedras a trabajar la talla a partir de un modelo elaborado previamente. Esto representaba todo un desafío porque los talladores baricharas están acostumbrados a usar plantillas, más propicias para el trabajo arquitectónico ornamental que realizan, pero que no resultan apropiadas para obtener una figura humana como proyección de un dibujo tridimensional. Aunque hubo gran interés inicial por parte de los artesanos, quienes tienen en buen concepto a Javier, hubo resistencia a incorporar este método de trabajo porque, entre otras, les tomaba más tiempo realizar una obra.

Desde la perspectiva de los artesanos, son diversos los factores que han hecho que se trunquen las distintas iniciativas para fomentar transformaciones en el oficio. Algunos de estos factores tienen que ver con conflictos de autoridad, los cuales no se han manifestado de igual forma en otros subsectores como el tejido en fique o la alfarería-cerámica. De acuerdo con los picapiedras, sí existe interés y disposición en el gremio para nuevos aprendizajes, pero no es fácil encontrar en Barichara profesionales que puedan aportarles en su desarrollo técnico porque son ellos los que dominan en profundidad el oficio y conocen todas sus complejidades. Hay aportes parciales, como el de Javier Pinto, que se reciben con agradecimiento, pero llega el momento en que sienten que las clases son tiempo perdido y se retiran.

En cuanto al interés de que aprendan sobre diseño, arguyen que uno de los principales factores por el que no han dado resultado los experimentos, especialmente con Artesanías de Colombia, es porque en su subsector el cliente quiere personalizar el producto:

“Artesanías de Colombia mandaba artesanos dentro de unos convenios que hacían ellos y veía uno el artesano y se estaba en Barichara 3 o 4 meses, hacía unos prototipos, se hacían, él se los llevaba -eso dentro de un *pool* de proyectos que ellos tenían a nivel nacional-, los exponían en Expoartesanías y miraban la aceptación que tenían en el mercado. Nunca se volvían a hacer dos [...] Por ejemplo, se han hecho cestas, revisteros, porta-cd's, portarretratos, pero no ha tenido tanta aceptación [...] La gente en esto quiere personalizar las cosas, viene y dice 'yo quiero unas columnas para la casa en esta forma, esta grada, esta silla, de esta forma', y se les hace”. (E. Silva, entrevista personal, febrero de 2012).

Como se ha dicho, para los agentes de la política nacional de artesanía la introducción del diseño busca otorgar mayor identidad al producto, pero para los talladores de piedra el problema está en qué se entiende por identidad artesanal y cómo se logra. Para su caso, y en su lógica, esta no se consigue a través del aspecto formal de los productos sino de que se vincule el oficio con un territorio, algo que han conseguido al margen de los procesos de formación de los entes interesados. Talladores como Iván Quintero ven en estos esfuerzos un empeño camuflado de que los artesanos se formalicen ante el Estado:

“Hace poco llegaron y dijeron que nos tocaba vincularnos a ellos [Artesanías de Colombia] porque ellos iban a hacer que la piedra en Barichara tuviera identidad, como la identidad que tienen los sombreros vueltiaos en la costa [Caribe]... que había que buscarle la identidad, entonces, que si queríamos seguir trabajando la piedra, teníamos que contar con ellos ¿Y de dónde vienen ellos a querer utilizarnos a nosotros de esa manera? ¡Nooooo! [...] Pero es que entonces es para que nosotros tengamos 'identidad' ante el gobierno y funcionemos con unos papeles, porque nosotros, la identidad... todo el país sabe que los picapiedras están en Barichara. No están en el Huila, no están en Cali, ni en la Costa... están en Barichara, Santander. Y todo el mundo sabe eso”. (Entrevista personal, febrero de 2012).

Y si Barichara se asocia a la artesanía en piedra, lo que identifica a los talladores baricharas, según ellos mismos, no son los diseños de sus productos sino el dominio de un amplio espectro de conocimientos relativos al oficio -incluida la elaboración de las propias herramientas- y la destreza en la ejecución. Es decir, los talladores de piedra definen el auténtico artesano de la piedra barichara como aquel que conoce la materia prima y las distintas técnicas para trabajarla, y ha ejecutado el oficio desde la cantera hasta el taller. De esta manera, un tallador barichara debe ser capaz de ofrecer un oficio integral, y, por tanto, los portadores de la identidad en este campo son los maestros formados según la vieja escuela, capaces de trabajar tanto con las nuevas tecnologías como con la porra y el cincel,

y son capaces de partir una piedra en minutos con este par de herramientas, mientras a otros les toma horas y deben emplear nuevas tecnologías. Es por eso que, en su concepto, la salvaguardia o revitalización del oficio no puede basarse en ofrecer cursos cortos a personas con un interés pasajero, sino en un programa formativo que incluya todas las etapas del oficio, por lo que debería estar diseñado, gestionado y controlado por los mismos talladores. Esto, además de permitirles obtener recursos económicos para fortalecer el gremio, favorecería el intercambio de conocimientos con personas que puedan aportarles desde distintos frentes, en lógica horizontal: “En un intercambio de esos de sabiduría hay mucha productividad”, dice en su alegato Iván Quintero (entrevista personal, febrero de 2012).

Por lo demás, la identidad de la artesanía en piedra se refuerza es con las características de la llamada “piedra barichara”, o así lo considera el maestro Alejandro Quintero, padre de Iván:

“En otras partes del país sí trabajan mucho la piedra, pero no tiene el mismo eco. Primero, porque la piedra no tiene ese color, esa textura, y es que aquí en Barichara hay una gran gama de colores, sí, colores para todos los gustos. En otras partes no; la mayoría de la piedra que yo haya visto en todo el país es negra, de color beige. Esta es una piedra sedimentaria que es formada por capas y cuyo contenido es hierro y cuarzo, y su nombre es minorita; de modo que, con la experiencia que tengo y con hacer muchos trabajos en piedra en todo el país, estoy seguro que esa piedra reúne las condiciones y los requisitos para cualquier trabajo que perdure, y eso sí ha sido así. Y, por otra parte, los colores son bellísimos: hay ocre, blanco jaspeado en ocre, hay lila, hay morado, hay color terracota, hay los colores café con blanco combinado, hay un amarillo muy clarito, muy tenue, entonces por eso ha tenido una gran acogida la piedra aquí; y porque es consistente, es resistente”. (Entrevista personal, marzo de 2015).

Por último, en cuanto al aspecto organizacional, los informantes del gremio de los talladores se autodefinen como individualistas y reconocen que se les dificulta la creación de organizaciones, pese a que ha habido un par de experiencias cooperativas y asociativas. No obstante, señalan algunas razones por las cuales estas experiencias no han tenido continuidad: por una parte, una de las cooperativas que se creó tenía como fin la realización de contratos con las municipalidades, y una vez creada la organización las ofertas de contratos nunca llegaron, por lo que los miembros perdieron motivación. Su expectativa respecto a las intervenciones de entidades externas o de la misma Alcaldía ha estado centrada en repetidas ocasiones en la facilitación de vías de comercialización y en la apertura de nuevos mercados, pero al respecto no ha habido propuestas factibles. Además, proyectos como el del Parque Artesanal, desde su parecer, han sido mal gestionados por la Alcaldía y terminan fragmentando aún más el gremio, puesto que se ven obligados a trabajar en un mismo espacio, pero sin reglas de juego claras. Adicionalmente se consideran un grupo

muy diverso, en el que se trabaja con criterios muy distintos de un taller a otro, lo cual resulta en tensiones a la hora de tomar decisiones respecto a la ejecución de trabajos. Por último, desde su perspectiva, la horizontalidad del gremio, donde no hay mayores diferencias jerárquicas entre los propietarios de los talleres, no facilita la creación de organizaciones que requieren una cierta estructura piramidal.

Pero, en el caso de la organización con asesoría de Artesanías de Colombia, la falta de respuesta por parte suya está relacionada con la desconfianza hacia la entidad. Por una parte, además de la idea de que la insistencia en organizarlos tiene que ver con obligarlos a pagar impuestos, consideran que, pese a que Artesanías de Colombia promueve en su discurso que el artesano debe mantener el control de la producción, la entidad termina convirtiendo al artesano en obrero:

“Artesanías de Colombia no nos ayuda. Y es que eso pasa como dice la canción: nadie vende un caballo por bueno, ni hace ricos quedándose pobre. Artesanías de Colombia, las veces que ha venido aquí, son miles de veces... ya incluso cuando llegan... ¡es que... no, no, no! Puede ser muy buena gente el que llega, una berraquera, pero yo con ellos, no, porque ellos llegan es a intentar explotarlo a uno. Ese es un negocio en el que ellos quieren es lucrar y nosotros seguimos en el mismo mundo en el que andamos [...] Ellos tienen su departamento de diseño, y ellos lo que quieren es ponerse a diseñar y mandar para Barichara para que nosotros produzcamos, pero ¿la plata en dónde se queda? Y eso es lo que nosotros decimos”. (I. Quintero, entrevista personal, febrero de 2012).

Las transformaciones y adaptaciones del sector artesanal local de Barichara al nuevo contexto de la economía cultural y del turismo no son resultantes de una incidencia unidireccional de los agentes de la política nacional de artesanía ni de las propuestas de las entidades que actúan a nivel local, sino de las apropiaciones que los artesanos realizan de ellas y de la manera en que interpretan este nuevo contexto desde sus experiencias particulares. En la interacción con el nuevo escenario local, los artesanos resignifican su oficio y le dan desarrollo desde su propia perspectiva, en una dinámica permanente que hace que, más que nunca, la artesanía aparezca en Barichara como “cultura viva”. El caso de Curití, pueblo vecino de Barichara, presenta importantes contrastes, pero antes de entrar en ello vale la pena recapitular y plantear algunas conclusiones preliminares.

6.5. Conclusiones del capítulo

En 1978, en un momento en el que la economía barichara se veía golpeada por las problemáticas que afectaban actividades importantes para la vida campesina como el cultivo del tabaco y procesamiento del fique, su centro histórico fue declarado Monumento

Nacional por el gobierno colombiano. Este valor patrimonial se ha irradiado en las últimas cuatro décadas especialmente a los oficios artesanos relacionados con la materialidad del centro histórico, y, de allí, a otros que dan profundidad al relato histórico local al permitir establecer una conexión con el pasado guane prehispánico. Así, en la construcción de la identidad de Barichara han perdido fuerza otros elementos como los oficios del sector primario -los cuales han sido y siguen siendo el principal sustento económico local- y la afiliación política, que en el pasado determinó fuertes enfrentamientos intestinos y terminó incluso produciendo la salida de población local.

Por supuesto, esta irradiación de valor patrimonial no se ha generado espontáneamente, pues, como señala Frigolé (2010), la patrimonialización se produce con frecuencia en torno a un proyecto que, más que símbolos aislados, genera encadenamientos simbólicos (Roigé & Frigolé, 2010). En el caso de Barichara, la patrimonialización de la cultura local ha sido impulsada por el desarrollo de una economía cultural y del turismo forjada principalmente por inmigrantes urbanitas que han reinterpretado el pasado para producir nuevos significados acerca del paisaje que otorgan sentido a su propuesta de desarrollo local (Kirshenblatt-Gimblett, 2001; Roigé & Frigolé, 2010). Aun así, como previene Nogués-Pedregal (2003), no se ha tratado de una imposición de significados exógenos sino construidos en diálogo con la población local, en los que, sin embargo, adquieren gran relevancia las nociones y categorías mediante las cuales los foráneos y turistas interpretan el espacio.

De esta manera, la dinámica del proceso de patrimonialización de Barichara ha ido en sintonía con su proceso de gentrificación. Durante las décadas del ochenta y el noventa este fenómeno mantuvo un carácter marginal con la llegada inicial de migrantes urbanos y personas del ámbito creativo atraídas por las características del paisaje y el ritmo de vida rural, la actividad cultural local dinamizada por el trabajo de artistas baricharas y el pasado artesanal que se veía en alguna manera revitalizado por el surgimiento de la talla en piedra. Este fenómeno, sin embargo, determinó el rumbo que habría de tomar el proceso de patrimonialización inicial, toda vez que estas personas comenzaron a producir discursos de valor cultural para fundamentar sus proyectos, los cuales giraron en torno a la arquitectura en tierra, la talla en piedra, la alfarería y los tejidos y el procesamiento de fibras vegetales, especialmente el fique.

Se configuró, entonces, un panorama en el que valores tangibles e intangibles se encuentran fuertemente vinculados. Roigé & Frigolé (2010) identifican como un fenómeno común a los destinos turísticos rurales el uso de las nuevas ideas del mundo rural en nuevos mercados, que permiten vender las cualidades tangibles e intangibles del espacio rural

reconceptualizadas en tres formas principales: turismo, urbanización y demanda de productos conectados con la naturaleza. En Barichara, esta asociación se hizo evidente en el desarrollo de un proyecto turístico local diferenciado en una región promovida como destino de turismo de aventura, y el siglo XXI vio cómo el proceso de gentrificación marginal adquirió el carácter de regular con la llegada de personas interesadas en adquirir segundas residencias o invertir en proyectos urbanísticos y de turismo residencial. Como consecuencia, se desarrollaron otros fenómenos asociados como la renovación y expansión urbana, inflación, abandono del sector primario, degradación del paisaje y aceleración de cambios socioculturales.

Estos fenómenos, así como el apremio por parte del Viceministerio de Turismo para definir una apuesta turística diferencial en el marco de la Red Turística de Pueblos Patrimonio, han desatado las discusiones acerca de cuál debe ser el fundamento del valor patrimonial del pueblo y del proyecto turístico local, en cuya estructuración se vienen dando disputas de autoridad y tensiones en torno a las versiones de identidad local. El turismo, en concordancia con lo advertido por Antonio Aledo (2016), se ha convertido así en una variable de gran relevancia para organizar las esferas económica, social, política y cultural del municipio y determinar la relación con el entorno natural y el significado del paisaje.

En este marco, la artesanía ha cobrado relevancia, más que como marcador para resumir lo “típico” del lugar (Urry, 1990, p. 1), como “espacio de confrontación simbólica” (Prats, 1997, p. 38) en el que se dirime la identidad local (Rotman, 2011). Si bien algunos oficios artesanales han sido relegados en estos procesos, otros se han constituido en vectores del proyecto cultural y turístico local, por lo que en ellos se concentran las negociaciones entre los agentes sociales interesados. En el camino se comienzan a producir nuevos patrimonios, como formas de trabajo artesanal que antes no existían pero que reciben todo el influjo de la legitimación natural de sus productores por tratarse de artesanos locales, y, a través de elementos como sus materias primas, del valor cultural asignado al territorio.

Si bien en el territorio se han intentado reproducir las lógicas de entidades internacionales y nacionales en el fomento de la artesanía a través de algunas acciones directas de Artesanías de Colombia o de agentes locales, como la Escuela Taller Barichara, éstas han sido apropiadas, resignificadas y contestadas de distinta forma y con distinta intensidad en cada subsector del artesanado local. En todo caso, la artesanía se ha convertido así en uno de los principales espacios de diálogo entre actores locales y foráneos, y este acercamiento ha permitido la estructuración de una incipiente oferta de turismo creativo.

A continuación se describe y analiza el caso de Curití, pueblo prácticamente vecino de Barichara, cuyo proceso de desarrollo artesanal, turístico y de patrimonialización permite establecer contrastes con el analizado en este capítulo para obtener conclusiones de mayor alcance.

Capítulo VII. Curití, un pueblo de tejedores como destino turístico de aventura

7.1. Curití, el “pueblo de tejedores” de fique

Curití se encuentra separado de Barichara por 33 km, de San Gil por 11.5 km y de Bucaramanga por 90 km, siendo parte de esta última travesía el cruce del cañón del Chicamocha. Al pueblo se llega siguiendo la vía principal que va de Bogotá a la capital santandereana y tomando un desvío a una altura en la que ya se observa el casco urbano del municipio, el cual revela de lejos su carácter “colonial” con un damero de casas blanquecinas cubiertas con tejas rojizas de barro. Un pasacalle que reza “Bienvenido a Curití, paraíso turístico” indica el punto en el que los viajeros deben tomar el desvío. El casco urbano, que prácticamente constituye en su totalidad el “centro histórico”, se percibe armónico por la sucesión de casas que parecen ser en su mayoría de tapia -salvo notables excepciones-, aunque muestra mayores intervenciones que en Barichara y menores esfuerzos de conservación y restauración.

Figura 99. Mapa de ubicación de Curití en Santander (punto rojo).



Fuente: Mapas de Google.

Inmediatamente se hace nítida la oferta de artesanías del pueblo: una gran diversidad de productos multicolores elaborados principalmente con la fibra del fique se vende en tiendas de distintas dimensiones, algunas de las cuales mantienen los objetos amontonados -casi como si se tratara de bodegas- y otras con una disposición de los productos más cuidada y con mayor atención al vitrinismo, algunas de las cuales podrían calificarse como tipo “boutique”. Pese a la gran variedad de productos que se ofrece -bolsos, mochilas, zapatos, sombreros, tapetes, tapices, individuales de mesa, lámparas, mobiliario, cortinas, etc.-, tras haber visitado tres tiendas se empieza a tener la sensación de que en unas y otras se vende lo mismo, y solo ocasionalmente aparecen objetos notoriamente distintos. Además de la oferta de los locales comerciales, el visitante es abordado por algunos niños que realizan comercio ambulante ofreciendo pequeños bolsos o mochilas tejidas en fique.

A través de las puertas entreabiertas de las casas se pueden observar tanto mujeres solas tejiendo frente al televisor, como grupos de mujeres de varias edades reunidas en medio de marañas de hilos con los que van dando forma a sus tejidos. Así mismo, al asomarse a saludar a algunas de estas casas se avistan pequeños talleres caseros con telares manejados tanto por mujeres como por hombres, en los que no se hace extraño encontrar a los niños, tijera en mano, colaborando con faenas menores. Todo en medio de arrumes de fique en rama, fique hilado y productos terminados, entre los cuales destacan en número los tapetes.

En el parque principal del pueblo, bajo la tutela de la bella iglesia parroquial que conserva una fachada evidentemente anterior al edificio actual, se alternan tiendas de artesanías, minimercados, panaderías y hoteles, y en una de las calles que se desprende de la plaza se encuentra Ecofibras, la empresa cooperativa que referencian de inmediato al visitante cuando pregunta por un lugar para conocer la historia y la producción artesanal del pueblo. Allí se puede pagar un recorrido guiado que llaman “pasantía” para conocer el proceso que se lleva a cabo en la fábrica y visitar su pequeño museo, el cual cuenta cómo Curití vivió durante años procesando el fique para elaborar costales o sacos destinados a empacar productos agrícolas de toda Colombia. En resumen, cuando se llega a Curití parece que todo hace honor a su nombre porque, de acuerdo con el padre Isaías Ardila (como se citó en Zamosc & Gaviria, 1980, p. 40), Curití significa en lengua guane “pueblo de tejedores”, aunque otros prefieren traducirlo como “lugar de telares”.

Figura 100. *Panorámica de Curití.*



Fuente: Vizcaya Hotel (s.f.)

Figura 101. *Fique teñido secándose al sol.*



Figura 102. *Taller familiar en casa curiteña.*



Fuente: fotografías de Luz Andrea Cote N.

El actual poblado de Curití se alza en una suave colina a 1.400 msnm, en el lugar en el que antiguamente se congregó el pueblo de indios de Curití o Cuití, conformado con indígenas Guane que previamente habían sido entregados en encomienda a españoles de la ciudad de Vélez y dispersados para cumplir labores agrícolas y mineras en otras zonas del actual territorio santandereano. De acuerdo con el padre Isaías Ardila (como se citó en Zamosc & Gaviria, 1980, p. 31), en la mitología de los Guane había un dios especial de los artesanos y tejedores, llamado Nencatecoa. El lugar para su congregación fue delimitado en 1602, pero durante los siglos XVII y XVIII la población indígena se redujo drásticamente mientras la población blanca y mestiza crecía, de manera que hubo varios intentos para extinguir el pueblo de indios, trasladarlos a Guane y erigir en el lugar una parroquia de blancos. Los pocos indígenas restantes, que convivían estrechamente con

sus vecinos blancos, mostraron gran resistencia a su traslado, de manera que cuando finalmente se erigió la parroquia en 1807, se agregaron a ella los 192 indios “de chusma” que vivían en el sitio (Alcaldía de Curití, 2012; Guerrero & Martínez, 1996).

Una vez se produjo la caída de los textiles de algodón que golpeó a toda la región, el pueblo de Curití, como la mayoría de sus vecinos, encontró un relevo en la economía fiquera, entrando a ser parte del grupo de transformadores -artesanos-, mientras otros pueblos se especializaron en la producción de la fibra (Zamosc & Gaviria, 1980). Cuando llegó la crisis de los empaques de fique, Curití encontró un cierto alivio en la producción de café, el turismo y la reconversión de su sector artesanal a la elaboración de “artesanías”, término con el que se diferencian de los sacos de antaño los objetos utilitarios y ornamentales que hoy se elaboran con la fibra.

Actualmente Curití cuenta con una población de cerca de 12 mil habitantes, 70% de los cuales habita en la zona rural y se dedica principalmente a la agricultura tradicional, la cual representa un 60% de la producción del municipio y es la principal fuente de empleo, no obstante que suele desarrollarse con mano de obra familiar (Alcaldía de Curití, 2012, 2016). Debido a la baja rentabilidad del fique, muchos de los terrenos cultivados fueron convertidos en potreros en años anteriores, pero posteriormente el cultivo presentó una cierta recuperación (Pérez & Vargas, 2014). Hoy en día los principales productos agrícolas son tabaco, frijol, café, fique y maíz, pero se dan otros como tomate, yuca, plátano, pimentón, cítricos y frutales (Alcaldía de Curití, 2016). También se realizan actividades pecuarias, dentro de las que hay que destacar el sector avícola, con empresas instaladas en el territorio que generan 160 empleos directos durante el año. En cuanto a la minería, se explota piedra caliza y arcilla (Alcaldía de Curití, 2012), aunque algunos informantes resaltan que, aun existiendo la cantería de piedra, no se menciona en los informes económicos. Esta población se autodefine como campesina (Van der Hammen, 2014) y no existen personas registradas como pertenecientes a grupos étnicos, afrocolombianos, indígenas o ROM (Alcaldía de Curití, 2016).

El casco urbano es dinamizado por actividades del segundo y tercer sector. El comercio, el turismo, el sector salud y el sector educación representan un 20% del PIB, y entre los sectores de transporte, artesanías, minería, construcción y servicios del gobierno suman otro 20% (Alcaldía de Curití, 2012). De acuerdo con el *Plan de Desarrollo Municipal 2016 – 2019 “Mejor sí es posible”*, la actividad comercial y de servicios se ha desarrollado principalmente con el expendio de productos artesanales, establecimientos hoteleros, entidades bancarias, e importantes nexos comerciales con San Gil y Bucaramanga. El sector secundario incluye los subsectores de artesanías, manufacturas e industria,

correspondiendo un 13.60% de la producción a la elaboración de artesanías en fibra de fique (Alcaldía de Curití, 2012).

No obstante lo descrito, Curití carece de fuentes de empleo. Los empleos directos e indirectos generados por las diferentes actividades agrícolas, agroindustriales, artesanales, turísticas y de servicios, no llegan al 15% del total de la población, a lo que se suma que frecuentemente son de carácter temporal, de manera que no contribuyen al mejoramiento de las condiciones laborales y de calidad de vida de los pobladores (Alcaldía de Curití, 2012). De esta manera, mientras en el departamento de Santander el 21.93% de la población presenta Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI), en Curití este porcentaje asciende a 40.21%. En cuanto a Índice de Pobreza Multidimensional (IPM), en Curití es de 63.19% de la población, mientras que a nivel departamental esa tasa es de 44.99%. Los mayores niveles de pobreza tanto en Curití como en el departamento se encuentran en el área rural (Alcaldía de Curití, 2016).

7.2. De los costales a las “artesanías”: en busca de la diversificación artesanal

Como reseñan Zamosc y Gaviria (1980), Curití vivió intensamente el auge del fique que se dio en Santander desde finales del siglo XIX por varias razones: la existencia de una tradición textil algodonera que se podía canalizar a la elaboración de sacos de fique; la abundancia de la materia prima en la zona; la capacidad del fique para dar rendimiento en tierras agotadas y erosionadas como las de este territorio; y la posición neurálgica del centro urbano en la red de caminos y comunicaciones santandereanas. A principios del siglo XX, Curití se había convertido en uno de los principales municipios transformadores de fique de Santander y punta de lanza de una cierta industrialización de la actividad, puesto que comenzaron a aparecer talleres con varios telares que fueron introduciendo algunas innovaciones tecnológicas, lo cual supuso el rebasamiento del carácter meramente familiar de la producción. La “industria artesanal” de costales en Curití llegó a su máximo auge a mediados de la década de 1940 y el municipio aparecía como el tercero en número de establecimientos industriales, después de Bucaramanga y San Gil. Con más de 200 telares en los que se elaboraban 40 mil pares de costales por semana, Curití era por aquel entonces el mayor productor de sacos de fique Santander.

Este crecimiento de la industria artesanal comenzó a frenarse por varios factores, entre ellos, la violencia política que enfrentó a liberales y conservadores desde la década de 1940. Curití era un pueblo de mayoría liberal que se vio enfrentado a municipios

vecinos conservadores, como Villanueva, de manera que la mano de obra se dispersó y la economía fiquera vivió una desorganización sin precedentes (Zamosc & Gaviria, 1980). Cuando los enfrentamientos fueron amainando, ya la producción artesanal de sacos de fique resentía el ensanche de la producción industrial de empaques y la introducción de las fibras sintéticas, junto con los demás factores referidos en el capítulo anterior.

Curití fue uno de los pueblos que persistió en la elaboración de sacos de fique, pero la actividad continuó con base en la pauperización del artesano, como vinieron a dejar en evidencia los estudios realizados por Zamosc y Gaviria (1980) a fines de la década del setenta. Estas investigaciones muestran que en esta época la lista de producción de sacos en Santander era encabezada por Aratoca, seguido por San Gil, Curití y Villanueva. No obstante, puede decirse que Curití era el pueblo más especializado en la transformación del fique, puesto que 88% de las familias curiteñas se dedicaban a la elaboración artesanal de empaques, pero su incidencia era mayor si se tiene en cuenta que dentro del 12% de población restante se incluían intermediarios y transportistas tanto de la materia prima como del producto final. Entre tanto, en Aratoca, el 74% de las familias del casco urbano se dedicaban a esta actividad artesanal.

La persistencia en la elaboración de empaques sólo era explicable por la falta de interés de la industria en los empaques ralos -que eran los que se elaboraban en Curití-, la fuerza de la tradición y la falta de alternativas económicas en una zona de suelos pobres, y en este último sentido la situación para los artesanos curiteños era igual, o quizás peor, que la de todo el resto de la provincia. El sueño de los curiteños era engancharse en alguna empresa con salario, y se veía a la ciudad petrolera de Barrancabermeja como un destino ideal, no obstante que la mayoría de los que emigraban terminaban haciéndolo a las ciudades de Bucaramanga, Bogotá y Cúcuta, o al vecino país de Venezuela. A los que se quedaban les tocaba un duro panorama en la economía del fique, en una industria de muy pequeña escala y mínima inversión monetaria, que se basaba fundamentalmente en el trabajo familiar, y en la que se presentaban “formas productivas precapitalistas” donde primaban “relaciones de producción serviles y patriarcales armadas de una tecnología medieval o más arcaica aún” (Zamosc & Gaviria, 1980, p. 6).

Teniendo en cuenta el trabajo que debía invertirse y los costos de producción, la fabricación de costales era una actividad que se realizaba a pérdida. Los intermediarios comerciales locales y de San Gil controlaban los precios, y los artesanos debían adquirir la materia prima a alto costo y vender los costales a bajo, además de que sólo podían acceder a fique de mala calidad cuando este se adquiría fiado. A fines de la década de 1970 mediaban al menos tres capas de comerciantes: los que compraban el fique a los

campesinos en los pueblos figueros y lo vendían en la casa de mercado de San Gil; los grandes mayoristas de esta última; y los intermediarios de Curití que adquirían el fique en San Gil y lo llevaban al pueblo. En Curití existían cerca de 15 intermediarios locales, la mayoría de los cuales eran “dobles”, es decir que también comercializaban los sacos de fique terminados. Como se ha dicho para toda la región, esta situación derivaba directamente de las características de un artesanado atomizado que, funcionando a pequeña escala, no tenía poder de negociación alguno y dependía del abastecimiento de materia prima por parte de comerciantes (Zamosc & Gaviria, 1980). Los curiteños todavía recuerdan aquella época como un régimen de explotación del artesano:

“En los tiempos anteriores era que la gente hacía los sacos, y habían tres o cuatro compradores que manejaron eso a su antojo. Subían el fique, bajaban los sacos, todo el mundo pagaba el fique, quedaba sin tener con qué comer, y fíen el fique, y entonces tienen los saquitos pa pagarle, y nadie averiguaba si en realidad el fique bajó o no bajó. El artesano sufrió mucho. Todo el mundo trabajaba y escasamente para medio subsistir, pero los compradores de fique sí subían y bajaban cuando querían. Había como unos cuatro señores dedicados a eso”. (I. Urrea, entrevista personal, abril de 2015).

Como si fuera poco, la actividad figuera traía consigo afecciones de salud, tanto respiratorias por la inhalación de partículas al escarmenar o peinar el fique, como enfermedades de espalda y riñón para los tejedores, y várices y llagas en las hilanderas.

Figuras 103 y 104. *Desfibrado y escarmenado del fique*



Fuente: fotografías de Luz Andrea Cote N.

Figuras 105 y 106. Tejido artesanal de costales de fique



Fuente: fotografías de Luz Andrea Cote N.

Siguiendo el relato del Capítulo V de esta tesis, para buscar soluciones a la crisis de los empaques y a las problemáticas que ésta traía a todo el campesinado y artesanado santandereano, los representantes de estos sectores se organizaron en entidades de cobertura local, regional y nacional, con mayor o menor apoyo de entidades públicas y privadas, y, muy especialmente en la provincias guanentina y comunera, con el impulso del SEPAS, organización que realiza acciones educativas para el desarrollo de iniciativas socioeconómicas basadas en el cooperativismo (Pérez & Vargas, 2014). Estas entidades buscaron, entre sus objetivos principales, sacar adelante investigaciones y proyectos de intervención para diversificar el uso de la fibra de fique.

En este contexto, y al parecer como resultado de las relaciones que mantenía con SEPAS,¹¹⁴ aparece trabajando en los municipios de Aratoca y Curití la Asociación Alemana para la Educación de Adultos (AAEA), una ONG internacional experta en el ámbito de la educación de adultos y la cooperación para el desarrollo con su Instituto de Cooperación Internacional, la cual era financiada por el Ministerio de Cooperación Económico de la República Federal Alemana. Como se ha mencionado brevemente, en la década de 1980, esta entidad desarrolló un proyecto conjunto con Artesanías de Colombia, la Universidad de los Andes y el SENA para dar nuevos usos al fique, redirigiendo el tejido tradicional de costales e introduciendo nuevas técnicas para la elaboración de telas para pared y cortinas, y de objetos utilitarios y decorativos como bolsos y tapetes.

La idea, no obstante, contaba con algunos antecedentes. Por una parte, es pertinente recordar que el fique fue utilizado por los indígenas guane para la elaboración de ciertos

¹¹⁴ Aunque el inicio del proyecto está poco documentado, de acuerdo con algunos de los participantes en él, la asociación mantenía una relación con SEPAS, y por tanto su iniciativa puede entenderse como una invitación de este último a aportar al desarrollo del territorio en la línea del cooperativismo.

objetos de uso cotidiano, práctica que fue también adoptada por el campesinado que se instaló en el territorio, de manera que cuando el fique se dedicó en su mayoría a la fabricación de empaques, todavía había mujeres que tejían mochilas para el mercado u otro tipo de objetos mientras realizaban sus labores domésticas o agrícolas (Ruge et al., 1984). Estas piezas eran elaboradas para el uso y el consumo doméstico, y muy pocas veces para vender en el mercado local o regional (Rojas & Fajardo, 2013, p. 32). Además, ya desde la década de 1970, en distintas partes de Colombia se estaba impulsando el uso del fique para realizar objetos decorativos y “manualidades” (Mora, 1968), y si bien los objetos utilitarios de fique que solía utilizar el campesinado -como las alpargatas- eran cada vez menos demandados, se comenzaban a realizar productos más adaptados a la vida actual que lograban mayor aceptación (Ruge et al., 1984).

En Curití, los habitantes recuerdan que antes del llamado “proyecto colombo-alemán”, una señora llamada Emilia Arciniegas y unos hermanos de apellido Guevara elaboraban “saquitas” para cargar el mercado con fique crudo y tinturado. Los hermanos utilizaban la técnica del macramé para tejer las bolsitas, las cuales eran enviadas a Venezuela. También realizaban figuras de animales y letreros en fique. No obstante, el antecedente que más se recuerda es una experiencia iniciada por las hermanas Lourdes y Esther Gutiérrez, quienes organizaron un pequeño grupo de artesanas a quienes enseñaron a realizar láminas en fique para confeccionar productos a máquina, tales como bolsos y tarjetas navideñas. Aunque fueron comercializados, al parecer tales productos no tuvieron el mercadeo y la cogida necesaria para dar sostenibilidad al proyecto.

Como sea, cuando la AAEA inició el proceso de diversificación, los artesanos de Curití seguían avocados a la elaboración de sacos. A pesar de haber sido soportado por esta entidad con dineros de cooperación internacional, y no obstante que en él participó la Universidad de los Andes en su fase inicial y que fue desarrollado en convenio con el SENA, este proceso se recuerda en Curití como un aporte de Artesanías de Colombia, cuyas diseñadoras realizaron intensos trabajos de campo con los artesanos. Así lo atestigua la maestra artesana curiteña Patrocinia Pimiento, quien fuera parte del proyecto: “...yo digo que lo que se está haciendo aquí, o lo que se hace, pues se le debe en ese entonces a Artesanías de Colombia” (entrevista personal, enero de 2015).

Es de notar que, aunque en la década de 1970 Artesanías de Colombia desarrolló proyectos en otros municipios santandereanos, no hizo presencia en Curití debido, probablemente, a su enfoque en la artesanía tradicional y en los objetos que ya eran elaborados por comunidades campesinas e indígenas (Artesanías de Colombia, 1990). No obstante, y como se ha dicho, la entidad se amplió a promover la diversificación artesanal con

base en técnicas y materias primas tradicionales. Esto le permitía aportar a la reactivación de la economía de pueblos artesanos deprimidos y la formación de nuevos núcleos artesanales dedicados a la artesanía contemporánea, fomentando así nuevos empleos, estabilidad en el ingreso y el arraigo a los territorios. También, “combatir” una serie de “manualidades” que se estaban impulsando en el país y que, según la entidad, no obedecían a la tradición de las poblaciones donde se promovían, ni a una utilización apropiada de los recursos naturales locales (Artesanías de Colombia, 1985a).

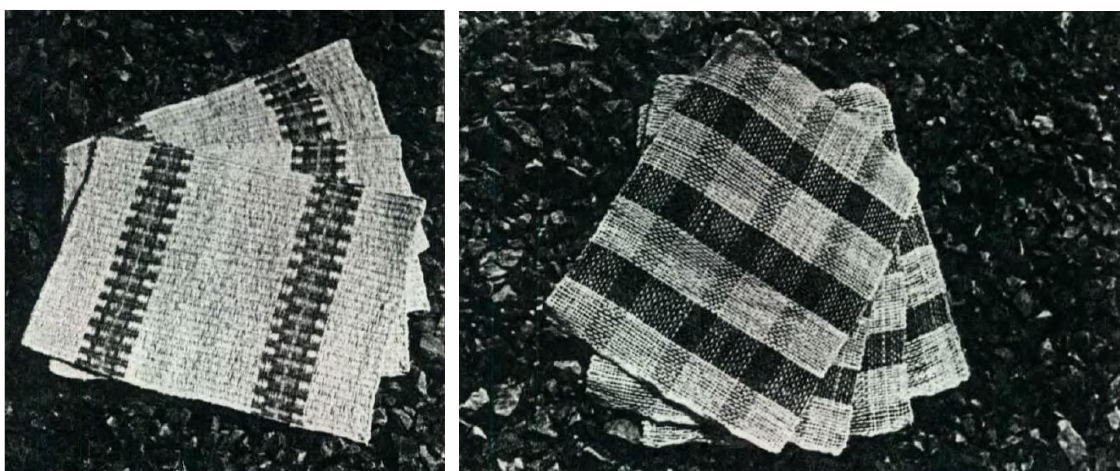
El proyecto tenía distintas líneas de acción que se inscribían en diferentes programas adelantados por Artesanías de Colombia: materias primas; capacitación para la diversificación de producto -talleres de diseño e implementación de técnicas-; y capacitación para organización comunitaria para producción y mercadeo (Artesanías de Colombia, 1985a, 1985b, 1986a, 1986b). En cuanto al Programa de Materias Primas, este buscaba realizar investigaciones e inventarios para conocer y divulgar el comportamiento de la planta del fique, y concientizar a las comunidades en cuanto al uso de los recursos naturales y su recuperación, objetivo con el cual se implementó un programa de huerta casera (Artesanías de Colombia, 1986a). En cuanto a la organización para la producción y comercialización, el propósito era orientar a los artesanos hacia la necesidad de organizarse y promover la conformación de pequeñas y medianas industrias de carácter cooperativo (Artesanías de Colombia, 1985a, 1986a). El programa de diseño y diversificación de la producción, por su parte, contemplaba la realización de estudios de costos y posibilidades de nuevos productos, tales como bolsos con partes en cuero, cortinas tipo persianas verticales y telas para forrar paredes. Las diseñadoras de Artesanías de Colombia debían proponer productos y dejar muestras para que los artesanos las ensayaran (Artesanías de Colombia, 1985a).

El proyecto inició en Aratoca y, de acuerdo con Patrocinia Pimiento, representantes de SEPAS en Curití seleccionaron cinco personas de este pueblo para que se vincularan a él. Uno de los objetivos del proyecto era consolidar un grupo productivo organizado, y viendo que esto no se logró en Aratoca, el proyecto terminó radicándose en Curití donde emergió un grupo interesado que tomó el nombre de Precoart. Comenzó a funcionar en un taller totalmente dotado con dineros de cooperación internacional y que fue vinculado al programa nacional de casas-taller de Artesanías de Colombia (1990). A este espacio concurrían las diseñadoras de esta entidad y los capacitadores del SENA para trabajar en la evolución de la técnica en el telar horizontal que los artesanos ya conocían, en nuevas técnicas como dos agujas y crochet para el tejido manual del fique y en el tinturado de la fibra. El excapacitador de Artesanías de Colombia, Germán Tarquino, resalta lo novedoso que resultó todo ello para los artesanos locales:

“Ya ahí ellos ven el tapete, ven la tela de fique en telar horizontal nuevamente, pues era el mismo telar... era lo mismo, pero hagamos unos pasos más, tres pasos... y aparece el diseño, aparece el color, y aparecen como esos nuevos productos, y aparece el crochet también. Entonces empieza a incursionar el fique en un tema... el bolso, la mochila, y aparece el mercado de eso”. (Entrevista personal, marzo de 2015).

Los resultados documentados en el archivo Cendar de Artesanías de Colombia y los relatos de los participantes en el proyecto, muestran que la diversificación terminó decantándose hacia la elaboración de objetos terminados, dejando de lado las telas. El proyecto de introducir nuevos materiales que se aliaran bien con el fique, tales como el cuero, se cumplió, y tomaron forma propuestas que han trascendido y que hoy algunos artesanos se adjudican como invenciones propias: “Hoy en día la gente no lo reconoce así. No lo reconoce es porque ya por lo menos unos dicen ‘no, es que esto yo me lo inventé’, pero todo eso vino de esa escuela” (P. Pimiento, entrevista personal, enero de 2015). Los participantes en este proyecto recuerdan que se trató de una experiencia fructífera, con aprendizaje práctico, en la que las diseñadoras de Artesanías de Colombia trabajaron y experimentaron codo a codo con los artesanos, lográndose muchos de los tipos de productos que hoy se comercializan en la región, tales como lámparas, individuales de mesa, bolsos de mujer con remaches, correas, chapas, tapas y cordones en cuero, cortinas y tapetes, entre otros. Debido a este programa de diversificación, Artesanías de Colombia obtuvo una mención en Expodiseño/87 por la óptima utilización de un material autóctono con amplias posibilidades comerciales en el campo de la decoración (SENA & Artesanías de Colombia, 1987).

Figuras 107 y 108. *Individuales tejidos en fique hilado tinturado y crudo.*



Fuente: Diana Camelo, Artesanías de Colombia y Uniandes (Artesanías de Colombia, 1989).

Figuras 109, 110 y 111. Bolsos en fique crudo y tinturado, con forro y elementos en cuero y otros materiales como liencillo.

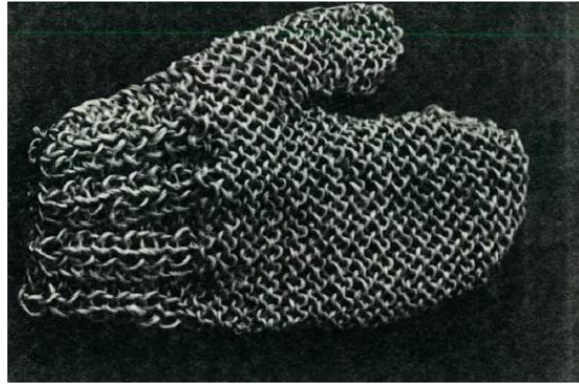


Fuente: diseños de Diana Camelo y Artesanías de Colombia (Artesanías de Colombia,1989).

Figura 112. Tapete limpiapiés de fique en cabuya.

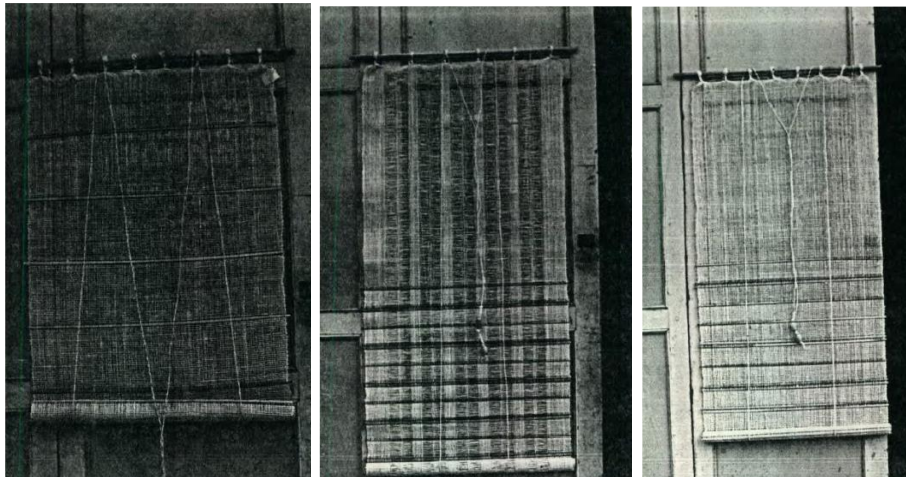


Figura 113. Guante de fique hilado.



Fuente: diseños de Artesanías de Colombia y Uniandes (Artesanías de Colombia, 1989).

Figuras 114, 115 y 116. Cortinas de rollo.



Fuente: Diseños de Artesanías de Colombia y Uniandes.
Artesanías de Colombia de Colombia (1989).

Precoart, llegó a su fin hacia fines de la década del ochenta y comienzos del noventa, sin que hayan quedado especificadas las causas en los archivos de Artesanías de Colombia. No obstante, es importante recordar que, en el cambio de década y con la llegada de Cecilia Duque a la gerencia de esta entidad, se dio un giro en la manera de operar y se pasó a trabajar por proyectos concertados, lo que, al parecer, discontinuó la presencia de Artesanías de Colombia en la zona de estudio, ya que posiblemente no hubo entidades locales interesadas en seguir apoyando la experiencia. Esto es lo que uno de los participantes en el proyecto cree que sucedió:

“No sé, en esos siete años se echó a andar con Artesanías de Colombia, no se buscó como el apoyo, o nadie apoyó aquí en Santander esos proyectos, entonces ellos como que se cansaron y se fueron. No hubo apoyo ni de la alcaldía ni de la gobernación, sobre la diversificación”. (C. Sequeda, entrevista personal, abril de 2015).

Otras personas involucradas en el proyecto consideran que quizás éste fue muy asistencialista y por tanto no se desarrolló la visión y el liderazgo local necesarios para darle sostenibilidad, mientras que algunos aducen otro tipo de razones que tienen más que ver con problemas internos de la organización:

“No sé, yo me sentía mal allá porque la idea era que mucha gente aprendiera, y cuando ya aprendieron unos poquitos ahí, entonces que no, que eso no alcanzaba ni para nosotros, mucho menos para los demás [...] Yo siempre digo que ‘lo que nada nos cuesta, volvámoslo fiesta’. Todo ese taller, toda esa maquinaria, al cabo del tiempo la vendieron, cada uno cogió su parte. Menos mal yo no alcancé a estar en ese momento”. (P. Pimiento, entrevista personal, enero de 2015).

Tras el final de Precoart, los intentos por diversificar el uso del fique no cesaron en Curití, y pueden observarse en la década de 1990 dos experiencias principales que apostaron por modelos organizativos y tipos de producción diferentes para buscar la consolidación de la economía de transformación del fique de cara a los mercados emergentes. A continuación se aborda esta bifurcación en el camino de la heterogeneización de la artesanía curiteña.

7.2.1. Ecofibras, una apuesta por el fique con enfoque empresarial

Como se mencionó en el Capítulo V, en la década de 1990 el gobierno nacional, a través de un convenio de cooperación técnica entre el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural y el IICA, impulsó un programa nacional para la sustitución, modernización y diversificación del fique. Para el cumplimiento de sus objetivos -entre

los que estaba la creación de centros de diversificación de uso del fique y de empresas de fibrorreforzados- promovió una entidad llamada Cedifique que debía hacer presencia en los territorios fiqueros del país. De acuerdo con los informantes locales que participaron en el proyecto o fueron testigos del proceso, en el territorio de estudio lo impulsaron el Ministerio de Agricultura, SENA, Unisangil, SEPAS y algunas cooperativas de la zona.

Con los recursos asignados por el gobierno a Cedifique, las entidades promotoras de la entidad en Curití organizaron un grupo de profesionales y técnicos que llegaron a desarrollar diseños y prototipos de productos distintos a los costales, especialmente telas, y a proponer la fabricación de adobe o ladrillos para diversificar el uso de la planta de fique. De acuerdo con algunos participantes, el proyecto duró mientras duraron los recursos, pero algunos informantes indican que la entidad finalizó por malos resultados y problemas administrativos. No obstante, el rector de Unisangil, junto con otras entidades y actores interesados, continuaron con la elaboración de muestras de telas, para lo cual se acudió de nuevo a la asesoría de Artesanías de Colombia, entidad que se vinculó al proyecto mediante convenio suscrito con Unisangil y conformando grupos de trabajo artesanal (Ecofibras, 1996; Vargas, 2008). Así recuerda José Delio Porras, quien participara en el proceso en aquella época, los avances:

“Las muestras eran de telas, combinación de algodón y fique, que se empezaron a mandar a los sitios donde venden telas para marroquinería para bolsos, tela para calzado -esas tiendas se llaman peleterías- y también a hacer bolsos. Entonces se vio que el tema funcionaba, con las muestras, porque empezaron a decir: ‘Oiga, a mí me interesa, ¿tiene para vender? ¿me puede producir tato?’. (Entrevista personal, abril de 2015).

Observando los resultados, Unisangil lanzó la idea de formalizar un grupo de asociados y dotarlo de unos recursos iniciales, de manera que, en concordancia con el espíritu reinante en la región, se vio como la mejor alternativa el crear una cooperativa a la que se vincularan instituciones del sector solidario y personas naturales. Fue así como se congregaron mediante un acuerdo de asociación: la CCB, El Común, la Central Comercializadora de Alimentos (Coomercop), la Asociación de Mujeres para una Nueva sociedad (AMNS), Unisangil y el SEPAS (Pérez & Vargas, 2014; Vargas, 2008). La empresa cooperativa creada se llamó Ecofibras Ltda., y dos años después de su creación fue contratado como gerente José Delio Porras, quien continúa en su cargo y afirma que para el ingreso de personas naturales a la cooperativa se estableció por estatutos que debían estar activas en el proceso de producción y/o transformación del fique.

De acuerdo con sus fundadores, el propósito de crear una empresa cooperativa era organizar a los pequeños productores y trabajadores artesanales a fin de diversificar el uso de la fibra de fique, darle un manejo sostenible al cultivo, mejorar el trabajo de productores y artesanos, y alcanzar niveles adecuados de estabilidad y competitividad (Mojica & Paredes, 2004; Pérez & Vargas, 2014). De esta manera, también se estableció por estatutos que las oportunidades de trabajo que generara la empresa fueran principalmente cubiertas por los asociados, tal como lo resalta su gerente: “Fue interesante que hubiera dos tipos de asociados: personas que trabajábamos ahí dentro, e instituciones que eran aliados que, desde afuera, le daban apoyo y ayudaban a Ecofibras” (entrevista personal, abril de 2015). Hoy Ecofibras es referida por publicaciones y habitantes de la zona como la empresa que consolidó a Curití como pueblo productor de artesanías en fique (Pérez & Vargas, 2014).

José Delio Porras considera que la experiencia de Precoart no funcionó por que se basó en el asistencialismo y porque no desarrollaron inicialmente un producto que tuviera un potencial suficiente de mercado para “despegar” y estabilizar el proyecto. Ecofibras, en cambio, siguiendo los aprendizajes de Cedifique, inició con paso fuerte al optar por las telas y lograr interesar a clientes del gremio del calzado localizados en las cercanas ciudades de Cúcuta y Bucaramanga: “Empezaron a llamar y a pedir, y eso facilitaba la cosa porque había mercado. Era producir lo que estaban pidiendo (...) y por ahí despegamos” (J.D. Porras, entrevista personal, abril de 2015).

Al alero de la estabilidad aportada por el mercado de las telas burdas, Ecofibras pronto implementó también la elaboración de otros productos, especialmente objetos utilitarios como bolsos, cojines, cortinas y tapetes, para todo lo cual se buscó nuevamente la asesoría de Artesanías de Colombia con capacitaciones sobre manejo del cuero, elaboración de telas, elaboración de productos de diseño, hilado y tinturado de fique, y estudio de mercado (Ecofibras, 1996). La relación con Artesanías de Colombia también abrió a Ecofibras las puertas de Expoartesanías. José Delio recuerda la estrategia para participar en la que ya era para entonces la feria artesanal más importante de Colombia:

“Artesanías de Colombia vino inicialmente, nos trajo materiales, vino un diseñador, tratamos de sacar cosas, pero esas cosas fueron amarradas a la feria de Expoartesanías, que ya la había. De tal manera que nosotros fuimos en el año 96 a la primera feria, como Ecofibras, a Expoartesanías, Bogotá (...) y llevamos cosas en alianza con los zapateros y los marroquinos. Es decir, nosotros les producimos telas, ellos nos produjeron morrales, bolsos, calzado, y nosotros produjimos algunas otras cosas y las llevamos a Expoartesanías”. (Entrevista personal, abril de 2015).

Como lo dicen Rojas y Fajardo (2013) en la sistematización de la experiencia de Ecofibras, la empresa cooperativa comenzó a consolidarse gracias a que, con el apoyo de sus organizaciones socias, fue capaz de gestionar apoyos de, y alianzas con, entidades regionales, nacionales e internacionales, públicas, privadas y de cooperación, para el desarrollo de nuevas líneas de productos, la consolidación en el mercado regional y la apertura de nuevos mercados nacionales e internacionales. Uno de los logros que más destaca la empresa, sin embargo, fue su ingreso en la Cadena Productiva del Fique, lo cual le ha permitido participar en procesos destinados a formular política pública.

Hoy Ecofibras es una empresa asociativa sin ánimo de lucro, constituida jurídicamente bajo la forma de cooperativa, cuyos asociados son 7 entidades jurídicas y 29 personas naturales. Su misión es “organizar y prestar servicios a sus asociados en áreas de investigación, producción, elaboración, capacitación técnica, comercialización de fibras naturales y productos elaborados con las mismas, para beneficio de los asociados y de la comunidad en general” (Rojas & Fajardo, 2013, p. 14). Este beneficio general, según la empresa, se busca promoviendo el desarrollo empresarial rural, la generación de empleo rural, el crecimiento financiero, el fortalecimiento organizacional, el impulso a la diversificación de la fibra del fique y la preservación del medio ambiente, así como capacitando a artesanos y productores (Vargas, 2008).

Para lograr sus metas Ecofibras se plantea la necesidad de ser, además de una iniciativa de asociatividad, una “sólida y exitosa empresa productiva, en continuo crecimiento” (Rojas & Fajardo, 2013, p. 36). Para ello ha optado por una forma de organización de la producción que tiene como base una planta con procesos fraccionados y estandarizados. En la planta se elaboran principalmente aquellos tipos de productos que se obtienen del telar, tales como telas, individuales de mesa y ciertos tipos de tapetes, mientras que aquellos que son tejidos con agujas son realizados por tejedoras a quienes Ecofibras encarga y compra las diferentes piezas artesanales que elaboran en sus casas, para luego comercializarlas. Para suplirse de hilo, Ecofibras cuenta con hilanderas que trabajan tanto en la planta como en sus hogares. Para la dotación de la planta de Ecofibras, que ha incorporado distintos tipos de telares y espacios de taller, fueron muy importantes los recursos de cooperación gestionados por Atelier ONGD, de España: “En este proceso depuró técnicas de tinturado y uso del color y amplió la variedad de tejido y manejo de telares con las cuales pudo desarrollar una amplia gama de productos que le permitieron consolidarse como empresa” (Rojas & Fajardo, 2013).

Figuras 117 y 118. Planta de producción de Ecofibras Ltda.



Fotografías: Luz Andrea Cote N.

Figuras 119 y 120. Productos de Ecofibras.



Fuente: Portafolio Ecofibras (2017).

7.2.2. Areagua y el camino de la asociatividad

Si una es Ecofibras Ltda., la otra empresa o taller que los informantes locales indican como de obligatoria visita a todo aquel que esté interesado en las artesanías curiteñas, es Areagua. Su nombre está asociado estrechamente al de Patrocinia Pimiento, quien forma parte del reducido grupo de artesanos que en Colombia ha recibido la medalla “Maestro de Maestros”, un reconocimiento que hace Artesanías de Colombia a aquellos artesanos que han dedicado toda su vida a legar su conocimiento a la comunidad con la que conviven. Para introducirse en el carácter actual de esta empresa cabe traer a colación el siguiente fragmento del diario de campo:

Alix me llevó a la casa de Patrocinia, a la cual se refiere siempre como “la mamá de los pollitos”, en el sentido de que consideran que fue quien dio origen a la elaboración de productos distintos a los sacos de fique y enseñó a los artesanos curiteños muchas de las técnicas y diseños que hoy circulan. La casa de ‘Pato’, como se le dice

cariñosamente, es también su taller, ya que tienen destinada la primera planta a la elaboración de sus tejidos y la segunda planta a residencia familiar. Se trata de un taller relativamente sencillo en el que pueden observarse paquetes de fique en rama -crudo y tejido-, una zona que se utiliza para tinturado de fique, un espacio destinado para el trabajo en telar horizontal -en el que trabaja con esfuerzo un socio y familiar de Patrocinia- y estanterías donde se organizan los productos terminados. En el suelo, conos y ovillos de fique hilado hacen del sitio un espacio multicolor. En la parte de fuera de la casa se secan al aire mechones de fique tinturado. Pese a que es obvio que se trata de un taller que no tiene la dimensión que se imagina previamente cuando los informantes hablan de Areagua como una de las dos principales empresas de Curití, tres personas trabajan agitadamente en un pedido de más de mil unidades de tapetes que está destinado a clientes alemanes. (Fragmento del diario de campo).

Como ella misma relata, decepcionada por el final que tuvo la experiencia “colombo-alemana” de Precoart en la que había participado activamente, Patrocinia regresó durante un tiempo a la elaboración de costales o sacos de fique, hasta que un día llegaron a tocar a su puerta los esposos Marina y Carlos Marín, quienes la convencieron de que retomaran juntos el trabajo de la diversificación. Se dio entonces una sumatoria y un intercambio de conocimientos entre Patrocinia y Marina, pues la primera contaba ya con lo aprendido en Precoart y la segunda llegaba con un vasto conocimiento como artesana y nuevas técnicas que podían aplicarse al tejido del fique. Haciendo parte de esta sociedad, Patrocinia participó por primera vez en la feria Expoartesánías. Se trató, sin embargo, de una experiencia que no derivó en una empresa o asociación estable. Paralelamente, Patrocinia se vinculó con Ecofibras de manera externa tejiendo bolsos, trabajo en el que se desempeñaba cuando la visitó en su casa la profesora Esperanza Rodríguez con la propuesta de organizar una asociación de artesanas.

Esperanza era, y continúa siendo, una crítica del modelo del sindicalismo y del cooperativismo que se desarrolló en Santander, puesto que considera que se dio una manipulación de sectores de la sociedad por parte de algunas entidades con el fin recibir recursos públicos y de cooperación. Interesada en aportar a la solución de los problemas de los artesanos afectados por la crisis de los empaques, quería buscar una metodología para que estas personas pudieran participar de un movimiento de organización social más adecuado a sus necesidades que el que estaba proponiendo Ecofibras:

“Empezaba SEPAS a llegar con sus cuentos de organizar los artesanos. Ellos ya tenían su organización, Ecofibras, pero uno lo que ve... el modelo que proponía Ecofibras a mí no me gustaba porque era, a nombre de recursos de cooperación internacional, pero era un proceso de intermediación, de todas maneras, donde la organización se vuelve un intermediador del trabajo artesano. Nosotros pensamos una organización donde el artesano fuera dueño de sus procesos, de sus precios, de sus relaciones, de sus decisiones, y la organización un apoyo de eso. Y, de hecho, siempre fuimos así”. (Entrevista personal, febrero de 2016).

Esperanza recorrió la provincia convocando artesanas de distintos municipios y que trabajaban diferentes técnicas, de manera que la Asociación Regional de Artesanos de Guanentá (Areagua) inició con cerca de 25 artesanas. Patrocinia decidió dejar su trabajo con Ecofibras porque la forma de organización de Areagua le satisfacía más. La Asociación tuvo su primera sede en Pinchote, pueblo lo suficientemente cercano a San Gil como para aprovechar el influjo del turismo que ya comenzaba a percibirse, y evitar, a la vez, la capital provincial, que era sede de SEPAS. En su sede de Pinchote, con la asesoría de la profesora de historia Isabel Urrea, la asociación montó un pequeño museo de antigüedades relacionadas con prácticas artesanales del territorio, de manera de atraer la atención de los visitantes y explicar los procesos históricos que estaban detrás de su producción. No obstante, pronto se hizo evidente que lo mejor para la asociación era trasladar la sede a Curití:

“El punto no sirvió, Pinchote, porque realmente la comunidad donde había la raigambre de los artesanal era Curití, y se manejaban todos los procesos. Arriba era solo el hilado, Pinchote era artesanía decorativa... no había una tradición como la de Curití, que garantizaba un proceso más auténtico, menos decorativo [...] Además, a la hora de decir dónde va a ser el punto de venta, entonces Curití gana porque es el grupo más numeroso, es el grupo que conoce todas las técnicas, el que mayores líneas de producción de lo que habíamos pensado en línea tenía, y porque, además, a pesar de no estar tan cerca de San Gil como Pinchote, tenía un punto de atractivo para el turismo que era [el balneario de] Pescaderito”. (E. Rodríguez, entrevista personal, febrero de 2016).

De acuerdo con Esperanza, de las socias iniciales del grupo, ninguna había tenido experiencia en tejido fuera de la elaboración de los sacos de fique. Solamente Patrocinia y ella misma manejaban técnicas de tejido con agujas, las cuales Esperanza había aprendido de su madre artesana y en el colegio de monjas. De esta forma, al principio, los productos que se hacían en Areagua eran una especie de evolución de los costales de fique crudo: “un saco más estético”, según Esperanza. Su oferta se fue diversificando en la medida en que las socias fueron aprendiendo más técnicas, y, como recuerda María Torres, quien fuera miembro del grupo, comenzaron a elaborar bolsos y monederos. No obstante, la línea de tapetes, que había quedado a cargo de Patrocinia, se consolidó como el fuerte de la asociación. Aun así, no era suficiente, y decidieron pedir la asesoría de Artesanías de Colombia para explorar nuevas opciones:

“Patrocinia fue muy hacendosa en eso, en pedir el apoyo de ‘venga, mándenos una diseñadora’ a Artesanías de Colombia, y Artesanías de Colombia mandaba diseñadoras. Todavía no era el negocio de la diseñadora venir a ver qué producto podemos diseñar pa podérnoslo llevar, sino ‘venga les enseñamos nociones de diseño’. Era todavía como una cosa general, como un contexto de capacitación realmente, y no de capacitación *para* que nos produzca tal cosa particular. Entonces, todavía se daba una instrucción y que el artesano la asimilara con sus propios elementos”. (E. Rodríguez, entrevista personal, febrero de 2016).

Si bien Areagua, al igual que Ecofibras, tenía un local de ventas en Curití que aprovechaba muy bien los primeros flujos turísticos que comenzaban a llegar al pueblo, sus mercados iniciales más importantes fueron ferias y eventos tanto locales como regionales y nacionales. La Cámara de Comercio, una de las entidades más interesadas en impulsar por aquel entonces el turismo en la región, mantenía informada a Areagua de todos los eventos que se realizaban y la invitaba a participar en aquellos que eran organizados por la entidad. Además, Areagua comenzó a asistir a ferias nacionales como Manofacto y, especialmente, a Expoartesanías, en la que la entidad hizo presencia por primera vez en 1996, al igual que Ecofibras. Además, vendían sobre pedidos para tiendas en Bogotá, siendo una ventaja que su relación con Artesanías de Colombia había convertido a la asociación en un proveedor registrado de la entidad (Artesanías de Colombia, 1999b).

De acuerdo con su relato, las directivas de Areagua intentaron desarrollar un modelo organizativo que fuera lo más justo posible para las artesanas y los artesanos miembros -ya que llegaron a participar algunos hombres en el grupo-, de manera que tuvieran las mejores condiciones y no vieran la necesidad de vender sus productos por fuera de la organización. Por una parte, se buscaba que cada artesana manejara una línea de productos y realizara completamente el proceso de producción de cada uno, de forma que esa línea se identificara plenamente con su nombre y se evitara la competencia interna. Solamente si se veía sobrepasada buscaba el apoyo de otros socios, sin que se llegaran a establecer “relaciones de patrón-asalariado”, como dice Esperanza Rodríguez. No obstante, buscando facilitar los procesos y garantizar la calidad, se estableció que Patrocinia sería quien tinturaría e hilaría el fique, y la asociación se lo compraba para que todo lo realizado tuviera como base la calidad de su hilo, que era la superior.

Una de las principales ventajas frente a otras experiencias era que, con este modelo organizativo, cada artesano podía establecer el precio de su producto. No obstante, éste no se calculaba técnicamente, pues las artesanas se sentían temerosas de encarecerlo. También se estableció de común acuerdo que el 20% de la venta de cada producto se destinara a la asociación, inicialmente para pagar los costos de transporte de las mercancías, y posteriormente, cuando se traspasaron los costos de los fletes a los clientes o que cada artesano respondiera por ellos en función de la cantidad de su mercancía, este porcentaje se destinó a seguridad social.

No obstante estos esfuerzos, la asociación Areagua terminó por disolverse a mediados de la década de 2000, cuando ya solo permanecían verdaderamente activas Patrocinia y una familiar suya llamada Blanca Rincón, quienes debieron solicitar un crédito para hacerse cargo de la liquidación. Patrocinia considera que influyó de nuevo el individualismo y la falta de

disposición al trabajo organizado: “eso cada quien se fue abriendo, fue poniendo su negocio aparte...”, dice (entrevista personal, enero de 2015). Además, tuvieron problemas de lealtad interna, y para independizarse de la asociación, algunos miembros comenzaron a negociar aparte con los clientes. En cambio, según el relato de artesanos que salieron de la asociación a mitad de camino, el principal problema de Areagua fue la falta de visión empresarial. Su forma de organización, con base en artesanos que controlaban su propia línea de producto y muchas veces preferían declinar pedidos antes que solicitar ayuda y enseñar a otros, les llevó a verse rebasados y perder competitividad. Para otros participantes en la experiencia, la asociación también adoleció de malos manejos de recursos que no se destinaron a beneficios para todo el grupo.

Una vez liquidada la asociación, Patrocinia pudo retomar el nombre de Areagua para continuar con su propia empresa, pues la diversificación del fique ya se había echado a andar y pasaba por un muy buen momento. Puede decirse que el pueblo asistía a una naciente economía creativa, ya que, si bien los sacos de fique eran productos inmersos en las márgenes del capitalismo, se estaba dando un giro en el que los productos en fique comenzaban a adquirir poco a poco un valor cultural que podía capitalizarse y materializarse en mejores ingresos monetarios para los artesanos mediante la innovación.

Figura 121. *Presentación de Patrocinia Pimiento en bitácora de diseño de Artesanías de Colombia*



Fuente: Viganego & Becerra (2018, p. 3)

7.3. Turismo, expansión e incremento de la producción artesanal

Como se ha señalado en el Capítulo V, a mediados de la década de 1990 la provincia Guanentina, con su capital San Gil a la cabeza, inició un proceso para consolidarse como destino de turismo de aventura. Si bien la actividad principal, originalmente, fue el canotaje, posteriormente se implementaron otras como el espeleísmo. Para esta última, así como para otras que se desarrollaron más tarde como el rappel y el vuelo en parapente, entró en el mapa Curití, con sitios apropiados como las cuevas de la Vaca y del Yeso, el “voladero” de la vereda Palo Blanco Alto y la pared de descenso de 60 metros del sitio El Cajón. Estos lugares comenzaron a ser incorporados en la oferta de empresas operadoras de turismo de aventura de San Gil.

No obstante, ya el balneario Pescaderito, localizado a solo 15 minutos en vehículo del caso urbano de Curití, era un atractivo para visitantes de la región. Observando la confluencia de estos factores, algunos líderes locales decidieron impulsar el turismo mediante la creación de hoteles y piscinas para el veraneo, para lo cual solicitaron la asesoría de la profesora Isabel Urrea, quien planteó que debía incluirse un plan educativo para que los jóvenes conocieran la historia del municipio, desarrollaran una cultura del turismo y se sensibilizaran sobre la necesidad de preservar los recursos naturales. Al finalizar los talleres, los estudiantes recibían una constancia del SENA, entidad encargada de la formación técnica y tecnológica en turismo. En este marco se realizaron videos promocionales y otros materiales divulgativos, y a finales de la década ya Curití veía los resultados:

“En 1999 ya llegaba gente importante en turismo para lo que solía llegar. El hotel albergaba 60 personas, tampoco había más capacidad [...] La sorpresa que me llevó es que eso fue el primero de abril del 98, y para diciembre del 99 tocó devolver más de 500 personas ¡Comenzó a llegar esa cantidad de gente! Ahí nace el turismo en Curití”. (I. Urrea, entrevista personal, abril de 2015).

Las personas vinculadas al mundo de la artesanía vieron entonces una oportunidad para desarrollar un nuevo mercado que beneficiaría a quienes se introdujeran en la diversificación de productos elaborados en fique y no tuvieran a la mano los mercados nacionales o feriales como Expoartesanías:

“En ese tiempo ya empezó que la provincia Guanentina; empezaron a darse a conocer a nivel nacional que era como turístico, entonces ya la gente en Colombia, por la radio, por la televisión, empezaron a darle publicidad de lo que es Barichara, que era el mejor pueblito de Colombia, entonces ya el turismo empezó a venir a Barichara, y como estamos cerca a Barichara, San Gil, entonces el turista empieza a visitar los pueblitos cerca de la provincia. Y más o menos del 98 para adelante

empezó este pueblito... este pueblito como en el 97, 98, también era fantasma. Poca gente lo visitaba. Y desde ahí para abajo empezó a conocerse que... los primeros turistas que vinieron empezaron a llevar mochilas, o algo de fique, y eso iba de boca en boca, entonces ya se empezó a saber por la radio que en Curití se hacía diversificación del fique, se hacían diferentes productos. La gente empezó a venir, a llevar los productos, a comercializarlos, y como del 98 a 2005 las artesanías en fique eran un auge en Colombia”. (C. Sequeda, entrevista personal, abril de 2015).

Personas como Carmelo, quien ofrece el anterior testimonio, son ejemplo de la atracción que ejerció el floreciente turismo para los artesanos que conocían el antiguo trabajo del fique y de cómo fueron cada vez más los que, llegados desde zona rural de Curití o de otras áreas de la provincia y del departamento, decidieron radicarse en el pueblo para aprovechar ese “auge” de la diversificación y el naciente flujo de visitantes. Carmelo, particularmente, provenía del vecino y fiquero municipio de Aratoca, había trabajado en la elaboración de costales de fique la mayor parte de su vida y había participado en el proyecto de diversificación impulsado por la AAEA y Artesanías de Colombia:

“Yo, más o menos teniendo conocimiento, y uno haciendo costales, que eso no daba para nada, pues averigüé y me vine a Curití a preguntar y a mirar qué era lo que estaban haciendo, para así implementar lo que más o menos había aprendido yo con ese proyecto (...) Yo llegué a Curití en el 95 sin nada, nada, nada. O sea, 200 pesos que tenía pal pasaje que valía de Aratoca al ramal y ahí me vine a pie hasta acá, porque no tenía nada, nada (...) Como yo ya sabía un poquito de la diversificación, entonces empecé en Curití a trabajar y a diversificar (...) La ventaja de estar en Curití era el turismo, porque en Aratoca, en ese tiempo, no lo visitaba el turismo. Y en Curití ahora la ventaja de tener la artesanía es el turismo: que los festivos, que diciembre, que Semana Santa, siempre turismo de Colombia e internacional también. El turismo fue el que dio a conocer la artesanía a nivel nacional, y compraban nuestros productos”. (Entrevista personal, abril de 2015).

Hoy Carmelo tienen una casa de varias plantas en la que ha dispuesto una tienda de productos elaborados en fique e insumos para el tejido, un taller de producción y una bodega, además del espacio de residencia familiar. En la misma calle, que es la de ingreso al casco urbano de Curití, se encuentran el taller y la tienda “Anudados y Trenzados”, de Gabriel Rivero. Gabriel se crio en una vereda de Curití en la que cultivaban y procesaban el fique para la elaboración de sacos, pero un día tuvo un accidente y no pudo continuar con su labor. Conoció entonces el trabajo de artesanía en fique que estaba elaborando su suegra y decidió aprender e integrarse a la nueva y próspera actividad, siendo uno de los pocos hombres que participó en Areagua. Gabriel recuerda que: “Yo, cuando me metí a esto, ya la artesanía andaba bastante” (entrevista personal, abril de 2015).

También en la misma calle se encuentra la casa de residencia y taller de Alix Joya, quien llegó a vivir al cercano y fiquero municipio de Villanueva, procedente de la ciudad de Barrancabermeja, al occidente de Santander. Alix se había formado en modistería en el SENA y laboraba en ello y en la fabricación artesanal de muebles, y parte de sus encargos consistían en abastecer de estructuras de madera a artesanos curiteños. Aunque sabía tejer, en Villanueva aprendió a través del SENA el trabajo con fibras naturales, especialmente con el fique, de manera que comenzó a elaborar bolsos por encargo de comerciantes de Curití. Fue entonces cuando decidió montar su propio taller, emprender su propia empresa y diseñar y producir productos bajo su marca, para lo cual decidió radicarse en Curití.

Figuras 122 y 123. *Gabriel Rivero secando y torciendo fique*



Fuente: fotografías de Luz Andrea Cote N.

De esta manera, se fueron sumando nuevos actores que contribuyeron a la heterogeneización de los productos hechos en fique. Muchos comenzaron sumándose a lo básico, que era la elaboración de mochilas o tapetes, pero luego aprendieron a realizar otros objetos e hicieron aportes en cuanto a introducción de nuevas técnicas aprendidas previamente o en otros lugares, propusieron nuevas líneas de productos como mobiliario y sombreros, o introdujeron innovaciones sobre líneas de productos ya existentes, como el uso de cuero de colores vivos en los bolsos. Varios de estos emprendedores capacitaron personas para que les apoyaran en sus procesos productivos porque no daban abasto, de manera que enseñaron a tinturar y tejer a terceros para posteriormente encargarles la elaboración del hilo e incluso de piezas tejidas para finalizarlas y comercializarlas. De esta manera, un número creciente de artesanos se involucró en la diversificación y sufrió un golpe más la casi extinta fabricación de costales. Y es que la diferencia, en cuanto a ingresos monetarios, era notable:

“El cambio fue un cien por ciento, porque cuando eso se manejaba aquí mucho empaque, ya el empaque, si estaba a 1.000 pesos el par de sacos, la mochila, en ese tiempo cuando se empezó, valía 10.000, 12.000 pesos. Eso era muy buena plata,

entonces el traspaso fue total. Aprendieron las muchachas, los hombres a tejer”. (G. Rivero, entrevista personal, abril de 2015).

Además de Ecofibras y Areagua, a mediados de la década de 2000 había alrededor de cinco o seis emprendimientos de talleres y tiendas de artesanías en Curití, de las cuales se beneficiaban tanto tejedoras y tejedores como hilanderas, que, aun dando continuidad a su oficio, habían encontrado un nuevo mercado. Las posibilidades eran aún mayores si aprendían a tinturar y perfeccionar el hilado del fique, como sucedió con algunas hilanderas que se vincularon a Ecofibras. Ese fue el caso de la señora Teresa Ruiz, quien aún hoy hila para la empresa:

“¡Jm!, eso fue bueno porque, imagínese, cambiarse de uno vender una arroba de fique por ahí en 45.000 pesos, 50.000 pesos, a venderla a... cuando nosotros empezamos a vender a la empresa, que valía 12.000, 14.000 un kilo, todo el mundo: ‘¡uy, Virgen santísima, nos vamos a enrricar!’”. (T. Ruiz, entrevista personal, abril de 2015).

El período de bonanza de la diversificación se recuerda entre mediados de la década de 1990 y mediados de la década de 2000. Los estudios realizados en esta época para el establecimiento del *Acuerdo para el Fomento de la Producción y la Competitividad del Subsector del Fique* (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria [Corpoica] & IICA, 2004) daban la razón a los interesados en la diversificación. De acuerdo con este documento, si bien determinar los costos de la artesanía “decorativa” resultaba muy difícil porque la mayoría de los artesanos no tenían preparación académica para ello y/o trabajan sobre los pedidos que iban recibiendo, los grupos focales con artesanos de los departamentos de Antioquia, Boyacá, Huila y Santander permitieron establecer que el promedio de utilidad que registraba la elaboración de este tipo de productos era de 30% (p. 15), valor muy superior al que presentaban las demás actividades de transformación de la cabuya. Pero pronto las cosas comenzarían a cambiar.

Figuras 124 y 125. Mujeres elaborando “artesanías”



Fuente: Fotografías de Luz Andrea Cote N.

Figura 126. *Tienda de artesanías en fique*



Figura 127. *Artesanías en fique*



Fuente: fotografías de Luz Andrea Cote N.

7.3.1. El incremento de la producción en el sector artesanal curiteño

Debido a los buenos resultados, el número de emprendimientos asociados a la diversificación del fique no dejó de crecer y emergían cada año nuevas unidades de producción artesanal, varias de ellas derivadas de los núcleos iniciales de Precoart, Areagua y Ecofibras. Los artesanos que se formaban en estos núcleos decidían separarse para buscar mayor independencia, reconocimiento de su propia marca y mejores ganancias. Tal fue el caso de María Espinosa:

“Cuando eso estaba yo trabajando en Ecofibras, entonces, en Ecofibras me empleé un mes, y no me gusta ser empleada. En eso vi un almacén en San Gil donde vendían las tintas, decía: ‘tinta para fique’, entonces yo compré esas tintas. De ahí fui mirando cómo quedaba el color del hilo (...) así fui cogiendo experiencia yo misma hasta que empecé a evolucionar (...) Empecé haciendo bolsos y después monté mi propia empresa con ayuda de préstamos en los bancos”. (Entrevista personal, abril de 2015).

Si bien José Delio Porras, gerente de Ecofibras, asegura que la empresa siempre ha dado incentivos a los artesanos que se animan a crear y desarrollar nuevos diseños de productos, uno de los informantes que trabajó en la fábrica dice que su retiro se dio precisamente porque sentía que se le pedía innovar, la empresa aprovechaba así su conocimiento y creatividad, pero seguía recibiendo un salario mínimo mes a mes. Decidió entonces elaborar y vender sus productos por fuera de la fábrica con muy buenos resultados, y, según su relato, fue despedido de Ecofibras por comportamiento desleal.

Gabriel Rivero, por su parte, siendo miembro de Areagua aprendió a tejer tapetes de nudos en telar vertical gracias a las capacitaciones organizadas para la asociación por Artesanías de Colombia, y luego perfeccionó su técnica visitando talleres de otros artesanos del país y estudiando de manera autodidacta a partir de revistas. Su trabajo es tan poco usual

en Curití que rápidamente vio la posibilidad de independizarse y montar un taller rentable, de manera que, sumando su actividad al tejido de bolsos realizado por su esposa, iniciaron uno de los emprendimientos más exitosos que existen actualmente en el municipio.

Adicionalmente, la afluencia de turistas a Curití, la disponibilidad de mano de obra capacitada para la elaboración de artesanías en fique y la baja inflación que aún presentaba el pueblo a mediados de la década de 2000, fueron factores que favorecieron la llegada de comerciantes que, tras reunir a un grupo de artesanos para que les realizaran el grueso de la producción, se especializaron en finalizar las piezas y comercializarlas. A este grupo, al cual una artesana se refiere como el de “los cacharrereros”, vendría a adjudicársele la mayor responsabilidad sobre la caída de los precios.

Figura 128. *Gabriel Rivero tejiendo tapete en telar vertical*



Figura 129. *Hilado de fique en torno eléctrico*



Fuente: fotografías de Luz Andrea Cote N.

Figuras 130 y 131. *Tiendas de artesanías en Curití*



Fuente: fotografías de Luz Andrea Cote N.

Pero, más allá de la proliferación de unidades artesanales por estas vías, se dieron otros factores que favorecieron la expansión de la producción de artesanías en fique distintas a los empaques, no solo a nivel local, sino regional y nacional. Uno de los hechos más resentidos por los artesanos curiteños es la divulgación del conocimiento por parte de distintas entidades, especialmente Ecofibras y el SENA. En el caso de la primera, la empresa, como parte de la Cadena Nacional del Fique, asumió el compromiso de apoyar el desarrollo de productos dándole valor agregado a la fibra en todo el país, para lo cual se hacía necesaria la capacitación. De acuerdo con su gerente, “Ecofibras ha logrado un posicionamiento y un reconocimiento por ese trabajo que ha hecho [...] Porque, efectivamente, nosotros hemos ido a capacitar a grupos al Cauca, a Nariño, Boyacá, Antioquia...” (J. Porras, entrevista personal, abril de 2015). De hecho, en sistematizaciones de la experiencia de Ecofibras se presenta la divulgación del conocimiento como parte de la misión de la entidad para buscar el beneficio del sector artesanal del fique a nivel nacional:

Este lugar destacado que logra Ecofibras en el pueblo de Curití y en sus alrededores, producto de su gestión y apoyos recibidos, en lugar de sentirse, por parte de los otros comerciantes como una competencia arrolladora y quizás devastadora, se ha ido volviendo, con el paso de los años, en un importante factor de desarrollo y beneficios para todos. Y esto ha sido así porque Ecofibras, con el apoyo de Atelier, en lugar de abrazar para él solo todos los conocimientos y oportunidades que esta cooperación le ha brindado, se dedicó más bien a compartirlo y distribuirlo con sus vecinos locales y regionales. (Rojas & Fajardo, 2013, pp. 68- 69).

Mientras algunos diseñadores entienden la iniciativa de Ecofibras como una estrategia para solucionar el problema del incumplimiento habitual de los artesanos curiteños con las fechas de entrega de sus pedidos, buena parte de los artesanos la percibe como una iniciativa con la que la empresa buscó un beneficio particular vendiendo servicios de consultoría para luego dotar de materia prima -fique hilado- a estos nuevos núcleos productivos, una de sus líneas de negocio:

“Ecofibras comenzó a capacitar muchas personas fuera de Curití. Mandaron personas de Curití al SENA a capacitar a más personas fuera de Curití. Personas hasta de Medellín... empresas pagaron a personas de Curití la capacitación, tanto, que llegaron a la costa [Caribe] y la fibra se repartió por toda Colombia. Entonces, todo el mundo teje. Esa fue la cagada”. (A. Joya, entrevista personal, enero de 2015).

En el caso del SENA, como explican algunos de sus antiguos y actuales capacitadores en la región, apoyó la formación de personas en elaboración de productos artesanales en fique como parte de su misión de formar en competencias laborales para aportar al

crecimiento productivo del país, sin discriminar si estas tenían o no antecedentes en el oficio artesanal o fiquero. Carmelo Sequeda trabajó en estos procesos y explica así la iniciativa del SENA:

“La gente, por ejemplo aquí la de las veredas Manchadores, Cantabara, Colmenitas, Las Vueltas, y El Placer [...] esa gente solamente sabía hacer costales, y cuando vieron... ellos que salen al pueblo a mercar el día viernes y el día domingo, cuando veían artesanía venían y decían ‘oiga, eso está como más fácil y más mejor vender el fique que ponernos a hacer costales, si ya nadie los compra’ [...] Entonces, nosotros lo que hicimos fue, por medio del SENA, acá SENA San Gil, hacer una capacitación para esa gente [...] El SENA también aquí, en San Gil, en la provincia Guantánamo, impulsó colocar en todos los municipios instructores en el fique. Ya después había instructores en San Joaquín, en Mogotes, en la provincia Comunera, en lo que el SENA manda aquí en la provincia. Todos se capacitaron en fique, todos, todos, todos... otros se capacitaron en madera, entonces, el SENA impulsó esa carrera, eso como de artesanía”. (Entrevista personal, abril de 2015).

Los artesanos curiteños critican que el SENA, buscando utilizar la artesanía para proveer alternativas laborales y aportar al alivio de la pobreza en zonas fiqueras, no previera la caída de los precios que sobrevendría, de manera que el remedio podía volverse peor que la enfermedad. Además, en la opinión de algunos informantes de este grupo, el enfoque de enseñanza de la entidad estuvo errado porque instó a la reproducción de las técnicas y diseños existentes y no a la innovación, lo cual se vio agravado por el hecho de que la institución, en su proyecto de formación, promoviera entre sus estudiantes la creación de unidades productivas:

“Lo que pasa es que el SENA volvió esto como un mercado persa. El SENA, por lo menos, contrata los mismos que han aprendido acá y los pone a hacer repetición, a hacer trabajos repetitivos [...] Contrató gente de acá, de los que habían aprendido con los talleres de acá, y [...] ni les enseñó a sacar costos, ni les innovó el producto... Siempre seguían haciendo el mismo producto que hacíamos los que primero aprendimos, y de ahí es de donde viene todo lo que estaban hablando hoy por la radio, los alcaldes, que el producto se ha bajado [de precio] demasiado. Pero, por lo mismo y tanto, por lo que no hay innovación”. (P. Pimiento, entrevista personal, enero de 2015).

A la divulgación del conocimiento se sumó que muchos de los nuevos y antiguos talleres, para lograr mayor rentabilidad, comenzaron a vender el fique hilado en lugar de productos terminados, o adicional a ellos. El hilo no se vende únicamente en las tiendas de Curití, sino que se envía a otras ciudades del país donde tiendas y fábricas lo requieren porque el fique santandereano se considera muy apropiado para la elaboración de artesanías o “manualidades”, mientras que otros, como el fique caucano, se aprecia solo para la elaboración de empaques (Minagricultura, Corpoica & IICA, 2004).

La venta de fique hilado ha llegado a ser mucho más importante que la de productos terminados para algunos de los productores y comerciantes curiteños. En el caso de Ecofibras, el fique en rama y el hilo, que son comprados mayoritariamente por el sector industrial, constituyen los dos productos con mayor representatividad en sus ventas (Rojas & Fajardo, 2013). Este ha sido también el caso de artesanos que se han ido decantando por la venta de hilo, como María Espinosa, que encarga la hilatura a hilanderas del casco urbano, o Carmelo Sequeda, que compra hilo elaborado por hilanderas independientes de la zona rural. Carmelo, junto al hilo de fique, también vende al detal otro tipo de insumos como colorantes, cabestros y hebillas, y considera que la venta de la materia prima ha sido más beneficiosa para las familias que trabajan con él porque ha permitido dar continuidad al negocio y seguirles comprando su trabajo:

“De 2000 a 2007 se vendió mucho el fique ya hecho en bolsos, se comercializaba solo producto terminado. Ya hace unos seis, siete años, se está comercializando la materia prima [...] Si nosotros no hubiéramos vendido materia prima, yo creo, en mi concepto, yo ya no tendría almacén [...] Yo vendo más o menos el 85% en materia prima, y un 15% en producto terminado. Entonces ha sido más importante para mí ahorita la materia prima. Y la gente se está beneficiando, los 35 hogares de campo, porque a ellos les compro yo un promedio de 500 kilos semanales en materia prima [...] Entonces uno hace una carta de colores y la manda a los clientes, y ellos lo comercializan a nivel nacional para que usted en Bogotá ya puede encontrar un almacén donde le venden el fique, entonces ya un artesano en Bogotá, que necesita dos, tres kilitos, entonces va y se lo compra a ese señor, y entonces ya no viene hasta Curití porque se le hace más difícil, entonces por allá también hacen bolsos, hacen otros productos en fique. Y el fique siempre es de acá, de Curití”. (Entrevista personal, abril de 2015).

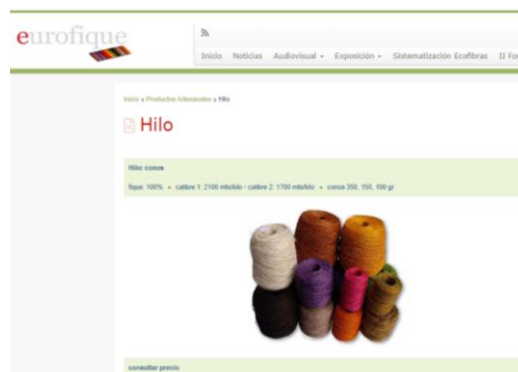
El siguiente paso de Carmelo fue disminuir su trabajo como productor y decantarse por la comercialización, al lado de la materia prima, de productos terminados por otros artesanos: “aquí entre nos, me volví fue comerciante”, dice con gracia. Aunque sabe que fue criticado por algunos artesanos al tomar esta decisión, este giro le representó mayor rentabilidad económica, pues elaborar sus productos le resultaba más costoso porque tenía que pagar mano de obra adicional. Además, observó que en Curití ya le era posible encontrar quien le supliera de productos terminados de la misma calidad que los que él elaboraba, y su experiencia le permitía hacer control de calidad. Se esmeró, entonces, en tejer sus redes de comercio buscando compradores en otras ciudades del país y proveedores en Curití, y considera que este ha sido un aporte positivo para el pueblo ya que muchos artesanos no tienen la capacidad de hacer mercadeo.

Figura 132. Catálogo de hilos de Ecofibras.



Fuente: fotografías de Luz Andrea Cote N.

Figura 133. Hilo de Curití a la venta en Eurofique.com



Fuente: Eurofique (s.f.).

7.3.2. La caída de los precios y de la calidad

En este panorama de proliferación de unidades de producción artesanal y de las artesanías en fique se pasó a competir con base en los precios, lo que derivó en la necesidad de rebajar la calidad de los materiales para disminuir los costos de producción e incrementar la producción para poder marginar lo necesario. Para los comerciantes, se ha hecho imperativo vender más, ya que se obtiene menor ganancia por producto. En este círculo, los distintos actores del sector artesanal se culpan unos a otros por la pérdida generalizada de valor económico de la artesanía curiteña. Representantes del gobierno local, como el Secretario de Desarrollo Social, sancionan el asunto afirmando que es resultado de la falta de organización del sector:

“Hay mucha, mucha gente que hace artesanía, y aquí se desvalorizó bastante la artesanía, uno, por la proliferación de gente que lo hace, pero, más que eso, es porque no hay unidad entre ellos. Entonces, si yo hago un bolso en 20.000, el del lado lo hace en 18.000, y el otro lo vende en 15.000, y el otro lo regala en 10.000. Y eso es lo que pasa acá. En realidad, falta que la gente se una, porque con esa división es difícil mantener unos precios estables y que a la gente en realidad le sea rentable trabajar en eso”. (J. Pinzón, entrevista personal, abril de 2015).

No obstante, y como ya se ha mencionado, entre los artesanos es común la opinión de que buena parte de la responsabilidad de la caída de los precios la tienen los comerciantes que llegaron a instalarse en el pueblo y no necesitan asumir los costos de producción, especialmente aquellos que se introdujeron en el rubro como una actividad económica complementaria:

“Hay ciertos empresarios en el parque que tienen como una estabilidad económica, y lo toman es como un *hobby*, como por terminar haciendo algo, malvendiéndolo, degradándolo, porque encima de que lo dejan muy barato el artículo ya terminado y procesado, todavía le dan rebaja”. (A. Joya, entrevista personal, enero de 2015).

“Acá ha llegado gente que no sabe ni coger una aguja de artesanías, gente de otros lados. Y llegan y montan el negocio ¡y ya son artesanos! Le compran regalada la mercancía a la gente que hace por ahí en las casas, que por necesidad vende barato, entonces ellos dan barato”. (A. Guevara, entrevista personal, abril de 2015).

Por su parte, es común que los comerciantes culpen de la baja de precios a los artesanos. De un lado, plantean que los artesanos-empresarios que venden directamente en sus talleres a los turistas lo hacen por debajo del precio comercial, aun cuando su principal clientela no es el mercado local puesto que trabajan pedidos principalmente para el mercado nacional o internacional. Artesanos como Patrocinia, que entran en esta baraja, sostienen lo contrario y dicen que se ven forzados a bajar los precios porque los comercios lo hacen:

“Yo digo que uno tiene la necesidad de vender. Ellos nos dicen: ‘no, es que son ustedes, los que venden en las casas, son los que venden barato’. Y qué días vinieron unos paisas y me decían: ‘no, es que en los almacenes del parque yo compro este tapete a 4.000 y usted me lo cobra a 6.500. Y yo digo ‘¿entonces?’. Incluso el muchacho se puso bravo y me dijo: ‘pero usted los hace, ¿por qué los vende más caros?’, y le dije: ‘pues ese es mi precio, ese es el producto que nosotros hacemos aquí’”. (P. Pimiento, entrevista personal, enero de 2015).

Los comerciantes o artesanos-empresarios también responsabilizan de la baja de precios a quienes laboran en sus casas para abastecerles, argumentando que la situación tiene mucho que ver con que ellos producen paralelamente piezas de menor calidad para venderlas en el “mercado negro”, es decir, bien sea en sus casas o a través de la venta ambulante, para lo cual algunos recurren a sus hijos u otros niños del pueblo que se ven motivados por la ganancia de algunos pesos. Quienes, como María Espinosa, subcontrataron a estas personas y ayudaron a capacitarlas, comentan con molestia que muchos decidieron no abastecerles más y rebuscarse sus propios canales informales de venta, dando el producto a precios muy bajos:

“Yo digo que Curití está como está, por la misma gente. Ahorita no es bueno para vender. Porque vienen de Bogotá, y le pagan el bolso a uno por ahí, a mucho, a 7.000 pesos. Porque las mismas personas, pongamos, si yo tuve 400 empleados, esos 400 empleados, que ahorita tengo como 35, ¿dónde están los otros? Ellos aprendieron, compraban su fique, la gente del campo empezó a trabajar el fique tinturado, no importa cómo quede, las mochilas también, no importa cómo queden, si mal tinturado, si bien tinturado, si mal hechas o como sea, la gente las compra. Pero las compra a ese precio”. (Entrevista personal, abril de 2015).

Por supuesto, los artesanos que trabajan en sus casas, que son en su mayoría mujeres, tienen respuestas a todos estos cuestionamientos. Arguyen que los comerciantes o

propietarios de tiendas establecieron tarifas fijas “por obra” o pieza terminada y pagan cada vez menos, hasta el punto de que, por un bolso tejido sin terminaciones o accesorios, un artesano recibe actualmente 4.000 pesos.¹¹⁵ Muchos de ellos se han adaptado a la situación “por necesidad”, como lo dijo doña Mercedes, quien no quiso dar un entrevista pero abrió las puertas de su casa para un encuentro que se relata así en el diario de campo:

Ya casi a la salida del pueblo, subiendo por la calle que va hacia Pescaderito y donde las casas se van volviendo más humildes (muchas de ellas de bahareque) vi un letrero sencillo hecho a mano que decía que se vendían obleas y bolsos, entre otras cosas. Toqué y me atendió doña Mercedes [...] La sala de doña Mercedes tendrá 2 x 2 metros cuadrados. En un rincón se encuentran apilonados paquetitos de fique en rama y conos de hilo. Sobre una silla, desordenados y enmarañados, hay bolsos y mochilas de distintos colores, muchos de colores vivos [...] Doña Mercedes considera que el oficio está mal para los artesanos porque la gente de los almacenes paga los bolsos muy barato y buscan quedarse con la ganancia, sin detenerse a pensar si el artesano al que le compran gana algo o no. Cuando le pregunté a doña Mercedes por qué, entonces, los artesanos seguían tejiendo y vendiendo a los almacenes, me dijo subiendo los hombros, como si la respuesta debiera ser obvia, “¡por necesidad!”. Me explicó que, al menos con lo poquito que ganan, pueden comprar la harina y la panela. Los propietarios de las tiendas les dan el fique y les pagan la obra, aunque no siempre contra entrega: “muchas veces demoran el pago”. Doña Mercedes no tiene otra forma de lograr ingresos monetarios más que a través del trabajo del tejido y las ventas que hace en su casa, a la cual a veces llega algún comprador que busca mochilas. Trabaja sola en su hogar, vive en arriendo y necesita los ingresos, además porque quiere cambiarse a un lugar un poco más amplio para ver si puede hacerle empeño a tener más material, producir más, vender más y ganar mejor. Me contó que antes hacían el par de sacos por solo 2.500 pesos, pero la gente también lo hacía ‘por necesidad’. Parece que, entonces, nada ha cambiado. (Fragmento del diario de campo).

Así pues, ante tal situación y debido a la falta de espacios para poder hacer una comercialización directa de sus productos, los artesanos explican que se han visto avocados a buscar contacto directo con los clientes, es decir, principalmente con los turistas. Ana Chaparro, quien trabaja al interior de su casa y tiene alguna ventaja por estar ubicada en una de las calles de acceso al pueblo, también explica los motivos:

“Hay un problema: que por un bolso, el ‘colombiano’, le están tirando [a cobrar] a usted 20, 30 (mil pesos), ¡de una!, allá en un almacén. Si quiere pasee, pregunte cuánto cuesta este bolso, usted discretamente, como turista [...] No hay beneficio para uno [...] Yo le digo: ‘deme 9.000’ [...] Me avisan: ‘Anita, allá abajo vienen turistas, saque los bolsos’, y yo los saco, los sacamos, y vendemos tres, cuatro bolsitos, gracias a Dios. Y dicen: ‘ay, aquí es más barato, arriba mucho cobrarnos caro”. (Entrevista personal, abril de 2015).

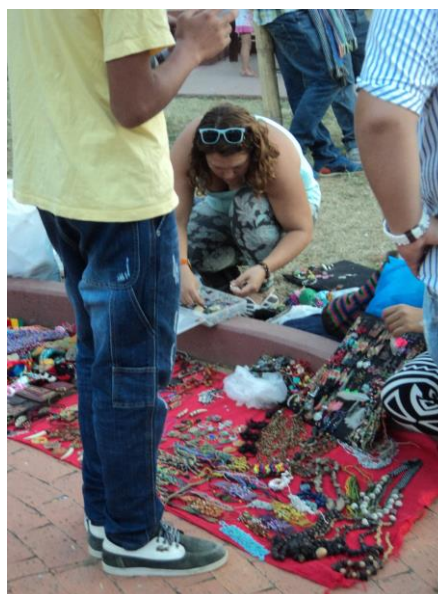
De acuerdo con algunos informantes, y aunque es un tema que se retomará más adelante, este fenómeno se explica en buena parte por el perfil de turista que llega a Curití, y

¹¹⁵ Un poco más de un euro.

para describirlo lo contrastan con el que visita Barichara. Al contrario de este último, el primero no tiene mayor capacidad adquisitiva ni se preocupa demasiado por la calidad, busca rebajas o precios bajos porque está interesado en souvenirs o en comprar en cantidad para comerciar, y, para todo ello, intenta saltarse la cadena de intermediación. Aunque, al igual que en Barichara, no existen estudios de caracterización de los visitantes, es frecuente encontrar su representación en términos similares a los que emplea la misma Ana:

“¿Tras de qué viene el turismo? de llevar bastante y más económico. Y regatean (...) Es que, venga le cuento: yo conozco el turismo. El turismo es como... como vamos aquí nosotros los pobres [...] Tiene que ir a buscar lo más económico que tope. Aquí un poquito el turismo se estaba quejando por estar muchísimo lo caro en los almacenes”. (A. Chaparro, entrevista personal, abril de 2015).

Figuras 134 y 135. Ventas ambulantes de artesanías en Curití



Fuente: fotografías de Luz Andrea Cote N.

La contracara de la guerra de precios ha sido la degradación de la calidad de los productos, que, según quienes denuncian la problemática, se viene presentando por tres razones: la necesidad de disminuir los costos de producción ante la caída de los precios en el mercado; la relajación en el control de calidad de los procesos por buscar producir en mayor cantidad y menor tiempo; y la práctica de los artesanos que trabajan a domicilio de sacar a la venta productos elaborados con el material sobrante que logran extraer de las entregas que les hacen las empresas para que puedan cumplir con sus encargos. Desde el punto de vista de Augusto Tavera, quien tiene un local comercial en la plaza del parque y subcontrata el trabajo de varios artesanos para luego finalizar sus productos, la problemática se resume de la siguiente manera:

“Digamos, gente que las hace [las artesanías] y busca bajarle costos, pero para bajarle costos le tiene que bajar calidad. A usted lo que le importa es correr, hacer bastantes, no importa que el tejido le quede junto, que haya una combinación de colores adecuado, no, lo que importa es lo segundo: los hilos, entre más baratos los consiga usted, porque no importa que sean de mala calidad; el todo es hacer con menor costo para poder vender también a menor precio”. (Entrevista personal, abril de 2015).

De acuerdo con los relatos de varios informantes, llegó a haber un momento tan crítico que algunos artesanos usaban refrescos en polvo para tinturar el fique, con el resultado de que los bolsos manchaban la ropa de los clientes. Asimismo, desconociendo u obviando los efectos, algunos artesanos utilizaron tintes no adecuados para la fibra. Todo esto difundió una mala fama para las artesanías curiteñas en todo el país: “Hubo gente que tinturó con Fresco Royal. En el momento llegado, eso es ya que se va. O el Indio, o el Iris, eso es pa algodón, más no para fique. Pa esto toca químicos especiales para fibras naturales” (G. Rivero, entrevista personal, abril de 2015). A esto se sumó la referida práctica de los artesanos que trabajan por encargo de extraer material para elaborar sus propios productos, de manera que ya no sólo estos últimos quedan de mala calidad, sino también los de sus contratantes, puesto que rebajan la calidad de hilos y tejidos.

Un subtema importante en todas estas problemáticas del sector artesanal, y que algunos informantes relacionan con la pérdida de calidad, es el de la “copia” de diseños, práctica que actualmente constituye una estrategia de muchos artesanos para hacerle frente a su introducción en el nuevo mercado y al ritmo de producción que se requiere en él. Diseñadores y comerciantes que han llegado a Curití consideran que la artesanía curiteña es pobre en cuanto a creatividad y que los resultados que ha dado la diversificación en materia de diseño tras veinte años son muy limitados debido, al menos en parte, a la copia:

“Muy popular. Aquí todo el mundo tiene lo mismo, en todos los almacenes. Aquí la gente, primero que todo, no tiene imaginación, no es creativa. Aquí se quedaron en los diseños en la mochila con la tira wayúu, el bolsito tradicional, la forma de bolso tradicional con cuero, forrado, poco herraje, pocos accesorios, y ya (...) Aquí todo el mundo copia”. (Y. Posada, entrevista personal, abril de 2015).

Al desglosar la problemática de la “copia” no sólo se pueden identificar algunas de las causas que se le adjudican sino las nociones que se ponen en juego para denunciarla. Por una parte, algunos informantes explican que la forma de organización de la producción ha facilitado este fenómeno porque una de las vías más comunes es la reproducción no autorizada de diseños que los empresarios o diseñadores entregan a los artesanos en condición de exclusividad para que realicen piezas por encargo. El producto de estas reproducciones que, como se ha dicho, son realizadas con material que se extrae del mismo

encargo, luego son vendidos por estos artesanos, bien sea a otros comerciantes, o directamente a los turistas y demás compradores. La situación se hace más difícil de controlar porque, para que pueda producirse en las cantidades necesarias, un diseño debe ser entregado a varias tejedoras.

Los hechos de este tipo terminan en disputas que la mayoría de las veces no trascienden a vías legales porque no suelen mediar contratos “de obra” por escrito y son muy pocos los diseñadores que realizan registro de sus diseños por las vías legales existentes. Por cuenta de esta forma de copia, los diseñadores, desde hace ya un buen tiempo, se muestra reticentes a trabajar con artesanos curiteños. Este es el caso de María Viviana Rueda, quien cree que la proliferación de sus diseños en las tiendas de Curití tiene que ver con el uso indebido que sus mismos trabajadores por obra hacen de ellos:

“Siento que estoy empezando a tener problemas [...] Estoy viendo que ya los modelos que yo estoy sacando ya se están empezando a mezclar allá [en Curití], y ese es el problema de acá, que uno no puede sacar una pieza porque en una semana, cuando mira al vecino, el vecino la tiene, ya la tiene el otro, el otro, el otro, y entonces se empieza a fusilar el diseño que uno realizó”. (Entrevista personal, abril de 2015).

Esta forma de “copia” no es, sin embargo, la única. Los mismos comerciantes y diseñadores resaltan cómo los artesanos curiteños tienen una gran capacidad para reproducir una pieza artesanal con solo observarla en las vitrinas o tomarle una foto. Esta capacidad aparece como una destreza a destacar en los relatos de los artesanos, y, como se verá en el siguiente apartado, se valida como fuente de inspiración cuando al diseño observado se le realizan “mejoras” o se emplean otros materiales que lo diferencian del referente. De esta manera, algunas líneas de productos que ni siquiera fueron creadas a nivel local, sino que proceden de otras ciudades, ya son elaboradas en Curití, como sucede con algunos tipos de lámparas que fueron ideadas por artesanos de Medellín. No obstante, es frecuente que las “copias” se realicen con materiales que emulan los originales, pero son de menor calidad, de manera que estos productos se disponen a precios más bajos y los compradores, que en muchas ocasiones no reconocen la diferencia, optan por la oferta más económica. Según informantes que cuentan con local comercial, los artesanos que trabajan por encargo usan el mismo diseño, pero trabajan distintos niveles de calidad según a quién van a entregar el producto:

“Muchas veces hay gente que, con una foto, otros hay que, usted me vende a mí, pero entonces no puede venderme todo lo que me hizo a mí, porque usted tiene que sacar ganancia, entonces hace un bolsito más malito que el que nos hace acá, y se lo vende al otro allá”. (A. Tavera, entrevista personal, abril de 2015).

El despliegue de productos con materiales de baja o regular calidad no se ha limitado al mercado local, sino que alcanza también el mercado nacional, ya que a Curití llegan comerciantes interesados en comprar grandes volúmenes de mercancías. Según algunos empresarios locales, estos intermediarios no realizan un control adecuado de la calidad de lo que adquieren, pues su objetivo no es vender directamente al detal, sino surtir grandes tiendas que manejan una lógica similar en otras ciudades, librándose de buena parte de la responsabilidad sobre el producto. Sin embargo, no se trata sólo de intermediarios externos, pues algunos comerciantes de Curití proceden de manera similar:

“Hay una empresa que se dedicó más que todo, no a las ventas al detal sino a las ventas al por mayor, y ha sido la empresa que a nivel nacional está surtiendo los almacenes de artesanía, que es de acá del municipio [...] Ella se dedicó más que todo a manejar volúmenes, sin importar un poco lo que es calidad, lo que es diseño, y entonces solo maneja precio. Y al comerciante pues realmente lo que le interesa es el precio como tal, más no la calidad del producto, o la innovación, o los diseños. Y entre eso surten a Barichara, a Guane, a Ráquira, Nobsa, Villa de Leyva. Y esos productos se ven en casi todos los almacenes de comercialización, porque es la empresa que maneja un buen precio”. (S. Torres, entrevista personal, abril de 2015).

Así, la caída de los precios y la calidad aparece como la principal preocupación en los relatos sobre la artesanía curiteña, no sólo de los diseñadores, artesanos y comerciantes locales, sino también de autoridades municipales y de agentes de fomento artesanal. Sin embargo, para comprender la manera en que se entiende la calidad es necesario explorar las estrategias que para su mejoramiento se plantean e implementan desde el rol que cumple cada uno en el sistema artesanal local. A continuación se aborda esta temática y se analizan las implicaciones de la introducción de la política de la calidad para los artesanos locales.

7.4. La apuesta por la vía de la calidad y la diferenciación

En el caso de Curití, la búsqueda de la calidad en la artesanía ha emergido con un fuerte énfasis en la necesidad de innovación y diseño, y para quienes estructuran la formación o capacitación en este sentido, o para aquellos que adoptan estas propuestas, adquieren relevancia temas como la formalización y la cultura empresarial, obtención de marcas, certificados o sellos de calidad y origen, y el cuidado del medio ambiente, tanto en cuanto a la certificación de los procesos como a la sostenibilidad ambiental de los productos. Todo ello atravesado por una necesidad de formación continua.

Distintas entidades han buscado fomentar y apoyar la apuesta por la calidad en el sector artesanal curiteño. En primera instancia es importante mencionar que, con miras a desarrollar actividades de fomento, capacitación y comercialización para el sector artesanal,

algunos empresarios tomaron la iniciativa de crear una nueva organización llamada Asociación de Tejedores de Curití (Astecur), la cual se constituyó en 2011 y está actualmente compuesta por seis empresas artesanales del municipio. Soledad Torres, directora de la Asociación y quien fue premiada en diseño por la Cadena Nacional del Fique, considera que los artesanos que han buscado la calidad han logrado contrarrestar en alguna medida la problemática expuesta en el apartado anterior: “La innovación en diseño y la calidad de los productos ha hecho que más gente se interese por los productos de Curití” (entrevista personal, abril de 2015).

En cuanto a Artesanías de Colombia, una vez finalizado el proyecto Precoart, tanto Ecofibras como Areagua recurrieron a la entidad para que los capacitara en distintos aspectos. Lo mismo hicieron posteriormente otras empresas y organizaciones, como la recién mencionada Astecur. Durante el tiempo en que Artesanías de Colombia ha hecho presencia en Curití, sus capacitaciones se han centrado en la cualificación y desarrollo de nuevos oficios; asesorías en diseño para mejorar, innovar y desarrollar nuevos productos con miras al mejoramiento de la competitividad; capacitaciones y asesorías para la identificación, mejoramiento y desarrollo de líneas de productos y producción de prototipos; capacitación técnica en oficios; asesoría y formación en calidad de producción, divulgación y comercialización del producto, desarrollo de empaque y embalaje, y manejo de imagen corporativa (Artesanías de Colombia, 1998, 1999a; Perilla, 2000; Rodríguez, 2003; SENA & Artesanías de Colombia, 2000). En los últimos años ha apoyado a Astecur en la implementación de herramientas de propiedad intelectual y promoción del posicionamiento de una marca colectiva para los productos de fique de Curití en el mercado (Siart, 2017).

Entre las entidades que han buscado promover la calidad artesanal en Curití también se cuentan la Cámara de Comercio, que apoya actividades de capacitación técnica para los artesanos, especialmente en lo relacionado con formalización y desarrollo de una cultura empresarial; y la Fundación Estructurar y Bancolombia, las cuales involucraron a población artesana de Curití en el programa Creciendo con mi Negocio, que realiza asesoría y acompañamiento integral a los artesanos, incluidos temas de diseño. Otras entidades como el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, el Fondo para la Acción Ambiental, la Gobernación de Santander, el IICA, la Corporación Autónoma Regional de Santander (CAS) y Atelier ONGD, también han tenido impacto en el artesanado local en temas relevantes para el desarrollo de la calidad, a través de las gestiones de Ecofibras.

Ahora bien, como se ha dicho, en Curití el tema de la calidad en la artesanía es preocupación central no solo para el sector artesanal en sí, sino también para otros sectores

interesados en él, como el turístico y el cultural. El presidente del Consejo de Cultura, por ejemplo, resume así las necesidades más urgentes de la artesanía curiteña:

“Debe hacerse un replanteamiento, y eso lo hemos hablado con los artesanos, de lo que tiene que ver con temas de calidad y competitividad. Porque hemos visto una falencia y es que en temas de competitividad de pronto hay un desequilibrio, entonces eso está llevando de pronto a que el producto pierda el valor que merece tener. Y lo otro es el sello de garantía, que es otra cosa que debe patentarse, que yo pienso que en eso fallaron los artistas artesanos de hace una época, porque no le pusieron como el sello”. (O. Silva, entrevista personal, abril de 2015).

Ante esta constante de la calidad en los discursos de los agentes de fomento artesanal y actores interesados en la materia, cabe preguntarse qué se entiende como tal en Curití y cuáles son las estrategias que se proponen para poder alcanzarla.

7.4.1. Diseñar e innovar para competir

Antes que los instrumentos de propiedad intelectual -los cuales aún no se encuentran muy extendidos entre el sector artesanal de Curití-, artesanos y diseñadores ven la innovación como la principal estrategia para hacerle frente a la competencia y superar la copia; y cuando hablan de “innovación” se refieren principalmente a la renovación permanente de los diseños o “estilos” formales de los productos.

“...Para mí la copia ni existe, o si existe, en vez de perjudicarlo a uno lo que uno hace es mejorar. Por ejemplo, si yo a veces innovo, es a raíz de los que me copian, por decirlo sí. A raíz de las copias, salen cosas mucho más interesantes. Y a mí mucha gente me dice ‘qué hacemos, que es que nos están copiando’, y yo les digo ‘mejor, porque si la copian usted simplemente saca otro estilo, saca otro diseño, y así usted va delante de los que le están copiando’. Yo ya le pongo poca atención”. (S. Torres, entrevista personal, abril de 2015).

De esta manera, y siguiendo a Cohen (1993b), uno de los factores que puede explicar la extraordinaria heterogeneización de productos artesanales en fique que se ha dado en Curití es el fenómeno cíclico de copia e innovación. Las fuentes de inspiración a partir de las cuales los artesanos curiteños renuevan sus diseños son muy variadas.

Para algunos, el no delegar la fase del tejido se convierte en una oportunidad para experimentar con las puntadas o, en general, con las técnicas que utilizan. Incluso, como se ha dicho, esta experimentación puede darse desde la fase del tinturado. El artesano y microempresario Gabriel Rivero se refieren a ello como “hacer ejercicios de creación”, en los que el artesano vierte toda su capacidad de concentración, creatividad, paciencia y aprecio por el trabajo bien hecho: “En esto lo que le toca a uno manejar son las matemáticas. Saber

sumar, restar y dividir, porque uno, con un nudo más que eche, o eche menos, no le da una figura” (G. Rivero, entrevista personal, abril de 2015).

Otros encuentran la inspiración fuera de su taller: en algunos casos, se acude a Internet para actualizarse y obtener ideas sobre diseños y gamas de colores que se están utilizando en el mundo de la moda o del hogar. Para lo mismo pueden utilizarse revistas impresas, y hay quienes consideran totalmente válido adaptar algunos diseños en cuero u otros materiales para ser elaborados en fique, bien sea que los hayan visto en una revista o directamente: “Alguien, por ejemplo, trajo una tula de cuero, entonces nosotros la mirábamos y decíamos ‘este morral de cuero se puede sacar en fique, o se le pueden hacer los cabestros de fique’, más o menos uno mirando hacía las cosas en fique” (C. Sequeda, entrevista personal, abril de 2015). Otros, como Alix Joya, prefieren realizar ejercicios para obtener productos más “auténticos”, como observar las combinaciones de colores que ofrece la naturaleza y fotografiarlas.

Pero hay también quienes, teniendo los recursos, buscan ideas más lejos, visitando comunidades artesanas y talleres en otras regiones del país, especialmente en busca de nuevos materiales que puedan aliarse con el fique, como las colgaderas de algodón de estilo wayúu.¹¹⁶ Este intercambio se considera que empuja a la innovación a todo el artesanado colombiano:

“Hubieras venido hace diez años, esas tiras [estilo wayúu] no existían por acá, ¿por qué?, porque ‘no, si nosotros estamos aquí en fique, tiene que ser en fique... ¡cómo le vamos a meter otras cosas!’. Ahora nosotros mandamos a la Guajira, y en la Guajira el fique también lo están combinando allá y están haciendo cosas con lo de ellos. Entonces, es bueno ir complementándonos porque el mundo de la globalización lleva a no quedarse uno encasillado solamente en lo de su región”. (A. Tavera, entrevista personal, abril de 2015).

La tecnología industrial también se observa como una posible aliada para la innovación. Algunos artesanos consideran que con acceso a ciertas máquinas industriales que, por ejemplo, permiten realizar acabados para dar un aspecto más sofisticado a las partes en cuero de los bolsos, podrían obtenerse muy buenos resultados: “Hay artesanías industrializadas y artesanías manuales. Me gustaría que me enseñaran a hacer acabados industriales, o sea, para tener dos diferentes diseños, uno muy pupi¹¹⁷, y otra que sea muy artesanalmente”, dice la diseñadora y artesana Alix Joya (entrevista personal, enero de 2015).

¹¹⁶ Como se ha dicho, los Wayú o Wayúu son un pueblo originario ubicado en la costa Caribe colombiana, en el departamento de la Guajira, aunque también habita territorio venezolano. Es reconocido por sus tejidos - especialmente sus mochilas- elaborados principalmente en algodón, lana e hilaza, de colores vivos.

¹¹⁷ Sofisticado.

Figuras 136 y 137. Bolso y bancos elaborados por Alix Joya.



Fuente: Fotografías facilitadas por Alix Joya.

Por otra vía, también existen los casos en que las tejedoras contratadas para ejecutar los diseños realizan nuevas propuestas o plantean mejoras, aunque según los artesanos empresarios, estos no son muy frecuentes. En el caso de Ecofibras, su gerente sostiene que esta última es una de las vías de alimentación en diseño que promueve la fábrica:

“Nosotros en Ecofibras estimulamos eso. Por ejemplo, si usted como artesana de Ecofibras, tiene una idea, nosotros le ayudamos para que la desarrolle. Si es algo novedoso, nos ponemos de acuerdo: ‘oiga, cuánto le pagamos y saquémosla’. Después de sacarla ya le hacemos una prueba de mercado para mejorarla y pa saber. Si eso va, lo seguimos, y si no, toca dejarla por allá quietica. Nosotros tenemos algo que se llama un banco de diseños, y es que, en todo este tiempo que hemos trabajado, hay muchas muestras, que las hemos hecho, y están allá como muestras, para en cualquier momento echarles mano. No necesariamente necesitamos traer un diseñador” (J. Porras, entrevista personal, abril de 2015).

No obstante, la principal vía para el desarrollo de nuevos diseños y líneas de productos en Ecofibras ha sido la contratación de diseñadores profesionales o la participación de éstos en proyectos ejecutados por la empresa. Puede destacarse, por ejemplo, la realización de proyectos apoyados por Atelier ONGD que permitió a Ecofibras vincular diseñadores nacionales que respondieran a las necesidades de la empresa, e internacionales que aportaron un portafolio de productos adecuados para el mercado de exportación. De acuerdo con Rojas y Fajardo (2013), con esta estrategia la empresa inició su acceso al mercado global:

Con esta cooperación internacional [Ecofibras] ha podido vincular e integrar conceptos novedosos en diseño, de vigencia y aceptación en el mundo global, provenientes de exigentes escuelas de diseño españolas, así como conservar y resaltar los diseños locales, más particulares, pero con algún interés para el mercado internacional. (p. 32).

Con el proyecto Comerfique, por ejemplo, ejecutado en dos fases entre 2007 y 2010, con diseñadores de España y Colombia se elaboró un paquete de 167 nuevos diseños, 5 colecciones, 67 prototipos y 52 productos finales en fique, aptos para el mercado nacional y el mercado europeo (Rojas & Fajardo, 2013, p. 69). De esta manera, a través de la gestión y ejecución de proyectos, Ecofibras cuenta con recursos para contratar diseñadores con el perfil que interesa a la empresa, el cual es descrito por su gerente:

“A nosotros nos interesa, no cualquier diseñador, a estas alturas. Claro, nos interesa un diseñador que esté dentro de la línea textil, diseño de interiores, o alguna cosa por el estilo; pero nos interesa un diseñador que, desde luego, tenga trayectoria como diseñador; que en lo posible sea dueño o tenga su empresa; que sea diseñador, artesano, empresario, y que, además, hoy hay internet, hay skype, pero nos interesa que haya podido pasarse por la feria de Milán, por la feria del regalo de Nueva York...”. (J. Porras, entrevista personal, abril de 2015).

De acuerdo con Atelier ONGD, su apoyo al desarrollo del diseño en Ecofibras se ha trasladado al territorio favoreciendo que la empresa cooperativa marque una pauta para todo el sector artesanal. De manera más concreta, la organización hizo posibles proyectos como Diversifique, que incluyó la realización del Primer Concurso Nacional de Diseño Artesanal en Fibra de Fique, en San Gil, el cual contó con participación de los estudiantes de diseño de la Unisangil y el SENA (Rojas & Fajardo, 2013). Esta última organización realizó también el Primer Encuentro Nacional de Artesanía en 2008, en San Gil, en el contexto del cual se hizo una pasarela para desplegar, entre otros, los aportes de los artistas y artesanos que trabajan el fique en el campo de la moda.

El SENA ha sido una de las entidades públicas nacionales que, de acuerdo con sus instructores, ha buscado apoyar el desarrollo del diseño y la innovación en la artesanía a través de la formación y el estímulo a la creación de unidades de producción artesanal con enfoque de calidad. Para ello, según explica Sergio Ducón, quien fuera funcionario del SENA por 22 años, el plan de formación con el que la entidad capacitó a muchos de los artesanos que hoy trabajan el fique contemplaba un ciclo de cinco elementos básicos: diseño, diseño experimental, teoría del color, tinturado y tejeduría. Además, de acuerdo con Gustavo Galeano, líder del Grupo de Artesanías del Centro Agroturístico del SENA en San Gil, la entidad ha creado programas técnicos que han favorecido la evolución de la artesanía en fique:

“Comenzamos a desarrollar un técnico que se llama ‘Técnico en elaboración de objetos artesanales en cuero’, y fusionamos tejidos tradicionales, como el macramé, el tejido en telar horizontal, telar vertical, telar de cuatro marcos [...] y aplicarle el cuero para darle un poquito más de estética, y enfocarnos un poquito más en la teoría y la psicología del color, para que todo fuera bajo una gama, bajo un concepto mucho más técnico, más sofisticado”. (Entrevista personal, agosto de 2015).

El SENA de las provincias Guantánamo y Comunera, según Gustavo, busca permanentemente que detrás de la producción artesanal exista un concepto de diseño y una identidad cultural asociada al territorio, y que en relación con ellos se establezcan los aspectos formales de los productos artesanales, como la gama de colores a utilizar. Encontraron necesario, por ejemplo, hacer un replanteamiento de la preeminencia de los colores vivos que se venían utilizando en los tejidos en fique, ya que, de acuerdo con su visión, estos no respondían a las expectativas de clientes como los bogotanos, muy importantes para el mercado de las artesanías en fique. Para todo ello, no obstante, el SENA se acompaña con Artesanías de Colombia:

“Artesanías de Colombia nos da la tendencia a nosotros y nosotros la trabajamos. La trabajamos para varios años [...] Ellos prácticamente sacan una tendencia para unos tres, cuatro años, o sea, para que se desarrolle un producto bien elemental. Como estamos en el tema de la tierra, del calentamiento global y todo eso, entonces las paletas están basadas y enfocadas a todo lo que es la parte de las vistas satelitales [...] y en base a eso nosotros sacamos nuestros productos [...] Y así mismo se van haciendo todas las paletas de colores; entonces ya ellos [los artesanos] aprenden qué es una paleta de colores, saben qué materiales están predominando en este momento, y comenzamos a identificar la gran cantidad de potencialidades que se pueden armar en cuanto a moda, accesorios... en qué está el mundo en este momento”. (G. Galeano, entrevista personal, agosto de 2015).

Como ya se ha reseñado, Artesanías de Colombia ha sido una entidad que ha realizado capacitaciones y ha brindado asesoría en diseño con regularidad a las empresas y organizaciones artesanales de Curití, desde los inicios de Ecofibras y Areagua. No obstante, llegó un momento en el que los artesanos curiteños comenzaron a manifestar su inconformidad con el giro que tomaron las metodologías de asesoría y los perfiles de los diseñadores de la empresa. Según los artesanos, y a diferencia de aquellos que acompañaron los procesos locales en las décadas de 1980 y 1990, estos nuevos diseñadores no conocen ni la materia prima ni las técnicas necesarias para el trabajo del fique, de manera que se les asignó el apelativo de “los diseñadores del lápiz”, al ser considerados excesivamente teóricos. Esta es la opinión, por ejemplo, de María Torres, quien ha participado en diversas capacitaciones de la entidad o acompaña por ella:

“Son muy pocos los que vienen y, por ejemplo, saben del tejido, saben del material, que es lo importante para desarrollar los productos que ellos piensan que se pueden hacer [...] Ellos traían era mera teoría, pero práctica nada. Ellos entregaban el diseño y el que lo elaboraba era uno. O sea, uno era el que tenía que vérselas cuántos puntos para que le botara la medida que ellos traían, y así. O sea, uno era el que hacía el producto, más ellos no le enseñaban a hacer el producto de esa medida”. (Entrevista personal, 2015).

Figuras 138 y 139. *Fotografías de archivo de Capacitaciones de Artesanías de Colombia a Ecofibras y Areagua*



Fuente: Perilla (2000).

A lo anterior se suma el malestar de los artesanos derivado de la idea de que son los diseñadores los que mayor beneficio obtienen de la relación bilateral, ya que sus visitas a Curití les permiten tomar y desarrollar ideas para sus propios productos. No obstante, de acuerdo con algunos informantes, esta relación jerárquica entre diseñador y artesano se ha venido revirtiendo en los últimos años y las asesorías y capacitaciones vienen dando mejores resultados:

“Comenzamos a cuestionarlos y hemos venido creciendo en ese sentido, en que ya: ‘usted no va a venir a aprender de lo que usted no sabe, ni a enseñarnos de lo que usted no sabe, sino que, usted trae unas cosas, confrontémoslas y qué es lo mejor’. Entonces eso es bonito, cuando ya no es el maestro que dijo, y el alumno que aprendió”. (A. Tavera, entrevista personal, abril de 2015).

De igual manera, algunas empresas artesanales de Curití han encontrado formas de trabajo más fructíferas a raíz de que se ha venido equilibrando la relación entre artesanos y diseñadores. En el caso de Ecofibras, siguió acudiendo a las asesorías en diseño por parte de Artesanías de Colombia, pero evitando el “endiosamiento del diseñador”, como señala su gerente José Delio Porras. Éste último especifica que se valora que el diseñador conozca su campo de acción y pueda responder a las exigencias del mercado, pero la empresa pone su criterio a la hora de decidir qué diseños son factibles y qué adecuaciones se deben realizar según sus procesos y los costos de producción, ya que se solían perder de vista estos últimos factores: “Al diseñador no le importa que salga un producto que pueda costar un millón de pesos, porque al diseñador le interesa el diseño” (entrevista personal, abril de 2015).

De acuerdo con su diseñador y representante, un equilibrio similar entre los ámbitos del diseño y la práctica artesanal es lo que llevado a la empresa Terra Guane, la cual hace presencia no solo en Curití sino en todo el núcleo turístico de Santander, a ser una de las más reconocidas en la región:

“La manera como hicimos el ejercicio siempre fue como un taller de exploración y de laboratorio. Entonces eso permite [...] yo no contaminar todo el resultado desde mis paradigmas como diseñador, porque como yo no tengo la habilidad artesanal, entonces me permitió que me apoyaba absolutamente en todo en el proceso. O sea, yo especulaba, pero técnicamente con ellas [las artesanas] íbamos viendo hasta dónde van saliendo los resultados [...] Entonces yo no podría decir que ciento por ciento todo el desarrollo es mío; gracias a que ellas tienen la habilidad, la destreza, se van generando las respuestas”. (G. Tarquino, Entrevista personal, marzo de 2015).

Indefectiblemente, todos los caminos del diseño en Curití conducen a la prueba de fuego del mercado: por más interesante que resulte un diseño, el paso siguiente es realizar un prototipo o muestra, evaluar la cantidad de trabajo y materia prima que requiere, elaborar un número prudente de productos para el mercado y evaluar su continuidad en función de la recepción por parte de los clientes. De esta manera, si bien la heterogeneización de los productos en fique de Curití es notable, también hay muchas nuevas ideas que han quedado relegadas a la lista de “no viables”.

7.4.2. Controlando la calidad

De acuerdo con los empresarios curiteños, de nada sirve un buen diseño si su producción es defectuosa y por ello no paran de hacer énfasis en la necesidad de calidad en la producción. Uno de los factores más señalados por los empresarios artesanos para garantizarse esta calidad es el control sobre las cualidades de la materia prima que emplean, es decir, en el caso de los tejidos en fique hay tres elementos principales: la calidad de la fibra del fique, la calidad del tinturado y la calidad del hilo. Anteriormente, cuando no existía tanta demanda y competencia, artesanos y organizaciones como Areagua realizaban todo el proceso. Hoy, aunque pocos, son varios los artesanos empresarios que optan por preparar el fique -escarmenarlo si es necesario-, tinturarlo y entregar el fique ya preparado a las hilanderas que les trabajan por encargo. Aunque algunos de ellos señalan que esto puede resultar, incluso, más costoso, no es solamente una alternativa que permite controlar la calidad del tinturado sino experimentar nuevas fórmulas en esta fase. Además, permite cuidar otros aspectos, o introducir medidas que la mayoría no tiene en cuenta, como suavizar el fique, algo que se considera importante para ingresar en mercados nacionales o internacionales.

En general, el hilado se encarga a hilanderas, pero se busca trabajar con un grupo estable y de confianza que mantenga las cualidades del hilo que identifican los productos del artesano empresario, por ejemplo el calibre. A veces sucede que las hilanderas encargan a terceras su trabajo, y la diferencia es identificada tanto por el artesano empresario como por sus clientes. Entre los artesanos empresarios del casco urbano de Curití es común la opinión

de que el hilo que realizan los artesanos del campo de manera independiente no es de buena calidad, de manera que ellos persisten en encargarlo. En el caso de María Espinosa, ella prefiere trabajar con hilanderas del pueblo:

“Lo que pasa es que el de la vereda hila el fique en la casa, lo trae y lo vende. En cambio, yo tinturo acá y les mando a hilar a ellas para sacar un fique estándar, especial, porque el que hilan allá [en la vereda] lo hacen como caiga. Yo casi no compro, porque es que sale más desteñido de color... no iguala con los colores de acá. Y como tengo carta de color y la gente que me compra tiene la carta de color, entonces no puedo comprar así. Y por la calidad: huele feo y todo eso, y aquí el fique es bien lavado, se ve bien brillante”. (Entrevista personal, abril de 2015).

También se hace necesario seleccionar adecuadamente y vigilar la calidad de los demás materiales y accesorios que se utilizan para finalizar los productos, como los herrajes, telas para forros y cueros de los bolsos. Lo mismo si se trata de estructuras en madera para muebles o bases de metal para las lámparas. Al respecto, se han producido movimientos interesantes en el sentido de que algunos artesanos han terminado especializándose en el trabajo de estos materiales dando origen a otros oficios en el pueblo, como la carpintería, talabartería y marroquinería. En el caso de la reconocida artesana Soledad Torres, su estrategia para mantener la calidad de los productos pasa por dedicar la mayoría de sus esfuerzos al trabajo del cuero que utiliza en sus acabados, mientras encarga el tejido a artesanas de confianza:

“Lo que más me han enfatizado los diseñadores y Artesanías de Colombia es el cuidado con los materiales que se utilizan para la elaboración. Si el cuero no se maneja con alta calidad, es mejor no manejarlo, porque un cuero mal manejado daña el producto. Ahorita estoy siendo casi marroquina, después de ser tejedora, porque me dediqué más que todo a los acabados, y los acabados que yo les hago a los bolsos es en cuero [...] Tengo once tejedoras que son las que me proveen los bolsos como tal, el tejido, y yo me dedico, con otro empleado, a lo que es la parte de cuero y acabados”. (Entrevista personal, abril de 2015).

Posteriormente, se hace necesario llevar un estricto control sobre la calidad del tejido, es decir, principalmente que sea resistente y uniforme. Varios de los artesanos empresarios prefieren no delegar esta parte del proceso, y se les dificulta encontrar aprendices que cumplan con las cualidades necesarias para hacer un trabajo bien hecho. Este nivel de control puede llegar a dificultar el cumplimiento de los pedidos, de manera que se hace necesario, para ampliar la producción, fraccionar más el proceso, delegar distintas tareas, apoyarse en más trabajadores y se corre así el riesgo de perder el control sobre la calidad. Entre los recursos más comunes para lograr mejores resultados en estas condiciones está la elaboración de bocetos o prototipos para que los tejedores se guíen, y la entrega por parte de estos últimos de una muestra que debe ser aprobada. Es también por todo esto que los

empresarios suelen tratar de mantener un grupo de tejedores constante, en medio de la competencia que se da en el pueblo por la mano de obra:

“Le cuento cómo es acá. Nosotros, primero, diseñamos; segundo, decimos qué puntadas; tercero, les decimos qué medidas; es decir, todas las condiciones bajo las cuales usted va a trabajar con nosotros. Si usted cumple las condiciones, nosotros la seguimos dejando. Si usted no nos cumple las condiciones, entonces ‘qué pena, lamentamos mucho, hay quienes necesitan más y vamos a trabajar con ellos’. Entonces, tiene uno que llegar a entrar a ese detalle para poder mantener...”. (A. Tavera, entrevista personal, abril de 2015).

Ecofibras también ha implementado estrategias y medidas para el control de la calidad, partiendo por una serie de proyectos que se han desarrollado para incidir en toda la cadena de producción y transformación del fique. En primera instancia, la empresa cooperativa ha gestionado y desarrollado proyectos de capacitación y asesoría técnica al eslabón de los cultivadores -principalmente pequeños productores de fique- sobre mejoramiento tecnológico de cultivos, sostenibilidad ambiental de la producción y apoyo a procesos asociativos, empresariales y comerciales, con lo que ha buscado, además del impacto socioeconómico, asegurarse un suministro de materia prima de excelente calidad. Para estos proyectos ha sido clave el apoyo de Atelier ONGD y se han desarrollado proyectos en conjunto con entidades regionales, nacionales e internacionales (Rojas y Fajardo, 2013).

El otro importante eslabón de intervención han sido los artesanos, para cuya cualificación Ecofibras ha utilizado dos vías: la identificación del personal local con mayores destrezas y conocimientos técnicos para desarrollar talleres de socialización de sus saberes; y mediante la contratación de expertos externos. Con esta población la empresa también ha desarrollado distintos proyectos, como la capacitación para el uso de colorantes naturales llevada a cabo en conjunto con Artesanías de Colombia y el SENA (Rojas & Fajardo, 2013; SENA & Artesanías de Colombia, 2000); capacitaciones para el mejoramiento de las técnicas de tinturado, hilado y tejido; y el proyecto Comerfique, en el que se dio capacitación a treinta artesanas de la región en técnicas y elaboración de nuevos productos (Rojas & Fajardo, 2013).

Adicionalmente, de acuerdo con Ecofibras, prácticamente todos los procesos de transformación de la fibra que realizan en su planta tienen sus respectivos controles de calidad, desde la compra del fique en rama -pues se revisan y clasifican las madejas-, pasando por el proceso de tinturado y escarmenado -de manera que quede uniforme- y la producción de hilo y los productos tejidos en telar o en agujas, sobre los que se revisan los terminados y el cumplimiento de los estándares exigidos tanto en la planta como por parte de las hilanderas y los tejedores externos (Rojas & Fajardo, 2013).

Figura 140. *Proceso Ecofibras: teñido*



Figura 141. *Proceso Ecofibras: secado*



Figura 142. *Proceso Ecofibras: escarmenado*



Figura 143. *Proceso Ecofibras: hilado*



Figura 144. *Proceso Ecofibras: tejido*



Figura 145. *Tapetes sin finalizar*



Fuente: fotografías de Luz Andrea Cote N.

7.4.3. Sellos, marcas y contradicciones

El interés por seguir la vía de la calidad ha llevado a cerca de veinte artesanos de Curití a realizar el proceso requerido por Artesanías de Colombia y el Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (Icontec), y finalmente recibir el sello de

calidad “Hecho a mano”. La mayoría de estos certificados (17) se entregó en un acto colectivo realizado en 2014 (Siart, 2014), no obstante que, como se ha explicado anteriormente, se trata de un certificado individual emitido con base en la evaluación del conocimiento y destreza del artesano en su oficio y la calidad de su producto. Para evaluar esta última las entidades otorgantes tienen en cuenta una serie de criterios específicos según tipos de producto o técnica. En el caso de la tejeduría en fique que cobija a Curití, estas se especifican por técnica: en crochet, técnica con la cual se elaboran fundamentalmente mochilas, bolsos y canastas, se tienen en cuenta aspectos como la solidez y uniformidad del color, la uniformidad del hilo, la tecnicidad en los aumentos del tejido, la calidad del tejido tanto en su parte interna como externa -e.g. que no presente añadidos de hilos con nudos y las uniones de las partes no sean notorias-, la regularidad del ancho del tejido, el ajuste de las asas -que pueden ser realizadas en materiales distintos al fique-, o el cumplimiento de las medidas estandarizadas y las fichas técnicas de producto, entre otros.

En el caso del tejido en telares horizontal y vertical, con el cual se elaboran productos como tapetes, individuales, posavasos, cortinas, bolsos y telas, los criterios pasan por mantener un ancho constante, la homogeneidad del tejido, la torsión contante de la mota cuando se utiliza en la trama, que los nudos de la urdimbre sean visibles y no se noten los empalmes de trama, la firmeza de los remates, la suavidad de la textura, la solidez y limpieza del color, el cumplimiento de estándares en cuanto a dimensiones¹¹⁸ y tener buenos acabados, entre otros (Corradine, 2016).

Figura 146. Diploma del Sello de Calidad “Hecho a Mano”



Fuente: fotografía de Luz Andrea Cote N.

¹¹⁸ Por ejemplo, se establece que el tamaño de un individual debe ser de 45 x 30cm.

Para algunos de los artesanos que obtuvieron el certificado, se trata de un privilegio, aunque no son claros en explicar cuáles han sido sus beneficios. En otros casos, se plantea directamente que el sello de calidad no ha significado ningún cambio en su desempeño como artesanos o sus ventas y que, de hecho, no ha traído ventajas específicas para participar en las ferias organizadas por Artesanías de Colombia, ni tampoco para acceder a mercados internacionales, porque las condiciones para exportar siguen siendo las mismas para todo el mundo y son difíciles de cumplir para la mayoría de los artesanos. María Espinosa, por ejemplo, pese a tener su sello, aún ve lejana la posibilidad de exportar y no logró clasificar a la última versión de Expoartesano:

“¿Efectos?... nada. Eso lo adquirí porque vinieron de Exportesanías y ese sello lo habíamos adquirido por Expoartesanías. Vinieron a hacer reuniones y yo fui a esas reuniones y ahí uno tenía que demostrar que de verdad... con la calidad que hacía. Eso me lo gané por el tejido, la calidad del hilo y la calidad del tapete. Se había vencido y por la calidad del tapete otra vez lo renovamos”. (Entrevista personal, abril de 2015).

Tanto entre artesanos que obtuvieron el sello, como entre aquellos que no han participado en estos procesos, se critica que varios de los que obtuvieron el certificado en realidad no son artesanos sino comerciantes, de manera que el sello de calidad “Hecho a Mano” es evidencia de que buena parte del mérito consiste, más bien, en mantener una relación constante con Artesanías de Colombia. En este sentido, algunos artesanos resienten no haber sido informados acerca del proceso conjunto que se llevó a cabo, el cual, según ellos, fue “muy cerrado” y consideran que no se hizo una adecuada divulgación, lo cual les resultó muy perjudicial porque realizar la gestión de manera individual es muy costoso. Algunos de estos artesanos, sin embargo, no están formalizados, por tanto, no les hubiera sido posible participar.

“Cuando llegó lo de Icontec no se tomaron la molestia de invitarme a las reuniones, entonces solamente los mismos lograron lo del sello. Ya cuando volvieron, para que me den el sello entonces cuesta dos millones de pesos, que porque la persona tiene que desplazarse. O sea, me parece injusto”. (A. Joya, entrevista personal, enero de 2015).

Por otra parte, es de destacar que Astecur realizó el proceso a través del cual, con el acompañamiento de Artesanías de Colombia y el Proyecto Colombo Suizo de Cooperación en Propiedad Intelectual (Colipri), se creó en 2013 la marca colectiva “Fique Curití”. De acuerdo con miembros de Astecur, este esfuerzo se realizó para obtener un sello distintivo de las características comunes a los artesanos y talleres de Curití que se comprometen con él: origen geográfico -municipio de Curití, aunque se trate de distintos talleres-, material -fique- y forma

de elaboración -oficio artesanal que involucra un proceso manual desde la obtención de la fibra hasta el producto final, realizado con parámetros comunes seguidos por los artesanos-.

Según Artesanías de Colombia, la marca colectiva, además, brinda una importante herramienta de promoción para diferenciarse y lograr reconocimiento y posicionamiento en el mercado (Siart, 2014b). También, al ser colectiva, la idea es que sea un vehículo de asociatividad. En este último sentido, es importante aclarar que la marca colectiva “Fique Curití” es administrada por Astecur, organización que, como se ha explicado, agrupa 6 talleres locales. La Asociación expresa que está abierta a incluir otros talleres artesanales del municipio, pero que, como administradora de la marca, debe vigilar el cumplimiento de los criterios y los mecanismos para que los asociados cumplan con los estándares de calidad de los productos y se ciñan a la tradición y fomento de la actividad artesanal. En su página Web la entidad señala que: “Solo aquel que cumpla con los requisitos que determina Astecur es merecedor de distinguir sus productos con la marca colectiva” (Astecur, s.f.).

Figuras 147 y 148. Logos marca colectiva “Fique Curití” y Astecur



Fuente: Astecur (s.f.).

Esta situación también genera malestar entre los artesanos curiteños que no hacen parte de la organización, pues informantes de este grupo critican que Artesanías de Colombia haya entregado la administración de una marca colectiva que distingue el fique de Curití a una organización que se considera que no representa a la mayoría del sector artesanal local y no genera mayor reconocimiento por parte de los artesanos. Más allá de ello, también se observan con escepticismo tanto los potenciales beneficios de pertenecer a Astecur, como de contar con la marca colectiva “Fique Curití”, puesto que se considera que no redundaría en mejores ventas para los socios: “Yo no le vi nada de utilidad a eso porque, qué ganamos con el sello colectivo si no hay nada de entrada”, dice una de estas artesanas (M. Espinosa, entrevista personal, marzo de 2015). En este sentido, uno de los empresarios del pueblo plantea que, en realidad, ninguna marca o certificado ha resultado suficiente para posicionar a todo el

artesanado curiteño, a excepción de Ecofibras, cuyo nombre es reconocido en el país. Sin embargo, hace énfasis en que, desafortunadamente, este posicionamiento sólo ha beneficiado a la empresa y no a la generalidad de artesanos y comerciantes. No es extraño, de esta manera, encontrar gestos y expresiones de escepticismo en el sector artesanal curiteño cuando se habla de sellos de calidad, marcas o denominaciones de origen:

“Los que han venido, inicialmente han querido es venir a vender un sello. Por ejemplo, en un momento determinado, hace unos tres años, vino Colombia es Pasión, y quiso meterse acá, pero por un bolso de 10.000 pesos querían dar a usted 3.000, porque ellos querían vender productos de acá bajo el sello de ellos. Es que, a ver, han intentado... los colombianos somos expertos en ropajes: así como hacemos para mandar droga al exterior, que la hacemos de distintas formas, camuflamos las cosas con el fin de, desgraciadamente, buscar rendimientos, no colectivos, sino personales”. (A. Padua,¹¹⁹ entrevista personal, abril de 2015).

7.4.4. Emprendimiento, cultura empresarial y capacitación

Por último, puede identificarse un elemento más que es relevado por las entidades que fomentan la vía de la calidad en Curití y por los artesanos que buscan esta alternativa, el cual puede definirse como el desarrollo de una cultura del emprendimiento, lo que implica una capacitación permanente o formación continua. Así se espera que el artesano empresario esté actualizado sobre distintos aspectos relativos tanto a su oficio, como al desarrollo empresarial y al contexto institucional y de mercado. Esta línea se considera que ha sido un “talón de Aquiles” para el sector artesanal curiteño y que el “cambio de mentalidad” es uno de los retos más difíciles que enfrentan quienes quieren fomentar esta cultura. Así lo señala, por ejemplo, la representante legal de Astecur:

“Yo pensaría que el problema fundamental de acá de los artesanos del municipio es la parte cultural. No hay una cultura que los haya educado a ellos en empresarios. Muchos es que ‘yo soy pobre’, que ‘tengo poquito’, que ‘no puedo’, que ‘no soy capaz’, y es más que todo de llegarle a esa gente y explicarle, decirle ‘mire, usted puede ser empresario’ [...] Y como la cultura de los costales era que toda la familia trabajaba toda la semana elaborando los costales, el día sábado los vendían y con esa plata compraban el fique, una o dos arrobas de fique, para lo que era la materia prima para seguir nuevamente la otra semana con los costales, y lo que les quedaba, con eso hacían el mercado. Entonces, de ahí, la verdad, es que no han salido”. (S. Torres, entrevista personal, abril de 2015).

En el desarrollo de esta cultura del emprendimiento pueden incluirse temas como registro de marca, asociatividad y organización empresarial, promoción y desarrollo de imagen corporativa, desarrollo de empaque, mercadeo y comercialización, administración,

¹¹⁹ Pseudónimo.

costos y contabilidad, y gestión empresarial, entre otros. Es por ello que estos temas son incluidos en las capacitaciones y asesorías brindadas o facilitadas por entidades como Artesanías de Colombia, SENA, Cámara de Comercio, Fundación Estructurar y la misma Ecofibras. En consonancia, Astecur se ha planteado entre sus objetivos que sus socios accedan a este tipo de formación, extendiendo la posibilidad de participar en ella a sus trabajadores: “los mismos empleados que ellos manejan se han capacitado con Cámara de Comercio, y con otras instituciones, en el tema de costos, de atención al cliente, de diseño, de tendencias, de todo eso. Por eso es que hay gran variedad de artesanía” (S. Torres, entrevista personal, abril de 2015).

Entre los temas que más destacan tanto formadores como artesanos empresarios interesados en fomentar esta cultura del emprendimiento, está, en primera instancia, el de la formalización, ya que la mayoría del sector artesanal curiteño se encuentra fuera de esta lógica. Así lo señala Sergio Ducón, quien trabajara tanto con Artesanías de Colombia como con el SENA y que, como empresario, ha continuado fomentando el tejido del fique en la región:

“Yo les digo, ‘mire, primero, si no hay organización, nadie los escucha. Si uno está organizado y tiene por lo menos [inscripción en la] Cámara de Comercio... porque lógicamente hay que tener RUT [Registro Único Tributario], y uno puede pasar proyectos para apoyarlos en eventos [...] Cuando en la Gobernación va a haber un evento nacional, o internacional, o Cámara de Comercio, me llaman siempre a mí porque saben que yo estoy organizado, porque yo cumplo con todas las normas para que un producto tenga validez en el mercado”. (Entrevista personal, abril de 2015).

Ya en el nivel de la producción, se ha buscado estimular que los artesanos trabajen líneas de productos y colecciones; pero, entre los temas que más urgen está el marketing, y en él, por supuesto, el establecimiento de precios, ya que se considera que si los artesanos se capacitan en ello y siguen un proceso técnico para hacerlo (*pricing*), podrá superarse la competencia que ha llevado a la situación actual de depreciación de los productos artesanales en fique. Según los representantes de Astecur, esta también ha sido una tarea que ha intentado sacar adelante la entidad buscando una estandarización de precios para el mercado local. Entre tanto, artesanos que no pertenecen a la Asociación sostienen que sus mismos socios no han logrado acuerdos internos al respecto y que algunas iniciativas se han caído porque la Astecur ha buscado adicionar otros elementos que requieren discusión aparte, como el acceso y uso del espacio público para las ventas.

Uno de los temas sobre los que ha hecho énfasis el SENA es el del empaque y la exhibición de los productos -vitrinismo-, ámbito en el cual se considera que estaba fallando toda la región. Por ello, como explica Sergio Ducón, se vio la necesidad de “enseñarles a cómo se exhibe, cómo se vende, como se empaca, como se embala, un producto, [porque] llegan los

artesanos en bolsas plásticas a exhibir, con esas mallas plásticas feísimas, con ganchos, entonces, es otra de las cosas muy importantes” (Entrevista personal, abril de 2015). Ahora bien, parte del apoyo brindado por las entidades públicas, privadas y mixtas del orden nacional ha consistido en promover y apoyar la participación de los artesanos emprendedores en eventos feriales, empresariales y en ruedas de negocios de orden nacional e internacional.

En este punto es importante resaltar que se hace un llamado a los artesanos empresarios para que seleccionen los mercados a los que van a apostar, de manera que los espacios feriales locales comienzan a ser relegados a un último plano, porque se considera que no “dignifican” el producto artesanal de calidad. Al respecto, de manera similar a lo que ocurre en Barichara, capacitadores y artesanos empresarios plantean que en las ferias locales los productos se exponen a daños porque no existen las suficientes condiciones de seguridad y protección. También, que los stands o puestos que se entregan a los artesanos no permiten la correcta exhibición de los productos, y que el público asistente, por lo general, no está en capacidad de adquirir las artesanías al precio adecuado, siendo una constante el regateo. Los siguientes dos comentarios de artesanos que han logrado constituir empresas de relativo éxito dan cuenta de esta idea:

“A mí el alcalde de Barichara me dice ‘venga a una feria’, ‘no, gracias’. Mis productos no son para estar en un parque, ni en un toldo de esos, ni en un pueblo aquí en Santander. Yo ya no volví a Cenfer,¹²⁰ ni que me pongan gratis el stand”. (S. Ducón, entrevista personal, abril de 2015).

“A mí no me gusta ir a una feria de plaza. No voy, así me regalen el stand. Porque todo el mundo llega y le mira la mercancía, y no compran. Mientras que usted va a una feria donde es pagando el stand, y el que entra compra. Por ejemplo, en Bogotá en Corferias, y en Medellín en Expoartesano, el que entra sale con su paquete, porque van a comprar”. (G. Rivero, entrevista personal, abril de 2015).

Al igual que en Barichara, y como lo identifica Montenegro (2014) para toda Colombia en general, algunas de las ferias más valoradas por los artesanos curiteños son Expoartesánas, Expoartesano y la Feria de las Colonias. A ellas se suman Agroexpo, la Feria del Hogar, la Feria de las Flores de Medellín y Expoquindío, en el Eje Cafetero. Quienes participan en ellas destacan que asistir a estos eventos trae beneficios no esperados que pueden resultar más importantes que las ventas: conocer el mercado nacional e internacional, estar al tanto de las tendencias, dar a conocer su marca y posicionarse ante entidades de apoyo, y establecer relaciones comerciales duraderas. Según Soledad Torres, la participación en este tipo de eventos fue lo que la empujó a seguir el camino de la calidad que le ha permitido posicionar a su marca “Pencas de Santander”:

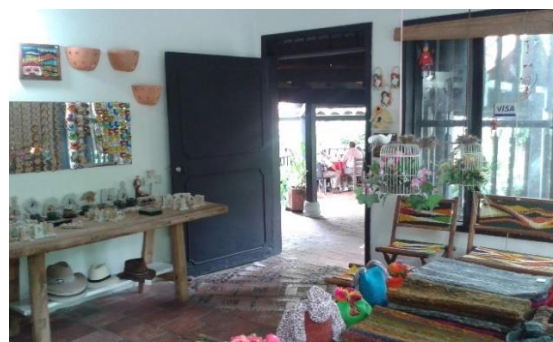
¹²⁰ Centro de Eventos y Exposiciones de Bucaramanga.

“El cambio ha sido drástico, porque, pues la mentalidad con la que uno empieza es de hacer como poquito, y con eso como que ahí mantenerse, pero realmente el mismo mercado le va enseñando a uno de que hay muchas más empresas que compiten con muchos mejores productos en calidad, en precio, en materiales, entonces empieza a uno a pensar de otra manera, en cómo tratar de cambiar, de hacerlos más bonitos, de tratar que se venda más el producto. Entonces empieza uno a pensar en el color, en lo que a la gente le gusta, en lo que se está usando, y eso lo hace a uno cambiar”. (Entrevista personal, abril de 2015).

Figuras 149 y 150. Feria de carácter regional en San Gil (Santander)



Figuras 151 y 152. Tienda Arte y Estilo en el Parque Gallineral (San Gil)



Figuras 153 y 154. Stands de artesanías de Curití en Expoartesanías 2014.



Fuente: fotografías de Luz Andrea Cote N.

Por todo lo anterior, la formación continua, es decir, la participación regular de los artesanos en los cursos y capacitaciones que ofrecen las organizaciones de fomento artesanal, se vienen convirtiendo en una condición irrenunciable para optar a las distintas plataformas, espacios y herramientas que estas mismas instituciones disponen para el desarrollo productivo y comercial del sector artesanal. Estas capacitaciones son, además, cada vez más frecuentes y abiertas, pues anteriormente, según señalan algunos artesanos, solamente tenían acceso a ellas los trabajadores de Ecofibras o los socios de Areagua o Astecur:

“Ahora, la mayoría de gente ha tratado de, digamos, profesionalizarse como artesano. Esa palabra no entra muy bien pero yo la coloco ahí, cuando el SENA, cuando Artesanías de Colombia, cuando el Banco de Colombia, y otras entidades, han hecho cursos, capacitaciones, talleres... La gente está entendiendo que uno, a pesar de saber cosas, tiene que, cada día, estar en ese plan posible de ir evolucionando, porque si nos quedamos, estaríamos todavía haciendo las simples mochilas”. (A. Tavera, entrevista personal, abril de 2015).

Aun así, entre los informantes artesanos existe la crítica de que muchos de los cupos que se abren para estas capacitaciones son finalmente aprovechados por personas que no son realmente artesanos sino comerciantes o gestores, y se responsabiliza de ello a las propias entidades organizadoras que, salvo algunas excepciones referidas, como la Fundación Estructurar y Bancolombia, no se esfuerzan en filtrar. Además, esta aparente accesibilidad a la formación continua es cuestionada por aquellos artesanos que trabajan en sus casas, como Luz Marina Muñoz, quien dice que las relaciones con Artesanías de Colombia y ese tipo de entidades sólo las establecen “los mayoristas” (Entrevista personal, agosto de 2015).

No es extraño que los artesanos no formalizados perciban que no tienen acceso a las capacitaciones, puesto que para poder cursar muchas de ellas es necesario estar registrado en la Cámara de Comercio, tener Número de Identificación Tributaria (NIT) y, en ocasiones, cumplir algunas otras condiciones como tener seguridad social o contar con catálogo de productos. Además, aunque algunos de estos cursos pueden tener subsidios por parte de entidades como la Cámara de Comercio o Artesanías de Colombia, es frecuente que el artesano deba pagar al menos entre un 30% y 50% del costo. Teniendo esto presente, de acuerdo con su representante legal, Astecur se ha planteado el propósito de ampliar el acceso a formación a todo el artesanado, especialmente a aquellos que trabajan a domicilio con los socios de la organización. Otros empresarios que no son socios actualmente de la entidad también consideran que es urgente vincular a todo el artesanado a la formación continua, si se quiere, en realidad, elevar conjuntamente el nivel de calidad de la artesanía curiteña:

“Nosotros conseguimos el bolso así, virgen, lo que es la parte de fique, y nosotros nos dedicamos a hacer toda la parte de acabados. Pero ya nos hemos dado cuenta que necesitamos que las otras personas entren también a capacitarse, para que se sientan

parte del proceso, porque una cosa es sentirse uno allá, mirón desde la calle, y otra cosa es sentirse acá, invitado dentro del grupo”. (A. Tavera, entrevista personal, abril de 2015).

Así, el camino de la calidad parece llevar a los artesanos que pueden seguirlo a los mercados nacionales e internacionales, alejándolos de los espacios locales en los que el turismo y la economía cultural se concretan. No obstante, esta tendencia parece estarse revirtiendo con el surgimiento de una nueva visión de la artesanía desde el sector turístico y el redireccionamiento del turismo hacia nuevos productos. Estos movimientos son los que se analizan a continuación.

7.5. Tejiendo una nueva relación entre turismo, patrimonio y artesanías

“Curití es un pueblo que se cataloga por sus artesanías. No es tanto por su arquitectura, porque la arquitectura pues se ha conservado en algunas partes, en otras no, no como lo es Barichara ¿Por qué va la gente a conocer Barichara? porque es patrimonio histórico. A ellos no les importa quién vivió o quién vive, no, ellos van es a mirar la arquitectura del lugar ¿A qué vienen a Curití? a mirar artesanías, a conocer el pueblo, sus costumbres, todo. Entonces la parte histórica, la parte de la idiosincrasia, todo eso juega un papel importante en el turismo”. (J.C. Jaimes, entrevista personal, abril de 2015).

La importancia que se da a la cultura y a la artesanía en este comentario de un turoperador local de Curití es algo relativamente nuevo y se ha venido fortaleciendo en los últimos años de la mano de algunos factores que se analizarán en este apartado.

Como ya se ha mencionado, el municipio fue vinculado desde mediados de la década de 1990 a la oferta regional de turismo de aventura como escenario para realizar actividades como el espeleismo y el rappel, y hacia finales de la década ya se daba una afluencia de visitantes relativamente importante para la localidad, soportada también en el interés que despertaban en los turistas regionales el balneario Pescaderito y la oferta de hoteles y piscinas construida por empresarios locales. El pueblo se acompasó, entonces, con la oferta creada desde San Gil, la capital provincial, de manera que, a mediados de la década de 2000, cuando se comenzaron a crear las pequeñas empresas locales prestadoras de servicios turísticos, tuvieron este mismo enfoque.

La primera de estas empresas, hoy desaparecida, se llamó Acuzona, y posteriormente se creó Gua-iti, que es uno de los dos operadores que existen actualmente registrados en el municipio. Esta microempresa fue resultado de un proyecto impulsado por el SENA para crear una asociación que explorara los recursos turísticos del territorio, en el marco de un curso de agroturismo. La idea no se consolidó, pero uno de sus miembros, Juan Carlos Jaimes, logró

retomar el nombre y crear una microempresa enfocada en el turismo de aventura, especialmente en la operación del espeleismo en las cuevas de Curití.

De esta manera, se consolidó en Curití una oferta turística cuyos principales atractivos son el balneario Pescaderito, el espeleismo en las cuevas del Yeso y de la Vaca, el *rappel* en el sitio de El Cajón, el parapente en la vereda Palo Alto Blanco, y las caminatas ecológicas tanto a Pescaderito como al interior del Parque Natural el Santuario, una reserva privada declarada parque natural por Acuerdo del Concejo Municipal. Mientras el turismo de aventura constituye la demanda del público nacional, los balnearios son un atractivo para visitantes de la región. Así lo explica uno de los turoperadores de San Gil que actúa en Curití:

“Todo ese tipo de balnearios son más que todo para locales. No es tan frecuente ver un turista de Bogotá, Medellín, que venga por un pozo natural. Más que todo vemos que la visita de Pescaderito es personas locales o familiares que viven en otras ciudades, pero ver netamente turista, turista, que vaya exclusivamente como que la prioridad es ir a ese lugar, sí hay, pero es muy poco [...] Sí son un complemento a la actividad turística, pero el fuerte, fuerte, son la actividad, como la espeleología, parapente, el rafting, el rappel...”. (C. Díaz., entrevista personal, agosto de 2015).

Aunque, al igual que en Barichara, no existen estudios al respecto ni datos discriminados para Curití en Situr, lo que dicen los actores del sector y puede deducirse de la observación participante es que la mayoría de los visitantes de Curití provienen de Bogotá, Bucaramanga y Medellín. Aunque algunos formalizan planes turísticos a través de agencias en Bogotá y Bucaramanga, la mayoría viajan de manera independiente y contratan las actividades en los mismos hoteles o directamente con prestadores de servicios turísticos en el territorio. Y aunque no se da tanta afluencia de visitantes extranjeros a Curití como a Barichara, estos llegan en alguna medida buscando principalmente las actividades de turismo de aventura, de manera que son los que permiten una cierta desestacionalización que hace posible que las empresas locales sean sostenibles. Aun así, estas se ven obligadas a reducir personal en temporada baja, como en el caso de Gua-iti, que mientras en temporada alta - enero-febrero y Semana Santa- trabajan para ella de doce a quince personas, el resto del año la empresa funciona con sólo tres. Entre los prestadores de servicios turísticos existe la percepción de que son los turistas nacionales e internacionales los que traen beneficio al pueblo, mientras que quienes suelen acudir a los balnearios generan buena parte de los impactos negativos:

“A veces qué me da tristeza de Pescaderito, que la gente ni siquiera compró lo que votó de basura en el municipio, porque hay gente que trajo la papa, la yuca, el arroz, todo para hacer su sancocho, lo trajo de su pueblo, y vino fue a dejarnos el mugre (...) El turista que viene a la cueva no viene a dejarnos mugre, él nos pregunta: ‘oiga, salí con frío, dónde me venden un café’, ‘dónde puedo comprarme una empanada, tengo hambre’, ‘dónde puedo comprar una botella de agua’, ‘me empezó a doler la cabeza,

en dónde puedo comprar una pasta', o sea, la gente no entiende que el turismo te lleva a comprar de todo, en todos los negocios". (J.C. Jaimes, entrevista personal, abril de 2015).

En línea con lo anterior, existe preocupación tanto entre voceros del gobierno local como entre las empresas locales de turismo y representantes de la sociedad civil de Curití - e.g. Comité de Veeduría Ambiental-, en cuanto a que el aprovechamiento de los recursos turísticos no está dejando al municipio los beneficios esperados para la población local, algo que puede llevar a la saturación y el rechazo del turismo por parte de esta última. En este sentido hay inconformidad porque, pese a la existencia de empresas prestadoras de servicios turísticos locales, el turismo de aventura es controlado en su mayoría por San Gil, lo cual, de acuerdo con la alcaldía municipal, se debe en buena parte a la debilidad institucional y a la falta de organización del sector turístico curiteño.

Figura 155. *Espeleismo en Curití*



Fuente: Fotografía de Jaime Moreno (Cuevas, 2018).

Figura 156. *Bus turístico llegando a Curití proveniente de Medellín*



Fuente: fotografía de Luz Andrea Cote N.

Figura 157. *Turismos en Curití*



Figura 158. *Tuistas en Curití*



Fuente: fotografías de Luz Andrea Cote N.

Respecto a estos ejes de la problemática, cabe destacar que en Curití no existe una dependencia encargada específicamente del turismo, ni siquiera aunada con otras carteras -como en Barichara-, sino que se ocupa del tema la Secretaría de Desarrollo Social, también encargada de otros ámbitos como la cultura y el deporte. De esta forma, la alcaldía ha sido insistente en señalar que “no se cuenta con ninguna dependencia de gobierno que dirija las políticas del sector, organice el gremio, gestione recursos que fortalezcan esta actividad, ejerza control y seguimiento a esta industria” (Alcaldía de Curití, 2012). Reflejo de esto es que el municipio no ha contado hasta ahora con un plan sectorial local y existe muy poco desarrollo normativo para regular la actividad turística. En cuanto a las entidades del orden nacional, la única que se considera que llega a tener alguna injerencia en el municipio es el Consejo Nacional de Guías, que rige a quienes cumplen esta labor.

Tampoco se cuenta con una oficina o punto de información turística, más allá de una caseta temporal que se estableció como parte de un curso del SENA para formar informadores turísticos que suplan esta deficiencia. Este hecho se agrava por la falta de señalética y de material divulgativo institucional. Además, cabe destacar que, a diferencia de Barichara, no se ha conformado una organización que agremie a los diferentes actores del sector productivo -operadores, hoteles, guías, restaurantes, fincas agroturísticas- para establecer metas conjuntas y organizar la actividad turística. De acuerdo con el Secretario de Desarrollo Social:

“La fortaleza que tenemos es que tenemos los sitios de interés: cuevas, voladeros de parapente, pozos naturales... y la desventaja es que, en realidad, no estamos organizados. Hasta ahora estamos tratando de organizar y fortalecer, digamos, el sector hotelero, que se unan, las personas que trabajan con la artesanía. Eso ha sido algo difícil de lograr acá, unir a la gente, y eso es algo que está aprovechando San Gil, porque ellos sí se organizaron. Ellos no tienen nada, solamente tienen el río para hacer canotaje, pero ellos venden toda la región. Cogen a la gente, les venden un paquete, los llevan, los traen, los hospedan en San Gil, y ellos son los que se quedan con todo. Eso es lo que deberíamos hacer acá”. (J. Pinzón, entrevista personal, abril de 2015).

El gerente de Gua-iti explica que San Gil es el receptáculo y distribuidor de la mayoría de turistas que visitan los pueblos del núcleo turístico de Santander. Para su caso, el 90% de los clientes que recibe son derivados de las empresas de San Gil con las que trabaja. Ahora bien, Guai-ti ofrece espeleismo, parapente, rafting, caminatas ecológicas y torrentismo, pero la empresa solamente opera el espeleismo y las caminatas. En caso de que un turista que los contacte directamente esté interesado en otra de las actividades, él se comunica con la empresa prestadora de San Gil y Gua-iti cobra una comisión. Para Juan

Carlos, es casi una situación irrenunciable por la posición que ocupa San Gil en el sistema turístico territorial:

“¿Qué es San Gil para nosotros?, no podemos decir que es una competencia porque es que San Gil es una miniciudad; nosotros somos un pequeño pueblo ¿Qué se encuentra en San Gil? Muchísimas cosas que en Curití no las vas a encontrar [...] ¿Cuándo se llenan los hoteles de Curití? cuando los de San Gil se llenan en temporada. Para mí, como dueño de empresa, San Gil es la persona que más gente me mueve ¿Cómo se trabaja? por un porcentaje: usted vende, usted me manda, yo le cobro a un precio y usted cobra a otro [...] Hay una cosa que el turismo aprendió, y que al menos en eso usted puede decir: ‘oiga, son organizados’: San Gil tiene sus empresas de rafting, y si yo vendo rafting o catonaje en Curití, se lo envío a una empresa operadora en San Gil. Ellos venden una cueva y contratan con la empresa de Curití. Al menos hemos aprendido a respetar que cada pueblo tiene un territorio, y que ese territorio lo maneje cada pueblo”. (Entrevista personal, abril de 2015).

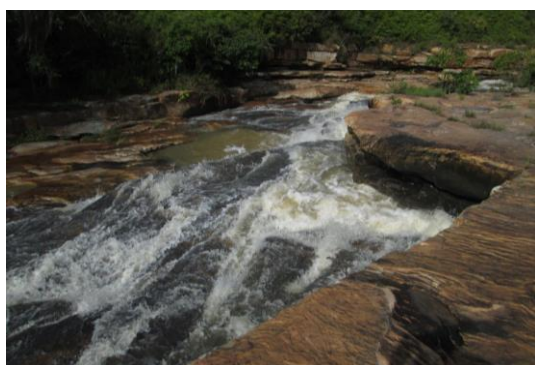
El gobierno local, las empresas de turismo y distintos informantes de los ámbitos cultural y artesanal de Curití consideran que “San Gil se ha querido apropiarse del potencial turístico de los otros pueblos”, como dijera Orlando Silva, presidente del Consejo de Cultura (entrevista personal, abril de 2015). Una de sus propuestas para solucionar este problema es que las empresas sangileñas que operen en el territorio de otros municipios paguen parte de sus impuestos en ellos. Además, entre estos informantes existe también la queja de que entidades como la Cámara de Comercio favorecen a San Gil y a Barichara cuando se trata de facilitar la elección de sedes para eventos, lo cual consideran que debería replantearse para desconcentrar los beneficios del turismo. Por todo ello, también se tiene a la vez el temor y la expectativa de que proyectos que están en curso, como la creación de un parque que controlaría el acceso al balneario Pescaderito, reviertan en beneficios directos para el pueblo, ya que preocupan antecedentes como el Parque Nacional del Chicamocha, el cual se considera que no ha favorecido al territorio de la manera esperada.

De esta forma, puede decirse que en Curití, a diferencia de Barichara, no se ha desarrollado un sistema turístico local independiente sino que se ha incorporado en el sistema del núcleo turístico de Santander, con San Gil a la cabeza. Como resultado, un territorio que se percibía como fundamentalmente agropecuario ha sido resignificado en la lógica del turismo de aventura y los elementos del paisaje que han sido puestos en valor son aquellos que se han incorporado o potencialmente pueden incorporarse a esta oferta. Curití ha sido visto por sus autoridades locales y por sus propios habitantes especialmente como un lugar privilegiado por sus recursos y paisajes naturales para la práctica de actividades recreativas y deportes extremos (Alcaldía de Curití, 2012, 2016).

Pero la inmersión en el sistema turístico de San Gil también ha implicado que Curití resienta los mismos impactos negativos, especialmente la degradación de los espacios naturales asociados a las actividades del turismo de aventura. Durante los meses de diciembre y enero se sobrepasa la capacidad de carga de estos espacios que, además, son degradados por el comportamiento de los visitantes que dejan basuras o destruyen elementos naturales como las estalactitas y estalagmitas de las cuevas. Esto se facilita porque no existe control de acceso ni regulación de uso de los sitios, más allá de los esfuerzos que hace cada empresa turística por controlar a sus clientes o el auxilio que presta la policía de turismo. Para algunos, parte de estos problemas tiene que ver con la oferta del núcleo turístico de Santander que atrae cada vez más a un perfil de turista de baja capacidad adquisitiva y nivel de formación; un tipo de turismo al que se llama despectivamente “turismo chancleta”. Como se ha dicho, la comparación para categorizar al turista que llega a Curití se suele establecer con los cercanos municipios de Barichara y Charalá, los cuales se considera que realizaron una mejor apuesta turística y han planificado su desarrollo en este sentido:

“El turismo se ha incrementado bastante, pero también hemos tenido, digamos, un incremento de turismo malo, comparado con el turismo de Barichara. Yo siempre tomo ese rango de comparación. Barichara tiene un turismo casi élite, porque ha habido mucho incremento, mucha ayuda, mucho marketing por parte del mismo Belisario Betancourt, que le ha dado bastante auge a Barichara. Fueron de volverlo el pueblito lindo de Santander y de Colombia, eso ha hecho que muchos se vengan [a vivir]”. (A. Tavera, entrevista personal, abril de 2015).

Figura 159. *Balneario Pescaderito*



Fuente: fotografía de Luz Andrea Cote N.

Figura 160. *Basura dejada por visitantes en Pescaderito*



Fuente: Rojas (2018).

De acuerdo con la alcaldía y miembros del Consejo de Cultura, otro impacto de la cercanía de San Gil y la vinculación de Curití a su sistema turístico es el incremento de la drogadicción, alcoholismo y prostitución, ya que el turismo nocturno de San Gil tiene

asociados estos fenómenos. Así mismo se ha incrementado la llegada de bandas suburbanas que practican el robo y fomentan la violencia en los eventos masivos. A estas problemáticas se suma que en Curití también comienza a presentarse un auge de la construcción que ha ejercido fuerte presión sobre el suelo y se ha construido en zonas que no son área de expansión urbana (Alcaldía de Curití, 2012, 2016). Algunos miembros del Consejo de Cultura y empresarios del sector artesanal exigen de la alcaldía mayor planeación y reglamentación, ya que se considera que lo anterior es resultado de la espontaneidad con que se ha desarrollado el turismo en Curití:

“El turismo que empezó a venir al municipio, pues, desafortunadamente nunca de proyectó. Nosotros hicimos el caso contrario de lo que hizo Charalá. Charalá, inicialmente, y ahorita en la actualidad, se está proyectando para recibir el turismo, para empezar a capacitar a la gente, para poder construir hoteles y todo eso; pero Curití no, a Curití simplemente le llegó el turismo y se acomodó a la tendencia que había. Y por eso aquí el manejo que se le ha dado no es que haya beneficiado realmente al municipio. En muchos ámbitos más que todo ha perjudicado que lo que ha beneficiado”. (S. Torres, entrevista personal, abril de 2015).

Antes este panorama, las últimas administraciones municipales han mostrado mayor preocupación por el tema en sus planes de desarrollo, planteando el turismo como uno de los “motores” que deben impulsar el progreso del municipio, al lado del sector minero, la artesanía y el desarrollo agropecuario. Entre los objetivos está la capacitación de los prestadores de servicios, la creación de una oficina de turismo y de un plan sectorial, el desarrollo de una política de integración regional para el desarrollo de turismo de base comunitaria, la adecuación de infraestructura en los lugares de interés turístico, la divulgación y diferenciación de Curití como destino, la implementación de un proyecto de protección y cuidado de los sitios turísticos y el fomento de la inversión, entre otros (Alcaldía de Curití, 2016).

Pero los planes de desarrollo y los representantes del gobierno local también plantean la necesidad de abrir nuevas líneas de desarrollo turístico que le permitan a Curití una mayor singularidad como destino y más independencia de San Gil, lo que incluye posicionar a Curití como un pueblo rico en manifestaciones culturales y como el verdadero productor de las artesanías de fique de la región.

7.5.1. De la aventura a la cultura: diferenciando a Curití a través de los eventos culturales

De acuerdo con el relato de la profesora Isabel Urrea, quien participó en los primeros procesos de planeación del turismo en Curití a mediados de la década de 1990, el municipio, al igual que San Gil, consideró la inclusión de productos de turismo cultural: “Se pensó lo de historia para hacer recorridos guiados: del templo, de los antepasados, la fundación, el cementerio laico...” (entrevista personal, abril de 2015). No obstante, estas ideas fueron poco a poco opacadas por la apuesta del turismo de aventura y, hoy, personas como la profesora Isabel, miembros del Consejo de Cultura y algunos microempresarios del sector artesanal, manifiestan su preocupación por la falta de contenidos culturales y la poca identidad de la oferta turística de Curití, algo que, según estos informantes, se hace evidente en hechos como el desconocimiento de la historia del municipio por parte de los guías locales.

Pero, como se decía anteriormente, los últimos planes de desarrollo y actuales líderes del sector local manifiestan la intención de vincular la cultura y la historia local al turismo, lo cual consideran que debe ir de la mano con el fortalecimiento del sector cultural. Para esto se plantea, en primera instancia y en cuanto al nivel organizativo, la creación de un Instituto de Cultura y Turismo. El presidente del Consejo de Cultura considera que ya se ha avanzado en este asunto a través del fortalecimiento del trabajo en equipo entre ambos sectores con la participación en esta instancia de uno de los miembros de las empresas locales operadoras de turismo.

Para acciones de fortalecimiento de la “cultura curiteña” y el turismo, se hace gran énfasis en promover eventos de calidad nacional e internacional, especialmente en apoyar y fortalecer el Festival de la Artesanía, la Cultura y el Turismo, y en crear y dar garantía de continuidad al Festival de la Música Carranguera y Colombiana Andina “El Telar de Oro”. También se plantea apoyar a través de estímulos el fomento de expresiones culturales y artísticas -poesía, danzas, teatro y música-, incluida la semana de la poesía Ismaeliana que se celebra en memoria del poeta curiteño de renombre nacional, Ismael Enrique Arciniegas. Para fomentar estas expresiones culturales y artísticas también se considera relevante la creación de escuelas de formación artísticas que fortalezcan la poesía, el teatro, la música, las danzas, la pintura y los juegos tradicionales.

En cuanto a patrimonio, se muestra una preocupación especial por elaborar los primeros inventarios de patrimonio material e inmaterial; también, se busca restaurar bienes de interés cultural para lograr mayor apropiación social del patrimonio; la

conservación de patrimonio histórico y cultural del municipio a través de la creación de un museo; y el desarrollo de un programa de protección y cuidado de los sitios turísticos patrimoniales, con todo lo cual se espera posicionar a Curití a nivel nacional (Alcaldía de Curití, 2012, 2016):

En aspectos de conservación, preservación y difusión del patrimonio cultural, el Municipio no ha venido liderando este proceso, lo cual no ha permitido la declaratoria de bienes de interés cultural a diferentes sitios ubicados en el sector rural y urbano. Es importante que durante el presente cuatrienio se fortalezcan las acciones direccionadas a este sector con el propósito de posicionar al Municipio entre uno de los sitios con mayor influencia cultural en el País apoyado en su enriquecedora Historia y antecedentes culturales. (Alcaldía de Barichara, 2012, p. 44).

Si bien en el Plan de Desarrollo para el período 2016 - 2019 se utiliza el término “patrimonio inmaterial”, en general, cuando estos instrumentos de planeación y los representantes del gobierno local y del Consejo de Cultura hacen referencia al patrimonio, se refieren principalmente a bienes inmuebles. De esta manera, cuando se plantea el aprovechamiento turístico del patrimonio se hace referencia especialmente a convertir en atractivos turísticos ciertos lugares que hoy no están vinculados de manera efectiva a ningún producto turístico, tales como la Casa del Conde Cuchicute -personaje histórico local-, el cementerio laico, la Casa de la Cultura Alejandro Galvis Galvis y la casa natal de Ismael Enrique Arciniegas. Entre tanto, la identidad local se fomenta principalmente con el estímulo a la creación y práctica artística y folclórica, y la cultura local se pone en valor por medio de eventos artísticos y culturales. En consecuencia, la manera en que se plantea la vinculación de la cultura al turismo es a través de la incorporación de esta oferta cultural a la oferta turística, pues, al igual que en Barichara, las autoridades locales consideran que la cultura y el turismo deben vincularse. Así lo expresa el presidente del Consejo de Cultura y músico Orlando Silva:

“Es que el tema cultura-turismo tiene que ir de la mano [...] Yo soy amigo de que si nosotros tenemos unas expresiones vivas, autóctonas, propias, artísticas, en nuestro municipio, lo que tenemos que mostrarle cada vez que venga una persona de diferentes municipios, o de otro país, es mostrarle ese potencial que nosotros tenemos [...] Incluso, quien venga de San Gil, para nosotros es un turista porque no vive en Curití, y aunque vive aquí cerquita, de todas maneras no es habitante nuestro. Entonces a esa persona tenemos que ofrecerle todo el potencial artístico y cultural que el municipio tiene y, de la mano, van otras cosas como son las artesanías, y en este caso, en Curití, como es mostrar el potencial que tenemos nosotros en este caso, por ejemplo, hídrico”. (Entrevista personal, abril de 2015).

En concordancia, el titular de la Secretaría de Desarrollo Social plantea la necesidad de estructuración de una oferta cultural que sea complementaria para la oferta turística de aventura que existe actualmente y que produzca beneficios como la prolongación de la estancia de los visitantes:

“La idea es que la gente llegue y se quiera quedar; que encuentre otras actividades alternas, además de ir a un sitio, conocer un pozo, una cueva, o eso, también pensaría yo que se deberían fomentar más espacios para la expresión cultural: grupos artísticos, poesía, danza, que aquí hay gente que hace eso. Eso también atrae a la gente, el turista va en el día va y hace sus actividades de deportes extremos, y en la noche de pronto puede salir y encontrarse con unas danzas, con poesías, con música”. (J. Pinzón, abril de 2015).

Tanto desde el sector turístico como desde el cultural, consideran que uno de los pasos más importantes que se ha dado en el propósito de vincular cultura y turismo ha sido el Festival de la Artesanía, la Cultura y el Turismo, creado en 2002 e institucionalizado mediante Acuerdo Municipal. El evento busca reunir la exhibición de la producción artesanal de fique de Curití con muestras del “potencial cultural” del municipio, con lo cual se alude a representaciones de danza tradicional y conciertos de música popular y andina colombiana, especialmente la música campesina denominada “carranguera”. A su vez, sumar todo ello con la exaltación y divulgación del “potencial hídrico del municipio” y la riqueza de sus recursos naturales, para lo cual un día de las fiestas se realiza en el balneario Pescaderito, como forma de trasladar el público para que conozca el lugar. Durante estos días también se realiza una pequeña feria de productos agrícolas o “Mercasueño Campesino”. La afluencia de público al festival está asegurada porque se realiza en enero, época en que confluyen visitantes nacionales, regionales y curiteños residentes en otras zonas del país que realizan el tradicional “retorno” anual para las fiestas municipales.

El otro evento que se ha buscado vincular a la oferta turística, si bien apunta también al público campesino, es el Festival El Telar de Oro. Curiosamente, aunque este nombre alude al premio que se otorga al ganador, el tema del festival no es la artesanía, sino que el evento se concentra en un concurso nacional de música campesina o carranguera y en la llamada Fiesta del Campesino. Este evento fue creado por la administración municipal del período 2012 – 2015 y ha ido tomando fuerza por el apoyo institucional y la participación de grupos musicales provenientes de distintas regiones del país. El festival dura tres días y su fecha de realización ha sido variable. La Fiesta del Campesino, incluida en la programación, implica exposiciones agropecuarias, concursos

como “la vaca lechera” y competencias caprinas, y un mercado campesino al que la población rural lleva sus mejores productos.

Figura 161. Visitantes durante Festival de la Artesanía, la Cultura y el Turismo



Figura 162. “Mercasueño campesino”



Figura 163. Venta de artesanías en Festival de la Artesanía, la Cultura y el Turismo



Figura 164. Grupo de música carranguera



Fuente: fotografías de Luz Andrea Cote N.

Puede observarse que, tanto el Festival de la Artesanía, la Cultura y el Turismo, como El Telar de Oro, ponen en valor especialmente la llamada “cultura campesina”, antes que centrarse en el pasado guane, colonial o republicano. Esta puesta en valor de la cultura campesina se realiza principalmente a través de la representación de actividades productivas y la exhibición de prácticas culturales, como la interpretación de música “carranguera”. De acuerdo con algunos informantes críticos a la inversión pública en estos eventos, este enfoque en la construcción de identidad curiteña ha tenido que ver con los intereses particulares del grupo de actores que ha venido tomando las decisiones de

inversión del reducido presupuesto de cultura con que cuenta el municipio, aludiendo especialmente al actual presidente del Consejo de Cultura, quien es impulsor de la “música carranguera” a nivel regional y director de un grupo musical de este género.

Pero, más allá de estas críticas, el enfoque de la identidad curiteña como una identidad campesina se ha visto reforzado por acciones tanto desde el nivel local como nacional. Es de resaltar que, como ya se ha mencionado, el Ministerio de Cultura y Tropenbos Internacional Colombia eligieron a Curití como sede del Encuentro Nacional de Culturas Campesinas, realizado en 2014. De acuerdo con las conclusiones del evento, la identidad campesina está ligada al trabajo, a la relación con la tierra y al entorno, y se basa en construir territorio en diversas dimensiones sociales, económicas y culturales. De esta forma, debe ser entendida como “la combinación de territorio, comunidad y memoria” (Van der Hammen, 2014, p. 53). Según los diálogos del Encuentro, en la construcción y reproducción de la identidad campesina se hacen fundamentales, entonces, las actividades productivas combinadas con el cuidado de las relaciones de familia, el parentesco y la vecindad, que también hacen parte fundamental de la economía campesina. Dentro de los objetivos del evento estaban el intercambio de experiencias alrededor de las maneras o estrategias para lograr la salvaguardia del PCI, la realización de recomendaciones para el fortalecimiento del programa de Cultura Campesina y la realización de conversatorios sobre el PCI campesino, los cuales giraron alrededor de algunos ejes temáticos para debatir la vida campesina “en clave de cultura” (Van der Hammen, 2014, p. 10).

Entre las amenazas que enfrentan las comunidades campesinas en cuanto al control de su territorio, se señaló la importancia de la organización social y se destacó el aporte de las mujeres a la construcción de identidad. En el eje de la tradición oral, se planteó esta como forma de resistencia y un mecanismo irrenunciable en lo campesino para transmitir la cultura propia. En cuanto a las artes y los oficios, se hizo gran énfasis en relatar los procesos de organización local que han permitido a distintas comunidades generar acciones y estrategias para el reconocimiento, fortalecimiento y salvaguardia de esos oficios; y en cuanto a lo campesino y lo festivo, se resaltó que está íntimamente ligado a los ciclos productivos, y por ende a la diversidad, de manera que la tendencia del monocultivo y unificación de la propiedad debilita las expresiones diversas de lo festivo campesino.

En cuanto a las distintas acciones que se requieren para la salvaguardia de la cultura campesina, se planteó la necesidad de realizar investigación, educación propia y la creación de museos, centros de memoria y exposiciones. Por último, cabe resaltar también la importancia que se dio al turismo como una alternativa tras las políticas macroeconómicas que han conllevado la quiebra del campo, entendiendo que existe una tensión entre la vida

campesina y el turismo debido a que las políticas de Estado pueden ser un factor de riesgo que valida acciones de ciertos sectores y excluye las propuestas campesinas. Se considera necesario proponer nuevas categorías de turismo que respondan a los intereses y necesidades del campesinado. Los organizadores del encuentro, sin embargo, criticaron la débil implicación del gobierno y las instancias locales de Curití en las distintas actividades que se realizaron en estos días.

7.5.2. Creando un producto de turismo artesanal: de la artesanía como industria cultural a la artesanía como patrimonio

Como se ha visto a lo largo de este capítulo, en Curití, la artesanía ha sido entendida e intervenida principalmente como una línea de desarrollo económico, sin que existiera demasiada preocupación por definir o producir un valor cultural para ella. En los informes sobre los procesos de intervención y en las entrevistas a informantes se vislumbra la asunción de un vago valor simbólico por tratarse de una fibra presente en la localidad desde tiempos prehispánicos. Aun así, las principales preocupaciones han tenido que ver con el desarrollo de diseños ajustados los mercados contemporáneos y la incorporación de las técnicas necesarias para ejecutarlos. Es decir, en alguna medida en Curití se ha concretado lo señalado por Vacheron & Vetrare (2009) en el sentido de que la artesanía es intervenida como una industria cultural hasta que se institucionaliza y divulga el concepto de patrimonio inmaterial.

Puede decirse que los esfuerzos por asignar un valor patrimonial a la artesanía curiteña en el sentido institucional de Unesco fueron iniciados por Ecofibras, probablemente impulsada por entidades colaboradoras como Atelier ONGD, con miras a divulgar las cualidades tangibles e intangibles del uso de la fibra de fique y promover su uso. El principal antecedente en este sentido fue la realización de un documental y una exposición denominada *Fique: historia y Futuro de una Fibra Vegetal*, que fueron presentados en San Gil, en el Jardín Botánico de Valencia, España, y, también en este mismo país, en Valladolid. Estos productos se realizaron en el marco del tercer proyecto del programa Diversifique: Promoción Nacional e Internacional del Uso y Diversificación de la Fibra Natural del Fique, cofinanciado por la Generalitat Valenciana y Atelier ONGD, y realizado en distintas fases entre 2009 y 2012. El proyecto buscaba abrir el abanico de posibilidades de la fibra del fique y de Ecofibras, ya que se constató un casi nulo conocimiento de la fibra en el mercado europeo y el poco reconocimiento y escasa participación del fique en el ámbito colombiano (Rojas & Fajardo, 2013).

Figura 165. *Imagen promocional de muestra sobre Fique en Valencia.*



Fuente: Eurofique (2010).

Estas iniciativas han sido la base de un nuevo enfoque para tejer la relación entre artesanía y turismo, la cual, hasta el momento, se había basado exclusivamente en la compra-venta, bien fuera como actividad complementaria para el público del turismo de aventura, o como una especie de turismo de compras, en el caso de aquellos comerciantes que visitan Curití por varios días para abastecerse y vender los productos en otras regiones. Ecofibras dio un siguiente paso al crear las llamadas “pasantías”, que consisten en recorridos guiados por su planta de producción para conocer el proceso que se lleva a cabo en este espacio, así como la historia del cultivo y el procesamiento del fique en Curití, ya que el recorrido incluye una visita a un pequeño museo que la empresa ha creado al interior de sus instalaciones.

Los encargados de las pasantías son trabajadores de la planta de Ecofibras que han sido capacitados para esta labor, entre ellos algunas de las personas de mayor edad. Estos recorridos están diseñados para tres tipos de público: grupos escolares y similares, interesados en conocer el proceso general, pero con poco tiempo o interés para profundizar la información; visitantes que quieren conocer el proceso que hay detrás de los productos que vienen a comprar; y el grupo de los más interesados, es decir, especialistas del sector artesanal, periodistas o personas que están realizando investigaciones o trabajos académicos.

De acuerdo con el gerente de la empresa, la iniciativa ha requerido de un intenso trabajo de promoción con agencias y operadores turísticos, oficinas de turismo e instituciones educativas del nivel regional y nacional. Se ha tratado de un gran reto porque los operadores turísticos de San Gil generalmente han visto la artesanía como un complemento de su producto turístico que se traduce en abrir un espacio para que sus clientes recorran las tiendas y compren artesanías en Curití. Aun así, las pasantías fueron rápidamente

incorporadas en la reducida oferta de turismo cultural que existe en San Gil, y, de hecho, algunos de estos turoperadores se consideran impulsores de la iniciativa porque venían demandando al municipio la posibilidad de que los turistas observaran los procesos de elaboración de las artesanías en fique. Ellos ven en estas iniciativas un beneficio no sólo para diversificar su oferta, sino para los productores de la artesanía, porque los visitantes comprenden mejor su valor cultural y, por ende, su valor económico. Así lo piensa Mauricio Gélvez, uno de los pocos turoperadores especializados en turismo cultural que hay en San Gil, quien considera que también es fundamental permitirle al visitante su participación activa en la elaboración de artesanías:

“La artesanía debe ir íntimamente ligada... artesanía y turismo, pero no ha habido esa integración [...] Cuando, yo digo, debe ir engranadas ¿por qué? porque si yo voy a Curití, si yo doy un tour por Curití, lo más obvio es que yo integre al turista a hacer la artesanía [...] Uno iba a Ecofibras, miraba los bolsos, los cinturones, las cosas en fique, pero el turista no tenía la manera para ver el proceso para que se haga esa artesanía. Entonces yo llegué con los de Ecofibras y les dije: ‘oiga, venga, montemos aquí un tour del fique’ [...] Me copiaron, y hoy en día es un producto que tienen ahí en Ecofibras, que es un proceso muy bueno y la gente lo pide. Y es muy diferente cuando yo compro una artesanía y me llevo un bolso, pero no sé cuál fue el proceso de ese bolso. Es muy diferente cuando el turista ve ese proceso. A mí los mismos turistas me han dicho, cuando salen del tour [...] ‘no, usted me fregó ¡Es que ya no puedo pedir rebaja! Ya viendo el proceso no puedo irle a decir ‘oiga, cuál es la rebaja que me hace’ porque es impresionante’ [...] Y, por ejemplo, en Ecofibras ya logré que el turista haga su propia manilla en fique. Paga un valor, pero se lleva la manilla ya hecha en fique, y eso les gusta mucho”. (Entrevista personal, agosto de 2015).

Figura 166. *Ramiro Niño, guía de Ecofibras.*



Fuente: fotografía de Luz Andrea Cote N.

Figuras 167 y 168. *Visita guiada a Ecofibras por estudiantes.*



Fuente: fotografías facilitadas por Ángel René Vargas.

En consonancia con esta iniciativa de Ecofibras, Astecur ha impulsado otras acciones que pueden considerarse parte de un proceso de patrimonialización de la artesanía que se viene retroalimentando con el desarrollo de un producto turístico cultural, o quizás un producto de turismo artesanal en ciernes. Parte de ellas fue la inclusión en el Festival de la Artesanía, la Cultura y el Turismo de una muestra sobre el proceso de extracción y transformación de la fibra de fique como se realizaba antiguamente para la elaboración de costales, iniciativa que recibió el apoyo de la alcaldía. Pese a ello, miembros de Astecur consideran que, debido a la importancia del tema artesanal en Curití, los recursos destinados -2 millones de pesos colombianos- debieron ser mayores. En el siguiente pasaje del diario de campo se aprecian algunos detalles de esta instancia del festival:

Salí hacia el parque principal y me encontré con que había una muestra para que la gente observara cómo se realiza el proceso de obtención de la fibra de fique y el tejido de los costales. En una esquina del parque, rodeada con cabuyas para separar al público de la escena, estaban dispuestos los elementos necesarios para ello: la máquina desfibradora (a motor), la de “peinar” o “escarmenar” el fique, dos o tres husos de hilar (operados por mujeres) y un telar de dos marcos (operado por un hombre). En cada equipo un artesano, la mayoría adultos mayores, de apariencia campesina, trabajaban en su tarea, un poco ajenos a los visitantes que los observaban. Me acerqué a conversar con el señor que tejía, quien se llama José Antonio. Él me contestó amable, pero era evidente que consideraba que estaba haciendo algo indebido al contestar mis preguntas. Pronto me di cuenta por qué: había una persona encargada de coordinar la actividad y los campesinos que operaban los artefactos estaban recibiendo el pago de un jornal por realizar la demostración, de manera que debían estar avocados a ello. En todo caso, don José Antonio alcanzó a decirme que todos los que estaban en la demostración provenían de las veredas y que el día anterior él se había lastimado la mano con el telar, la cual tenía evidentemente hinchada y le molestaba para la demostración de tejido del día de hoy. También me explicó que tenían la intención de mostrar cómo se hacía el “varillado” -el desfibrado del fique antes de la desfibradora a motor-, pero no fue posible.

Entre el público la gente conversaba y era evidente que varios de ellos conocían el proceso y lo relataban a sus acompañantes, a la vez que hacían remembranzas sobre la vida del campo. Me acerqué al encargado de la actividad, quien resultó ser Camilo Torres, de quien ya me habían hablado, y cuando le dije de qué se trataba mi estudio me dijo que tenía que contarme cómo era todo. Resaltó que él trabajaba con, y para, los campesinos, que son la gente que hay que valorar, y por eso habían organizado la muestra: para que la gente sepa cómo es el trabajo y todo el esfuerzo que implica el proceso del fique. (Fragmento del diario de campo).

Figuras 169 y 170. *Demostración del proceso de transformación del fique en el Festival de la Artesanía, la Cultura y El Turismo.*



Fuente: Fotografías de Luz Andrea Cote.

La muestra y los discursos en torno a ella permiten observar que el carácter patrimonial del tejido del fique en Curití se soporta principalmente en la antigua elaboración de sacos y no sobre el antecedente Guane ni sobre el oficio actual de elaboración de “artesanías”. Similar a lo que ocurre en Barichara con la piedra, lo que pervive de la “tradición” es, principalmente, el uso de la materia prima, ya que en Curití no se han intentado recuperar técnicas utilizadas por los Guane -como sí ocurrió en Barichara con la mochila- y el proceso y las técnicas de elaboración de los sacos de fique -tejido plano en telar de dos marcos- han sido prácticamente superados y mínimamente incorporados en los actuales procesos artesanales, como se observa en el recorrido por Ecofibras.

Aun así, el pasado Guane también se trae en el discurso hasta las prácticas actuales de tejido en Curití, incluido el tejido en dos agujas y crochet, para sumar valor cultural y simbólico a las artesanías locales en procesos como la obtención de la marca colectiva Fique Curití. En el marco de esta última, los miembros de la asociación se presentan como “artesanos curiteños de tradición” que preservan la cultura ancestral del tejido y de esta manera “mantienen viva la tradición textil heredada de la cultura indígena Guane” (Astecur, s.f.).

El valor patrimonial de la artesanía desde el enfoque de la cultura campesina también ha sido reforzado en cierta medida desde el nivel nacional con eventos como el Encuentro Nacional de Culturas Campesinas y los materiales producidos en el marco del programa “Cultura Campesina”. En términos generales, y como ya se ha mencionado, se destaca la importancia de los procesos de organización social que permiten generar estrategias para la salvaguardia de los oficios artesanos. Entre estas estrategias se destacan

el fortalecimiento de los procesos de transmisión en la enseñanza del oficio de padres a hijos y encuentros intergeneracionales; el intercambio de conocimientos entre artesanos; la identificación y divulgación del patrimonio inmaterial; la recuperación de ecosistemas para el mantenimiento de reservas ambientales productivas basadas en el conocimiento tradicional; y la generación de alternativas a partir del saber local y del conocimiento tradicional para no recurrir al uso de insumos químicos en actividades productivas. Además, se entiende que el valor que tienen los productos elaborados responde a que tienen un valor agregado dado por el reconocimiento del oficio tradicional que aún se preserva en un lugar (Van der Hammen, 2014).

En el marco de este programa, el material producido específicamente por los campesinos artesanos de Curití, en el cual ellos presentan su experiencia “en clave” de patrimonio, también plantea una continuidad entre el antiguo oficio de elaboración de los sacos y el actual de producción de las artesanías en fique. El material, que incluye descripciones del oficio, relatos y dibujos, se centra en la descripción de la “cultura campesina” antigua y actual en cuanto al cultivo y procesamiento del fique para la elaboración de sacos, haciendo remembranza de lo que vivieron en sus hogares y destacando el carácter familiar que rodeaba -y aún rodea, en aquellos lugares donde aún se presenta- esta actividad. El trabajo implicaba también la fabricación de herramientas para el proceso, como los telares. Posteriormente se presenta el proceso actual de elaboración de las artesanías. En los relatos incluidos en el material se destaca cómo el oficio de obtener la fibra de fique, hilarla y tejerla -aunque este último paso no se realiza en todos los hogares campesinos- se alterna con labores del hogar y del campo, constituyendo el carácter de la economía campesina:

“Desde los ocho años me tocaba ayudarlo a mis papás a hacer los sacos con mis hermanas, eso era toda una semana [...] En el tiempo de ahora desde hace diez años me dediqué a hacer artesanías y el día domingo compro el fique para empezar el día lunes. Me levanto, me pongo a hacer el desayuno para mandar a mis tres hijos a la escuela, luego saco los camuros, hago aseo y me voy a tejer. Después hago el almuerzo y a la una de la tarde me siento otra vez a tejer bolsos. A las cinco de la tarde hago la comida y la sirvo. A las ocho de la noche nos acostamos y así toda la semana, para poder llevar los bolsos a venderlos en San Gil o a Curití”. (Relato de Marcela Roa Gualdrón, en Castro et al., 2014).

Figura 171. Dibujos sobre la cultura campesina asociada al fique realizados en el marco del Convenio "Patrimonio Cultural Inmaterial desde la Perspectiva Local".



Fuente: Castro et al. (2014, p. 20).

De esta manera, la artesanía va tomando importancia en clave de patrimonio en el espacio turístico de Curití, y, de esta forma, se agrega un nuevo significado a la interpretación que hacen del territorio los habitantes locales -incluidos los artesanos-. En la medida en que se trata de patrimonio cultural campesino, ese territorio recobra valor como paisaje productivo -ya no sólo paraíso natural para deportes de aventura-, especialmente en torno a la producción y transformación del fique.

A la vez, los artesanos empresarios consideran que este nuevo lente a través del cual se mira la artesanía ha venido redundando en un mejoramiento del mercado local, ya que se atrae a un público más adecuado para hacer sostenible el esfuerzo por cuidar la calidad:

“Ahorita es muy bueno en cuanto a las ventas y todo eso, porque ya vienen es al recorrido [en Ecofibras] y realmente a ver la parte cultural del municipio. Pero anteriormente, todos atraídos por el balneario Pescaderito. Entonces Pescaderito se convirtió en que venían, hacía el sancocho allá en el río, dejaban la basura, y ni siquiera visitaban los sitios de artesanía, ni nada de eso. Y el municipio no se beneficiada en nada [...] Ahorita el turismo sí viene a dejar muchos recursos aquí, en el municipio [...] Ya, a este nivel en el que ya estamos, y después de 20 años de trabajo, el turismo que está llegando, está llegando realmente porque se ha vinculado el mismo turismo, las demás empresas, las universidades, ya es más que todo pedagógico. O sea, ya el que llega a Curití llega a ver el proceso de Ecofibras, de cómo se hace el producto, interesarse por toda la tradición y la cultura que tiene el municipio. Hasta ahorita, después de 20 años, es que se está logrando eso”. (S. Torres, entrevista personal, abril de 2015).

Ahora bien, existe, en todo este proceso, un interés generalizado y específicamente compartido por los sectores artesanal, cultural y turístico, de posicionar a Curití como “la cuna” de las artesanías en fique, no solo de la región, sino también de Colombia. Bien sea que se esté realizando una investigación académica, o simplemente recorriendo las tiendas de artesanía como turista, es frecuente en Curití escuchar frases como “todo lo que encuentra en fique en Barichara es llevado de Curití”, o “la cuna de la artesanía es Curití”. En consonancia, se pueden escuchar opiniones encontradas sobre el posicionamiento a nivel nacional que ha logrado Curití como pueblo productor de artesanías y sobre en qué medida estas últimas se han constituido realmente en motivo de visita, pero al respecto no se han realizado estudios. Algunos consideran que actualmente Curití es lo suficientemente reconocido como destino de compras para adquirir artesanías, mientras otros creen que esas ideas sobredimensionan la importancia de Curití como destino turístico a nivel nacional:

“Aquí creo que más bien este pueblo se está reconociendo gracias a que está al lado de San Gil, se reconoce más por deportes extremos que por el mismo fique [...] Curití tiene como la huella, como ya una imagen vendida de fique, pero es minoría, porque si tú vas a otro lado, o a otro departamento: ‘¿dónde vives?’, ‘en Curití’, ‘¿dónde es eso?’, uno tiene que decir ‘¿conoces Barichara?’, ‘¡uy, sí!, Barichara, el pueblito’, ‘¿y San Gil?... ¡bueno, queda cerca!’ (A. Joya, entrevista personal, enero de 2015).

No obstante, en lo que la mayoría de los informantes están de acuerdo es en que los pueblos vecinos donde se venden artesanías en fique provenientes de Curití, como Barichara, se están beneficiando injustamente de este mercado porque venden los productos artesanales a precios más altos, generando un mayor margen de ganancia que el que logran los artesanos y comerciantes curiteños. Consideran una apropiación ilegítima de la artesanía curiteña el que no se informe a los turistas dónde son elaborados los productos, impidiendo que los clientes tengan la opción de ir a Curití a adquirirlos. En este sentido, también hay acuerdo en la necesidad de posicionar el municipio como el verdadero productor de las artesanías en fique:

“Hay que concientizar a la gente y hacerle ver a la gente que este pueblito que es tan pequeño y que no es tan conocido como Barichara, es de donde salen todas estas bellezas de artesanías. Es donde se produce el fique, donde se hace todo el proceso, y donde se hace toda la elaboración de las artesanías en fique”. (Y. Posada, entrevista personal, abril de 2015).

Algunos consideran que este posicionamiento resulta un desafío problemático e inalcanzable ya que, debido a la divulgación del conocimiento y la materia prima, la realidad es que, tanto en Barichara como en muchos otros pueblos del departamento, hay artesanos

que elaboran productos en fique. No obstante, para otros, el asunto se zanja relevando otro factor, y es el hecho de haber sido el primero en realizar la diversificación: “Fuimos los pioneros en la artesanía en fique, fuimos nosotros los primeros... nació aquí en Curití”, resalta Sergio Ducón, (entrevista personal, abril de 2015). Para Astecur, el sello colectivo “Fique Curití” ha representado un gran avance en este sentido: “Ya se destaca que la artesanía de fique, realmente, la tradición la maneja Curití. Eso es algo que al municipio no se lo podrán quitar, nunca le podrán negar de que eso nació aquí, esa cultura, esa tradición” (S. Torres, entrevista personal, abril de 2015).

La conjunción de todos estos factores ha llevado a que actualmente los artesanos locales hagan referencia de manera crítica, en clave de patrimonio cultural, a los procesos de divulgación de las técnicas para la elaboración de artesanías en fique realizados por el SENA y Ecofibras como respuesta a las necesidades que presentaban otras regiones fiqueras del país. Así mismo, a la decisión de vender el hilo y no solo productos terminados. Se critica el poco celo sobre el conocimiento local, en contraste con el que han mostrado otros territorios artesanos del país que han comprendido que en la reserva del saber está también el valor económico de los productos que se comercializan:

“A los Wayúu los quisieron traer el SENA para dos cosas: para que brindaran cursos de tinturado, con tinturas naturales, y de tejido, de sus cosas que ellos hacen. Y resulta que les pusieron el cielo y la tierra: les pagaban más de 20 millones a cada mamo para que vinieran y se volviera multiplicador en el SENA. Fuera de que les daban esa plata, les daban alojamiento, comida y toures sábados y domingos. Y ellos dijeron: ‘No. Eso es patrimonio cultural de nosotros. Si ustedes necesitan 200, 300, 500 mochilas, se las colocamos, pero nosotros no lo enseñamos. Eso lo enseñamos de familia en familia’. En cambio, nosotros aquí... de aquí hubo gente de Curití que fue a Italia a dictar cursos. Les pagaron un millón de pesos, y usted nunca había tenido como artesano un sueldo de un millón de pesos. Fuera de eso le decían que se iba en avión, que le daban hotel... cuasi el estilo de la colonia indígena: ‘sacaito con espejo’. Se fueron y comenzaron a irrigar. Otros aquí en Colombia se fueron por parte del SENA, por parte de Ecofibras, dentro de un ambiente comercial, a enseñar todo lo que usted sabe. De ahí que nosotros decimos, lo que antes una mochila de esas se vendía en 25.000 pesos, hoy en día esa mochila, a duras penas, se vende a 10000 pesos y ‘en el mercado negro’ a 6000 o 7000 pesos. En cambio, fíjese: a veces nos reímos nosotros ‘¡ah, los indios esos!’, y los indios nos dieron la lección: ‘eso es patrimonio cultural y no lo entregamos’”. (A. Tavera, entrevista personal, abril de 2015).

7.6. Recapitulaciones acerca de la calidad, la innovación y la creatividad como fuentes de autenticidad

Si bien esta investigación no está enfocada en realizar un estudio empírico sobre los criterios de autenticidad que aplican los turistas y compradores de artesanías que llegan a Curití, ni de los demás factores que intervienen en la decisión de compra, a través de

artesanos y comerciantes se ha observado cómo perciben ellos las demandas de sus clientes, las cuales operan, junto a las de los agentes de fomento artesanal, como variables a tener en cuenta en sus estrategias de adaptación al contexto contemporáneo de la artesanía. Las percepciones son, no obstante, muy variadas.

Por una parte, y como ya se ha referido, hay discrepancia en cuanto a si el turista que visita Curití está más interesado en la calidad o en el precio, aunque, en general, se percibe como una clientela de menor capacidad adquisitiva que la que llega a Barichara. Tanto para algunos artesanos que venden directamente en sus talleres o sus casas, como para comerciantes o comerciantes-artesanos que expenden en sus tiendas, el principal interés de los turistas nacionales es llevar productos elaborados en la materia prima local, el fique, pero a un precio accesible, ya que muchos de ellos están interesados en comprar, no solo para sí mismos, sino también para llevar a familiares y amigos. Algunos artesanos enfatizan críticamente en que el principal interés es el precio y la materia prima, por lo cual los turistas practican mucho el regateo, y no se presta mayor atención al diseño: “Ahorita está perrateado... la gente no compra diseño, sino que tenga fique” (A. Joya, entrevista personal, enero de 2015). En este sentido, el diseñador Germán Tarquino, quien es empresario y ha sido capacitador tanto en Curití como en Barichara, señala que, en el primer municipio, el público hace énfasis en el precio, mientras que en el segundo, el visitante muestra mayor interés en que haya una coherencia entre el producto artesanal y el entorno, de manera que la artesanía tenga una mayor identidad cultural.

Para otros, sin embargo, se trata más bien de que el turista que visita Curití no tiene el nivel de formación o el bagaje suficiente para ser capaz de reconocer la calidad y, por ejemplo, distinguir entre unos tipos de materiales y otros que son imitación. Aun así, hay quienes consideran que cada vez llegan más turistas y comerciantes que sí identifican la calidad y que seleccionan en este sentido sus productos, buscando que se mantenga la materia prima del fique, pero se realicen aleaciones novedosas con otros materiales. En este espectro, sin embargo, algunos diferencian las preferencias de los turistas extranjeros de las de los nacionales: los primeros buscan productos más sencillos, que tengan un estilo más “indígena”, mientras que los segundos prefieren artículos más complejos y sofisticados. También se hacen diferenciaciones en cuanto a los colores de interés: mientras extranjeros y nacionales del interior prefieren los colores tierra, los regionales o de la costa caribe optan los por los colores vivos.

Ahora bien, como se ha dicho, parte importante de las ventas a nivel local se realiza a comerciantes que llevan los productos al por mayor a otras regiones de Colombia y por tanto buscan competitividad en el precio y que haya existencias de cada tipo de producto o

diseño. De acuerdo con los artesanos, estos comerciantes no se preocupan mucho de la calidad de los productos, a diferencia de alguien que compra la artesanía para su propio uso. Todas estas consideraciones no son solo reflejo de la diversidad de perfiles de turistas y clientes que concurren a Curití, sino también de que en el municipio no se han realizado los necesarios estudios de mercadeo que permiten el desarrollo de productos artesanos y de turismo artesanal como lo proponen autores como Richards (1999), algo que ha identificado Astecur: “Lo de la parte artesanal, igual, es un turismo que llega y no se hace un mercadeo de realmente qué les interesa, si el precio, o la calidad, o en sí lo compran porque quieren llevar un recuerdo de Curití” (S. Torres, entrevista personal, abril de 2015).

No obstante, como se ha observado, el turismo y mercado local no representan la principal clientela para varios de los artesanos empresarios más destacados del municipio de Curití. En sus casos, el conocimiento de su público se da a través de la mediación de las entidades de fomento artesanal que los capacitan, de los diseñadores de estas entidades o diseñadores independientes que los asesoran o con los que trabajan, y, en menor medida, de la interacción con el sector artesanal y su mercado a nivel nacional e internacional a través de la participación en eventos y ruedas de negocios.

El mercado que se presenta a los artesanos es un mercado que está atento a las tendencias y a la necesidad de vigencia y aceptación en el mundo global. Los productos deben vincular e integrar conceptos novedosos en diseño, garantizar la calidad y responder a las necesidades contemporáneas propias de distintos ambientes, sin que eso signifique perder su carácter artesanal y romper el vínculo con la tradición (Rojas & Fajardo, 2013).

Igualmente, deben responder a la preocupación por la sostenibilidad ambiental que ha incentivado la demanda de fibras naturales. En resumen, los mercados nacional e internacional requieren un producto con “valor el agregado”, como lo señala el director del grupo de artesanías del SENA, Gustavo Galeano (entrevista personal, agosto de 2015). Algunos de los retos formales implican responder a las tendencias en el uso del color -por ejemplo, los colores tierra, que transmiten más cercanía con la naturaleza-, incorporar el fique de distintas maneras -no solo hilado y tejido-, o lograr suavidad en la fibra. Ahora bien, según los artesanos, en algunas líneas como las de los tapetes, estos mercados admiten cierto nivel de mecanización o industrialización, e incluso, dudan de los artesanos que afirman que sus tapetes son totalmente hechos a mano, sin que esto signifique el rechazo del producto.

Todo ello constituye el crisol a través de cual los artesanos curiteños resignifican la noción de autenticidad, de manera que emerge una variedad de fuentes de legitimación

entre las que, no obstante, destacan unas más que otras. Como quizás es de esperar en un contexto en el que el origen de la heterogeneización aún es visible en el horizonte del pasado inmediato, y en el que se da una severa competencia basada en precios, copia de diseños y degradación de la calidad -en clave de incumplimiento de normas técnicas-, las principales fuentes de legitimidad son el reclamo de dicha calidad, y de la innovación y la creatividad. Así, la preocupación por desplegar estos discursos es notoria principalmente entre los artesanos formales y los diseñadores.

No obstante, antes que estos reclamos, quizás conviene señalar, que existe también una disputa por ser pionero o vanguardista en el sentido de destacar específicamente el papel que se ha cumplido en la heterogeneización o diversificación del uso del fique. Por una parte, mientras algunos dan el crédito a Precoart y Areagua, y especialmente a Patrocinia Pimiento, de haber sido las iniciadoras de buena parte de las líneas de productos que hoy existen, es frecuente que Ecofibras se autodefina, y sea señalada por entidades nacionales e internacionales y por algunos artesanos del pueblo, como la impulsora de este proceso y creadora de los productos que van a la vanguardia en el mercado de las artesanías en fique:

“Nosotros, Ecofibras, empezamos haciendo todos esos [productos] que ve por ahí en las tiendas, haciendo esas mochilas, y vendiéndolas a 35 mil pesos en 1996, 97 y 98 [...] Hay varios que dicen, inclusive el alcalde actual dice, que en la historia de las artesanías en Curtití hay una línea que está repartida entre antes de Ecofibras, y después de Ecofibras”. (J. Porras, entrevista persona, abril de 2015).

De forma similar, el tener en el horizonte del pasado inmediato el inicio de la diversificación facilita que existan también disputas por quién inició o creó ‘tal o cual’ línea de producto, ‘tal o cual’ diseño, o ‘tal o cual’ técnica o puntada. Por ejemplo, varios artesanos se arrojan el haber iniciado el uso del cuero, o el haber mejorado las formas de utilización de este material, mientras que quienes participaron en el proyecto de Precoart resaltan que esta práctica comenzó en aquella época de la mano de las diseñadoras de Artesanías de Colombia, cuyas ideas siguen constituyendo la base de lo que hoy existe. Algo similar sucede con uso de la mota del fique en los tapetes, según el siguiente relato de Patrocinia Pimiento:

“Ese tapete de motas, ese nació de la idea de doña Marina, y yo digo, ese tapete nació con nosotros, con doña Marina y conmigo, porque, haciendo un experimento de separar unos individuales, entonces ella dijo ‘uy, Pato, pero es que el fique liso es más caro, por qué no le metemos mota’, entonces empezamos a separarlo con mota [...] Si hoy en día la gente no lo reconoce así, no lo reconoce es porque ya por lo menos unos dicen ‘no, es que esto yo me lo inventé’, pero todo eso vino de esa escuela”. (Entrevista personal, enero de 2015).

Este tipo de disputas llevan al realce de la creatividad y la innovación, factores que, como señala Montenegro (2013), se han convertido en importantes fuentes de valor agregado en la activación económica de lo “cultural” debido a que lo nuevo es siempre garantía de singularidad, diferencia y autenticidad. Curití ha demostrado ser un escenario ideal para la emergencia de estos discursos, principalmente por parte de los artesanos microempresarios, Ecofibras y los diseñadores y comerciantes-artesanos que contratan mano de obra para desarrollar sus creaciones. En palabras de la artesana María Torres: “Si uno no innova, ahí queda. No surge, no hace realidad otra mentalidad. Al salir uno con nuevos productos, las ventas mejoran, los productos también son variados. Ya tiene pues un equilibrio de rentabilidad, de mejoramiento de calidad de trabajo” (entrevista personal, abril de 2015). Y la innovación y la creatividad van indefectiblemente ligadas a una racionalidad y una cualidad que parece separar este grupo del resto del artesanado informal: el “diseño”, que en Curití se entiende principalmente como diseño de producto.

En el caso de Ecofibras, la empresa considera que ha sido su constante esfuerzo de innovación el que ha permitido darle un valor agregado a la fibra del fique que nunca tuvo en la época de los costales. De hecho, la empresa cooperativa y sus entidades colaboradoras consideran que este es un aspecto “reconocido y valorado por los mismos comerciantes de Curití, que rápidamente imitan sus diseños y por ello hace solo seis años eran unos cuatro o cinco y hoy son más de cincuenta” (Rojas & Fajardo, 2013, p. 32). Desde su punto de vista, los comerciantes y demás artesanos de Curití reconocen en Ecofibras una “escuela” de la que han aprendido “todo lo que saben”, tanto en términos de diseño y manejo empresarial, como en técnicas de tejidos y elaboración de los productos (Rojas & Fajardo, 2013, p. 32):

“Como nosotros pertenecemos, en otra instancia, a la cadena regional y nacional del fique, que está liderada por el Ministerio de Agricultura, entonces, dentro de la cadena nacional nos han dicho: ‘bueno señores Ecofibras. Encárguense ustedes de buscar valor agregado a la fibra, de buscar otros usos a la fibra del fique’ [...] Entonces, creo que nosotros hemos cumplido la tarea de liderar, dentro de la cadena, el desarrollo de productos dándole valor agregado a la fibra. Entonces, Ecofibras ha logrado un posicionamiento y un reconocimiento por ese trabajo que ha hecho, tanto en las ferias, como en la cadena, y en la región”. (J. Porras, entrevista personal, abril de 2015).

Entre los diseñadores que acuden a la mano de obra local, los cuales en su mayoría no son curiteños, son comunes las críticas a la innovación, la creatividad y el diseño que se observan en Curití, y plantean que los mismos nativos aún no han visualizado ni explotado todo el potencial de la fibra de fique. Consideran que la mayoría de microempresas y artesanos del pueblo se conformaron con lo avanzado en los períodos de la diversificación

y la expansión realizada por Precoart, Areagua y Ecofibras, de manera que el sector artesanal se encuentra en un estancamiento, lo que facilita que sus creaciones sobresalgan:

“A pesar de que las mochilas que yo manejo son diseños míos, pues hay gente que va y ‘ay, no, pero es que en Curití el precio varía’, sí, pero es que uno puede caminar muchas tiendas y ver la diferencia de calidad del producto y del diseño del producto, porque veo que en Curití sacan mucho, pues, la misma típica mochila, los mismos colores, el mismo tejido, pero no se preocupa el artesano por darle algo, un plus, una diferencia al producto que están realizando, sino que nos quedamos en la misma mochila y de ahí no avanzamos”. (M. Rueda, entrevista personal, abril de 2015).

Ahora bien, dentro del grupo de artesanos que apuestan a la innovación y el diseño, quienes dicen desarrollar su creatividad experimentando en sus talleres critican a aquellos que basan sus creaciones en productos observados en revistas o en internet. Para desarrollar una verdadera creatividad, son varios los que, en consonancia con las entidades de fomento artesanal, ponen de presente la necesidad de capacitación y actualización permanente, ya que esto permite estar al tanto de las tendencias globales y las necesidades del mercado. Así pues, los conocimientos o las habilidades que importan, que agregan valor, no son, como sucede en otros casos, los que se transmiten de generación en generación -que podrían denominarse aquí técnicas o conocimientos tradicionales-; ni siquiera son aquellos introducidos en la fase de diversificación, es decir, el uso del crochet, las dos agujas o el telar de cuatro marcos, ya que se han vuelto populares; sino que son aquellos más sofisticados: las tendencias de color, de acabados, aplicaciones o herrajes, nuevas formas de tinturado, u oficios como la talabartería, aprendizajes que no están al alcance de los artesanos informales y de menores recursos económicos.

Por esta vía, el diseño y la innovación van acercando los productos artesanales al “arte”. Varios artesanos se preocupan por señalar que su trabajo es “artístico” y no meramente artesanal. La explicación que se expone para categorizarse como tal es el rechazo a quedarse en una sola línea y repetir productos, abriéndose a la experimentación, lo cual habilita, por ejemplo, para realizar “obras” a partir de la fusión de elementos culturales de distinta procedencia. Y si esta es una fuente de legitimación para algunos artesanos, es aún más común entre los diseñadores, algunos de los cuales destacan el aporte que han dado a Curití mostrándole un camino artístico, pese a que los artesanos los critican por no saber tejer el fique y no desarrollar sus propios productos:

“Cuando yo veo el trabajo manual que se hace acá, pues me encantó el tejido. Lo que yo quería hacer era traer mis diseños y enaltecer el arte. No dejarlo como una simple artesanía donde había muchos errores, pues me daba cuenta que las terminaciones del bolso estaban mal hechas, el fique estaba muy duro y el mango si se ponía te rosaba la piel. Entonces empiezo a darme cuenta que aquí había una mano de obra

impresionante, pero que no había... no estaban pulidas”. (Zoe, entrevista personal, abril de 2015).

Pero para algunos diseñadores, en realidad, se trata de algo más: la autenticidad se alcanza sólo cuando se llega a desarrollar una identidad como diseñador, de manera que los productos propios se reconozcan de lejos, es decir, cuando, como dijera el diseñador Germán Tarquino, se desarrolla un “lenguaje propio”, de manera que no se trata de “innovar por innovar”, sino de llegar a encontrar una “esencia” que prácticamente significa el retorno al verdadero carácter de la artesanía:

“Es que el problema es que uno no puede, en la artesanía, innovar por innovar [...] Un poco era el tema en Artesanías de Colombia: ‘Hay que innovar... nuevas colecciones’... me parece que sí, pero me parece más importante generar un verdadero lenguaje... cargar al objeto de verdaderos valores, entonces él va a perdurar más en el tiempo de esa manera, y no se vuelve el objeto modal, y corra el otro año a hacer otra cosa, otra cosa. Entonces, en esa novedad constante se pierde la esencia. Lo que te digo, la esencia no sale de la noche a la mañana ni cada año [...] no, la esencia se da es en el tiempo [...] Ahora, a nivel como diseñador, a mí sí me gusta estar explorando y desarrollando, pero pienso lo mismo... es muy desgastante uno, como diseñador, entonces ir detrás de la innovación. No, es que no es ni innovación, es novedad... detrás de la novedad y lo modal. Eso para mí ya es un desgaste, entonces prefiero quedarme depurando, depurando el objeto [...] y exploro ese tema y que ese sea mi tema para el resto de la vida creo que es suficiente. Pero se va decantando y se va depurando la forma del objeto, que era lo que le pasaba a los objetos artesanales antes”. (G. Tarquino, entrevista personal, marzo de 2015).

Como se ha dicho en los apartados teóricos, en las industrias culturales y creativas, y específicamente en aquellas como la “artesanía contemporánea”, es común que se busque una conciliación entre innovación y tradición (Montenegro, 2013). La tradición como fuente de autenticidad y legitimidad es un discurso que aparece especialmente en Ecofibras y entre los artesanos microempresarios, especialmente los que están asociados a Astecur. En él, la tradición está dada por factores como la profundidad histórica que otorga el oficio de tejido, especialmente de la época Guane y del período de Curití como productor de empaques, siendo casi nulas las alusiones al período del algodón, que sí han tomado relevancia en otros municipios de la región que tienen un pasado similar en este sentido, como Charalá o Barichara. No es frecuente, sin embargo, apelar a motivos rescatados de las pictografías guanes¹²¹ -como se ha hecho en el caso de otros oficios como la joyería-, ni se ha apelado, como se ha dicho, a la reintroducción de antiguas técnicas de tejido usadas por los Guane. En cambio, las relaciones con el pasado se establecen a través de elementos como la materia prima y las

¹²¹ El único caso registrado durante el trabajo de campo fue el de la diseñadora Adriana Gualdrón y su empresa Quití, que no es del municipio.

evocaciones a través del color, y se explican al cliente para darle una medida del valor cultural y artesanal del tejido:

“Realmente, es lo que se está viendo en el mercado, y es lo nuestro, de poder nosotros mostrar a través de nuestros productos toda la riqueza que tiene el municipio, de todo lo que nos dejaron los Guanes, los que habitaron esta tierra. De los colores, por ejemplo. Son colores que desde hace muchos años se viene manejando y que, en el mercado, realmente, se siguen usando, se siguen vendiendo, que son los colores tierras, los terracotas, los ocre. A mí me llegan muchos clientes, y si uno a esos clientes les habla de cómo está hecho el producto, de toda la parte cultural, artesanal que tiene, obviamente la gente termina comprando el producto, porque a la gente le interesa realmente como está hecho, por qué el colorido, por qué la forma, y si uno sabe explicarle al cliente dice ‘me gusta que ustedes manejen esa tradición, esa cultura... lo voy a comprar’ [...] Pues, la verdad es que si uno desconoce la parte cultural o tradicional acá de la tejeduría, tiende uno más a hacerse industrial que seguir conservando lo artesanal, y lo que hay que conservar es la parte artesana, que los bolsos [...] lleven mucho trabajo a mano, porque si ya se vincula mucha más maquinaria entonces los bolsos se van a producir por cantidad, pero no van a tener el mismo valor cultural que tienen. Y por eso llevamos años tratando de innovar, pero no salimos de eso”. (S. Torres, entrevista personal, abril de 2015).

Como se puede observar en el anterior comentario, otro factor que permite establecer el puente entre la tradición y la innovación es lo “hecho a mano”. Pese a que algunos artesanos validan el uso de máquinas industriales para lograr mayor innovación y sofisticación en los acabados, en general, mantener el carácter artesanal del tejido es visto como base del valor agregado y se plantea como sustento de la marca colectiva “Fique Curití”, que destaca cómo los artesanos curiteños tejen a mano y en telares horizontales. Incluso, Ecofibras, reconocido con la marca colectiva, se presenta como una “empresa dedicada a mantener viva la tradición textil heredada de la cultura indígena Guane, a través del hilado y del tejido de fique”, resaltando que es una cooperativa dedicada a mejorar la calidad de vida de los artesanos “mediante el trabajo manual del fique y otras fibras textiles naturales” (Astecur, s.f.). Lo artesanal también sustenta un mayor valor económico en relación con la cantidad de trabajo invertido, y, de hecho, los tapetes tejidos completamente a mano se venden a mayor precio que los elaborados en telar y, especialmente, que aquellos utilizan mota de fique.

Adicionalmente, aunque en menor medida, la conservación del carácter artesanal implica también la recuperación de algunas técnicas y tecnologías del período de la elaboración de sacos, como el tejido en telar de dos marcos, y así sucede en el caso de Ecofibras, que concilia su producción fabril con este tipo de esfuerzos:

“Se mantiene la elaboración del hilo y se mantiene la tejeduría. Se ha recuperado el tejer en telares de dos marcos. Porque, prácticamente, al ir desapareciendo la elaboración de costales, esos telares de dos marcos en muchas casas terminaban en cenizas. Ya han hecho el desayuno, el almuerzo, la cena, y ya desaparecieron los

telares. Yo creo que la próxima generación no va a saber qué es un telar. Por ahí se escuchará, pero nosotros lo recuperamos". (J. Porras, entrevista personal, abril de 2015).

Ahora bien, dentro de la tradición generalizada del "pueblo de tejedores", la tradición familiar, la historia personal, también se convierte en una fuente de autenticidad. Ser de Curití o de uno de los pueblos figueros vecinos, provenir de una familia figuera, conocer a fondo el proceso "tradicional" del fique y haber trabajado en la elaboración de sacos desde niño, se usa para distanciarse de aquellos comerciantes-artesanos que llegaron con el desarrollo del turismo y que se han especializado en las terminaciones de los productos.

De la mano de lo anterior viene el ser fabricante, es decir, artesano, lo cual, como señala Van Oss (1999), debe ponerse en evidencia mediante la exhibición del trabajo y la creación de atmósferas que transmitan la confianza de que los objetos han sido elaborados allí -herramientas a la vista, fique en rama listo para usar, etc.-. En Curití, la mayoría de los talleres no están abiertos al público, pero algunos artesanos han visto que a los visitantes les atraen estos lugares y que en estas visitas pueden cerrarse negocios interesantes, por lo que poco a poco han abierto las puertas y presentan gran disposición a responder las preguntas de los espectadores. Pero si bien la exhibición del trabajo resulta relativamente sencilla para los talleres, se hace un poco más compleja para quienes sólo tienen un local comercial o trabajan la artesanía en su casa, de manera que, aunque no es muy frecuente, se puede observar en algunas tiendas a sus propietarios trabajando mientras atienden las ventas. Esto es calificado por algunos artesanos como una estrategia engañosa empleada por comerciantes para mostrarse como fabricantes.

Figuras 172 y 173. *Exhibición del trabajo en tiendas de artesanías*



Fuente: fotografías de Luz Andrea Cote N.

En el caso de Ecofibras, como se ha dicho, las pasantías se consideran un “gancho” y ventaja frente a la competencia. La empresa se plantea la necesidad de consolidar el mercado local y asume las pasantías como estrategias para estructurar una “moderna atención integral al turista”, la cual puede orientar y liderar el desarrollo de una nueva “cultura de atención al turista” entre todos los comerciantes de Curití (Rojas & Fajardo, 2013, p. 77). De esta manera, además de considerar las pasantías como un aporte al turismo, también las valora como una estrategia de mercadeo. Así, Ecofibras no solo busca garantizar que los productos son elaborados en la fábrica, sino también brindar evidencias de su calidad. Con el énfasis en esta última se cierra una especie de círculo virtuoso que opera como fuente de autenticidad para los artesanos formales de Curití y mediante el cual se legitiman frente a las instituciones interesadas tanto a nivel nacional como internacional, frente a los clientes y frente al mismo sector artesanal local.

“Yo doy la conclusión que tengo, y es que la gente no valora ese ingrediente cultural que tenemos, de saber hilar y saber tejer la fibra del fique. Eso lo tiramos por el piso. Y eso fácilmente la gente lo asocia a que ‘es que yo tengo que comer, tengo que vestirme’, y la gente, antes vivía de los sacos, de hacer sacos, hoy quieren vivir de hacer un bolso. Entonces, el saco, la gente lo hacía de cualquier manera y se vendía: ‘Al fin al cabo es pa echar papa, al fin y al cabo es pa echar cebolla o zanahoria’. Pero, esa misma concepción, llevarla a hacer un bolso, hay una distancia muy grande que la gente ya no la percibe, que eso es ya un accesorio, que hay que saber hacer una puntada muy uniforme y bien hecha, que hay que saber combinar colores muy bien, y que si yo tinturo el fique le tengo que garantizar a usted que ese color tiene una solidez, una resistencia al lavado, al frote, a la luz, que es lo que nosotros en Ecofibras decimos. Entonces la gente aprendió a tinturar, y entonces creyó que tinturar era lo mismo que hacer costales, y como yo pongo una ollita ahí, y cuando yerbe le pongo un poquito de sal y le pongo el fique, el fique ya coge color, entonces ya lo tinturé. Eso nos trae consecuencias a nosotros, a Ecofibras, que trata de hacer las cosas de la mejor manera”. (J. Porras, entrevista personal, abril de 2015).

Quienes enfatizan en que su distinción es la calidad suelen apelar a algunas evidencias, aunque llama la atención la poca alusión que hacen los artesanos que han obtenido el sello de calidad “Hecho a mano” a esta distinción. De hecho, sólo unos pocos tienen el certificado exhibido. En cambio, citan otras pruebas, como los clientes que tienen en su lista, en los que pueden incluirse Artesanías de Colombia, la gran tienda de artesanías Caballo de Troya, la marca de bolsos y accesorios Rivano, o la familia del presidente de la república. Otros enfatizan en el nivel de control que tienen sobre el proceso de producción, resaltando, por ejemplo, que no delegan el tinturado o el tejido; también, los protocolos que siguen para asegurar el control de la calidad o el tiempo que llevan trabajando con tejedores de confianza. Algunos resaltan la capacitación permanente que ellos mismos dan a sus trabajadores, y otros hacen referencia a la diferencia de precios, haciendo énfasis en que

aquellos que compiten con precio utilizan materiales de mala calidad, como la artesana y microempresaria Aura Guevara: “Yo compro un forro que, mientras aquí compran forros de telas de 2.000 pesos, yo compro forros de 17.000, de más... o sea, la calidad, yo cuido mucho la calidad del producto y todo” (entrevista personal, abril de 2015)

Como se ha venido observando, con base en el discurso de la calidad el empresariado artesanal y algunos comerciantes-artesanos buscan distanciarse de los artesanos informales, no obstante que en muchas ocasiones apelen a ese mismo grupo para abastecerse. De esta manera, también se ha establecido un cierto discurso desplegado por las instancias institucionales como la Alcaldía y el Consejo de Cultura, y por organizaciones locales como Astecur, en el que el verdadero representante de la [evolución de la] cultura tejedora del pueblo es el que ha tenido perfeccionamiento técnico para elaborar los nuevos productos con calidad. Aun así, los artesanos microempresarios dicen estar interesados en que todo el artesanado siga este camino para que compita con calidad y diseño, antes que con precio, porque la distribución de productos de mala calidad en el país perjudica a todo el pueblo.

Ante este discurso, podría decirse que se presenta una tímida resistencia en las recientes interpretaciones de los oficios artesanos como parte del patrimonio inmaterial de Curití en el contexto de la cultura campesina. Como se ha referido, en ellos se destaca el artesano campesino como aquel en el que aún se mantiene vigente todo el proceso del fique, desde la producción hasta la transformación. No obstante, los escenarios en que se despliega este discurso son limitados y se dan especialmente con el apoyo de entidades del orden nacional, como el Ministerio de Cultura. Lo paradójico es que este mismo discurso es también apropiado por la capa del artesanado que ha podido aprovechar de mejor manera la política de la calidad. Ecofibras, artesanos microempresarios y comerciantes-artesanos suelen enfatizar en su papel de generadores de empleo para la población que sostiene el oficio del tejido, como una de las formas de legitimarse y validarse en un mercado que parece cada vez más demandante de comercio justo. Para ello, con frecuencia exponen el número de artesanos informales rurales o urbanos que contratan:

“Por ejemplo, conmigo está trabajando, ahorita, actualmente, 35 personas... hogares. La mayoría son del campo; son 35 hogares, que me traen la fibra, me la ayudan a procesar, le hacen a uno... le ayudan a uno a hacer los bolsos cuando hay pedidos grandes [...] Y la gente se está beneficiando, la que digo, los 35 hogares de campo, en la materia prima, porque a ellos les compro yo un promedio de 500 kilos semanales en materia prima”. (C. Sequeda, entrevista personal, abril de 2015).

No obstante la intención de Carmelo con el anterior comentario, visto desde otra perspectiva, éste se convierte en evidencia de que en Curití se concretan las advertencias o los temores de algunos investigadores acerca de la posible evolución de las artesanías al ingresar en los mercados turísticos y urbanos contemporáneos, especialmente en cuanto la proletarianización del artesano debido tanto a la tendencia a la industrialización de los procesos de producción, como a su conversión en mano de obra de los diseñadores (Ariel De Vidas, 2002; Barrera, 2011; García Canclini, 1982; Khan & Amir, 2013; Lauer, 1989; Malo, 2006; Novelo, 1976, 1999).

En la década de 1980 Mirko Lauer (1982, 1989) planteó que la vía del incremento de la producción por cuenta de la demanda de estos mercados podía conducir a la conformación de un panorama de propietarios y asalariados -más allá de que los propietarios salieran de las mismas filas del artesanado-, en el que se desdibuja la imagen ideal del artesano creador y dueño de sus medios de producción para reconfigurarse como un semi-proletario rural. También, que el fortalecimiento de la cadena de intermediación llevaba a mantener deprimidos los precios al productor, obligándolo a incrementar su capacidad de producción para aumentar el volumen de ventas “como condición al aumento (o simplemente el mantenimiento) de los ingresos provenientes de la actividad” (Lauer, 1982, p. 100). No obstante, en Curití, tanto la vía de la economía de escala como la del perfeccionamiento de la calidad, han confluído en un escenario de características similares al previsto por el autor. Esto porque, como el mismo Lauer (1982) señala, el camino de la calidad sólo es posible para una capa del artesanado, y en Curití, esa capa está a la cabeza de un sistema que va camino de ser tan pauperizante como el viejo de los empaques de fique.

Teniendo en cuenta todo lo anterior, cabe preguntarse por el significado que adquieren tanto la actividad artesanal como sus productos en el contexto actual, pues pareciera que para la mayoría de los artesanos se vacía de sentido. Pero esta es una reflexión que se abordará en los siguientes apartados, como parte de las conclusiones de la investigación.

7.7. Conclusiones del capítulo

Curití fue uno de los pueblos que más resintió la crisis de los empaques de fique que arreció en la década de 1980 en el centro del departamento de Santander, e hizo parte también del grupo de municipios que encontró nuevas alternativas en el turismo de aventura y en el redireccionamiento de su sector artesanal. Similar a lo identificado por Popelka y Littrell (1991) para Teotitlán del Valle (México), en Curití pueden reconocerse

tres etapas en la transformación del producto y el sector artesanal que guardan relación con la evolución del sistema de mercado entre productores, comercializadores y consumidores, y con las acciones de intervención de agentes nacionales de la política artesanal. Además, estas etapas permiten observar las formas de transformación artesanal que identifican Cohen (1993b) y Lauer (1982, 1989) para las artesanías destinadas a mercados urbanos y turísticos.

La primera fase, que Popelka y Littrell definen como de experimentación en cuanto a las innovaciones o preservaciones que pueden ser aceptadas tanto por el mercado como por los productores, es en Curití la de diversificación del uso del fique, que es entendida aquí como el proceso de transformación de una artesanía simple en una importante variedad de productos artesanales, es decir, aquello que Cohen (1993a, 1993b) llama heterogeneización. La segunda fase puede denominarse -como también lo hicieron Popelka y Littrell- de “expansión”, ya que en ella se expanden las modificaciones del producto más aceptadas en la primera etapa, algo que en Curití se correspondería más o menos con el período de Areagua y Ecofibras en la década de 1990. La tercera vendría a ser propiamente la fase de “transformación”, denominada así por las autoras debido a que se da una “identificación de los segmentos del mercado y el refinamiento de las modificaciones del producto para cumplir con las expectativas de los mercados objetivo” (Popelka & Littrell, 1991, p. 399). En el caso de Curití, la transformación de la artesanía se ha dado a través de las dos vías identificadas por Lauer (1989): la del incremento de la producción y la economía de escala, y la de la calidad y el perfeccionamiento de los productos y procesos, siendo esta la más preocupada por “refinar” la producción para cumplir con las demandas de ciertos segmentos de mercado.

En cuanto a la primera fase de diversificación del uso del fique, es importante reconocer que en Curití se dio un proceso diferente al ocurrido en otras comunidades artesanales del país que utilizan esta materia prima, como Guacamayas (Boyacá) o los indígenas kankuamo, en las que la base del desarrollo de la artesanía como industria creativa y objeto de interés turístico ha sido la preponderancia de una técnica tradicional y/o un canon de objetos que se consideran estrechamente vinculados a la cultura del grupo productor. En Curití el propósito fue dejar atrás la elaboración de sacos o costales de fique e introducir nuevas técnicas para desarrollar una artesanía que podría calificarse como contemporánea, con la cual se buscaba abrir nuevos mercados para proveer de nuevas alternativas económicas al artesanado local. Siguiendo las ideas de Cohen (1993b), la falta de sanción de un canon tradicional de objetos permitió así la proliferación de una creciente diversidad de productos artesanales motivada por actores externos a la localidad, en este

caso, principalmente Artesanías de Colombia y el SENA. Precoart fue la organización conformada a nivel local que, bajo la guía de las entidades mencionadas, inició la experimentación con la fibra de fique para pasar de los sacos a las “artesanías”. A ello hay que sumar, sin embargo, las experimentaciones llevadas a cabo también posteriormente por Cedifique, la organización creada a nivel nacional por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural para promover la diversificación del uso del fique a nivel nacional.

En la denominada fase de expansión, Areagua y Ecofibras retomaron las experiencias de Precoart y Cedifique y optaron por dos modelos organizativos y líneas de producto diferentes: mientras Areagua apostó por tomar la forma de una asociación de artesanos en la que cada uno manejaba una línea de producción -sin fragmentar el proceso productivo- para sacar a la venta productos terminados como bolsos y tapetes, Ecofibras apostó por la forma de una empresa cooperativa para llevar un proceso de producción fabril de telas de fique destinadas principalmente al gremio del calzado. Ambas experiencias tuvieron desde el principio como principal mercado las ferias nacionales y el sector empresarial regional y nacional, aunque poco a poco fueron incorporando el pequeño mercado turístico que comenzaba a fluir con la llegada del turismo de aventura al territorio.

Con el auge del turismo de aventura, sobrevino la denominada fase de transformación del producto y del sector artesanal curiteño. La ampliación del mercado turístico motivó la llegada de artesanos de otros pueblos y de la zona rural de Curití, así como de diseñadores y comerciantes que facilitaron la proliferación de unidades de producción. Este fenómeno motivó la escisión del sector artesanal curiteño en dos grandes grupos: los que optaron por incrementar la producción para responder a la creciente demanda del mercado turístico local y regional, y quienes optaron por el perfeccionamiento del producto y los procesos. Estos últimos fueron principalmente artesanos formalizados en microempresas que buscaron para ello el apoyo de entidades nacionales e internacionales como Artesanías de Colombia y, en el caso de Ecofibras, Atelier ONGD y *Aid to artisans*. Para este segundo grupo la innovación se constituyó en la principal estrategia de competencia frente a prácticas como la copia, de manera que llevó a una mayor heterogeneización con la proliferación de líneas de productos y diseños.

Corroborando lo planteado por Lauer (1982, 1989), ambos caminos, el del incremento de la producción y el de la calidad, se siguen para llegar a distintos mercados. El mercado turístico local que se abrió en Curití fue principalmente acaparado por comerciantes-artesanos que, si bien sostienen que elaboran productos de calidad, encargan la mayoría de su producción a domicilio a artesanos informales tanto urbanos como rurales que conforman el grueso de la población artesana local y obtienen mínimos beneficios

económicos de este nuevo sistema. Por lo mismo, estos artesanos también comenzaron a buscarse un lugar para aprovechar la afluencia del turismo, y lo encontraron en el llamado “mercado negro”, que consiste en la venta ambulante o en realizar contacto con los turistas y conducirlos a sus casas para realizar allí las transacciones.

En la competencia de precios resultante los artesanos empresarios encuentran el origen de la degradación de la calidad de las artesanías, y, en parte por esto último, han buscado enfocarse en los mercados nacionales, con aspiración a ampliar el reducido mercado internacional que se ha logrado abrir. Empresas como Ecofibras y los talleres microempresariales laboran la mayor parte del año para asistir a eventos feriales de gran magnitud y para cumplir con los pedidos de clientes nacionales e internacionales, especialmente grandes tiendas comercializadoras de artesanías, para lo cual también se valen de los artesanos que trabajan a domicilio. De esta manera, el camino de la calidad no resulta rentable para quienes no tienen acceso a estos mercados y deben conformarse con el mercado turístico local, que al parecer no está dispuesto a pagar altos precios por los productos. En este punto cabe decir, sin embargo, que esta investigación ha permitido identificar la urgencia de estudios acerca del perfil de visitantes tanto de Curití como de Barichara, y de las características del mercado local de artesanías, porque todos los agentes implicados actúan sobre supuestos.

Sea como sea, puede decirse que en Curití la artesanía ha sido entendida desde un enfoque economicista (Ariel De Vidas, 2002; Lauer, 1989) sin que agentes externos o locales se hayan preocupado por producir un valor cultural para ella. Los saberes tradicionales han jugado un papel tímido en la nueva economía, ya que los conocimientos o las habilidades que agregan valor no son los transmitidos de generación en generación, sino los más sofisticados y a los que sólo se puede tener acceso mediante la capacitación técnica que brindan las entidades de fomento artesanal. No obstante, ha venido emergiendo un enfoque complementario que viene facilitando la definición de ese valor cultural esquivo, el cual ha sido producto del encuentro entre la búsqueda de una nueva forma de uso turístico de la artesanía, el interés de resaltar la cultura y la tradición como fuentes de valor patrimonial para obtener una marca colectiva de la artesanía curiteña, y la llegada de acciones desde el nivel nacional a través del Ministerio de Cultura y sus programas asociados a la identificación del patrimonio inmaterial colombiano.

El primer vector ha implicado la resignificación del entorno turístico (Nogués-Pedregal, 2003) de un paraíso natural apto para los deportes de aventura, a un lugar donde el paisaje productivo, especialmente el relacionado con la producción y procesamiento de fique, cobra de nuevo valor para la estructuración de un futuro producto de turismo

artesanal (Tresserras, 2009). En el segundo caso, las artesanías en fique encuentran una conciliación entre innovación y tradición, basándose esta última en la profundidad histórica que aportan los períodos Guane y de elaboración de sacos de fique -siglos XIX y XX-, y en el carácter artesanal de la producción, todo lo cual es relevado para la promoción de la marca colectiva “Fique Curití”. En el tercer caso, la artesanía pasa a ser vista como parte del patrimonio inmaterial campesino que debe ser salvaguardado para garantizar la reproducción de la cultura campesina.

De esta manera, los intereses del sector artesanal de consolidar la artesanía curiteña como un industria creativa; los del desarrollo de un nuevo tipo de turismo que se acerque al turismo cultural y a lo que podría denominarse un producto de turismo artesanal; y los del sector cultural local y nacional, de incluir la artesanía como patrimonio cultural inmaterial que refuerce las actividades de puesta en valor de la cultura campesina, proveen el crisol a través del cual toman forma las fuentes de autenticidad y legitimidad artesanal que operan a nivel local. En todo caso, puede decirse que, si bien, como advierte Wherry (2006), existe una noción diversificada de autenticidad tanto en el sector artesanal como en otros sectores interesados, las fuentes de legitimación se decantan por el reclamo de la calidad, la innovación y el diseño, en línea con los enfoques de la política nacional de productividad y competitividad, del desarrollo artesanal a través de la asociación con el diseño y del fortalecimiento de las industrias culturales y creativas. No se descuida, sin embargo, la conciliación entre la innovación y la tradición, principalmente a través de la preservación de características formales de la artesanía como el uso del fique como materia prima principal, y procesuales, como el carácter artesanal de la producción y una tímida reincorporación de algunas técnicas y tecnologías tradicionales, como el tejido en telar de dos marcos.

Por último, cabe referirse a aquello que autores como Jules-Rossette (1984) y Ariel De Vidas (2002) han resaltado como el nuevo sentido o significado de la artesanía en cuanto a medio de comunicación entre los grupos productores y sus nuevas “audiencias”, tema en el cual cobra gran importancia el papel de la artesanía en la construcción de identidad. Entre los habitantes y artesanos, en general, se escucha decir que Curití es un pueblo “sin identidad”, y a priori, podría pensarse que, por la dinámica y evolución de su actividad artesanal, esta no aporta mayormente a la construcción de una identidad colectiva. No obstante, esta investigación ha permitido observar que el trabajo de diversificación del fique y de posicionamiento de Curití como un “pueblo de tejedores”, ha ido densificando su compromiso con ser y mantenerse como un pueblo artesano, y exigir políticas y medidas que atiendan a esta “vocación” económica y cultural.

Como encontró Mónica Rotman (2011) en el caso de los pueblos mapuche de Argentina que buscaban recuperar la tradición textil, entre los curiteños, el desconocimiento del pasado Guane, de sus técnicas y simbologías, no cancela la certeza de la población local acerca de una profundidad histórica y de la “densidad de la trama” (p. 361) del trabajo textil ancestral. La posibilidad de continuidad del trabajo del fique en una actividad nueva como ha sido la “artesanía” ha permitido la experiencia de un tiempo y una historia compartidos (Pinto, 2017): el auge, la crisis, la diversificación y una nueva crisis. La población local siente que es parte de una historia que se va construyendo colectivamente en torno a lo artesanal, disputas más o disputas menos sobre quiénes son los que toman las banderas del cambio. Historia que, tras casi dos siglos, se sigue construyendo principalmente en torno al fique.

Barichara ha pasado a funcionar como un otro significativo (Larraín, 2001) en el interés de destacar que Curití es *el pueblo artesano, el pueblo de los tejedores*, y Barichara solo un lugar de comercio, al menos de las artesanías en fique. No obstante, puede observarse que es el fique y su procesamiento artesanal -y no el tipo de productos en sí- cuya continuidad interesa y preocupa, porque es el que permite estabilizar una versión de identidad y mantener ciertas condiciones reconocidas de vida cotidiana. Y, aludiendo de nuevo a Rotman (2011), lo seguirá haciendo posible mientras el Estado y los mercados estimen, al menos en alguna medida, que los objetos elaborados con él son representativos de Curití.

Capítulo VIII. Conclusiones generales

Los casos de Barichara y Curití, en el núcleo turístico de Santander, aportan evidencia empírica acerca de la manera en que se relacionan el uso turístico de las artesanías y su constitución en patrimonio cultural inmaterial, así como de las transformaciones que esta relación motiva, no sólo en los productos, sino en el sector artesanal en general y sus formas de legitimación. Si bien, como previene Lauer (1989), estas transformaciones varían de acuerdo con las dinámicas sociohistóricas de cada localidad y presentan especificidades para cada caso, en ambos casos se observa cómo la adquisición del estatus patrimonial de ciertos oficios, técnicas y objetos artesanales ha corrido de la mano de un proyecto económico local impulsado especialmente por agentes supra-locales desde perspectivas transnacionales en las que la cultura está llamada a cumplir un importante papel en el crecimiento económico. En este proyecto económico local el turismo ha jugado un papel variable, pero es cada vez más un vector que produce y reproduce valor patrimonial para la cultura local y los elementos que son seleccionados como constitutivos de ella.

Los artesanos se han adaptado a estos nuevos contextos apropiando y reconfigurando criterios y nociones relevantes en ellos, como los de identidad, innovación o creatividad, e implementando cambios en sus formas de producción y productos. Estos cambios, lejos de conducir a la simplificación de la artesanía en contextos turísticos que plantean algunas corrientes teóricas (Graburn, 1976, 1984; Bascom, 1976; Greenwood, 1992; Richter, 1978) y a la posible fosilización del patrimonio inmaterial sobre la que advierten distintos autores (Kirshenblatt-Gimblett, 2004; Quintero, 2005), han derivado en una complejización y diversificación de la artesanía (Cohen, 1993a, 1993b) facilitada por el mercado de la economía creativa global y la manera en que, de cara a él, el valor patrimonial produce valor económico (Roigé & Frigolé, 2010). Las discusiones intestinas acerca de la pertinencia de estos cambios están a la orden del día y pueden tomarse como evidencia, más allá de las posiciones de unos y otros, de la relevancia que adquiere la artesanía en estos nuevos escenarios y su renovación como espacio productivo y simbólico a la vez (Ariel De Vidas, 2002).

En este último sentido, la presente investigación también ha demostrado que enfocarse en sancionar la autenticidad o inautenticidad de la artesanía puede conducir a un terreno poco fértil para los avances teóricos acerca de la relación entre artesanías, turismo y patrimonio, incluso, a que ninguna forma de producción artesanal actual se considere legítima. En cambio, tratar de comprender los nuevos significados que cobra este tipo de producción en estos nuevos contextos permite observar la importancia que adquiere la artesanía para dirimir la identidad local por su capacidad para representar la tradición, pero

también las apuestas de futuro, ante la propia comunidad interesada en definirla y ante un “otro”: el turista, el urbanita, el gestor, la audiencia global. Así mismo, para analizar cómo participan en estas negociaciones de identidad actores y agentes de distinta índole que llegan a este campo con intereses y proyectos diversos.

En este escenario, la mayoría de los artesanos locales desarrollan estrategias para la reproducción de su oficio buscando mantener un pie en la tradición y otro en las lógicas de la nueva economía y los nuevos mercados, lo cual facilita la construcción de un vínculo con el pasado -a veces personal, pero especialmente colectivo- y la asignación de sentido a su oficio actual desde esta filiación. Este significado, sea nuevo o renovado, conlleva una satisfacción que en no pocas ocasiones logra matizar las frustraciones respecto a los beneficios económicos esperados y fundamentados en la popularidad actual de la llamada “economía naranja”. En este sentido, se constata la posibilidad de la artesanía, planteada por Ariel De Vidas (2002), de ser un espacio en el que es posible una cierta resistencia cultural y social que permita a la comunidad artesana un ajuste a la sociedad que le rodea, y, más ampliamente, una transición en parámetros relativamente propios, y a un ritmo relativamente contralado, al contexto de industrialización, urbanización y economía de mercado global.

De esta manera, en términos generales, la investigación ha permitido constatar los supuestos de investigación, pero para observar los matices y las implicaciones de cada uno de los subtemas de estudio, así como de los temas emergentes, es necesario detenerse un poco como se propone a continuación.

8.1. Las artesanías como patrimonio en el marco de nuevas economías culturales y creativas

Diversos autores han señalado cómo el uso económico de la cultura es cada vez más un factor determinante en la activación de patrimonios o en el desencadenamiento de procesos de patrimonialización (Chaves et al., 2010; Davallon, 2002, 2010; Frigolé, 2010; Montenegro, 2010, 2013; Prats, 1997; Roigé & Frigolé, 2010; Santana, 1997). El patrimonio, de cualquier tipo, estimula el mercado al proveerle de referentes de importancia cultural y simbólica y el fenómeno funciona en la medida en que estos elementos son sustraídos del mercado (Montenegro, 2010) y conservan su “valor genérico” (Davallon, 2010). El “patrimonio vicario” (Frigolé, 2010), que es aquel con el que se comercia, guarda con ellos una relación metonímica (Prats, 1997). Es por ello que una mayor circulación de este tipo de mercancías parece no desvalorizarlas, y su consumo creciente favorece la afirmación de

la identidad de los productores (Comaroff & Comaroff, 2012). El potencial de la artesanía para producir este fenómeno hizo que la Unesco la llamara a ser un espacio de reconciliación entre la cultura y la economía (Unesco, 1990).

Por lo anterior, respecto a la manera en que las artesanías adquieren su estatus patrimonial y se integran en la oferta turística, esta investigación partió del supuesto de que adquieren reconocimiento como patrimonio cultural en la medida en que cumplen con la expectativa de agentes de las políticas nacionales de cultura y turismo de producir la diferencia local para la proyección de los pueblos artesanos como destinos turísticos en el mapa multicultural nacional, de manera que los criterios de patrimonialización y de uso turístico de la artesanía resultarían convergentes. La evidencia empírica revela que, efectivamente, se da esta convergencia, pero la imbricación entre uso cultural y uso turístico de la artesanía resulta aún más compleja. Además, el turismo, cómo se ha dicho, ha jugado un papel variable en los proyectos económicos locales, presentando una relación más causal con la puesta en valor de las artesanías como patrimonio campesino en el caso de Curití - aunque no se presenta como el único factor-, mientras que en el caso de Barichara no aparece originalmente como el impulsor de la patrimonialización de los oficios artesanos, pero ha venido a cumplir un papel protagónico como vector en este sentido durante las últimas dos décadas.

Para desglosar la complejidad de la relación entre la patrimonialización y el uso turístico de las artesanías en los casos estudiados es necesario retomar algunos elementos del contexto, ya que se observa una trascendencia en los espacios locales de las políticas del Estado colombiano en las que, en las últimas dos décadas, y especialmente tras el inicio del gobierno neoliberal de Álvaro Uribe, los ámbitos cultural, turístico y artesanal se vienen alineando bajo el lema de la productividad y competitividad.

En Colombia, la atención del Estado hacia la artesanía inició en el marco de la llamada Alianza para el Progreso (García, 2017), con un enfoque marcadamente economicista durante la década de 1960 en la que se produjo la intervención de grupos de tradición artesanal con miras al alivio de la pobreza mediante la elaboración de productos destinados a mercados nacionales o internacionales (Barrera & Quiñones, 2006; Montenegro, 2013). Ciertos grupos interesados, especialmente de antropólogos, etnólogos y algunos diseñadores, señalaron la baja pertinencia cultural de estas intervenciones y se empeñaron en resaltar el valor cultural de las artesanías a través de la creación de colecciones que se dispusieron para la exhibición en varios museos del país, de manera que los objetos artesanales tomaron relevancia identitaria, bien fuera como objetos étnicos que

permitían comprender las culturas indígenas, o como objetos del folclor que representaban la esencia mestiza nacional (Barrera & Quiñones, 2006 ; Buitrago, 2017; Mora, 1966, 1972).

El giro multicultural, inaugurado en Colombia tras la Constitución Política de 1991, y el concepto de patrimonio inmaterial divulgado por la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial adoptada por la Conferencia General de la Unesco en 2003, produjeron un viraje desde la comprensión de la artesanía como objeto, hacia sus “valores” (Quintero, 2005, p. 75), es decir, hacia la comprensión de la artesanía como manifestación cultural que engloba saberes, prácticas y productos distintivos de las diversas culturas. Gracias al panorama internacional de una economía cultural creciente, este viraje, como señala Montenegro (2013), proveyó a las comunidades de un activo cultural que podían capitalizar en los mercados nacionales e internacionales. Así mismo, esa nueva visión de la artesanía identifica el papel que pueden jugar este tipo de productos en el nuevo proyecto de nación del Estado colombiano ante la apertura económica, en el que se requieren narrativas identitarias que permitan posicionar los productos colombianos tanto en los mercados nacionales como del exterior, y a Colombia como un destino turístico y un país interesante para la inversión extranjera. Se trata de un proyecto en que el sector artesanal debe abandonar la informalidad, ya no para convertirse en un frente de generación de empleo, sino para sumarse a la corriente del emprendimiento y, desde allí, aportar al Producto Interno Bruto (PIB) nacional (Montenegro, 2013).

Aunque Artesanías de Colombia no ha tenido una presencia continua y estructurada en Santander, la política nacional de artesanía ha trascendido en el territorio a través de otros agentes, partiendo desde el mismo gobierno regional y llegando al nivel local, tanto por medio de las alcaldías como de la estructura de los sistemas nacionales de cultura y patrimonio, así como de agentes privados con y sin ánimo de lucro. El turismo, específicamente la diversificación del turismo de aventura que había acaparado la apuesta regional hasta que entró en crisis, ha sido en la región la principal fuerza que ha mediado en la puesta en valor de las manifestaciones culturales locales y el desarrollo de procesos de patrimonialización, sin obviar el papel que ha cumplido la estructuración de una narrativa de identidad que ha cobrado fuerza en los últimos decenios como “santandereanidad”, pero que no tiene muy claros sus derroteros (Giedelmann & Rueda, 2013; Pérez, 2017). En el caso de la artesanía, sin embargo, también han tenido relevancia para su puesta en valor como patrimonio cultural los intentos de convertirla en una industria creativa a través de su posicionamiento en mercados turísticos y urbanos nacionales e internacionales llevados a cabo por Artesanías de Colombia, el SENA y agentes privados como la Cámara de Comercio. Recientemente, un nuevo aliento de Artesanías de

Colombia en este sentido a través del recién creado Laboratorio Colombiano de Diseño e Innovación en la región renueva estas expectativas económicas como mediadoras de la valoración cultural de las artesanías, con las respectivas preocupaciones por la identidad artesanal que estos planes suponen.

De esta forma, en el núcleo turístico de Santander, y especialmente en dos pueblos que se han constituido en destinos turísticos reconocidos como pueblos artesanos, como son Barichara y Curití, las intervenciones en el sector artesanal se han correspondido con la evolución de los enfoques internacional y nacional, en el sentido de que han pasado de ver la artesanía como una solución económica para comunidades empobrecidas que tienen en ella una de las pocas posibilidades de participación en el mercado nacional y de exportación, a considerarla un patrimonio cultural que debe jugar un papel relevante en el desarrollo de economías locales que buscan en la identidad un nuevo valor agregado, para lo cual se requiere que los artesanos asuman la actitud y el camino formal del emprendimiento. De esta manera, la adquisición del estatus patrimonial de ciertos oficios, técnica y productos artesanales ha estado con frecuencia relacionada con el desarrollo de proyectos productivos, bien sean colectivos o individuales. En cada caso, sin embargo, ha habido particularidades.

En Barichara, la patrimonialización de la artesanía ha estado fuertemente mediada por un proceso de gentrificación que inició tras la declaratoria del centro histórico como Monumento Nacional en 1978. Al principio, durante la década de 1980, se trató de una gentrificación marginal protagonizada por unos pocos artistas, artesanos, arquitectos y académicos que se radicaron en el pueblo buscando un lugar tranquilo e inspirador para vivir y trabajar, pero se convirtió en una gentrificación regular con la búsqueda de primeras y segundas residencias por parte de personas de las élites económicas del país, y la retroalimentación entre la proyección turística del pueblo y el negocio inmobiliario. La sociedad quedó dividida en dos categorías naturales que identifican a los nativos de Barichara como “patiamarillos” y reúne a todos los foráneos, residentes o propietarios de segundas residencias, en el grupo de los llamados “tierrafueras”.

Estos últimos han jugado un importante papel en la producción de discursos que proyectan a Barichara como un lugar tranquilo -pese a su pasado inmediato de violencia política- y un sitio de tradiciones artesanas, poniendo en valor estos oficios por sobre otros propios del mundo campesino local, como la agricultura del tabaco o la ganadería de caprinos. Como señala Davallon (2010), para esta patrimonialización no han sido indispensables las designaciones oficiales, pues han operado vías como la investigación, documentación y divulgación de los oficios artesanos, así como las iniciativas de formación

y recuperación llevadas adelante especialmente por ONG creadas por los foráneos, todo lo cual ha estado asociado a la activación de un nuevo frente de desarrollo económico para el municipio.

Los esfuerzos de puesta en valor se centraron, por una parte, en oficios considerados “vivos”, es decir, prácticas artesanales que permanecían vigentes asociadas estrechamente a la producción del hábitat y, por tanto, relacionadas con la materialidad del centro histórico, como la talla en piedra y la arquitectura en tierra que engloba oficios como la tapia pisada, tejería o cerquería. Por otra parte, algunas entidades se propusieron la “recuperación” de ciertos oficios y técnicas aprovechando, en algunas ocasiones más que en otras, el bagaje artesanal de la población local. En este sentido, las entidades llamaron la atención especialmente sobre oficios como el tejido en fique y algodón y la alfarería, los cuales permitían restaurar una relación de la cultura local con la extinta etnia guane, y sobre otros, como el tejido de sombreros de paja toquilla, que tuvieron gran importancia en la Barichara decimonónica aunque fueran llegados desde otras latitudes. Las primeras intervenciones tuvieron como fin generar empleo para población vulnerable, como las madres cabeza de familia, y se enfocaron en conseguir clientes empresariales para productos elaborados artesanalmente “en serie”. Posteriormente entidades como la Escuela Taller Barichara promovieron la diversificación hacia productos individuales que aplicaran diseño, destinados a mercados urbanos y turísticos nacionales, y al emergente mercado turístico local.

El posicionamiento de Barichara como un pueblo artesano con un rico patrimonio cultural material e inmaterial no solo favoreció el desarrollo de proyectos productivos colectivos e individuales con la producción de un entorno favorable a la creatividad, sino que facilitó el posicionamiento del pueblo como destino de turismo cultural en el marco de la oferta regional de turismo de aventura. El redireccionamiento de la oferta turística local fue apuntalado desde el orden nacional con la inclusión de Barichara en la Red Turística de Pueblos Patrimonio de Colombia y la respectiva ruta de turismo artesanal que ella promueve, y ha implicado el paso de un uso de la artesanía como oferta complementaria de compras, a la estructuración de una incipiente oferta de turismo creativo (Richards, 1999) o turismo naranja (Tresserras, 2014). La búsqueda de los oficios artesanos locales por parte de los operadores turísticos tanto para estructurar esta oferta como para incluir en la divulgación de la Red Turística de Pueblos Patrimonio, ha retroalimentado los procesos de patrimonialización. Por contracara, no sólo vienen quedando excluidos de los discursos patrimoniales los referidos oficios del ámbito agrícola y pecuario, sino algunos oficios

artesanos que no han calado en los criterios de ancestralidad y diferenciación local, como la forja y ornamentación, herrería o cerería, entre otros.

En el caso de Curití, la diversificación hacia la “artesanía”, término con el que se denominan objetos utilitarios y decorativos, fue implementada por la Asociación Alemana para la Educación de Adultos (AAEA), Artesanías de Colombia, el SENA y actores nacionales y territoriales, como una alternativa a la antigua elaboración de empaques o sacos de fique cuando la crisis de este rubro obligó a la búsqueda de nuevas fuentes de ingresos, hacia fines de la década de 1980. De esta manera, el fomento de la artesanía no tuvo que ver ni con la salvaguardia ni con la recuperación de ningún tipo de técnica ni aspecto formal de la artesanía, sino con la introducción de nuevas técnicas para el procesamiento del fique que permitieran desarrollar una artesanía contemporánea que abriera nuevos mercados a los artesanos.

El turismo, que posteriormente apareció como una nueva alternativa económica para el municipio, fue un factor importante en el advenimiento de una nueva crisis para el sector artesanal derivada de la competencia por los mercados y la pérdida de calidad en los productos. No obstante, actualmente está siendo un vector para la producción de un valor patrimonial hasta ahora esquivo para la artesanía curiteña, a través de la estructuración de un incipiente producto de turismo artesanal (Richards, 1999; Tresserras, 2009) que construye un vínculo entre la artesanía de hoy, los costales de ayer y la tradición guane de utilizar el fique para elaborar objetos de uso cotidiano. Parte del proceso para la producción de ese valor patrimonial para la artesanía ha sido, como lo previene Nogués-Pedregal (2003), la resignificación del entorno turístico: de un paraíso natural que invita a los deportes de aventura, a un paisaje cultural y productivo relacionado con el procesamiento del fique en el que se rebela la ancestralidad de este oficio.

Al lado del turismo, la producción de discursos acerca del valor cultural de la artesanía con miras a la obtención de marcas colectivas y a un mejor posicionamiento de los productos en el mercado, también ha convertido a los iniciadores de estos procesos, como la Asociación de Tejedores de Curití (Astecur), en promotores de la patrimonialización de la artesanía. Estos discursos también restauran una relación con el pasado guane, y han dado lugar a iniciativas como la muestra del proceso tradicional de extracción y transformación de la fibra de fique en el marco del Festival de la Artesanía, la Cultura y el Turismo, que destacan el valor de la artesanía como cultura campesina en un país donde la principal atención se la han llevado los pueblos indígenas y afrocolombianos.

Esta perspectiva para el relevamiento de la artesanía ha sido apuntalada por un reciente interés del Ministerio de Cultura en investigar y divulgar las culturas campesinas colombianas, iniciativa que ha tenido influjo en el territorio en el marco de las acciones derivadas del proyecto Patrimonio Cultural Inmaterial Desde la Perspectiva Local - Arte Guane, y tras la realización del Encuentro Nacional de Culturas Campesinas que tuvo a Curití como primera sede. De esta manera, la artesanía pasa a ser vista como parte del patrimonio inmaterial que debe ser salvaguardado para garantizar la reproducción de la cultura campesina, mientras desaparece su antigua connotación de actividad miserable propia de comunidades pobres, al igual que los procesos mediante los cuales se dio este cambio semántico. De esta forma, como lo advierte Davallon (2019), el valor patrimonial actualmente parece ser intrínseco al tejido del fique y se cumple en parte lo señalado por Cielo Quiñones (2003) acerca de la artesanía contemporánea como actividad que, aunque no se entiende como derivada de la tradición, puede llegar a construir tradiciones e identidades.

Así, en la evidencia empírica aportada por Barichara y Curití se observa que el valor patrimonial de la artesanía se ha ido construyendo en la medida en que se producen los discursos para argumentar iniciativas de fomento e intervención en el sector artesanal. La patrimonialización de la artesanía ha sido, entonces, principalmente un correlato de iniciativas de recuperación o adaptación de los oficios a los nuevos mercados para mejorar las condiciones de vida de una población o de grupos vulnerables de interés para los agentes, pero también del desarrollo de proyectos productivos propios de los artesanos, nativos o foráneos, y de agentes y actores del desarrollo turístico.

En este último caso, ambos poblados integraron inicialmente la artesanía a la oferta turística únicamente desde la perspectiva complementaria de la compra en el tiempo libre, la cual no implicaba una producción de narrativas acerca del origen de la artesanía, su relación con el territorio y la identidad local o el proceso involucrado en su elaboración. La diversificación del turismo de aventura hacia el turismo cultural y los pasos hacia la estructuración de una oferta de turismo creativo y, más aún, de turismo artesanal -más avanzados en el caso de Barichara que el de Curití-, sí han supuesto estos movimientos revirtiendo valor patrimonial sobre los oficios seleccionados en estas narrativas.

Los oficios, técnicas y artesanías que, de una u otra manera, son seleccionados como patrimonio e integrados a la oferta turística -especialmente en el caso de Barichara que presenta una gama más amplia que Curití-, permiten retrotraer el pasado artesanal y/o diferenciar la cultura local con base en aspectos como la materia prima, la exclusividad o representatividad de la técnica artesanal o el diseño. No obstante, los que se convierten en

objeto de las intervenciones de fomento artesanal y mejor se proyectan sobre el plano de la economía cultural y creativa -incluyendo la obtención de mejores réditos económicos del turismo-, son aquellos que, sin dejar de proyectar tradición e identidad, tienen posibilidades y recursos para actualizarse y responder a los requerimientos de diversificación, innovación, calidad y productividad según como son entendidos en las políticas transnacionales y nacionales de fomento artesanal. La proyección de tradición e identidad tiene que ver con encontrar congruencia en la historia y el paisaje local -por ejemplo, mediante las materias primas o los productos finalizados-, y la proyección en los mercados culturales y la economía creativa, por su parte, tiene que ver especialmente con la posibilidad de desarrollar eficientemente productos que respondan a las necesidades y gustos urbanos.

El desarrollo y comercialización de este tipo de artesanías sin que pierdan su valor cultural y patrimonial, o quizás lo que Comaroff & Comaroff (2012) llaman su “aura”, es posible en el caso del núcleo turístico de Santander porque la patrimonialización recae sobre los oficios y materias primas, y en algunas ocasiones sobre las técnicas, pero en ningún caso sobre un canon de productos artesanales o tipos de objetos. De esta manera, los nuevos desarrollos pueden capitalizar económicamente ese valor patrimonial original, pues reciben todo su influjo manteniendo con él una relación metonímica (Prats, 1999), pero tienen amplias posibilidades de proyectarse en una nueva economía con una diversidad amplia de productos, ya que no existe un canon sancionatorio que lo limite (Cohen, 1993b).

Ejemplos claros de ello son la artesanía en fique y la alfarería-cerámica, esta última en el caso de Barichara. El fique ha sido puesto en valor como una fibra utilizada desde el período Guane que cumplió un papel fundamental en la historia socioeconómica de Santander cuando buena parte de la población artesana estuvo abocada a la elaboración de sacos para empaque durante parte del siglo XIX y buena parte del siglo XX. La diversificación mantuvo el uso de la fibra, pero no el tipo de productos y muy poco las técnicas; sin embargo, actualmente la gran variedad de “artesanías” elaboradas en fique aluden a este pasado centenario para legitimarse. En el caso de la alfarería-cerámica, el oficio de las alfareras de Barichara se considera un eslabón con la extinta etnia Guane y valida el desarrollo actual de la cerámica promovida por la Escuela Taller Barichara, en el que las técnicas utilizadas y los productos elaborados son esencialmente distintos. Entre tanto, ni el oficio en sí de elaborar los sacos de fique -que aún mantienen algunas familias rurales tanto en Barichara como en Curití-, ni los productos de la alfarería tradicional de las artesanas de Guane, se proyectan ventajosamente sobre los mercados actuales, de manera que languidecen como

depositarios del valor patrimonial y fuentes de autenticidad de los nuevos desarrollos. Sus artesanos, o como se diría en términos patrimoniales, los “portadores” de estas prácticas (Kirshenblatt-Gimblett, 2004, p. 60), se constituyen en símbolos con pocos réditos económicos.

Ese valor patrimonial necesario para que la artesanía funcione como industria cultural y creativa viene siendo apuntalado con otras iniciativas relacionadas con la musealización y exhibición de objetos y procesos artesanales que ayudan a producir la continuidad entre los nuevos desarrollos artesanales y las prácticas de la etnia Guane y las sociedades que posteriormente habitaron el territorio. Estas iniciativas vienen a retroalimentar el desarrollo del turismo, que, para ambos casos, ha encontrado en el patrimonio una posibilidad de diversificación de la oferta y revierte todo su potencial legitimador al producir narrativas que permiten que no solo los visitantes vean ciertos oficios artesanos como la síntesis de la historia y los procesos sociales locales, sino también los mismos habitantes.

8.2. Transformaciones de la artesanía santandereana en relación con su uso turístico y patrimonialización

Esta investigación ha constatado la necesidad, señalada por diversos autores, de analizar la transformación de la artesanía, no desde los objetos acabados, sino teniendo en cuenta todo el circuito de producción, distribución y consumo, pues solo en esta medida se puede comprender el sentido del cambio, así como los actores involucrados en él y sus lógicas y motivaciones (Aguilar, 1999; Ariel De Vidas, 2002; Cardini, 2008; García Canclini, 1982; Lauer, 1989; Novelo, 1976, 1999). Pero, en el caso del núcleo turístico de Santander, antes es necesario comprender que la transformación de la artesanía no comienza con la llegada del turismo y el discurso patrimonial. En este sentido es necesario puntualizar que, en general, no se trata de artesanías que se producían y comercializaban localmente, y luego pasan a destinarse a un mercado externo. Si bien diversidad de líneas de producción o de productos se comerciaban en mercados locales y regionales, parte importante de la producción llegó a tener un papel clave en la economía regional porque se destinaba al comercio nacional y trasatlántico o la exportación desde siglos atrás, no obstante que se entregara a los intermediarios en el mercado local o el de San Gil.

Es de tener presente que ya los Guane se integraron en un circuito de producción manufacturada de textiles destinados tanto al comercio en distintas regiones de Nueva Granada como en la metrópolis (Álvarez, 2005, 2006; Raymond, 2013), de manera que la

comprensión global del proceso artesanal por parte del artesano, que para García Canclini (1982) supone un control sobre la propiedad simbólica de su producción, se había perdido hace mucho tiempo. Así mismo, es de tener presente que estos mercados hicieron florecer y declinar sucesivamente distintas artesanías y en la medida en que los mercados se cerraban la destreza artesanal mudaba hacia nuevos oficios. Siempre se requirieron, entonces, nuevos aprendizajes y exploraciones por parte de los artesanos, y en tiempos recientes se sigue observando esa dinámica, quizás mucho más acelerada y con especificidades que vale la pena destacar desde las ciencias sociales debido a que tienen importantes repercusiones en lo sociocultural y socioeconómico.

Sin embargo, cuando llegan las intenciones de aprovechar la artesanía en las economías culturales y el turismo, siempre hay un punto de partida que se entiende como tradicional e indígena. Es en este punto en el que Lauer (1989) plantea que los promotores del aprovechamiento económico de la artesanía en mercados externos deben tomar una decisión entre “cosecharla”, es decir, tomarla como está y trabajar únicamente en las labores de mercadeo y comercialización, o intervenirla. Como el mismo autor señala, en realidad la primera opción resulta inviable porque el ingreso en estos mercados requiere una cierta dinámica de producción, de forma que se hace necesaria la implementación de cambios, tal y como ocurrió en tiempos pasados. Nelson Graburn (1984), por su parte, señala también la comercialización como un vector de cambio de la artesanía cuando se enfoca en mercados turísticos, pero agrega a ello la influencia que tienen la búsqueda del fortalecimiento de la identidad.

Esta investigación ha permitido constatar que la transformación del sector artesanal de cara a los mercados urbanos y turísticos se da a través de tres vías principales no excluyentes: una señalada por Cohen (1993a, 1993b), que es la heterogeneización de la producción, y otras dos planteadas por Lauer (1989): el incremento de la producción y la economía de escala, y el perfeccionamiento o mejoramiento de la calidad. Los criterios y nociones que definen y conducen los cambios suelen ser introducidos por los agentes de desarrollo artesanal y desde los criterios de los grupos dominantes, pero el análisis de los casos de Barichara y Curití ha permitido observar el importante papel que cumplen las apropiaciones y reconfiguraciones que de ellos realizan los artesanos.

En Barichara, así como la patrimonialización de la artesanía ha estado mediada de manera importante por los nuevos residentes, las transformaciones del sector artesanal local tienen bastante que ver con ellos, pues han incidido de manera notoria por diversas vías: la introducción de nuevas técnicas y materias primas a través del ejercicio de su oficio, o la utilización de las materias primas tradicionales para crear nuevos productos; los

procesos de formación, que ayudan a recuperar oficios a la vez que propagan nuevas técnicas y materias primas; la generación de espacios de intercambio de conocimientos entre artesanos en lógica de aprendizaje mutuo, entre las que se incluye el turismo creativo; y la apertura de nuevos mercados, especialmente uno urbano nacional y un mercado turístico local. En el caso de Curití, la transformación del sector artesanal acaecida desde la década de 1980 con el proceso de diversificación de la producción en fique fue impulsada también por agentes externos ya mencionados como la AAEA, Artesanías de Colombia y el SENA, si bien posteriormente tomaron fuerza organizaciones locales en el desarrollo de estas propuestas iniciales.

Un primer movimiento hacia la diversificación tuvo que ver en ambos casos con la búsqueda de alternativas ante las crisis que venían afectando al sector artesanal con base en la exploración de nuevos mercados para nuevos tipos de productos desarrollados a partir de elementos precedentes, bien fueran técnicas y/o materias primas. Ni para Barichara ni para Curití el mercado turístico local jugó un papel importante en el inicio de los procesos de diversificación, pues se trataba de un mercado incipiente. En cambio, el destino de las primeras diversificaciones fueron clientes empresariales y mercados urbanos y turísticos nacionales, incluida la feria internacional Expoartesanías. El crecimiento del mercado turístico local vino a jugar posteriormente como un factor para la diversificación en el caso de algunos oficios, como la talla en piedra, la alfarería-cerámica o la forja en Barichara. Como se ha dicho, la focalización del valor patrimonial en los oficios artesanales, materias primas y, en menor medida, técnicas, permitió una proliferación de tipos de productos.

La incidencia del turismo fue mayor en una siguiente fase de la transformación artesanal que fue el incremento de los niveles de producción, especialmente en algunos subsectores, aunque en ningún caso fue el único factor motivante de este fenómeno. En Barichara, en oficios destacados como la talla en piedra, la demanda creciente de los mercados urbanos nacionales y la implementación de nuevas tecnologías fueron factores que alentaron y sustentaron un crecimiento en la producción. El turismo local, por su parte, posibilitó la inauguración de una línea de “artesanías” o “miniaturas” que se realizan rápidamente con cortadora y pulidora para satisfacer la demanda de quienes quieren llevar un souvenir, todo lo cual fue dejando atrás el oficio tradicional de la talla con buzarda, porra y cincel. Estos cambios trajeron, a su vez, nuevas problemáticas, como la competencia creciente por la llegada de personas que se introdujeron fácilmente en el oficio sin necesidad de haberse formado desde la cantera; el desalojo del centro histórico de los talleres de artesanía en piedra al adquirir un carácter semi-industrial; y las enfermedades pulmonares que actualmente tienen en jaque a la continuidad del oficio.

En el caso de Curití, el auge del turismo de aventura motivó la llegada de artesanos de otros pueblos y de la zona rural de Curití, así como de diseñadores y comerciantes que facilitaron la proliferación de unidades de producción y el inicio de una competencia basada en el precio, con la consecuente rebaja de la calidad. Para poder responder a la demanda creciente se fraccionó el proceso de producción, de manera que los propietarios de los nuevos locales comerciantes o artesanos microempresarios que tenían sus talleres comenzaron a encargar la elaboración de piezas a terceros, proveyéndolos del hilo -que adquirirían del servicio de hilanderas- y del diseño del producto, en unas ocasiones más específico que en otras y a veces con prototipos. El artesano microempresario, aún hoy, recibe la pieza y la finaliza para venderla bajo su marca.

Esta forma de organización de la producción facilitó el advenimiento de fenómenos como la “copia”, que aunque también existe en Curití en la modalidad de reproducción de diseños que ya circulan en el mercado, en este caso se refiere al uso de los diseños que los artesanos reciben por encargo para elaborar productos que se venden en “el mercado negro”, o sea, por fuera de las tiendas de los propietarios de los diseños. Este fenómeno se relaciona a la vez con la disminución de la calidad de la producción curiteña, toda vez que esos productos se elaboran con materia prima que se sustrae a la dotación entregada por el microempresario, la cual es insuficiente para realizar un producto de calidad, pero que se vende porque compite ofreciendo un precio más bajo.

Así, el proceso de transformación artesanal derivó en una competencia de precios que ha redundado en la degradación de la calidad y la pérdida de confianza en el producto curiteño en los mercados nacionales, lo que tiene a los artesanos con menores recursos en una situación similar a la que vivieron previamente con los sacos de fique, es decir, de pauperización. Todo ello ha sido agravado por la divulgación del cocimiento y la materia prima promovida por el SENA y Ecofibras como parte de su compromiso de ayudar a todas las regiones fiqueras del país a encontrar alternativas económicamente más rentables que la elaboración de sacos.

Esta opción por el incremento de la producción se dio a pesar de los intentos de contención de los agentes de la política nacional de artesanía. Ahora, tanto Artesanías de Colombia como las instituciones creadas por los artesanos y gestores culturales locales y residenciados en el territorio, plantean la necesidad de abordar la degradación de la calidad de la artesanía desde la búsqueda de mayor identidad artesanal, innovación, productividad y competitividad, todo lo cual se cree que se logra a partir de la implementación del diseño. La manera en que los agentes de fomento artesanal definen estos criterios concilia la tradición con la actualización de la artesanía de cara a los mercados urbanos y turísticos.

Así, la innovación con identidad se refiere a responder a las necesidades y tendencias contemporáneas con productos pensados y diseñados para distintos ambientes, sin que eso signifique perder el carácter artesanal y romper el vínculo con la tradición (Rojas & Fajardo, 2013). Para lograr esto último, los agentes suelen recurrir principalmente a la continuidad en las materias primas, y, en menor porcentaje, a la continuidad en técnicas y aspectos formales del objeto artesanal. Otras aristas, como la organización de la producción, los mercados de destino o las formas de transmisión del conocimiento, no juegan papel alguno en la definición de estos criterios.

En Barichara, la introducción del diseño se ha realizado principalmente desde la lógica de la formación del artesano y no del trabajo conjunto entre artesanos y diseñadores, en la cual se presenta más riesgo de que el artesano termine operando como un “obrero” (Barrera, 2015). Existen, sin embargo, casos en los que los artesanos perciben que este es el propósito de Artesanías de Colombia, como sucede con los talladores de piedra. Como sea, este enfoque ha implicado formar a los artesanos y ofrecerles asistencia técnica en temas como identificación, mejoramiento y desarrollo de líneas de productos y producción de prototipos, organización y calidad de la producción según estándares de productividad actuales, empaque y embalaje, divulgación y comercialización del producto y manejo de imagen corporativa. Asociado a ello adquieren relevancia temas como la formalización y la cultura empresarial, propiedad intelectual y obtención de marcas, certificados o sellos de calidad y origen, y la sostenibilidad económica y ambiental.

Mirko Lauer (1982, 1989) señala que la apuesta por la calidad se da, por lo general, a través del perfeccionamiento de un grupo de personas que representan los criterios que se quieren posicionar en la política artesanal, de manera que reciben todo el apoyo del andamiaje institucional para constituirse en símbolos del artesanado. El caso del núcleo turístico de Santander no ha sido la excepción, y la forma en que se ha gestionado la apuesta por la calidad, aunque ha cumplido en parte sus propósitos, ha aportado también a la generación de una brecha al interior del sector artesanal local, especialmente en el caso de Curití. Allí, una capa del artesanado que contaba con mayores posibilidades para apropiarse y rentabilizar los instrumentos provistos por el Estado y el sector privado a través de entidades como Artesanías de Colombia, el SENA o la Cámara de Comercio, se constituyó en un microempresariado local que ha abanderado la política de la calidad y en torno al cual se han cerrado los proyectos de fomento artesanal. A esta capa se han integrado los comerciantes que llegaron al pueblo y cuentan con los recursos para tomar las capacitaciones y aprovechar los espacios de venta como Expoartesanías. Los diseñadores, si bien al principio también llegaron a trabajar de manera horizontal con los artesanos

formándolos en nociones de diseño, han tomado la forma de patrones que subcontratan a la capa del artesanado de menores recursos. Entre tanto, estos últimos, por lo general informales, no tienen mayores posibilidades de acceso a los beneficios varios del nuevo sistema artesanal local. En línea con lo anterior, los procesos de obtención de marcas colectivas y otras formas de propiedad intelectual, así como los sellos de calidad, han resultado excluyentes por la forma en que se gestionan y porque se basan en una serie de criterios que son definidos técnicamente y que crean condiciones que reproducen la marginalidad de los artesanos informales.

En el caso de Barichara, la Escuela Taller ha sido la principal promotora del enfoque de la calidad desde la idea de que su consecución pasa por la búsqueda de una identidad artesanal local a través de la “recuperación” de técnicas artesanales tradicionales, el perfeccionamiento y evolución de dichas técnicas, y la innovación con base en la fusión entre técnicas tradicionales y otras introducidas, todo esto acompañado de la adopción de nuevas técnicas y de nuevas materias primas. De acuerdo con algunos gestores culturales locales, este enfoque es elitista por las ideas que le subyacen; no obstante, la Escuela es un espacio abierto a todos, pese a que han sido unos pocos los que la han tomado como su espacio de desarrollo. La brecha existe, más bien, a partir del posicionamiento de estos criterios entre los artesanos locales que intentan seguir este camino y los artesanos contemporáneos que se han radicado en el pueblo. Estos últimos, en general, desarrollan su actividad en el marco de estas lógicas, toda vez que se formaron académicamente, y son quienes mejor provecho logran sacar de las distintas plataformas de fomento artesanal, como la feria Expoartesanías.

Para salir al paso a las exclusiones o desventajas que suponen los lineamientos de desarrollo artesanal, los artesanos apropian y reconfiguran algunos de estos criterios, de manera tal que les permita adaptarse y legitimarse en los nuevos escenarios. Entre los ejemplos destacables se encuentra la manera en que los artesanos de Curití, tanto microempresarios como aquellos que se rebuscan un espacio de subsistencia fuera de la formalidad, entienden la lógica y los procedimientos de la innovación. Para hacer frente al apremio de salir al mercado con nuevos diseños, recurren a la observación de productos “a la moda” en revistas impresas, Internet e incluso aquellos que son portados por los turistas y clientes que los visitan, y elaboran sus nuevos prototipos con base en ellos, a veces manteniendo total fidelidad al original, otras veces con algunas variaciones. Esta forma de innovar no es entendida como “copia”, mientras que la práctica de sus trabajadores de tomar sus diseños o prototipos y elaborar productos que venden a terceros, o de artesanos

vecinos de reproducir los diseños que sacan a la venta, sí es entendida y condenada como tal.

Entre tanto, en Barichara, tanto Artesanías de Colombia como la Escuela Taller han querido incidir en el gremio de los artesanos de la piedra formándolos en materias como la escultura o el diseño para que la artesanía local adquiriera mayor identidad. No obstante, desde el punto de vista de los artesanos, la identidad no se consigue a través del aspecto formal de los productos sino de lograr una vinculación del oficio con el territorio, para lo cual se requiere que los mejores talladores de piedra sigan estando en Barichara. Esto último, según su parecer, implica que los artesanos de la piedra dominen el oficio desde la cantera hasta el taller, pasando por un conocimiento profundo de la materia prima y la capacidad para elaborar sus propias herramientas, todo lo cual está fuera de las capacitaciones ofrecidas por los entes de fomento artesanal. De esta manera, arguyen la necesidad de que sean ellos quienes controlen los procesos de formación.

Estas reconfiguraciones no cancelan la apropiación generalizada del modelo de desarrollo artesanal promovido por las políticas transnacionales y nacionales, y no existen en el territorio otras propuestas que le hagan contrapeso; por ejemplo, que promuevan la artesanía desde enfoques alternativos al de la asociación con el diseño académico y que exploren mercados distintos, comenzando por el local. Existen, sin embargo, algunas iniciativas a las que sería interesante hacer seguimiento, como el Mercado Patiamarillo impulsado por la Corporación Barichara Cultura y Turismo, que busca que el circuito de producción, distribución y consumo se complete en el territorio y devuelva parte de la propiedad simbólica de la producción y de los réditos económicos a los artesanos. En sus propuestas, en todo caso, el mercado turístico sigue trascendiendo como consumidor final del grueso de la producción local.

En suma, es difícil sostener que, en el caso de Santander, la patrimonialización ha implicado una fosilización de la artesanía, porque ha sido la asignación de ese valor patrimonial en relación con su proyección como industria creativa y sus posibilidades de uso turístico lo que ha llamado la atención hacia los oficios artesanos y ha activado una serie de plataformas para su dinamización. En la medida en que se atiende a estos oficios desde esta lógica, no se busca la fijación de unos patrones y criterios que inmovilicen las prácticas artesanales, sino todo lo contrario: una actualización que supone la renovación y la implementación de una dinámica permanente de innovación. Es decir, más allá de que el valor patrimonial sea movilizado por el interés de diversificar la economía de la región, motiva acciones de fomento de algunas prácticas artesanales o líneas de producción que se proyectan favorablemente en la economía cultural o en el mapa turístico nacional.

En el caso del turismo, tampoco se puede establecer una relación entre su desarrollo y la simplificación de la artesanía, ya que, si bien se suma a los factores que inciden en la aparición o debilitamiento de algunos oficios o líneas de producción artesanal, en general, ha fomentado una importante diversificación de la producción, bien sea en su modalidad de mercados turísticos nacionales, de un mercado turístico local, de espacio de diálogo de saberes e intercambio de conocimientos entre artesanos, o de la más amplia de motivador de un proceso de cambio social (Capanegra, 2010).

De esta manera, en contextos en los que entran a mediar procesos de patrimonialización y expectativas turísticas, como sucede en los casos de Barichara y Curití, la artesanía no necesariamente se congela ni se simplifica porque el concepto de PCI y el marco de la economía creativa actual permiten que se salven las tensiones entre tradición e innovación para el fomento de la actividad, de forma que puede darse una importante complejización de la producción y heterogeneización del catálogo de productos artesanales. Como señala Mauricio Montenegro (2010, 2013), la tensión entre la sanción de la artesanía como patrimonio y su desarrollo para los mercados urbanos y turísticos es apenas aparente, no solo en el sentido de que una no impone límites a la otra, sino que la potencia y acompaña. No obstante, en el plano de lo teórico, este múltiple papel de la artesanía como objeto patrimonial, industria cultural y objeto de interés turístico sí plantea una serie de desafíos a su estatus patrimonial. A continuación se aportan algunas reflexiones al respecto, si bien este se considera un tema a profundizar en futuras investigaciones.

8.3. Los desafíos de la artesanía a su categorización como patrimonio cultural inmaterial

Desde su misma definición, las artesanías son entendidas como productos hechos íntegramente a mano, con ayuda de pocas herramientas, en cuya producción no existe división del proceso sino que el artesano realiza el trabajo de manera integral, en ocasiones con la ayuda de aprendices. También se suele destacar el uso de materias primas del entorno, que se procesan de acuerdo con saberes y empleando destrezas que son transmitidos de generación en generación. En su calidad de patrimonio cultural inmaterial, la política colombiana (Mincultura, 2009) prioriza que este tipo de manifestaciones sean colectivas, es decir, que pertenezcan e identifiquen a un grupo social particular; que estén vigentes o sea tradiciones vivas que se recrean constantemente y en cuya transmisión es esencial la comunicación oral; que se transmitan de generación en generación como una tradición histórico-cultural; que tengan un valor simbólico derivado de su significado social;

y que tengan normas consuetudinarias que las regulen, más allá de que su carácter sea dinámico y la manifestación sea constantemente cambiante. Además, se señala con especial énfasis que la manifestación no tenga como propósito directo un fin comercial o de lucro.

Las intervenciones en el sector artesanal en los municipios de Barichara y Curití tienen poco en cuenta estos criterios y los desarrollos espontáneos de los artesanos también los desafían. El incremento de la producción, por ejemplo, tiende a la fragmentación de los procesos de producción y a la división del trabajo, de manera que el artesano pierde -o nunca llega a tener- el control y la comprensión detallada de todo el proceso. Igualmente, queda en entredicho el carácter de “hecho a mano”, más aún con la implementación de las tecnologías necesarias para cumplir con la productividad que se requiere. Así mismo, la necesidad de esta productividad lleva a reemplazar materias primas por materiales a los que se tenga rápido acceso y en mayor cantidad, o que garantice mayor calidad, lo que en ocasiones significa trabajar con materias primas industriales o importadas.

La intervención de los agentes de la política artesanal en busca de la calidad tampoco deja de tener importantes contradicciones con el discurso patrimonial. De partida, el nivel de intervención, el cual en muchas ocasiones prácticamente reconfigura el oficio, implica que el aprendizaje se traslade de la casa a la escuela, lo cual, en algunas ocasiones, tiene que ver también con que las manifestaciones no estén vigentes en la medida en que reclaman los criterios de designación del patrimonio inmaterial. En segundo lugar, la formación, en general, está relacionada con la enseñanza del diseño y todas sus vías derivadas a los artesanos, lo cual constituye de plano un desafío al estatus patrimonial de la artesanía, ya que, como señala Cielo Quiñones, el diseño es propio de la modernidad y conlleva la idea de un “proyecto” que implica la planificación racional, “imponiendo una ruptura conceptual y expresiva con el pasado” (2003, p. 22). Así, cuando el desarrollo artesanal se plantea por la vía de la calidad, los conocimientos que cuentan y agregan valor no son ya los tradicionales, sino los académicos que se adquieren fuera del hogar.

También, si bien la implementación de medidas para mejorar la calidad de las artesanías puede lograr en ocasiones una mayor coherencia del producto con el entorno, en otras puede derivar en una pérdida en este sentido, como señalan algunos gestores culturales sobre el rumbo que ha tomado la cerámica en la Escuela Taller Barichara con la implementación de esmaltes y otras técnicas que estaban ausentes en la alfarería tradicional. También, estas medidas generan una disociación de la población local con su artesanía, en la medida en que ya no se le comprende a profundidad y se pierde la facilidad para su ejercicio, pues es necesario acceder a materias primas que ya no son provistas por el medio.

Por otra parte, los agentes de fomento artesanal obvian con frecuencia las formas y sentido precedentes de la organización social, de manera que, generalmente, las intervenciones desde el punto de vista organizacional no se diseñan en línea con estos antecedentes. Además, pese a que el discurso del patrimonio se enfoca en las manifestaciones culturales como algo colectivo y a que las agentes de fomento artesanal suelen incluir la asociatividad en sus programas, el desarrollo artesanal suele trabajarse como un proyecto individual, con gran énfasis en la competitividad, sin analizar las formas de apropiación en que pueden derivar estas propuestas y su impacto sociocultural.

La evidencia empírica en el caso del desarrollo de la artesanía en el núcleo turístico de Santander ratifica, entonces, la advertencia de Jean Davallon (2010) acerca de que el patrimonio ya no responde a la relación con un mundo de origen, sino a un proyecto de futuro para el que los bienes y manifestaciones patrimoniales son un recurso a gestionar. En el caso de la artesanía, este giro puede observarse en enfoques como el asumido en el encuentro entre diseñadores y artesanos organizado por Craft Revival Trust, Artesanías de Colombia y Unesco: “La artesanía, si tiene que estar basada en la utilidad y en ser económicamente viable, no puede ser estática. Tiene que responder a los cambios de los mercados, a las necesidades del consumidor, a las tendencias de la moda y a las preferencias de uso” (Craft Revival Trust et al., 2005, pp. 4 - 5).

Los desafíos que plantea la “viabilidad” y “revitalización” (Betancourt, 2010, p. 386) de la artesanía actual al discurso del patrimonio dejan entrever la necesidad, o de revisar la aplicación del concepto de patrimonio inmaterial a este campo, o se replantear el concepto mismo a partir de sus apropiaciones sociales contemporáneas, de manera que tenga en cuenta sus nuevas funciones sociales, una de las cuales tienen que ver con el papel que cumplen los bienes y manifestaciones patrimonializadas en la economía cultural.

8.4. Reflexiones finales acerca de los significados de la artesanía en contextos de desarrollo turístico y patrimonialización

Los casos de Barichara y Curití permiten plantear que los desafíos que presentan el turismo, y, en general, la economía cultural y creativa, a la categorización de la artesanía como patrimonio cultural no implican necesariamente la cancelación de un valor cultural e identitario de la artesanía, ya que esta puede cobrar nuevos significados y funciones, lo cual es una muestra de su capacidad de adaptación a los tiempos contemporáneos (Ariel De Vidas, 2002; Cohen, 1988; Jules-Rossette, 1984). Es decir, antes de zanjar la discusión concluyendo que la artesanía en contextos de desarrollo turístico y mercantilización pierde

significado, es necesario indagar por los sentidos que cobra la producción artesanal en estos contextos, sin someterla a juicio o evaluación bajo los criterios del mismo discurso patrimonial.

Para encontrar estos sentidos de la artesanía, en los casos de Barichara y Curití resulta útil tomar en cuenta también los planteamientos de autores como Jean Davallon (2010) y Llorenç Prats (1997) respecto a la relación entre patrimonio e identidad, y cómo la construcción de identidades no precede al patrimonio, sino que la reflexividad implícita en el proceso de patrimonilización actúa como creadora de sujetos colectivos. Así mismo, las consideraciones de Kirshenblatt-Gimblett (2001) sobre cómo el patrimonio y el turismo interactúan con base en su carácter virtual, es decir, sobre la producción de interfaces para hacer tangibles narrativas acerca de valores intangibles del territorio; y las de Fabiola Mancinelli (2011) acerca de la capacidad del turismo para generar reflexiones acerca del significado de los bienes patrimoniales a través de la mirada del turista.

El turismo es un contexto determinante para la adquisición de nuevos sentidos o significados de la artesanía, ya que ésta se convierte en vehículo potencial de autorrepresentación ante una audiencia global (Cohen, 1988), que es un otro distinto al que se encontraba en los mercados artesanales anteriores. El carácter de hecho social total (Hernández-Ramírez, 2006) y contexto de mediación (Nogués-Pedregal, 2003) del turismo explican por qué no se trata necesariamente de un otro corpóreo sino imaginado o reconstituido a partir de la mediación de distintos elementos, como pueden ser los medios de comunicación, agentes de políticas artesanales, patrimoniales o turísticas, estudios de turismo, planes de desarrollo turístico, o imágenes y discursos que se producen en el espacio turístico y circulan en el entorno (Nogués-Pedregal, 2003).

En el plano de las narrativas, esta nueva audiencia estimula la producción de versiones sobre un nosotros con base, no solamente en el pasado, sino también en las apuestas de futuro, que permite a los artesanos validarse y agregar valor a sus oficios y producciones. En los casos analizados se observa cómo, desde el espacio artesanal, se seleccionan elementos o etapas propias de este campo para construir una versión de la historia del pueblo en la que ellos tienen, no solo cabida, sino protagonismo, lo cual otorga valor social y económico a los oficios en la medida en que los hace representativos de la cultura e historia local (Cochrane, 2009). Existen, así, una serie de “hitos” -tanto en su naturaleza de marcadores de espacio como de tiempo- que, aunque aparezcan difusos en la imaginación del grupo social, son conocidos por todos y permiten estructurar un relato compartido que da profundidad histórica y sentido de comunidad a la actividad cotidiana contemporánea. Los habitantes locales, tanto foráneos como nativos, de Barichara y Curití,

entablan de manera cada vez más reflexiva el diálogo con el país y el mundo como pueblos artesanos, auto-representándose como tal, y en esta misma medida van decidiendo las apuestas en las demás dimensiones de la vida local, en las que pierden protagonismo otros posibles referentes de identidad, como los oficios agrícolas y pecuarios.

En el caso de Barichara, en el tejido de este relato, los nuevos residentes participan como una trama que solo adquiere sentido en la medida en que existe como urdimbre la versión de los artesanos locales, de manera que, a la vez que se tensionan, los discursos de unos y otros de complementan para construir un tejido histórico que funciona como un plano sobre el cual ubicarse desde el ejercicio individual del oficio artesanal. En el caso de Curití, los hilos con que se teje y tensiona ese tejido son los relatos de los artesanos desde la posición que ocupan en una estructura de producción artesanal en la que unos han salido más favorecidos que otros, pero con base en la cual se constituye la comunidad que funciona como un “nosotros”. Como se ha dicho, el relato alrededor de los buenos y malos tiempos del fique, y la continuidad de su aprovechamiento en una actividad nueva como la producción de “artesanías”, han permitido la experiencia de un tiempo y una historia compartidos. También, cada pueblo funciona como un otro significativo para pensarse y producir la diferencia. Los artesanos de Curití quieren dejar en claro que son ellos quienes elaboran los productos que se venden en Barichara y que lo hacen parecer un pueblo artesano, mientras que desde Barichara se mira a Curití como un ejemplo del camino que hay que evitar en el esfuerzo por desarrollar la artesanía local.

El espectro de posibilidades que abre la nueva economía cultural y creativa también permite que la artesanía sea espacio preeminente para la definición de apuestas locales de futuro que permitan seguir el camino de la diferenciación. En el caso de Barichara, al margen de las disputas entre “patiamarillos” y “tierrafueras”, y más allá de las diferencias entre agentes y artesanos sobre algunos criterios de calidad, el sector artesanal propugna por la consolidación de la localidad como un espacio creativo en el que el diálogo de saberes sea la base de la innovación que tanto se reclama en los mercados urbanos y turísticos. En Curití, el expolio percibido de su patrimonio artesanal, tanto a partir de la idea de que Barichara intenta usurpar su posición como cuna de la artesanía santanderana, como de la divulgación del conocimiento y la materia prima para la producción de artesanías en fique, ha llevado a que el reposicionamiento del sector en el contexto nacional sea un asunto de importancia general local.

Desde estas narrativas y apuestas compartidas, cada localidad resuelve en su interior quienes tienen más legitimidad que otros para participar en el proyecto de futuro, buscando cada uno la conexión de su actividad actual con el pasado. De esta manera, cada

artesano o actor del sector artesanal conecta su devenir personal con el de la comunidad y se siente parte de ella. Un ejemplo es el caso de Cerafina Sánchez, la artesana del Taller de Papel de la Fundación San Lorenzo de Barichara, quien conecta la reciente elaboración de figuras en fique formando una “cadenita” de producción alrededor de una mesa, con el trabajo que realizaron sus padres y abuelos en largas jornadas en torno al proceso de producir los sacos.

Partiendo de estos indicios, cabe preguntarse por el papel que juega entonces la artesanía en la producción de lo local, y puede aventurarse una reflexión: la “feticchización de lo local” (Del Mármol, 2006, p. 125) que provocan intervenciones como las que realizan agentes de las políticas transnacionales y nacionales de desarrollo artesanal puede conducir por caminos cenagosos: ¿se puede hablar de una artesanía local en una región cuyos antepasados indígenas empleaban técnicas de tejido y alfarería compartidas por otras etnias del continente?, ¿y de las que, en todo caso, quedan exiguas representaciones en la artesanía actual? Y también, ¿se puede hablar de una artesanía local en una región en la que el desarrollo artesanal y manufacturero en ejes tan relevantes como el tejido en fibras vegetales se dio de la mano de tecnologías y técnicas llegadas de otras latitudes?

En respuesta a estas preguntas lo primero que se puede plantear es que los estudios sobre las artesanías quizás deben preocuparse menos por si estas cumplen o no con los criterios convencionales para su patrimonialización, o por si son auténticas, y más por las razones que hay detrás de la insistencia de los artesanos en el ejercicio de su oficio. Entender la artesanía a través de su feticchización ha impedido por mucho tiempo en Colombia el estudio de la producción de lo local por parte de los artesanos a través de sus oficios en la manera en que la plantea Appadurai (2001), es decir, como la producción constante de una comunidad localizada en relación con un contexto global. Así, mientras a agentes como Artesanías de Colombia les preocupa que aspectos formales de la artesanía proyecten la diferencia local, para los artesanos y algunos otros actores del sector la artesanía tiene un sentido de reproducción del “vecindario”: no tener que migrar ni a otro lugar ni a otro oficio; mantener unas ciertas condiciones materiales de vida; tener un lugar en la historia y en la estructura socioeconómica local; ejercer un cierto control sobre los recursos locales; desarrollar formas de producción en dimensiones autogestionables y circunscritas a las redes del territorio; y establecer formas de organización que respondan a las necesidades y criterios de la población local, por ejemplo.

En la historia de la artesanía santandereana, los intentos de organización del sector artesanal, o de organización del campesinado a través de la artesanía, hacen pensar que éste fue un campo apreciado para la producción de resistencias sociales y culturales, para la

elaboración de estrategias que les permitieran no ser expropiados de los hilos con que se teje esa red de sentimientos en la que se soporta el vecindario: la tierra, la familia, los medios de producción, el mercado. Pero también, la historia de la artesanía en Colombia, desde la colonización de sociedades indígenas como la Guane, pasando por las sociedades democráticas de artesanos del siglo XIX y el empeño actual en convertir al artesano en emprendedor, evidencia la importancia de este campo para la dominación (Barrera, 2011, 2015). Por lo anterior, esta investigación releva la necesidad de indagar por los impactos de las políticas transnacionales del patrimonio, el turismo y la economía cultural en la reproducción de las localidades artesanas, poniendo en discusión la manera en que, según se afirma con frecuencia, la globalización está provocando un fortalecimiento de lo local.

Referencias Bibliográficas

- Abreu, R. (2014). Dinámicas de patrimonialización y “comunidades tradicionales” en Brasil. En Chaves, M., Montenegro, M., y Zambrano, M. (Comp.), *El valor del patrimonio: mercado, políticas culturales y agenciamientos sociales* (pp. 39-66). Bogotá: ICANH.
- Agencia Consultora para la Asistencia al Desarrollo. (2016). *Plan Estratégico de Desarrollo Turístico 2016 - 2025 'Barichara siempre con la gente'*. Colombia: Fontur – MinCIT.
- Agencia EFE. (2013, julio 11). Historia y piedra en Barichara, ‘el pueblo más lindo de Colombia’. *El Espectador*. Recuperado de: <https://www.elespectador.com/vivir/buen-viaje-vip/historia-y-piedra-barichara-el-pueblo-mas-lindo-de-colo-articulo-433072>
- Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (Ed.). (2015). *Programa de escuelas taller de la cooperación española. Aprender haciendo*. Madrid, España: AECID: Ministerio del Trabajo y Seguridad.
- Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo. (2017). *Escuelas Taller de Colombia: 25 años siendo herramientas de paz*. https://www.aecid.es/ES/Paginas/Sala%20de%20Prensa/Noticias/2017/2017_09/09_18_escuela.aspx [Consulta: 20/01/2018]
- Agudo, J. (2005). Patrimonio etnológico: recreación de identidades y cuestiones de mercado. En Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico y Andalucía (Ed.), *Patrimonio inmaterial y gestión de la diversidad* (pp. 197-213). Sevilla: Junta de Andalucía, Consejería de cultura.
- Aguilar, E. (1999). Entre la tradición y la modernidad. Las artesanías, una propuesta de análisis. En Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico y Andalucía (Ed.), *Patrimonio etnológico: nuevas perspectivas de estudio* (pp. 130-154). Sevilla: Junta de Andalucía, Consejería de Cultura.
- Aguilera, M., Bernal, C. y Quintero, P. (2006, noviembre). Turismo y desarrollo en el Caribe colombiano. *Documentos de trabajo sobre economía regional*, (79). Cartagena de Indias, Colombia: Banco de la República. Recuperado de: https://www.banrep.gov.co/docum/Lectura_finanzas/pdf/DTSER-79.pdf
- Alcaldía de Barichara. (2008). *Plan de Desarrollo Municipal 2008-2011 "Barichara somos todos"*. Barichara: Alcaldía municipal.
- Alcaldía de Barichara. (2012). *Plan de Desarrollo Municipal 2012-2015 "Barichara competitiva, social e incluyente"*. Barichara: Alcaldía Municipal.

- Alcaldía de Barichara. (2016). *Plan de Desarrollo Municipal 2016 – 2019 “Siempre con la Gente”*. Barichara: Alcaldía Municipal.
- Alcaldía de Curití. (2012). *Plan de Desarrollo Municipal 2012 – 2015 “Todos unidos por Curití”*. Curití: Alcaldía Municipal.
- Alcaldía de Curití. (2016). *Plan de Desarrollo Municipal 2016 – 2019 “Mejor sí es posible”*. Curití: Alcaldía Municipal.
- Aledo, A. (2016). Turismo residencial y vulnerabilidad en el interior del Levante español. En Gascón, J. y Cañada, E. (Coords.), *Turismo residencial y gentrificación rural* (pp. 37-60). La Laguna (Tenerife), España: PASOS, RTPC.
- Álvarez, R. (2005). Manufactura y espacio económico colonial en la provincia del Socorro. *Procesos Históricos* (8), 1-18. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/toc.oa?id=200ynumero=2339>
- Álvarez, R. (2006). *Textiles crudos, alpargates y sombreros: artesanías, centro de producción y espacio económico en la provincia del Socorro, siglos XVI – XIX*. Bucaramanga: Sic Editorial.
- Amodio, E. (2003, noviembre 15-21). El retorno a Babel. Cultura, identidades y fronteras en un mundo global. En Corporación para la Promoción y Difusión de la Cultura (Ed.), *Culturas tradicionales, territorio y región* (pp. 21-30). Conferencia presentada en el IV encuentro para la promoción y difusión del patrimonio cultural inmaterial en los países andinos, Lima, Perú.
- Ancízar, M. (1853). *Peregrinación de Alpha: por las provincias del norte de la Nueva Granada en 1850 y 51*. Bogotá: Imprenta de Echeverría Hermanos.
- Anico, M., and E., Peralta. (2009). Introduction. En Anico, M., and E., Peralta (Eds.), *Heritage and Identity: Engagement and Demission in the Contemporary World, Museum Meanings* (pp. 1-11). Abingdon: Routledge.
- Appadurai, A. (2001). *La modernidad desbordada: dimensiones culturales de la globalización*. Montevideo: Ediciones Trilce, S.A.
- Ardila, C. (2011). Configuración de paisajes coloniales en los siglos XVII y XVIII en el territorio guane de Santander. En Montenegro, L. (Ed.), *Cultura y Naturaleza. Aproximaciones a propósito del bicentenario de la independencia de Colombia* (pp. 412-467). Bogotá: Jardín Botánico de Bogotá José Celestino Mutis.

- Ardila, P. (2013, febrero 2). "¡Lo que hice en la vida, carajo!". *Vanguardia Liberal*. Recuperado de: <https://www.vanguardia.com/entretenimiento/cultura/lo-que-hice-en-la-vida-carajo-HSVL194232>
- Ardila, V. (2018, julio 1). Urbanización La Primavera de Barichara ya está legalizada. *Vanguardia Liberal*. <https://www.vanguardia.com/santander/guanenta/>
- Arenas, E. (1998). *El viaje*. Bogotá: Cámara de Representantes, Capitolio Nacional.
- Arenas, E. (2004). *Los Guane: el Pueblo de la Cingla*. Bucaramanga: Universidad Santo Tomás de Bucaramanga.
- Arenas, E. (2006). *Siete Leguas: Proceso Histórico de Poblamiento y Posicionamiento Urbano en Santander*. Bucaramanga: Universidad Santo Tomás de Bucaramanga.
- Ariel De Vidas, A. (2002). *Memoria textil e industria del recuerdo en los Andes. Identidades a prueba del turismo en Perú, Bolivia y Ecuador*. Quito: Abya-Yala.
- Arizpe, L. (2008). El patrimonio cultural inmaterial y el futuro. En Ruf Riba, M.A. (Coord.), *L'ànima de la humanitat, el patrimoni cultural inmaterial* (pp. 103-115). Andorra: Universitat d'Estiu d'Andorra, Ministeri d'Educació i Cultura, Govern d'Andorra.
- Arrieta, I. (2006). La complejidad del proceso de construcción social del patrimonio. Agentes, valores culturales y conjuntos históricos. En Frigolé, J. y Roigé, X. (Coords.), *Globalización y localidad: perspectiva etnográfica* (pp. 122-142). Barcelona: Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona.
- Arrieta, I. (2010). El campo patrimonial y museístico: un espacio cultural conflictivo. *Revista de dialectología y tradiciones populares*, vol. LXV (2), 303-336. doi: 10.3989/rdtp.2010.10
- Arrieta, N. (2003). *Proyecto para el mejoramiento de la competitividad del sector artesanal colombiano. "Administrando Mi Trabajo Artesanal"* (Informe final). Recuperado de Cendar, Artesanías de Colombia: <https://cendar.artesantiasdecolombia.com.co/>
- Artesanías de Colombia. (1973a). *Cooperativa Artesanal de Cerrito LTDA. Breve estudio socioeconómico*. Recuperado de Cendar, Artesanías de Colombia: <https://cendar.artesantiasdecolombia.com.co/>
- Artesanías de Colombia. (1973b). *El fomento de las artesanías* (informe). Recuperado de Cendar, Artesanías de Colombia: <https://cendar.artesantiasdecolombia.com.co/>

- Artesanías de Colombia. (1976). *Planeación y programación de los cursos sobre organización* (Plan tentativo). Recuperado de Cendar, Artesanías de Colombia: <https://cendar.artesantiasdecolombia.com.co/>
- Artesanías de Colombia. (1985a). *Informe de labores 1.985*. Recuperado de Cendar, Artesanías de Colombia: <https://cendar.artesantiasdecolombia.com.co/>
- Artesanías de Colombia. (1985b). *Plan de operaciones 1986. Convenio SENA – Artesanías de Colombia*. Recuperado de Cendar, Artesanías de Colombia: <https://cendar.artesantiasdecolombia.com.co/>
- Artesanías de Colombia. (1986a). *Informe de actividades.*. Recuperado de Cendar, Artesanías de Colombia: <https://cendar.artesantiasdecolombia.com.co/>
- Artesanías de Colombia. (1986b). *Informe de labores 17 de 1984 a Agosto 7 de 1986*. Recuperado de Cendar, Artesanías de Colombia: <https://cendar.artesantiasdecolombia.com.co/>
- Artesanías de Colombia. (1987a). *Informe de labores 1.987*. Recuperado de Cendar, Artesanías de Colombia: <https://cendar.artesantiasdecolombia.com.co/>
- Artesanías de Colombia. (1987b). *Convenio SENA – Artesanías de Colombia S.A. Plan de operaciones 1.987 – 1.988*. Recuperado de Cendar, Artesanías de Colombia: <https://cendar.artesantiasdecolombia.com.co/>
- Artesanías de Colombia. (1988). *Informe de labores 1.988*. Recuperado de Cendar, Artesanías de Colombia: <https://cendar.artesantiasdecolombia.com.co/>
- Artesanías de Colombia. (1990). *La artesanía, un esfuerzo para el desarrollo. Las realizaciones de un quinquenio 1985-1990*. Bogotá: Artesanías de Colombia. Ministerio de Desarrollo Económico.
- Artesanías de Colombia. (1995). *Diseño, producción y comercialización de productos artesanales elaborados en fique en los municipios de San Gil, Aratoca y Curití en el departamento de Santander* (proyecto). Recuperado de Cendar, Artesanías de Colombia: <https://cendar.artesantiasdecolombia.com.co/>
- Artesanías de Colombia. (1998). *Diagnóstico del sector artesanal colombiano*. Recuperado de Cendar, Artesanías de Colombia: <https://cendar.artesantiasdecolombia.com.co/>
- Artesanías de Colombia. (1999). *Gestión institucional Artesanías de Colombia 1990-1998*. Bogotá: Ministerio de Desarrollo Económico.

- Artesanías de Colombia. (2005). *Programa Nacional de Conformación de Cadenas Productivas para el Sector Artesanal* (Informe Final). Recuperado de Cendar: <https://cendar.artesantiasdecolombia.com.co/>
- Artesanías de Colombia. (2006). *Informe de gestión 2.006*. Recuperado de Cendar, Artesanías de Colombia: <https://cendar.artesantiasdecolombia.com.co/>
- Artesanías de Colombia. (2014). *Sobre la entidad. Identidad corporativa. Artesanías de Colombia*. http://artesantiasdecolombia.com.co/PortalAC/C_nosotros/artesantias-de-colombia_7656 [Consulta: 27/07/2016].
- Artesanías de Colombia. (2016). *Fortalecimiento y mejoramiento de la cadena productiva y del sector artesanal en Santander* (Informe final Convenio No. ADC-2015-535 suscrito entre la Cámara de Comercio de Bucaramanga y Artesanías de Colombia S.A). Recuperado de Cendar: <https://cendar.artesantiasdecolombia.com.co/>
- Artesanías de Colombia. (2017). *Informe de gestión 2016* (Informe final). Recuperado de Cendar: <https://cendar.artesantiasdecolombia.com.co/>
- Artesanías de Colombia. (s.f.). *Sector artesanal. Caracterización*. http://artesantiasdecolombia.com.co/PortalAC/C_sector/caracterizacion_81 [Consulta: 27/07/2016].
- Artesanías de Colombia y Centro internacional de Negocios y Exposiciones de Bogotá. (2017). Expoartesánias 2017. Recuperado de: <https://expoartesantias.com/> [Consulta: 20/03/2018].
- Artesanías de Colombia & Plaza Mayor de Medellín. (2017). Expoartesano “La Memoria”. Recuperado de: <http://www.expoartesano.com.co/prensa/> [Consulta: 20/03/2018].
- Asociación de Organizaciones Campesinas y Populares de Colombia. (s.f.). *El cultivo del fique y la elaboración de empaques*. <http://elcomunsantander.blogspot.cl/> [Consulta: 07/08/2018].
- Asociación de Tejedores de Curití. (s.f.). *Marca colectiva “Fique Curití”*. Recuperado de: <https://www.fiquecuriti.com/cultura> [consulta: 28/07/2015]
- Augé, M. (2009, septiembre 24-26). La artesanía como generadora de carga cultural y visual para la caracterización de la oferta turística. En OMT (Ed.), *III Conferencia internacional sobre turismo y artesanía* (pp. 21-30), Lima, Perú.

- Aventura Total. (s.f.). *Tu mejor experiencia en Santander*. Recuperado de: <https://aventuratotal.com.co/> [Consulta: 07/07/2016]
- Ávila, R., y Barrado, D. A. (2005). Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: Marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión. *Cuadernos De Turismo*, (15), 27-44. Recuperado de: <https://revistas.um.es/turismo/article/view/18541>
- Baena, G. (2015). La Economía Naranja, opción para las artesanías del Estado de México. *Revista IAPEM*, (90), 7-10. Recuperado de: <https://biblat.unam.mx/es/revista/revista-iapem/articulo/la-economia-naranja-opcion-para-las-artesantias-del-estado-de-mexico>
- Barrera, G. (2011). Campos de poder artesanales en la comunidad Kamsá de Sibundoy, Putumayo, Colombia: Del trueque a las tendencias de moda. *Apuntes*, 24 (2), 178-195.
- Barrera, G. (2015). *Autonomía artesanal: Creaciones y resistencias del pueblo kamsá*. Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana.
- Barrera, G. y Quiñones, C. (2006). *Conspirando con los artesanos: crítica y propuesta al diseño en la artesanía*. Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana.
- Bascom, G. (1976). Changing African Art. En Graburn, N. (Comp), *Ethnic and tourist arts: cultural expressions from the fourth world*. California: University of California Press, pp. 303-319.
- Battistelli, A. (2005). *Tecnología y patrimonio en tierra cruda en Colombia. El caso de Barichara en Santander*. Italia: Politecnico di Torino.
- Bayona, B. y Raymond, P. (1987). *Vida y muerte del algodón y los tejidos santandereanos*. Bogotá: Ecoe.
- Beltrán, L. y Bravo, A. (2008). Turismo de Aventura: reflexiones sobre su desarrollo y potencialidad en Colombia. *Anuario Turismo y Sociedad*, 9 (9), 103-112.
- Bembatoum-Young, M., Bouchart, D., Duque-Duque, C., Dhamija, J., Ford, T. y Maaraouf, N. (2000). *Evaluación del programa de la UNESCO para el fomento de la artesanía de UNESCO 1990 - 1998* (Informe de evaluación final). Recuperado de la Biblioteca Digital de Unesco, Unesdoc: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000119101_spa

- Benavides, O. (2005). Certificación de calidad 'hecho a mano para la artesanía'. Experiencia de artesanías de Colombia. *Artesanías de América*, (59-60), 69-88.
- Benedetti, C. (2012). Producción artesanal indígena y comercialización: entre los "buenitos" y los "barateros". *Maguaré*, 26 (1), 229-262. Recuperado de: <https://revistas.unal.edu.co/index.php/maguare/article/view/35288>
- Benítez, S. (2009). La artesanía latinoamericana como factor de desarrollo económico, social y cultural: a la luz de los nuevos conceptos de cultura y desarrollo. *Revista Cultura y Desarrollo*, (6), 1-19. Recuperado de la Biblioteca Digital de Unesco, Unesdoc: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000221298?posInSet=1yqueryId=afe99bf-caf5-40c8-ad19-37886332d57e>
- Benton, T. y Millikin, S. (1982). *El movimiento Arts and Crafts*. Madrid: Adir.
- Boltanski, L. y E. Chiapello. (2002). *El nuevo espíritu del capitalismo*. Madrid: Editorial Akal.
- Boorstin, D. (1962). *The Image: What happened to the American Dream*. Londres: Weidenfeld y Nicolson.
- Bouchart, D. (1989). *Meeting of experts on a preparation of a ten-year plan of action for the development of crafts in the world. Objectives and forms of action of a ten-year plan 1989-1999* (Working document). Hammet, Tunisia. Recuperado de la Biblioteca Digital de Unesco, Unesdoc: <https://unesdoc.unesco.org/search/N-EXPLORE-c0d70601-907c-41ea-94fa-66c3cad1165e>
- Bouchart, D. (2004). *Unesco Craft / Tourism Index*. Unesco, Section of Arts, Crafts and Design, Division of Arts and Cultural Enterprise. Paris. Recuperado de la Biblioteca Digital de Unesco, Unesdoc: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000136238>
- Bravo, G. (2003). *Gestión socioempresarial de los artesanos de las localidades de Barichara, Departamento de Santander y Guaimaral, Municipio de Tubará, Departamento del Atlántico, en el marco del Proyecto para el Mejoramiento de la competitividad del Sector Artesanal Colombiano Convenio Fiduifi- Artesanía de Colombia S.A. – Fomipyme* (Informe de avance). Recuperado del repositorio de Artesanías de Colombia: <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/>
- Brugman, F. (2005). La Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial. En Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico y Andalucía (Ed.), *Patrimonio inmaterial y gestión de la diversidad* (pp. 55-56). Sevilla: Junta de Andalucía, Consejería de cultura.

- Brulotte, R. (2009). 'Yo soy nativo de aquí': The Ambiguities of Race and Indigeneity in Oaxacan Craft Tourism. *The Journal of Latin American and Caribbean Anthropology*, 14 (2), 457-482. doi: 10.1111/j.1935-4940.2009.01057.x
- Bruner, E. (2005). *Culture on Tour: Ethnographies of Travel*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Buitrago, D. (2017). Nación mestiza: el caso de la Revista de Folklore en Colombia, 1947-2011. *Anuario Colombiano de Historia Social y de la Cultura*, 44 (1), 279-302. doi: 10.15446/achsc.v44n1.61228
- Buitrago, E. y Granados, N. (2014). Documentación e intercambio de saberes, de tradiciones artesanales de la provincia de Guanentá, Santander [audiovisual]. En: Tropenbos International Colombia y Mincultura. *Patrimonio Cultural Inmaterial desde la perspectiva local. Arte Guane*. Colombia: Mincultura.
- Buitrago, F. y Duque, I. (2013). *La economía naranja: una oportunidad infinita*. Bogotá: Banco Interamericano de Desarrollo (BID).
- Buonincontri, P., Morvillo, A., Okumus, F., y van Niekerk, M. (2017). Managing the experience co-creation process in tourism destinations: Empirical findings from Naples. *Tourism Management*, (62), 264-277. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2017.04.014>
- Byrne, M. (1992). Roles de género en el turismo indigenista: las molas de los Kuna, Kuna Yala y la supervivencia cultural. En Smith, V. (comp.) *Anfitriones e invitados. Antropología del Turismo* (pp. 139-169). Madrid: Ediciones Endymion.
- Cabello, L. (2012). México, la empresa artesanal con tradición local. En Uribe, A. (Coord.), *Estado del arte del sector artesanal en Latinoamérica: una mirada a través de la investigación realizada por la Red Iberoamericana de innovación y transferencia de tecnología para el fortalecimiento artesanal, RIFTA* (pp. 150-164). Barranquilla: Universidad Simón Bolívar.
- Calle, M. (2013). Los recursos del turismo cultural. En Pulido, J. (Coord.), *Turismo cultural* (pp. 143-170). España: Editorial Síntesis.
- Cámara de Comercio de Bucaramanga. (2006). *Plan Sectorial de Turismo: Eje Aventura. Santander, Tierra de Aventura*. Recuperado de: <http://gidrot.com/materials/docs/sec/10.pdf> [Consulta: 20/06/17]
- Cámara de Comercio de Bucaramanga. (2016, junio). Producto Interno Bruto de Santander. *Actualidad Económica*, (138). Recuperado de la Biblioteca Digital del sitio Web

- Camaradirecta: <https://www.camaradirecta.com/temas/documentos2016.pdf>
[Consulta: 02/12/2018]
- Cámara de Comercio de Bucaramanga. (2018a). *7 razones para creer en Santander*. Recuperado de la Biblioteca Digital del sitio Web Camaradirecta: <https://www.camaradirecta.com/temas/documentos%20pdf.pdf>
- Cámara de Comercio de Bucaramanga. (2018b, noviembre). Índice de competitividad departamental. Santander 2018. *Informes de Competitividad*, (29). Recuperado de la Biblioteca Digital del sitio Web Camaradirecta: <https://www.camaradirecta.com/temas/documentos%20pdf/competitividad/2018/i D C.pdf>
- Canale, S., Chignoli, S. y Zandomeni, N. (2012). Argentina: las artesanías como tradición. En Uribe, A. (Coord.), *Estado del arte del sector artesanal en Latinoamérica: una mirada a través de la investigación realizada por la Red Iberoamericana de innovación y transferencia de tecnología para el fortalecimiento artesanal* (pp. 69-93). Barranquilla: Universidad Simón Bolívar.
- Cañada, E. y Gascón, J. (2016). Urbanizar el paisaje: turismo residencial, descampenización, gentrificación rural. Una introducción. En Gascón, J. y Cañada, E. (Coords.), *Turismo residencial y gentrificación rural* (pp. 5-36). La Laguna: Tenerife; Xixón: Pasos Edita; FTR.
- Capanegra, C.A. (2010, diciembre 9 y 10). *Sociología del turismo*. Trabajo presentado en las VI Jornadas de Sociología de la Universidad Nacional de La Plata, Argentina. Recuperado de Memoria Académica: http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.5782/ev.5782.pdf
- Cardale, M. (1993). El Arte del Tejido en el País de Guane. En Banco de la República, Academia de Historia de Santander y Museo Casa de Bolívar (Coord.), *El Arte del Tejido en el País de Guane* (pp. 12-35). Bucaramanga: Banco de la República.
- Cardini, L. (2004). *La artesanía urbana como patrimonio cultural*. Buenos Aires: Comisión para la Preservación del Patrimonio Histórico Cultural de la Ciudad de Buenos Aires.
- Cardini, L. (2005). Las 'puestas en valor' de las artesanías en Rosario: Pistas sobre su 'aparición' patrimonial. *Cuadernos de Antropología Social*, (21), 91-109. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/1809/180913910006.pdf>

- Carrera, G. (2005). La evolución del patrimonio (inter) cultural: Políticas culturales para la diversidad. En Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico y Andalucía (Ed.), *Patrimonio inmaterial y gestión de la diversidad* (pp. 16-29). Sevilla: Junta de Andalucía, Consejería de Cultura.
- Castells, M. (1998). *La era de la información: Economía, sociedad y cultura. Volumen II: el poder de la identidad*. México: Siglo XXI Editores.
- Castells, M. (2003). *Globalización e identidad. Mondialisation et identité* (Folleto bilingüe, colección Tribuna Mediterrània, 6). Barcelona: IEMed.
- Castro, A. (2018, febrero 21). El Santísimo recibió 150.233 visitantes. *Vanguardia Liberal*. Recuperado de: <https://www.vanguardia.com/area-metropolitana/floridablanca/el-santisimo-recibio-150233-visitantes-FDVL425231>
- Castro, I. (2003). Diseño industrial y artesanía. Una perspectiva del concepto de “lo industrial” en los procesos de desarrollo de producto en Colombia. En Quiñones, C. (Ed.). *Reflexiones en torno a la artesanía y el diseño en Colombia* (pp. 27-44). Bogotá: CEJA.
- Castro, J.G., Pineda, G.I., Pineda, V., Roa, C. y Roa, M. (2014). *Familias campesinas tejedoras del conocimiento del fique en Santander*. Bogotá: Ministerio de Cultura y Tropenbos Internacional Colombia. Convenio Patrimonio Cultural Inmaterial desde la perspectiva local.
- Centro de Información Turística de Colombia (2018). *Estadísticas departamentales. Santander*. Recueprado de: <http://www.citur.gov.co/estadisticas/departamental> [Consulta: 11/01/2019].
- Centro Regional para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial de América Latina (Ed.). (2008). *Estado del arte del patrimonio inmaterial en Latinoamérica*. Cusco: El editor.
- Chaves, M., Montenegro, M. y Zambrano, M. (2010). Mercado, consumo y patrimonialización cultural. *Revista Colombiana de Antropología*, 46 (1), 7-26. Recuperado de: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=105015237001>
- Chaves, M., Montenegro, M. y Zambrano, M. (2014). Introducción. Agentes sociales, estrategias políticas y mercados culturales en los procesos de patrimonialización. En Chaves, M., Montenegro, M. y Zambrano, M. (Comp.). *El valor del patrimonio: mercado, políticas culturales y agenciamientos sociales* (11-36). Bogotá: ICANH.

- Checa-Artasu, M. (2011). Gentrificación y cultura: algunas Reflexiones. *Biblio 3w, Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales Universidad de Barcelona* [En línea], XVI (914), 1-25. Recuperado de: <http://www.ub.edu/geocrit/b3w-914.htm>
- Cipagauta, N. (2018, septiembre 10). Murió Felisa Alquichire, la última ceramista de la tribu Guane en Santander. *RCN Radio*. Recuperado de: <https://www.rcnradio.com/colombia/santanderes/murio-felisa-alquichire-la-ultima-ceramista-de-la-tribu-guane-en-santander>
- Cochrane, L. (2009). Senegalese weavers' ethnic identities, in discourse and in craft. *African Identities*, 7 (1), 3-15. doi: 10.1080/14725840802583231
- Cohen, E. (1988). Authenticity and Commoditization in Tourism. *Annals of Tourism Research* (15), 371-386. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(88\)90028-X](https://doi.org/10.1016/0160-7383(88)90028-X)
- Cohen, E. (1993a). Introduction: Investigating tourist arts. *Annals of Tourism Research*, 20(1), 1-8. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(93\)90108-F](https://doi.org/10.1016/0160-7383(93)90108-F)
- Cohen, E. (1993b). The Heterogeneization of a Tourist Art. *Annals of Tourism Research*, 20(1), 138-163. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(93\)90115-J](https://doi.org/10.1016/0160-7383(93)90115-J)
- Cohen, E. (1995). Tourist Craft Ribbon Development in Thailand. *Tourism Management*, 16(3), 225-235. [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(95\)00007-B](https://doi.org/10.1016/0261-5177(95)00007-B)
- Cohen, E. y Cohen, S. (2012a). Authentication: hot and cool. *Annals of Tourism Research*, 39 (3), 1295-1314. <http://dx.doi.org/10.1016/j.annals.2012.03.004>
- Cohen, E. y Cohen, S. (2012b). Current sociological theories and issues in tourism. *Annals of Tourism Research*, 39 (4), 2177-2202. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.07.009>
- Coller, X. (2005). *Estudio de casos*. Madrid: C.I.S.
- Comaroff, J. y Comaroff, J. (2012). *Etnicidad*, S.A. Buenos Aires: Katz Editores.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2015). *Escalafón de la competitividad de los departamentos de Colombia 2015*. Recuperado del sitio Web de la CEPAL: <https://www.cepal.org/es/escalafon-de-la-competitividad-de-los-departamentos-en-colombia>
- Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo y Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2010). *Economía creativa. Informe 2010. Economía creativa: una opción factible de desarrollo*. Ginebra: Naciones Unidas.

- Consejo Internacional de Monumentos y Sitios. (1999). *Carta internacional sobre turismo cultural. La Gestión del Turismo en los sitios con Patrimonio Significativo*. México. Recuperada de: https://www.icomos.org/charters/tourism_sp.pdf
- Consejo Nacional de Política Económica y Social. (2002, mayo 10). Documento Conpes 3162: Lineamientos para la sostenibilidad del plan nacional de cultura 2001 – 2010 “hacia una ciudadanía democrática cultural”. Recuperado de: http://www.nuevaleislacion.com/files/susc/cdj/conc/conpes_3162.pdf [Consulta: 03/12/2015].
- Consejo Nacional de Política Económica y Social. (2004, julio 26). Documento Conpes 3297: Agenda Interna para la Productividad y la Competitividad: Metodología. Recuperado de: <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/3297.pdf> [Consulta: 03/12/2015].
- Consejo Nacional de Política Económica y Social. (2005, noviembre 28). Documento Conpes 3397: Política sectorial de Turismo. Recuperado de: https://fontur.com.co/aym_document/aym_normatividad/2005/CONPES_3397_.pdf [Consulta: 22/01/2007].
- Consejo Nacional de Política Económica y Social. (2010, abril 26). Documento Conpes 3659: Política nacional para la promoción de las industrias culturales en Colombia. Recuperado de: <https://www.mincit.gov.co/ministerio/normograma-sig/procesos-misionales/desarrollo-empresarial/documento-conpes/10-conpes-industrias-culturales.aspx> [Consulta: 26/08/2017].
- Cooper, C. (2007). Una introducción al turismo. En Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D. y Whanhill, S., *El turismo, teoría y práctica* (pp. 39-68). España: Editorial Síntesis D.L.
- Corporación Parque Nacional del Chicamocha. (2018). *Galería de imágenes*. Recuperado de: <http://parquenacionaldelchicamocha.com/galeria-de-imagenes/>
- Corradine, M.G. (2016). Guía de criterios de calidad aplicables a productos artesanales con opciones de comercialización a través de los canales de Artesanías de Colombia S.A. Recuperado de Cendar, Artesanías de Colombia: <https://cendar.artesantiasdecolombia.com.co/>

- Correal, G. y Flórez, I. (1992). Estudios de las momias guane de la Mesa de los Santos, Santander, Colombia. *Revista de la Academia Colombiana de Ciencias Exactas, Físicas y Naturales*, XVIII (70), 83-289.
- Cote, L.A. (2001). Barichara, monumento al paso del tiempo [audiovisual]. En Universidad Santo Tomás de Bucaramanga [USTA] y NET Televisión. *Por los Caminos del Gran Santander*. Colombia: USTA. Recuperado de: <https://repository.usta.edu.co/handle/11634/908>
- Cote, L.A. (2002). Villanueva, una historia de prosperidad [audiovisual]. En: Universidad Santo Tomás de Bucaramanga [USTA] y NET Televisión. *Por los Caminos del Gran Santander*. Colombia: USTA. Recueprado de: <https://repository.usta.edu.co/handle/11634/919>
- Cote, L.A. (2006). Barichara, taller de sueños [audiovisual]. En: USTA y NET Televisión. *Por los Caminos del Gran Santander*. Colombia: USTA. Recuperado de: <https://repository.usta.edu.co/handle/11634/1387>
- Cote, L.A. (2006). *El cañón del Chicamocha: de accidente geográfico a paisaje cultural* (Tesis de Máster no publicada). CETT Barcelona School of Tourism, Hospitality and Gastronomy, Barceloca, España.
- Cote, L.A. (2012). *El patrimonio como espacio de conflicto: tensiones en la construcción del patrimonio cultural inmaterial en Barichara – Colombia* (Tesis de Máster). Recuperada de la Biblioteca Virtual del Banco de la República, Colombia: <http://babel.banrepcultural.org/cdm/ref/collection/p17054coll23/id/27>
- Cote, L.A. (2014). El Patrimonio como espacio de conflicto en Barichara, Santander. *Jangwa Pana*, 13 (1), 166-178.
- Cote, L.A. (2017). Turismo, gentrificación y patrimonialización de las artesanías en Barichara, el pueblo más lindo de Colombia. En Gascón, J. y Milano, C. (Coord.), *El turismo en el mundo rural ¿Ruina o consolidación de las sociedades campesinas e indígenas?* (pp. 75-90). Tenerife y Barcelona: PASOS, RTPC; Foro de Turismo Responsable; Ostelea.
- Craft Revival Trust, Artesanías de Colombia y Unesco (Ed.). (2005). *Encuentro entre Diseñadores y Artesanos: Guía Práctica*. Nueva Delhi: Los editores.
- Crick, M. (1989). Representations of International Tourism in the Social Sciences: Sun, Sex, Sights, Savings, and Servility. *Annual Review of Anthropology*, 18, 307-344. Recuperado de: <http://www.jstor.org/stable/2155895>

- Cruz, L. (2010). La Constitución Política de 1991 y la Apertura Económica. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Militar Nueva Granada*, XVIII (1), 269-280.
- Cuevas, V. (2018, septiembre 21). La familia que custodia un tesoro en las entrañas de la tierra. *El Tiempo*. Recuperado de: <https://www.eltiempo.com/vida/viajar/los-mejores-planes-extremos-para-hacer-en-curiti-santander-271322>
- Cundisan. (2012). *Plan de Desarrollo Turístico de Santander*. Bogotá: Fondo de Promoción Turística.
- DANE y Banco de la República (Ed.). (2016). *ICER: Informe de Coyuntura Económica Regional. Santander-Bucaramanga 2015* (Serie Informes de Coyuntura Económica Regional). Bogotá: Banco de la República; DANE. Recuperado de: <http://babel.banrepcultural.org/digital/collection/p17054coll18/id/564/>
- Davallon, J. (2002). ¿Comment se fabrique le patrimoine? *Sciences humaines, Hors-série*, (36), 74-77. Recuperado de : www.scienceshumaines.com/comment-se-fabrique-le-patrimoine_fr_12550.html
- Davallon, J. (2010). The game of heritagization. En Roigé, X. y Frigolé, J. (Eds.), *Constructing cultural and natural heritage: parks, museums and rural heritage* (39-62). Girona: Documenta Universitaria: Institut Català de recerca en Patrimoni Cultural.
- Davallon, J. (2014). El juego de la patrimonialización. En Roigé, X., Frifolé, J. y Del Mármol, C. (Eds.), *Construyendo el patrimonio cultural y natural: Parques, museos y patrimonio rural* (pp. 47-76). Unión Europea: Editorial Germania, s.l. y Asociación Valenciana de Antropología (AVA).
- De Kadt, E.J. (1991). *Turismo: ¿pasaporte al desarrollo? Perspectivas sobre los efectos sociales y culturales del turismo en los países en vías de desarrollo*. Madrid: Endymion.
- De Zubiría, S. (2005). Diversidades y patrimonio en clave latinoamericana. En Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico y Andalucía, *Patrimonio inmaterial y gestión de la diversidad* (pp. 157-163). Sevilla: Junta de Andalucía, Consejería de Cultura.
- Deitch, L. (1992). El impacto del turismo en el arte y la artesanía de los indios del suroeste de los Estados Unidos. En Smith, V. (comp.), *Anfitriones e invitados: Antropología del Turismo* (pp. 335-356). Madrid: Ediciones Endymion. Primera edición en inglés, 1989.
- Del Campo, A. (2009). La autenticidad en el turismo comunitario. Tradición, exotismo, pureza, verdad. En Ruiz, E. y Vintimilla, M. (Coord.), *Cultura, comunidad y turismo:*

Ensayos sobre el turismo comunitario en Ecuador (pp. 41-116). Quito: Ediciones Abya-Yala.

Del Marmol, C. (2006). Escenificando tradiciones. Una aproximación a los usos del pasado cántaro en los Pirineos catalanes. En Frigolé, J. y Roigé, X. (Coords.), *Globalización y localidad: perspectiva etnográfica* (pp. 112-142). Barcelona: Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona.

Del Valle, P. (relator). (2010a). Hacia una propuesta de indicadores de impacto en la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial de las manifestaciones y/o expresiones culturales reconocidas por los países del Crespial y/o la Unesco. En Corporación para la Promoción y Difusión de la Cultura (Ed.), *Memorias del saber hacer. Memorias XI encuentro. Encuentros para la promoción y difusión del patrimonio inmaterial de países iberoamericanos* (420-462). Santa Cruz de Mompo, Colombia: El editor.

Del Valle, P. (relator). (2010b). Taller de capacitación sobre la implementación de la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial. En Corporación para la Promoción y Difusión de la Cultura (Ed.), *Memorias del saber hacer. Memorias XI encuentro. Encuentros para la promoción y difusión del patrimonio inmaterial de países iberoamericanos* (pp. 377-419). Santa Cruz de Mompo, Colombia: El editor.

Departamento Nacional de Planeación. (2003). *Plan Nacional de Desarrollo 2002-2006: Hacia un Estado comunitario*. Recuperado de: <http://www.dnp.gov.co/Portals/0/archivos/documentos/GCRP/PND/PND.pdf>

Departamento Nacional de Planeación. (2006a). *Plan Nacional de Desarrollo 2006 – 2010. Estado comunitario: desarrollo para todos*. Recuperado de: https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/PND/PND_febrero.pdf

Departamento Nacional de Planeación. (2006b). *Agenda Interna Sectorial: Sector Turismo*. Bogotá.

Departamento Nacional de Planeación. (2007a). *Agenda interna para la productividad y la competitividad. Documento sectorial, cadena artesanal*. Bogotá.

Departamento Nacional de Planeación. (2007b). *Agenda Interna para la productividad y la Competitividad. Documento Regional Santander*. Bogotá.

Díaz, J. (2009). Estado social de derecho y neoliberalismo en Colombia: estudio del cambio social a finales del siglo XX. *Revista de antropología y sociología VIRAJES*, (11), 205

http://vip.ucaldas.edu.co/virajes/downloads/Virajes11_8.pdf

Díaz, L. (1999). *Los Guardianes de la tradición: ensayos sobre la «invención» de la cultura popular*. Sendoa: Oiartzun.

Dirección de Patrimonio, Ministerio de Cultura. (s.f.). *Escuelas taller de Colombia – herramientas de paz*. Recuperado de: <http://www.programaescuelastallercolombia.com/> [Consulta 18/08/2018].

Donaire, J. (2008). *Turisme cultural: Entre l'experiència i el ritual*. Bellcaire d'Empordà: Edicions Vitel·la.

Duque, C. y Duarte, E. (2009). Sistematización de logros y dificultades en la experiencia de Colombia. *Dossier Unesco Artesanía y Diseño (A+D)*, (2), 16-22. Ponencia presentada en el Taller A+D: Encuentro en Santiago de Chile.

Durán, M. (2018). *Resonancias y disidencias en la patrimonialización de Barichara, 1978-2016* (Tesis de Magíster). Recuperado de la biblioteca digital de la Universidad Nacional de Colombia: <http://bdigital.unal.edu.co/71212/>

Ecofibras. (1996). *Diversificación de los usos del fique en Curití (Santander) - Segunda etapa*. Recuperado de Cendar, Artesanías de Colombia: <https://cendar.artesaniasdecolombia.com.co/>

Ecofibras. (2017). *Catálogo*. Recuperado de: <http://ecofibrascuriti.com/portfolio/>

El Tiempo, Redacción Nación y Economía. (2014, septiembre 27). Veinte ciudades intermedias que impulsarán el crecimiento del país. *El Tiempo*. Recuperado de: <http://www.eltiempo.com/economia/sectores/inversion-y-desarrollo-en-colombia/14603216>

Escovar, E., y Reyna, M. (Ed.). (2005). *Barichara: 300 años de historia y patrimonio*. Bogotá: Letrarte.

Esteban, B. (2010, julio 28). Honran Patrimonio vivo de Santander. *Vanguardia Liberal*. Recuperado de: <https://www.vanguardia.com/area-metropolitana/bucaramanga/honran-patrimonio-vivo-de-santander-XAVL70257>

Eurofique. (2011). *Exposición en el Jardín Botánico de Valencia "Fique. Historia y futuro de una fibra vegetal"*. Recuperado del sitio Web de Eurofique: <http://eurofique.info/fique-historia-y-futuro-de-una-fibra-vegetal/exposicion-jardin-botanico-de-valencia/> [Consulta, 20/07/2018].

- Eurofique. (s.f.). *Información sobre la fibra vegetal de fique. Artesanía de Curití Santander Colombia. Productos artesanales. Hilo.* <http://eurofique.info/productos-artesanales/hilo/> [20/07/2018]
- Fernández de Paz, E. (1999). La documentación y protección de las artesanías como actuaciones sobre el patrimonio etnográfico. Andalusia y Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, *Patrimonio etnológico: nuevas perspectivas de estudio* (170-191). Sevilla: Consejería de Cultura, Junta de Andalucía.
- Ferro, G. (2010). Los sentidos del lugar: apropiaciones y re significaciones cotidianas del patrimonio construido. La peregrinación o la batalla por lo sagrado. En Corporación para la Promoción y Difusión de la Cultura (Ed.), *Memorias del saber hacer. Memorias XI encuentro. Encuentros para la promoción y difusión del patrimonio inmaterial de países iberoamericanos* (155-165). Santa Cruz de Mompox, Colombia: El editor.
- Fischer, E. (2001). Los tejidos andinos, indicadores de cambio: apuntes sobre su rol y significado en una comunidad rural. Chungara, *Revista de Antropología Chilena*, 43(2), 267-282. Recuperado de: https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-73562011000200008
- Florescano, E. (2003). El patrimonio nacional: valores, usos, estudios y difusión. *Cuadernos del Patrimonio Cultural y Turismo*, (2), 42-54.
- Flórez, J. (1976, mayo 3). "Solemne y entusiasta centenario de A. Parra". *El Tiempo*, p. 9C.
- Fondo Nacional de Turismo. (2013). *Red de Pueblos Patrimonio de Colombia. Barichara.* Recuperado de: <http://www.pueblospatrimoniodecolombia.travel> [Consulta: 01/04/2014]
- Fondo Nacional de Turismo. (2017). *Red Turística de Pueblos Patrimonio.* Recuperado de: <http://fontur.com.co/productos-y-servicios/red-turistica-de-pueblos/42> [Consulta: 03/03/2018]
- Frieri, S. (Comp.). (2014). *Manual de herramientas participativas para la identificación, documentación y gestión de las manifestaciones del Patrimonio Cultural Inmaterial* (Convenio Patrimonio Cultural Inmaterial desde la perspectiva local). Bogotá: Ministerio de Cultura y Tropenbos Internacional Colombia.
- Frigolé, J. (2006a). Introducción. Globalización y transformaciones sociales, económicas y culturales en áreas montaña. En Frigolé, J. y Roigé, X. (Coords.), *Globalización y*

- localidad: perspectiva etnográfica* (pp. 7-15). Barcelona: Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona.
- Frigolé, J. (2006b). Globalización y producción de localidad en un valle del Alt Urgell: Modelo interpretativo y síntesis etnográfica. En Frigolé, J. y Roigé, X. (Coords.), *Globalización y localidad: perspectiva etnográfica* (pp. 17-31). Barcelona: Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona.
- Frigolé, J. (2010). Patrimonialization and the mercantilization of the authentic. Two fundamental strategies in a tertiary economy. En Roigé, X. y Frigolé, J. (Eds.), *Constructing cultural and natural heritage: parks, museums and rural heritage* (27-38). Girona: Documenta Universitaria: Institut Català de recerca en Patrimoni Cultural.
- Frigolé, J. y Roigé, X. (Coords). (2006). *Globalización y localidad: perspectiva etnográfica*. Barcelona: Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona.
- Fundación Escuela Taller Barichara. (2013). *2013 Barichara Punto de Encuentro II*. Recuperado de: <http://tallerdeoficiosbarichara.com/barichara-punto-de-encuentro-ii/#!prettyPhoto>
- Fundación San Lorenzo de Barichara. (s.f.). *La Fundación. Objeto social*. Recuperado de: <https://fundacionsanlorenzo.wordpress.com/historia-de-la-fundacion/> [Consulta: 07/02/2018].
- Fundacion Universitaria Cooperativa de San Gil. (1996). *Apoyo para la capacitación y organización de los artesanos de la piedra en Barichara – Provincia Guanentina – Santander* (Resumen del proyecto). Recuperado de Cendar, Artesanías de Colombia: <https://cendar.artesantiasdecolombia.com.co/>
- García Canclini, N. (1982). *Las culturas populares en el capitalismo*. México: Nueva Imagen/Grijalbo.
- García Canclini, N. (1987). Introducción: Políticas cultura y crisis de desarrollo. Un balance latinoamericano. En García Canclini (Ed.), *Políticas culturales en América Latina* (pp. 13-61). México, D.F.: Grijalbo.
- García García, J. (2008). De la cultura como patrimonio al patrimonio cultural, *Política y Sociedad* (27), pp. 9-20.
- García, J. (2007). La función de la legislación en la protección y en la defensa del patrimonio cultural iberoamericano. En Cabello, P. y Espanya, *Patrimonio cultural e identidad* (pp. 25-33). Madrid: Ministerio de Cultura.

- García, M. (1988). *Investigación Barichara, Villanueva, Guane*. Recuperado de Cendar, Artesanías de Colombia: <https://cendar.artesantiasdecolombia.com.co/>
- García, M.A. (2017). Modernizar la tradición. Carlos Rojas en Artesanías de Colombia durante los años 70. *Nuevo Mundo Mundos Nuevos* [En línea]. <https://doi.org/10.4000/nuevomundo.71626>
- Giddens, A. (2004). *Consecuencias de la modernidad*. Madrid: Alianza Editorial.
- Giedelmann, M. y Rueda, O. (2013). Discursos patrimoniales que orientan la gestión del patrimonio cultural en los planes de desarrollo del departamento de Santander-Colombia (2008-15). *Memoria y sociedad*, 17 (35), 107-123.
- Giovanardi, M., Lucarelli, A., L'Espoir Decosta, P. (2014). Co-performing tourism places: The "Pink Night" festival. *Annals of Tourism Research*, (44), 102-115. <http://dx.doi.org/10.1016/j.annals.2013.09.004>
- Giraldo, H. (1975, junio 9). Columna de viajes. *El Espectador*.
- Gobernación de Santander. (1994). *Plan de Desarrollo Turístico del departamento de Santander*. Bucaramanga.
- Gobernación de Santander. (2008). Plan de desarrollo departamental 2008 - 2011 "Santander incluyente". Bucaramanga.
- Gobernación de Santander. (2012). *Plan de desarrollo 2012 - 2015 "Santander en serio, el gobierno de la gente"*. Bucaramanga.
- Gobernación de Santander. (2016). *Plan de Desarrollo "Santander nos une" (2016 - 2019)*. Bucaramanga.
- Gobernación de Santander. (2017). *Santander, el departamento con mayor crecimiento turístico del país*. Recuperado de: <http://www.santander.gov.co/index.php/actualidad/item/460-santander-el-departamento-con-mayor-crecimiento-turistico-del-pais>
- Gómez, A. (s.f.) *La investigación social: en busca del conocimiento relegado*. Ciencias Sociales, Sociología y conocimiento popular. Manuscrito no publicado. Recuperado de: http://www.academia.edu/4819824/Art%C3%ADculo_La_investigaci%C3%B3n_social_en_busca_del_conocimiento_relegado
- Gómez, E. (2005). Desarrollo sostenible, patrimonio cultural y turismo: concepciones teóricas y modelos de aplicación. En Santana, A. y Prats, Ll. (Coord.), *El encuentro del turismo con el patrimonio: concepciones, teorías y modelos de aplicación* (71-94).

Sevilla: Fundación el Monte, Federación de Asociaciones de Antropología del Estado Español, Asociación Andaluza de Antropología.

- Gómez, H. y Mitchell, D. (2016). *Comisiones regionales de competitividad de Colombia. Lecciones para su fortalecimiento institucional*. Recuperado del sitio Web del Banco Interamericano de Desarrollo (BID): <https://publications.iadb.org/es/publicacion/15564/comisiones-regionales-de-competitividad-de-colombia-lecciones-para-su>
- Gómez, J. (2003). Ecoturismo De Aventura: Un Turismo Regional Asociativo. *Anuario Turismo y Sociedad* (2), 75-81.
- González, F. y Antón, S. (2007). Los turistas. En González, F. y Antón, S. (Coords.), *A propósito del turismo: La construcción social del espacio turístico* (35-102). Barcelona: Editorial UOC.
- Graburn, N. (1976). Introduction: Arts of the fourth world. En Graburn, N. (Coomp), *Ethnic and tourist arts: cultural expressions from the fourth world* (1-32). California: University of California Press.
- Graburn, N. (1984). The evolution of tourist arts. *Annals of Tourism Research*, Vol. 11, 393-419. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(84\)90029-X](https://doi.org/10.1016/0160-7383(84)90029-X)Get rights and content
- Graburn, N. (1992). Turismo: el viaje sagrado. En Smith, V. (Comp.), *Anfitriones e invitados: Antropología del Turismo* (pp. 56-68). Madrid: Ediciones Endymion.
- Greenwood, D. (1992). La cultura al peso: Perspectiva antropológica del turismo en tanto proceso de mercantilización cultural. en: Smith, V. (Comp.), *Anfitriones e invitados: Antropología del Turismo* (pp. 257-279). Madrid: Ediciones Endymion.
- Grupo Empresarial Norato. (2016). *San Gil – Guía turística*. Recuperado de: <http://sangil.com.co/> [consulta 07/07/2016].
- Guber, R. (2001). *Método, campo y reflexividad*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.
- Guerrero, A. (2005). Santandereanidad. En Martínez Carreño, A., Martínez Garnica, A., Hernández, C.; Guerrero, A. y García, F., *Santander, la aventura de pensarnos* (pp. 61-112). Bucaramanga: Universidad Industrial de Santander, Gobernación de Santander.
- Guerrero, A. y Martínez, A. (1996). *La provincia de Guanentá. Orígenes de sus poblamientos urbanos*. Bucaramanga: Ediciones Universidad Industrial de Santander; Escuela de Historia UIS.

- Guerrero, M. (1994). Origen del arte textil colombiano contemporáneo. *Historia Crítica* (9), 81-93.
- Gundermann, H. (2001). El método de los estudios de caso. En María Luisa Tarrés (Coord.), *Observar, escuchar y comprender: Sobre la tradición cualitativa en la investigación social* (pp. 281-288). México: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, el Colegio de México, Miguel Ángel Porrúa.
- Guzmán, A. y García, F. (Comp.). (2010). *Diseño, artesanía e identidad. Experiencias académicas locales de diseño artesanal en Colombia y El Salvador*. Popayán: Ediciones Axis Mundi, Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca.
- Hall, S. (2003). Introducción: ¿quién necesita la identidad? En Hall, S. y Du Gay, P. (Comp), *Cuestiones de identidad cultural* (pp. 13-39). Buenos Aires: Amorrortu.
- Hammersley, M. y Atkinson, P. (1994). *Etnografía: Métodos de investigación*. Barcelona: Paidós básica.
- Hernández, V. (2003). Una Mirada al desarrollo turístico regional en Colombia. En *Anuario Turismo y Sociedad Universidad Externado de Colombia*, 2, 17-34.
- Hernández-Ramírez, J. (2006). Producción de singularidades y mercado global: el estudio antropológico del turismo. *Boletín Antropológico*, 24 (66), 21-50. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/712/71206602.pdf>
- Hernández-Ramírez, J.; Pereiro Pérez, X. y Pinto, R. (2015). Editorial. Panorama de la Antropología del Turismo desde el Sur, *PASOS*, 13 (2) Special Issue, 277-281. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2015.13.020>
- Hiernaux, D. y González, C. (2014). Turismo y gentrificación: pistas teóricas sobre una articulación. *Revista de Geografía Norte Grande*, 58, 55-70. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-34022014000200004>
- Hobsbawm, E.J. (2002). Introducción: la invención de la tradición. En Hobsbawm, E.J. y Ranger, T.O, *La Invención de la tradición* (pp. 7-21). Barcelona: Crítica.
- Jafari, J. (2007). Modelos del turismo: los aspectos socioculturales. En Lagunas, D. (coord.), *Antropología y turismo: claves culturales y disciplinares* (pp. 47-79). México: Plaza y Valdes.
- Janoschka, M., Sequera, J. y Salinas. L. (2014). Gentrificación en España y América Latina: Un diálogo crítico. *Revista de Geografía Norte Grande*, 58, 7-40. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-34022014000200002>

- Jaramillo, R. y Alfonso, E. (s.f). "Este Palacio Amarillo era asqueroso, estaba lleno de corrupción: Hugo Aguilar". *Periódico 15*. Recuperado de: <https://www.periodico15.com/>
- Johnson, D.Ch. (1984). *Santander siglo XIX cambios socioeconómicos*. Bogotá: Carlos Valencia.
- Jules-Rosette, B. (1984). *The messages of tourist art. An African semiotic system in comparative perspective*. New York: Springer Science+Business Media, Llc.
- Jules-Rosette, B. (1986). Aesthetics and Market Demand: The Structure of the Tourist Art Market in Three African. *African Studies Review*, 29(1), 41-59. <http://www.jstor.org/stable/524106>
- Justo, I. y Vidal, C. (2011). *Fique. Historia y futuro de una fibra vegetal*. Recuperado de Eurofique, Atelier ONG: <http://eurofique.info/wp-content/files/fique-historia-y-futuro-de-una-fibra-vegetal.pdf>
- Khan, W. y Amir, Z. (2013). Study of Handicraft Marketing Strategies of Artisans in Uttar Pradesh and Its Implications. *Research Journal of Management Sciences*, 2(2), 23-26. Recuperado de: <http://www.isca.in/IJMS/Archive/v2/i2/5.ISCA-RJMS-2012-057.pdf>
- Kirshenblatt-Gimblet, B. (2001). La cultura de les destinacions: Teoritzar el patrimoni. *Revista d'Etnologia de Catalunya*, (19), 44-61.
- Kirshenblatt-Gimblet, B. (2004). El patrimonio inmaterial como producción metacultural, *Revista Museum international*, 56 (1-2), pp. 221-222. Recuperado de: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000135852_spa
- Kokko, S. y Kaipainen, M. (2015). The changing role of cultural heritage in traditional textile crafts from Cyprus. *Craft Research*, 6 (1), 9-30. doi: 10.1386/crre.6.1.9_1
- Lagunas, D.E. (2010). El dilema de Mata Ortiz: Turismo, artesanía y goce estético en el desierto de Chihuahua, México. *Revista Líder*, 17, 177-201. Recuperado de: <https://personal.us.es/dlagunas/uploads/dlagunas/publicaciones/LIDER.pdf>
- Largacha, M. (2011). Caracterización del artesano de la provincia guanentina: ¿Quimera o realidad? *Iconofacto*, 7(9), 76-101.
- Larraín, J. (2001). *Identidad chilena*. Santiago de Chile: LOM Ediciones.
- Lauer, M. (1982). *Crítica de la Artesanía: plástica y sociedad en los andes peruanos*. Lima: DESCO centro de Estudios y Promoción del Desarrollo.

- Lauer, M. (1989). *La producción artesanal en América Latina*. Lima: Mosca Azul editores.
- León, D. (2012, abril 18). Más de diez proyectos de inversión turística, las cartas de Santander. *Vanguardia Liberal*. Recuperado de: <https://www.vanguardia.com/economia/local/mas-de-10-proyectos-de-inversion-turistica-las-cartas-de-santander-PFVL152836>
- Limón, A. (1982). *La artesanía rural: Reflexiones sobre el cambio cultural*. Madrid: Editorial Nacional.
- Littrell, M. (1996). Shopping experiences and marketing of culture to tourists. En Robinson, M., Evans, N., y Callaghan, P. (Eds.), *Tourism and culture: image, identity and marketing* (pp. 107-120). Newcastle: University of Northumbria.
- Littrell, M., Anderson, L. y Brown, P. (1993). What makes a crafts souvenir authentic? *Annals of Tourism Research*, 20, 197-215. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(93\)90118-M](https://doi.org/10.1016/0160-7383(93)90118-M)
- Londoño, F. (2002). *Informe final de asesoría en diseño (Orden de Servicio No. SAFCW2002). Artesanías de Colombia*. Recuperado de Cendar, Artesanías de Colombia: <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/>
- Londoño, R. y Caballero, A. (1972). *Estudio de desarrollo organizacional. 1964 – 1972. Artesanías de Colombia*. Recuperado de Cendar, Artesanías de Colombia: <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/>
- Lonely Planet. (s.f.). *Welcome to Barichara*. Recuperado de: <https://www.lonelyplanet.com/colombia/north-of-bogota/barichara> [Consulta: 03/07/2017]
- Lowenthal, D. (1998a). *El pasado es un país extraño*. Madrid: Akal.
- Lowenthal, D. (1998b). *The heritage crusade and the spoils of history*. U.K: Cambridge University Press.
- Luque, I. (2004). ¿Proyectos patrimoniales o turísticos? *Turismo y sociedad*, 3, 62-70.
- MacCannell, D. (2007). *Lugares de encuentro vacíos*. España: Melusina, S.L. Primera edición: 1992.
- MacCannell, D. (2003). *El Turista*. Barcelona: Editorial Melusina. Primera edición en inglés, 1976.
- Mahanaim. Centro Rural y Arte. (s.f.). *Sin título*. Recuperado de: <http://mahanaim-cra.weebly.com/residencia-en-colombia.html>

- Malo, C. (2000). El CIDAP. *Artesanías de América* (50), capítulo 1. [En línea]. Recuperado de: <http://documentacion.cidap.gob.ec:8080/bitstream/cidap/381/1/Revista%2050%20completa.pdf>
- Malo, C. (2002). Gestión empresarial y artesanía. *Artesanías de América*, (52), 5-30.
- Malo, C. (2003). Artesanías, patrimonio cultural e identidad. *Artesanías de América*, (55), 37-54.
- Malo, C. (2004). Artesanía y turismo. *Artesanías de América*, (56), 1-10.
- Malo, C. (2006). La batalla por la calidad. *Artesanías de América*, (59-60), pp. 89-112.
- Mancinelli, F. (2011). Sobre los distintos usos del patrimonio: Análisis de dos estudios de caso. En Prats, L. y Santana, A. (Coords.), *Turismo y patrimonio, entramados narrativos* (79-92). La Laguna (Tenerife): PASOS, RTPC.
- Marcos, A., Lafuente, J. y A. Palomino. (2019, marzo 26). Los 21 pueblos más bonitos de Colombia. De Barichara a Villa de Leyva y de La playa de Belén a Monguí, localidades con mucho encanto en el país americano. *El País*. Recuperado de: https://elviajero.elpais.com/elviajero/2016/03/21/album/1458574122_753720.html#1458574122_753720_1458576100
- Maronese, L. (Coord.) (2004). *La artesanía urbana como patrimonio cultural*. Buenos Aires: Comisión para la Preservación del Patrimonio Histórico Cultural de la Ciudad de Buenos Aires.
- Martínez, A. (1999). El proyecto de congregación de naturales en el pueblo de Moncorá. *Fermentum*, año 9 (25), 195-206. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=70522657006>
- Martínez, A. (2001). La recuperación de los oficios tradicionales. En XIV Simposio de Cooperativismo y Desarrollo Rural (Ed.), *Actas y Ponencias* (73-96). Zaragoza: El editor.
- Martínez, A. (2005). Mitos e interrogantes sobre los atributos propios de las gentes de Santander. En Martínez Carreño, A., Martínez Garnica, A., Hernández, C., Guerrero, A. y García, F., *Santander, la aventura de pensarnos* (pp. 13-24). Bucaramanga: Universidad Industrial de Santander, Gobernación de Santander.
- Martínez, A. (2012). La industria femenina de los sombreros: 24% de las exportaciones en 1858. En Rico, A. (Comp.), *Aída Martínez Carreño Ensayos históricos* (pp. 137-144). Bucaramanga: División editorial y de publicaciones UIS.

- Martínez, G. (1984, febrero 20-25). *Defensa y salvaguardia de las artesanías tradicionales y populares*. Ponencia presentada en el Primer Seminario Iberoamericano de Cooperación en artesanía, Santiago de Compostela, España. Recuperado del centro de documentación del Cidap: <http://documentacion.cidap.gob.ec/>
- Martínez, O. (1997). *Barichara, romance de piedra y barro*. Bucaramanga: La Bastilla.
- Mathieson, A. y Wall, G. (1990). *Turismo: Repercusiones económicas, físicas y sociales*. México: Editorial Trillas. Primera edición en inglés, 1986.
- McFarlane, A. (1997). *Colombia antes de la Independencia. Economía, sociedad y política bajo el dominio borbón*. Bogotá: Banco de la República / El Áncora Editores.
- Mejías, J.L. (1999). Legislación sobre el patrimonio cultural en Colombia. *Revista Patrimonio Cultural y Derecho*, (3), 201-216. Madrid: Boletín Oficial del Estado, Fundación Aena, Fundación de los Ferrocarriles Españoles, Hispania Nostra.
- Méndez, P. (2009). Herencia textil, identidad indígena y recursos económicos en la Patagonia argentina. Estudio de un caso: la comarca de la meseta central de la provincia de Chubut. *AIBR, Revista de Antropología Iberoamericana*, 4 (1), 11-53. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2800419>
- Miles, M. y Huberman, A.M. (1984). *Qualitative data analysis. A source book of new methods*. Beverly Hills: Sage.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Fondo de Promoción Turística. (s.f.a). *La cultura es la 'moneda' de Barichara*. Recuperado de: <http://www.pueblospatrimoniodecolombia.travel> [Consulta: 08/03/2014].
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Fondo de Promoción Turística. (s.f.b). *Guía de artesanías. Barichara artesanal. Santander*. http://www.artesaniasdecolombia.com.co/Documentos/Contenido/12449_rutas-artesanales_barichara.pdf
- Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria e Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. (2004). *Acuerdo para el fomento de la producción y la competitividad del subsector del fique*. Recuperado de: <http://bibliotecadigital.agronet.gov.co/ACUERDOCOMPETITIVIDADFIQUE2004.pdf>
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2008). *Plan sectorial de turismo 2008 – 2010 “Colombia, destino turístico de clase mundial”*. Recuperado del sitio Web de Fontur:

https://fontur.com.co/aym_document/aym_normatividad/2008/PLAN_SECTORIAL_2008-2010.pdf [Consulta: 07/04/2011]

Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2009). *Competitividad: el desafío para alcanzar un turismo de clase mundial* (Documento de política). Recuperado del sitio web del MinCIT: <https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/> [Consulta: 07/04/2011]

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Artesanías de Colombia. (2009). *Política de turismo y artesanías: iniciativas conjuntas para el impulso y la promoción artesanal y el turismo colombiano*. Recuperado del sitio Web del MinCIT: <https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo> [Consulta: 11/07/2011]

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Departamento Nacional de Planeación. (2014). *Plan sectorial de turismo 2014 - 2018 "Turismo para la construcción de la paz"*. Recuperado del sitio Web de Fontur: https://fontur.com.co/aym_document/aym_estudios_fontur/POLITICAS_PUBLICAS_3.PDF [Consulta: 15/06/2017]

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial. (2003). *Política para el desarrollo del ecoturismo*. Recuperado del sitio Web del MinCIT: <https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo> [Consulta: 13/04/2011]

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Oficina de Estudios Económicos. (2018). *Perfil económico: departamento de Santander*. Recuperado del sitio Web del MinCIT: <https://www.mincit.gov.co/estudios-economicos/perfiles-economicos-por-departamentos> [Consulta: 12/03/2019]

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2013). *Departamento de Santander* (perfil económico). Recuperado del sitio Web del MinCIT: <https://www.mincit.gov.co/estudios-economicos/perfiles-economicos-por-departamentos>

Ministerio de Cultura y Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2007). *Política de turismo cultural. Identidad y desarrollo competitivo del patrimonio colombiano para el mundo*. Recuperado del sitio Web del Ministerio de Cultura:

<https://www.mincultura.gov.co/ministerio/politicas-culturales/de-turismo-cultural/Paginas/default.aspx> [Consulta: 10/07/2011]

Ministerio de Cultura. (1997). *Ley 397 de 1997 (Ley General de Cultura)*. Recuperado del sitio Web del Sistema Nacional de Información Cultural (Sinic): http://www.sinic.gov.co/SINIC/Sipa_Conceptos_Comite_Tecnico/ley%20397%20de%201997.pdf [Consulta: 09/07/2011]

Ministerio de Cultura. (2002). *Plan nacional de cultura 2001 – 2010 hacia una ciudadanía democrática cultural. Un plan colectivo desde y para un país plural*. Bogotá, Colombia: El Ministerio.

Ministerio de Cultura. (2009). *Compendio de políticas culturales*. Recuperado del sitio Web del Ministerio de Cultura: <https://www.mincultura.gov.co/ministerio/politicas-culturales/Paginas/default.aspx> [Consulta: 17/07/2011]

Ministerio de Cultura. (2015). *Sistema Nacional de Patrimonio*. Recuperado del sitio Web del Ministerio de Cultura: <https://www.mincultura.gov.co/areas/patrimonio/Paginas/Sistema-Nacional-de-Patrimonio.aspx> [Consulta: 21/07/2018]

Ministerio de Cultura. (s.f.). *Planes, programas y proyectos*. Recuperado del sitio Web del Ministerio de Cultura: <https://www.mincultura.gov.co/areas/patrimonio/planes-y-programas/Paginas/default.aspx> [Consulta: 21/07/2018]

Ministerio de Relaciones Exteriores, Migración Colombia. (2019). *Boletín anual de estadísticas*. Recuperado del sitio Web del Ministerio de Relaciones Exteriores: <https://www.migracioncolombia.gov.co/2018/planeacion/estadisticas/publicaciones/boletin-anual-estadisticas-flujos-migratorios-2018> [Consulta: 03/03/2019].

Mojica, A. y Paredes, J. (2004). *El cultivo del fique en el departamento de Santander*. Recuperado del sitio Web del Banco de la República, publicaciones: <https://www.banrep.gov.co/es/el-cultivo-del-fique-el-departamento-santander>

Monserrate, R. y Serrano, D. (2016). *Diagnóstico departamental del sector artesanal Santander*. Recuperado del Cendar, Artesanías de Colombia: <https://cendar.artesantiasdecolombia.com.co/>

Montenegro, M. (2010). La patrimonialización como protección contra la mercantilización. Paradojas de las sanciones culturales de lo igual y lo diferente. *Revista Colombiana de Antropología*, 46 (1), 115-131.

- Montenegro, M. (2013). Articulaciones entre políticas económicas y políticas culturales en Colombia: El patrimonio cultural, el sector artesanal y las nuevas formas del valor y la propiedad. *Boletín de Antropología*, 28 (46), 35-52.
- Montenegro, M. (2014). Patrimonialización, propiedad cultural y mercados culturales: el caso de Expoartesanías y la Feria de las Colonias. En Chaves, M., Montenegro, M., y Zambrano, M. (Comp.), *El valor del patrimonio: mercado, políticas culturales y agenciamientos sociales* (pp. 101-132). Bogotá: ICANH.
- Mora, Y. (1968). Artes y artesanías populares. *Revista Colombiana de Folclor*, IV(10), segunda época (1966-1969), 8-22.
- Mora, Y. (1974a). Bases culturales de la enseñanza del diseño artesanal. *Revista Colombiana de Antropología*, XVII, 53-64. Artículo basado en la ponencia presentada en el I Seminario de Diseño Artesanal, organizado por la Asociación Colombiana de Promoción Artesanal y Artesanías de Colombia S.A, Bogotá, agosto de 1972. Recuperado de la biblioteca del ICANH: <http://biblioteca.icanh.gov.co/>
- Mora, Y. (1974b). Clasificación y notas sobre técnicas y el desarrollo histórico de las artesanías colombianas. *Revista Colombiana de Antropología*, XVII, 283-354. Recuperado de la biblioteca del ICANH: <http://biblioteca.icanh.gov.co/>
- Moragues, D. (2006). *Turismo, cultura y desarrollo*. Madrid: AECl.
- Moreno, D. (1998). *Forma y tradición en la artesanía popular cubana*. Ciudad de la Habana: Centro de Investigación y Desarrollo de la Cultura Cubana Juan Marinello, Ed. José Martí.
- Nates, B. (2008). Procesos de gentrificación en lugares rururbanos: presupuestos conceptuales para su estudio en Colombia. *Virajes*, (10), 253-269. Recuperado de: http://vip.ucaldas.edu.co/virajes/downloads/virajes10_10.pdf
- Nates, B. y Raymond, S. (2007). *Buscando la Naturaleza. Migración y dinámicas rurales contemporáneas*. Barcelona: Anthropos.
- Nogués-Pedregal, A. (2003). La cultura en contextos turísticos. En Nogués, A (Coord.), *Cultura y turismo* (22-57). Sevilla: Signatura.
- Nogués-Pedregal, A. (2006). Etnografías de la globalización. Cómo pensar el turismo desde la antropología. *Archipiélago. Cuadernos de crítica de la cultura*, (68), 33-38.
- Novelo, V. (1976). *Artesanías y capitalismo en México*. México: SEP-INAH.

- Novelo, V. (1999). Las artesanías mexicanas. En Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico (Comp.), *Patrimonio histórico y patrimonio etnológico: nuevas perspectivas de estudio* (pp. 156-169). Andalucía: Consejería de Cultura, Junta de Andalucía.
- Organización de los Estados Americanos. (2013). *La cultura en la organización de los Estados Americanos: Una retrospectiva (1889-2013)* [En línea]. Recuperado de: <http://scm.oas.org/pdfs/2013/CIDI03965S.pdf> [Consulta: 08/11/2008]
- Organización Mundial del Turismo (Ed.). (2008). *Tourism and handicrafts. A report on the International Conference on tourism and handicrafts. 13-15 de may 2006, Tehran, Islamic Republic of Iran*. Madrid: El editor.
- Organización Mundial del Turismo (Ed.). (2009). *III Conferencia internacional sobre turismo y artesanía, Lima, 24 - 26 de septiembre*. Madrid: El editor.
- Organización Mundial del Turismo (Ed.). (2013). *Turismo y patrimonio cultural inmaterial*. Madrid: El editor.
- Organización Mundial del Turismo, (s.f.). *Glosario de términos de turismo*. Recuperado de: <http://media.unwto.org>
- Ortiz, C. (2002). *Proyecto "Programa de Formación Agrupados"* (Informe final contrato SENA – Artesanías de Colombia, Orden de trabajo SAFW 2002-178). Recuperado del repositorio de Artesanías de Colombia: <https://repositorio.artesaniasdecolombia.com.co/>
- Osorio, H. y Parra, R. (2012). El Quindío y su concepto en las artesanías. En Uribe, A. (Coord.), *Estado del arte del sector artesanal en Latinoamérica: una mirada a través de la investigación realizada por la Red Iberoamericana de innovación y transferencia de tecnología para el fortalecimiento artesanal*, (pp. 27-53). Barranquilla: Universidad Simón Bolívar.
- Oujedi, A. (2012). *Artepolis*. Recuperado de : <https://docs.google.com/viewer?a=vypid=sitesysrcid=ZGVmYXVsdGRvbWFpbm9hcncRlcG9saXNhcncRlcG9saXN8Z3g6NzEwYzUxMTBhYTU2YTBlYg> [Consulta: 12/08/2015].
- Patiño, V. (1993). *Historia de la cultura material en la América equinoccial. Tomo 8: Trabajo y ergología*. Bogotá: Instituto Caro y Cuervo. Recuperado de: www.banrepcultural.org/blaavirtual/historia/equinoccial_8_trabajo/inicio.htm
- Peñaloza, E. (2011). *De la Tierra Turismo. Línea Estratégica de Turismo Cultural. Taller de tapia pisada, un acercamiento hacia el valor de las culturas constructivas*

- ancestrales*. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/Elianapc/taller-de-tapia-pisada-de-la-tierra-turismo> [Consulta: 22/03/2018]
- Pérez, L.R. (2017). Turismo literario, ambientes históricos y “santandereanidad”: representaciones narrativas sobre el territorio santandereano. *Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía*, 26(2), 133-151. doi: 10.15446/rcdg.v26n2.55633.
- Pérez, M. y Vargas, F. (2014). Emprendimiento rural e innovación tecnológica y administrativa: El Caso de la Empresa Cooperativa de Fibras Naturales de Santander, Ecofibras Ltda. (Colombia). *Arquetipo*, 9, 133-156. Recuperado de: <http://www.grupochorlavi.org/>
- Perilla, A. (2000). *Capacitación en tejeduría en telar horizontal en San Jacinto Bolívar. Tintura con colores naturales en Tipacoque- Boyacá y en Curití - Santander con colorantes naturales 1.999-2.000. Anexo fotográfico* (Cooperación del Servicio Nacional de Aprendizaje SENA y la Corporación para el Desarrollo de la Microempresa). Recuperado de Cendar, Artesanías de Colombia: <https://cendar.artesantiasdecolombia.com.co/>
- Pilonieta, H. (1989). *Carpeta de oficio artesanal*. Recuperado de Cendar, Artesanías de Colombia: <https://cendar.artesantiasdecolombia.com.co/>
- Pinto, H. (2017). Construcción de identidades y consciencia patrimonial: el papel de la educación patrimonial en Portugal. En Molina, S., Llonch, N. y Martínez, T. (Ed.), *Identidad, ciudadanía y patrimonio: Educación histórica para el siglo XXI* (pp. 17-38). España: Trea.
- Popelka, C. y Littrell, M. (1991). Influence of tourism on handcraft evolution. *Annals of Tourism Research*, 18, 392-413. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(91\)90048-G](https://doi.org/10.1016/0160-7383(91)90048-G)
- Posso, L. (2015). Patrimonialización, especulación inmobiliaria y turismo: gentrificación en el barrio Getsemaní. En Delgadillo, V., Díaz, I. y Salinas, L. *Perspectivas del estudio de la gentrificación en México y América Latina (175-190)*. México: UNAM, Instituto de Geografía.
- Prats, L. (1997). *Antropología y patrimonio*. Barcelona: Ariel.
- Prats, L. (1998). El concepto de patrimonio cultural. *Política y sociedad*, (27), 63-76.
- Presidencia de la República, Sala de Prensa. (2013). *Gobierno firma Contrato Plan por 6.1 billones de pesos para Santander*. Recuperado de la sala de prensa de la Presidencia

de la República de Colombia: <http://wsp.presidencia.gov.co/Prensa/2013/Julio/>
[Consulta: 15/02/2016].

ProColombia. (s.f.a). *Barichara*. Recuperado del sitio Web de ProColombia:
<https://colombia.travel/es/barichara> [Consulta: 10/10/2017]

ProColombia. (s.f.b). *Inversión en el sector Manufacturas en Colombia*. Recuperado del sitio
Web de ProColombia:
<https://www.inviertaencolombia.com.co/sectores/manufacturas.html> [Consulta:
03/03/2018]

ProColombia. (s.f.c). *La manufactura en Colombia*. Recuperado del sitio Web de
ProColombia: [https://compradores.procolombia.co/es/explore-
oportunidades/manufactura-en-colombia](https://compradores.procolombia.co/es/explore-opportunidades/manufactura-en-colombia) [Consulta: 03/03/2018]

ProColombia. (s.f.d). *Sector artesanal. Fortalecimiento del sector artesanal colombiano*.
Recuperado del sitio Web de ProColombia:
[https://compradores.procolombia.co/es/explore-opportunidades/sector-
artesanal](https://compradores.procolombia.co/es/explore-opportunidades/sector-artesanal) [Consulta: 03/03/2018]

ProColombia. (s.f.e). *Visita el Museo Arqueológico y Paleontológico de Guane*. Recuperado del
sitio Web de ProColombia: [https://colombia.travel/es/barichara/visita-el-
museo-arqueologico-y-paleontologico-de-guane](https://colombia.travel/es/barichara/visita-el-museo-arqueologico-y-paleontologico-de-guane) [Consulta: 10/10/2017]

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo y Unesco. (2013). *Informe sobre la
economía creativa. Ampliar los cauces del desarrollo local*. París: Naciones
Unidas/PNUD/UNESCO. Edición especial 2013.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2012). *Santander frente a los Objetivos
de Desarrollo del Milenio. Estado de avance 2012*. Bogotá: el autor.

Proyectos y Inversiones Turísticas. (1997). *Estudio de competitividad del sector turismo.
Tomo I*. Bogotá: Ministerio de Desarrollo Económico.

Pulido, J. (2013). Los actores del turismo cultural. En Pulido, J. (Coord.), *Turismo cultural*
(pp. 171-202). España: Editorial Síntesis.

Quintero, V. (2005). El patrimonio intangible como instrumento para la diversidad cultural
¿Una alternativa posible? En Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico y
Andalucía, *Patrimonio inmaterial y gestión de la diversidad* (pp. 69-81). Sevilla:
Junta de Andalucía.

- Quiñones, C. (2003). Artesanía y diseño en Colombia. En Quiñones, C. (Ed.), *Reflexiones en torno a la artesanía y el diseño en Colombia* (pp. 1-26). Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Quiroz, F. (2008). *Artesanos y manufactureros en Lima colonial*. Lima: BCRP, IEP.
- Ramírez, D. (2012, octubre 15-19). *Notas sobre la historia de artesanías de Colombia S.A. y la artesanía colombiana*. Ponencia presentada a nombre de Artesanías de Colombia S. A. en el seminario "Políticas públicas para el sector artesano de América Latina", Cartagena de Indias, Colombia. Documento preparado por Daniel Ramírez (Cendar) y revisado por Gladys Salazar e Iván Moreno Sánchez. Recuperado de Cendar, Artesanías de Colombia: <https://cendar.artesaniasdecolombia.com.co/>
- Ramírez, E. (2011). *Etnicidad, identidad, interculturalidad: Teorías, conceptos y procesos de la relacionalidad grupal humana*. Madrid: Editorial universitaria Ramón Areces.
- Ramírez, J. (2014). El turismo en el desarrollo regional: La experiencia de dos departamentos colombianos. *Revista Le Bret*, (6), 259 - 278. <https://doi.org/10.15332/rl.v0i6.1457>
- Raymond, P. (2010). Historia del ocaso de un cultivo de ladera: el algodón de la hoya del río Suárez. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 7 (64), 79-87. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/cudr/v7n64/v7n64a05.pdf>
- Raymond, P. (2013). *El algodón y los tejidos en Santander: origen, decadencia y renacer de una tradición textil*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Restrepo, E. (2015, junio 21). El pueblo más lindo de Colombia. *El Colombiano*. <http://www.elcolombiano.com/opinion/columnistas/elpueblomaslindodecolombiaEF2171035>
- Reyes, G. (2015, septiembre 8). Barichara, una obra de arte habitable. *El Tiempo*. Cuarta entrega serie Pueblos Patrimonio. Recuperado de: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS16352280>
- Richards, G. (1996). Introduction. Culture and tourism un Europe. En Richards, G. (Ed.), *Cultural Tourism in Europe* (pp. 8-20). Wallingford: CABI.
- Richards, G. (2019). Creative tourism: opportunities for smaller places? *Tourism y Management Studies*, 15(SI), 7-10. <https://doi.org/10.18089/tms.2019.15SI01>
- Richards, G. (Ed.). (1999b). *Developing and marketing crafts tourism*. The Netherlands: ATLAS.

- Richards, G. (1999a). Culture, crafts and tourism: a vital partnership. En Richards, G. (Ed.), *Developing and marketing crafts tourism* (11-36). The Netherlands: ATLAS.
- Richards, G. y Raymond, C. (2000). Creative Tourism. *ATLAS News*, 23, 16-20.
- Richards, G. y Wilson, J. (2006). Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture? *Tourism Management*, 27, 1209-1223. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.06.002>
- Richter, D. (1978). The tourist art market as a factor in social change. *Annals of Tourism Research*, 5(3), 323-338. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(78\)90116-0](https://doi.org/10.1016/0160-7383(78)90116-0)
- Rincón, A. (1999). *Asesoría en producción, rescate y desarrollo de producto en los departamentos de Santander, Huila y Santafé de Bogotá 1.998/1.999. Anexo fotográfico*. Recuperado del repositorio de Artesanías de Colombia: <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/>
- Rivas, R. (2009). La artesanía como activo fundamental de las actividades turísticas. En OMT (Ed.), *III Conferencia internacional sobre turismo y artesanía, Lima 24 - 26 de septiembre* (pp. 255-264). Madrid: OMT.
- Rivera, L. (2011). Imaginarios socioculturales del turismo: percepción desde los residentes de San Gil, Páramo y Curití, Colombia. *Unisangil Empresarial*, 4 (2), 38-45.
- Rivero, S. (2007). El uso masivo de la tierra como material de construcción en Colombia. *Apuntes*, 20(2), 354-363. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/apun/v20n2/v20n2a15.pdf>
- Rodríguez, C. (s.f.). "El oriente a seguir. La combinación perfecta". *Revista Semana*, Especial. Recuperado de: http://www.semana.com/especiales/semana_santander/index.html#/16/
- Rodríguez, G. I., y Calderón, M. A. (2015). La economía informal y el desempleo: el caso de la ciudad de Bucaramanga (Colombia). *Innovar*, 25(55), 41-58. doi: 10.15446/innovar.v25n55.47195.
- Rodríguez, J. (1976, mayo 3). Sin título. *Vanguardia Liberal*, sección Séptimo Día. Recorte de prensa recuperado del archivo personal de Heriberto Silva, Barichara.
- Rodríguez, S. (2003). *Proyecto para el mejoramiento de la competitividad del sector artesanal colombiano. Cuaderno de diseño*. Recuperado de Cendar, Artesanías de Colombia: <https://cendar.artesantiasdecolombia.com.co/>

- Roigé, X. (2006). Identidad, frontera y turismo en el valle de Arán. En Frigolé, J. y Roigé, X., *Globalización y localidad: perspectiva etnográfica* (pp. 33-60). Barcelona: Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona.
- Roigé, X. (2007). Museos etnológicos: entre la crisis y la definición, *Revista Quaderns-e, Institut Català d'Antropologia*, (9). Recuperado de: www.antropologia.cat/antiga/quaderns-e/09/Roige.htm
- Roigé, X. y Frigolé, J. (2010). Introduction. En Frigolé, J. y Roigé, X. (Eds.), *Constructing cultural and natural heritage: parks, museums and rural heritage* (pp. 9-27). Girona: Documenta Universitaria.
- Roigé, X. y Frifolé, J. (2014). Introducción. La patrimonialización de la cultura y la naturaleza. En Roigé, X., Frifolé, J. y Del Mármol, C. (Eds.), *Construyendo el patrimonio cultural y natural. Parques, museos y patrimonio rural* (pp. 9-29). Unión Europea: Editorial Germania, s.l. y Asociación Valenciana de Antropología (AVA).
- Rojas, A. (2018, enero 11). "Hasta 30 bultos de basura por día abandonan turistas que visitan balneario de Pescaderito". *Vanguardia Liberal*. Recuperado de: <https://www.vanguardia.com/economia/local/hasta-30-bultos-de-basura-por-dia-abandonan-turistas-que-visitan-balneario-de-pescaderito-ADVL421111>
- Rojas, H. (2005, agosto 31 – septiembre 2). *¿El turismo rural, alternativa de desarrollo?* Ponencia presentada en el Seminario Internacional "Enfoques y Perspectivas de la Enseñanza en el Desarrollo Rural", Bogotá, Colombia. Recuperado de: http://www.javeriana.edu.co/fear/m_des_rur/documents/RojasP2005ponencia-Colombia.pdf
- Rojas, M.C. y Fajardo, M.A. (2013). *Ecofibras, una experiencia para compartir*. San Gil Santander: Athelier, Edisocial.
- Rotman, M. B. (2011). Producciones artesanales, construcción identitaria y dinámica de poder en poblaciones mapuches de Neuquén (Argentina). *Revista de Antropología Social*, (20), 347-371. DOI: https://doi.org/10.5209/rev_RASO.2011.v20.36275
- Rotman, M.B. (2001). Preservación patrimonial sin fetichismo: El caso de la Feria de artesanías y tradiciones populares de Mataderos (Buenos Aires). *Conserva*, (5), 23-38. Recuperado de: http://www.patrimoniocultural.gob.cl/dinamicas/DocAdjunto_36.pdf

- Rotman, M.B. (2002). Producción y consumo de bienes culturales: El caso de las artesanías urbanas en la ciudad de Buenos Aires. *Intersecciones en Antropología* (3), 109-117. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=179514526009>
- Rotman, M.B. (2010). El campo patrimonial: procesos de configuración y problematización de alteridades. *Revista Memória em Rede, Pelotas*, 1 (1) [En línea]. Recuperado de: <https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/Memoria/article/view/9563>
- Roulet, P. (2009). Productos artesanos para uso turístico. En OMT (Ed.). *III Conferencia internacional sobre turismo y artesanía* (pp. 39-43), Lima, 24 - 26 de septiembre. Madrid: El editor.
- Rubio, R. (2008). Estado del arte del Patrimonio Cultural Inmaterial. Colombia. En Crespial (Ed.), *Estado del arte del Patrimonio Cultural Inmaterial* (pp. 147-197). Cusco: El editor.
- Ruge, A., Díaz, L., Rodríguez, G., López, S. y Villegas, M. (1984). *Investigaciones sobre el fique*. Recuperado del repositorio de Artesanías de Colombia: <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/>
- Sánchez, C. (2007). La arquitectura de tierra en Colombia: procesos y culturas constructivas, *Apuntes*, 20 (2), 242-255. Recuperado de: <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/revApuntesArq/article/view/8980>
- Sánchez, E. (1998). *La cerámica precolombina. El barro que los indios hicieron arte*. Madrid: Ediciones ANAYA S.A.
- Santana, A. (1997). *Antropología y Turismo ¿Nuevas hordas viejas culturas?* Barcelona: Ariel Antropología.
- Santana, A. (2003). Mirar y leer: autenticidad y patrimonio cultural para el consumo turístico. En Nogués-Pedregal, A. (Coord.), *Cultura y Turismo* (pp. 55-82). Andalucía: Signatura Demos.
- Santana, A. y Prats, Ll. (2005). Reflexiones libérrimas sobre patrimonio, turismo y sus confusas relaciones. En Santana, A. y Prats, Ll. (Coord.), *El encuentro del turismo con el patrimonio: concepciones, teorías y modelos de aplicación* pp. 9-26). Sevilla: Fundación el Monte, Federación de Asociaciones de Antropología del Estado Español, Asociación Andaluza de Antropología.
- Santoyo, A. (2006). *Investigación para la definición de un marco conceptual de la política sobre patrimonio cultural inmaterial en Colombia* (Informe de proyecto). Bogotá:

Observatorio de Patrimonio Material, Inmaterial y Arqueológico (MIA) - Instituto Colombiano de Antropología e Historia -ICANH.

Saumett, H. (2012). Introducción. En Uribe, A. (Coord.), *Estado del arte del sector artesanal en Latinoamérica: una mirada a través de la investigación realizada por la Red Iberoamericana de Innovación y Transferencia de Tecnología para el Fortalecimiento Artesanal* (pp. 9-24). Barranquilla: Universidad Simón Bolívar.

Scheper, J. y Dalla, A. (2012). Authenticity and Resistance: Latin American Art, Activism, and Performance in the New Global Context. *Latin American Perspectives, Issue 183, 39* (2), 5-10. DOI: 10.2307/23238991

Sennett, R. (2009). *El artesano*. Barcelona: Anagrama.

Serra, F. (2016). System. En Jafari, J. y Xiao, H. (Eds.), *Encyclopedia of tourism* (926-927). Suiza: Springer International Publishing.

Serrano, M. (1989). Carpeta de oficio Villanueva – Barichara - Guane. Recuperado de Cendar, Artesanías de Colombia: <https://cendar.artesantiasdecolombia.com.co/>

Servicio Nacional de Aprendizaje y Artesanías de Colombia. (1987). *Convenio SENA – Artesanías de Colombia S.A. Plan de operaciones 1.987 – 1.988*. Recuperado de Cendar, Artesanías de Colombia: <https://cendar.artesantiasdecolombia.com.co/>

Servicio Nacional de Aprendizaje y Artesanías de Colombia. (2000). *Capacitación para el mejoramiento de la competitividad a través de asesoría en diseño para el desarrollo de producto* (proyecto). Recuperado de Cendar, Artesanías de Colombia: <https://cendar.artesantiasdecolombia.com.co/>

Servicio Nacional de Aprendizaje. (2002). *Contrato interadministrativo de cooperación y capacitación No. 201967 entre el SENA - FONADE – Artesanías de Colombia* (Informe final). Recuperado de Cendar, Artesanías de Colombia: <https://cendar.artesantiasdecolombia.com.co/>

Servicio Nacional de Aprendizaje. (2003). *Caracterización ocupacional del sector artesanal*. Colombia: Pubsena.

Servicio Nacional de Aprendizaje. (2017). *Ampliación de cobertura SENA*. Recuperado de: <http://www.sena.edu.co/es-co/formacion/Paginas/ampliacionCobertura.aspx> [Consulta: 13/07/2018].

Silva, H. (1977, julio 4). Memoria de don Aquileo. *El Tiempo*, Sección Correo. Recorte de prensa recuperado del archivo personal de Heriberto Silva, Barichara.

- Silva, H. (2001). *Retazos históricos de mi pueblo Barichara*. Barichara: Coomulseb.
- Sistema de Información para la Artesanía, Artesanías de Colombia. (2014a). *Conozca y disfrute las 16 rutas artesanales de Colombia*. Recuperado de: http://www.artesantiasdecolombia.com.co/PortalAC/C_noticias/conozca-y-disfrute-las-16-rutas-artesanales-de-colombia 5030 [Consulta: 21/07/2015]
- Sistema de Información para la Artesanía, Artesanías de Colombia. (2014b). *Nuevos artesanos con el Sello de Calidad "Hecho a mano"*. Recuperado de: <http://artesantiasdecolombia.com.co/PortalAC/Noticia/nuevos-artesanos-con-el-sello-de-calidad-hecho-a-mano> 5419 [Consulta: 21/07/2015]
- Sistema de Información para la Artesanía, Artesanías de Colombia. (2016a). *Programa nacional de asesorías puntuales*. Recuperado de: http://artesantiasdecolombia.com.co/PortalAC/C_proyectos/programa-nacional-de-asesorias-puntuales 9426
- Sistema de Información para la Artesanía, Artesanías de Colombia. (2016b). *Programa Unidad de Formación*. Recuperado de: http://artesantiasdecolombia.com.co/PortalAC/C_proyectos/programa-unidad-de-formacion 4319 [Consulta: 13/08/2017]
- Sistema de Información para la Artesanía, Artesanías de Colombia. (2016c). *Sello de calidad "Hecho a mano"*. Recuperado de: http://artesantiasdecolombia.com.co/PortalAC/C_proyectos/sello-de-calidad-hecho-a-mano 1487 [Consulta: 13/08/2017]
- Sistema de Información para la Artesanía, Artesanías de Colombia. (2016d). *Propiedad Intelectual*. Recuperado de: http://artesantiasdecolombia.com.co/PortalAC/C_proyectos/propiedad-intelectual 4953 [Consulta: 13/08/2017]
- Sistema de Información para la Artesanía, Artesanías de Colombia. (2016e). *Catálogo de artesanías*. Recuperado de: http://www.artesantiasdecolombia.com.co/PortalAC/C_tienda/catalogo-de-artesantias 14021 [Consulta: 13/08/2017]
- Sistema de Información para la Artesanía, Artesanías de Colombia. (2016f). *Convocatoria abierta para Medalla a la Maestría 2017*. Recuperado de: http://www.artesantiasdecolombia.com.co/PortalAC/C_ferias/convocatoria-abierta-para-medalla-a-la-maestria-2017 9447 [Consulta: 13/08/2017]

- Sistema de Información para la Artesanía, Artesanías de Colombia. (2017). *Curití, en camino al éxito internacional*. Recuperado de: http://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/Noticia/curiti-en-camino-al-exito-internacional_9707 [Consulta: 11/03/2018]
- Somers, M. (1994). The Narrative Constitution of Identity: A Relational and Network Approach. *Theory and Society*, 23 (5), 605-649. doi: 10.2307/658090
- Subgerencia de desarrollo y fortalecimiento del sector artesanal, Artesanías de Colombia. (2014). *Ampliación de la cobertura*. Recuperado de: http://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C_proyectos/ampliacion-de-la-cobertura_7994 [Consulta: 11/08/2017]
- Tarquino, G. (2014). *Muestra del trabajo artesanal de la región a través de la historia de familia con tradición artesana. Convenio Patrimonio Cultural Inmaterial desde la perspectiva local*. Bogotá: Ministerio de Cultura & Tropenbos Internacional Colombia.
- Taylor, S.J. y Bogdan, R. (1987). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda de significados*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica S.A.
- Tobón, M. (2014). *Caracterizando la cadena de valor de la artesanía*. Recuperado de Cendar, Artesanías de Colombia: <https://cendar.artesaniasdecolombia.com.co/>
- Tomalá, M.; Vélez, J. y Toala, F. (2012). Ecuador: el sector artesanal como factor de desarrollo del país. En: Uribe, A. (Coord.). En Uribe, A. (Coord.), *Estado del arte del sector artesanal en Latinoamérica: una mirada a través de la investigación realizada por la Red Iberoamericana de innovación y transferencia de tecnología para el fortalecimiento artesanal*, (pp. 135-147). Barranquilla: Universidad Simón Bolívar.
- Tresserras, J. (2014). El turismo naranja, el color del turismo cultural y creativo. *Revista de Economía Creativa. Santiago Creativo*, (1), 51-52. Recuperado de: www.iadb.org/es/publicaciones/detalle,7101.html?id=70896
- Tresserras, J. (2009). El turismo como agente para el rescate y fortalecimiento del patrimonio cultural y desarrollo artesanal. OMT (Ed.), *III Conferencia internacional sobre turismo y artesanía, Lima, 24 - 26 de septiembre* (pp. 81 - 88). Madrid: El editor.
- Troitiño, M. y Troitiño, L. (2010). Patrimonio y turismo: una complementariedad necesaria en un contexto de uso responsable del patrimonio y cualificación de la visita. *Patrimonio Cultural de España*, 3, 89-108.

- Troitiño, M. y Troitiño, L. (2016). Patrimonio y turismo: reflexión teórico-conceptual una propuesta metodológica integradora aplicada al municipio de Carmona (Sevilla, España). *Scripta Nova*, XX(543). 1-45. <https://doi.org/10.1344/sn2016.20.16797>
- Turner, L. y Ash, J. (1991). *La Horda Dorada*. Madrid: Endymion.
- Unesco. (1982). *Declaración de México sobre las políticas culturales*. México. Recuperado de: <http://unesdoc.unesco.org/images/0005/000546/054668mb.pdf>
- Unesco. (1989). *Recomendación sobre la Salvaguardia de la Cultura Tradicional y Popular*. París. Recuperado de: http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13141yURL_DO=DO_TOPICyURL_SECTION=201.html
- Unesco. (1990a). *Plan decenal para el desarrollo de la artesanía en el mundo (1990-1999)*. Recuperado de la Biblioteca Digital de Unesco: <https://unesdoc.unesco.org/search/d989c5a0-4cad-4a42-8380-7379c2936587>
- Unesco. (1990b). *Methodological guide to collect data - Plan of action for development of crafts 1990-1999*. Recuperado de la Biblioteca Digital de Unesco: <https://unesdoc.unesco.org/search/d989c5a0-4cad-4a42-8380-7379c2936587>
- Unesco. (1994). *Reunión de expertos para la evaluación intermedia del "Plan de acción decenal para el desarrollo de la artesanía en el mundo (1990-1999)". Ejecución de la primera fase del plan de acción: balance y perspectivas. Documento de trabajo*. París. Recuperado de la Biblioteca Digital de Unesco: <https://unesdoc.unesco.org/>
- Unesco. (1996). *Nuestra diversidad creativa: Informe de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo*. Versión resumida. París: Ediciones UNESCO.
- Unesco. (2001). *Informe Mundial sobre la cultura 2000-2001: diversidad cultural, conflicto y pluralismo*. Madrid [etc.]: Mundi-Prensa; París: Unesco.
- Unesco. (2002). *UNESCO y artesanía: Construir la confianza - La artesanía, elemento del desarrollo*. Recuperado de la Biblioteca Digital Unesco: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000127159?posInSet=1&queryId=c f2467e0-83de-49de-9a24-8cc3321bdfd5>
- Unesco. (2003). *Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial*. París.
- Unesco. (2005). *International craft symposium (Final report)*. Recuperado de la Biblioteca Digital de Unesco: <https://unesdoc.unesco.org/search/N-EXPLORE-2b3b1fc6-01c1-40ae-92c8-ece9b638452a>

- Unesco. (2007). *Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales*. París.
- Unesco (Ed.). (2009). Taller A+D: Encuentro en Santiago de Chile. *Dossier Unesco Artesanía y Diseño (A+D)*, (2), 16-22.
- Unesco. (2010). *Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas*. Argentina: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.
- Unesco. (2012). *Evaluation of nominations for inscription in 2012 on the Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity (item 11 on the agenda)*. Recuperado de: <https://ich.unesco.org/es/-00520> [Consulta: 20/12/2018].
- Unesco (Ed.). (2014). *Tercer foro mundial de la Unesco sobre la cultura y las industrias culturales. Cultura, creatividad y desarrollo sostenible. Investigación, innovación, oportunidades. Declaración de Florencia – 4 de octubre de 2014*. Florencia, Italia. Recuperado de: http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/pdf/FINAL_FlorenceDeclaration_1December_ES.pdf
- Unesco Creative Cities Network. (2016). *Unesco Creative Cities Network. Creativity for sustainable urban development*. Folleto descargable en: <https://es.unesco.org/creative-cities/content/acerca-de>
- Unesco y Centro de Comercio Internacional. (1997). *Simposio internacional sobre aa artesanía y el mercado internacional: comercio y codificación aduanera, Manila, Filipinas - 6-8 de octubre de 1997* (Informe final). Recuperado de: <https://unesdoc.unesco.org/search/67ecaef9-bce5-49b0-89fd-b55432db7cef>
- Universidad de los Andes. (2006). *Santander: Entorno de Negocios Competitivo Frente al Mundo. Estudio elaborado para la Cámara de Comercio de Bucaramanga (CCB)*. Bogotá: Centro de Estrategia y Competitividad – Uniandes.
- Universidad Industrial de Santander. (2011). *Santander 2030. Síntesis del Diagnóstico Territorial de Santander. Departamento de Santander*. Bucaramanga: El autor.
- Urbanización Bagarí. (2018). *Así están nuestros lotes*. Recueprado de: <https://www.facebook.com/urbanizacionbagari/photos/a.1527508547460785/2031810083697293/>
- Uribe, A. (Coord.). (2012). *Estado del arte del sector artesanal en Latinoamérica: una mirada a través de la investigación realizada por la Red Iberoamericana de Innovación y*

Transferencia de Tecnología para el Fortalecimiento Artesanal. Barranquilla: Universidad Simón Bolívar.

Urry, J. (2000). Mobile sociology, *British Journal of Sociology*, 51(1), 185-203.

Urry, J. (1990). *The Tourist Gaze, Leisure and Travel in Contemporary Societies*. London: SAGE Publications.

Vacheron, F. (2007). La UNESCO y el patrimonio inmaterial: estado de la cuestión. *Dossier Unesco Artesanía y Diseño (A+D)*, (2), 21-27. Ponencia presentada en el Taller A+D: Encuentro en Santiago de Chile.

Vacheron, F. y Vetrare, S. (2009). Introducción. *Dossier Unesco Artesanía y Diseño (A+D)*, (2), 6-14. Ponencia presentada en el Taller A+D: Encuentro en Santiago de Chile.

Valcuende del Río, J. (2003). Algunas paradojas en torno a la vinculación entre patrimonio cultural y turismo. En Andalucía y Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, *Antropología y patrimonio: investigación, documentación e intervención* (pp. 96-109). Sevilla: Consejería de Cultura, Junta de Andalucía, Comares.

Vallard, A. (2011). Laotian textiles in between markets and the politics of culture. *Journal of Southeast Asian Studies*, (42), 233-252. doi:10.1017/S0022463411000038

Van Broeck, A. (2002). Turismo doméstico en Colombia en un contexto de conflicto armado (1996 - 2001). *Anuario Turismo y Sociedad*, (1), 44-56. Recuperado de: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1510209

Van der Hammen, M.C. (Comp.). (2014). *Entre memorias, haceres y saberes. Intercambios y conversaciones entre el Patrimonio Cultural Inmaterial campesino en Colombia. Convenio Patrimonio Cultural Inmaterial desde la perspectiva local*. Bogotá: Ministerio de Cultura y Tropenbos Internacional Colombia.

Van Geert, F.; X. Roigé y L. Conget (Coords.) (2016). *Usos Políticos del Patrimonio Cultural*. Barcelona: Edicions Universitat de Barcelona.

Van Oss, F. (1999). Marketing crafts tourism. En Richards, G. (Ed.), *Developing and marketing crafts tourism* (37-53). The Netherlands: ATLAS.

Vanguardia liberal. Redacción Política. (2017, septiembre 6). Capturan a Israel Agón, alcalde de Barichara. *Vanguardia Liberal*. Recuperado de: <https://www.vanguardia.com/politica/capturan-a-israel-agon-alcalde-de-barichara-KFVL408750>

- Varela, R. (2015). Plan estratégico de turismo del departamento de santander 2015 – 2016. Bucaramanga: Gobernación de Santander.
- Vargas, F. (2008). *Procesos de adaptabilidad social y su contribución al desarrollo territorial rural - el caso Empresa Cooperativa de Fibras Naturales Ecofibras Ltda, Curití, Santander. Período 1995-2008* (tesis de master). Recuperado de: <https://repositorio.uniandes.edu.co/handle/1992/11373>
- Velasco, M. (2013). Conceptos en evolución: Turismo, cultura y turismo cultural. En Pulido, J. (Coord.), *Turismo cultural* (pp. 15-46). España: Editorial Síntesis, 15-46.
- Vicente, S. (2006). Con las ollas en el caldero: reflexiones sobre el valor de ciertas artesanías. *Huellas*, (5), 108-120. Recuperado de: <http://bdigital.uncu.edu.ar/1234>
- Viganego, L. y Becerra, F.E. (2018). *Bitácora de campo Curití Santander*. Recuperado de Cendar, Artesanías de Colombia: <https://cendar.artesaniasdecolombia.com.co/>
- Vinaccia, G. (2009). Informe introductorio: El desarrollo de una oferta artesanal como instrumento de impulso y promoción de turismo a escala nacional y local. En OMT (Ed.). *III Conferencia internacional sobre turismo y artesanía, Lima, 24 - 26 de septiembre* (pp. 1-4). Madrid: El editor.
- Vizcaya Hotel. (s.f.). *Historia de Curití Santander*. Recuperado de: <http://hotelvizcayacuriti.com/blog-post/historia-curiti-santander/>
- Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 26(2), 349-370. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(98\)00103-0](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(98)00103-0)
- Wherry, F. (2006). The Social Sources of Authenticity in Global Handicraft Markets. Evidence from Northern Thailand. *Journal of Consumer Culture*, Vol 6(1): 5-32. <https://doi.org/10.1177/1469540506060867>
- Wold Crafts Council AISBL. (1985). Declaración de Yakarta.
- Wold Crafts Council AISBL. (s.f.). *World craft Council*. Recuperado del sitio Web del WCC: <https://www.wccinternational.org/about>
- WCC Europe Secretariat (2017). *Designation of a WCC Craft City: Guidelines*. Recueprado de: <https://wcc-europe.org/craft-cities-application-guidelines/> pdf: <https://wcc-europe.org/wp-content/uploads/2019/08/Guidelines-of-WCC-Crafts-City-Programme-2018-FINAL.pdf> [Consulta: 03/03/2019].
- Yu, H. y M. Littrell. (2005). Tourists' Shopping Orientations for Handcrafts. *Journal of Travel y Tourism Marketing*, 18(4), 1-19. doi:10.1300/j073v18n04_01

Yúdice, G. (2002). *El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global*. Barcelona: Editorial Gedisa.

Zamosc, L. y J. G. Gaviria. (1980). *Curití, pueblo de tejedores*. Bogotá: Universidad Javeriana.

Zatarain, R. (2015). Presentación. En Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo. (Ed.). *Programa de escuelas taller de la cooperación española. Aprender haciendo* (p. 11). Madrid: AECID: Ministerio del Trabajo y Seguridad.

Anexos

Entrevistas a nivel nacional

N°	Nombre	Cargo / rol	Fecha
1	Garavito, Claudia	profesional de gestión, subgerencia de desarrollo, AC	Julio de 2016
2	García, John	Responsable regional Santanderes, Artesanías de Colombia S.A.	Julio de 2016
3	Raymond, Pierre	Antropólogo, investigador Universidad Javeriana.	Julio de 2016
4	Serrano, Daniel	Responsable Sistema de Información Estadístico de la Actividad Artesanal.	Julio de 2016

Entrevistas a nivel regional

N°	Nombre	Cargo / rol	Fecha
5	Álvarez, Luis Gustavo	Rector Unisangil	Agosto de 2015
6	Díaz, César	Guía turístico Colombia Rafting – San Gil	Agosto de 2015
7	Ducón, Sergio	Artesano, empresario, Ex capacitador SENA y Artesanías de Colombia.	Abril de 2015
8	Galeano, Gustavo	Líder del Grupo de Artesanías del Centro Agroturístico del SENA- San Gil.	Agosto de 2015
9	Gélvez, Mauricio	Guía de turismo Cultural	Agosto de 2015
10	Romero, Dídimo	Miembro del Consejo Departamental de Cultura.	Febrero de 2016
11	Tarquino, Germán	Diseñador, ex formador de Artesanías de Colombia.	Marzo de 2015
12	Toquica, María Consuelo	Enlace Laboratorio de Diseño e Innovación de Santander, Artesanías de Colombia S.A.	Febrero de 2016
13	Vargas, Patricia	Gerente de proyectos especiales de Promoser S.A. para el C.C. El Puente en San Gil.	Agosto de 2015

Entrevistas en Barichara

N°	Nombre	Cargo / rol	Fecha
14	Alquichire, Ana Felisa	Alfarera	Febrero de 2012; diciembre de 2013; marzo de 2015
15	Andrade, Nirko	Tejedor, ex capacitador de Artesanías de Colombia	Marzo de 2015
16	Angarita, Mariela	Artesana Taller de Papel de la Fundación San Lorenzo	Febrero de 2012; marzo de 2015.
17	Becerra, Olga	Administradora Escuela Taller Barichara	Febrero de 2012; Marzo de 2015
18	Bohórquez, Bernarda	Directora Centro Día para la Tercera Edad	Febrero de 2012

N°	Nombre	Cargo / rol	Fecha
19	Bohórquez, Henry	Rector Instituto Técnico Aquileo Parra – miembro del Consejo de Cultura de Barichara	Febrero de 2012
20	Bueno, Darley	Secretario de Planeación – Alcaldía Municipal de Barichara	Febrero de 2012; diciembre de 2013
21	Bueno, Iván	Artesano tejedor y comerciante	Marzo de 2015
22	Cadena, Pedro Vicente	Escultor y ebanista	Febrero de 2012; diciembre de 2013
23	Calderón, Carmen Cecilia	Estudiante de cerámica Escuela Taller Barichara	Febrero de 2012
24	Calderón, Manuel	Maestro tapiero	Febrero de 2012
25	Carrasco, Marcela	Tejedora, profesora de tejido en Escuela Taller Barichara	Marzo de 2015
26	Carreño, Rosalba	Artesana taller Formas de Luz	Marzo de 2015
27	Carvajal, Lorenzo	Artesano Taller Formas de Luz	Marzo de 2015
28	Carvajal, Mario	Forjador y ornamentador	Febrero de 2012
29	Chaparro, Ingrid	Comerciante de artesanías	Agosto de 2015
30	Crook, Isabel	Antropóloga, médico, artista plástica.	Marzo de 2015
31	Díaz, Juan Alfonso	Tallador de piedra	Febrero de 2012
32	Díaz, Orlando	Alfarero y ceramista	Febrero de 2012
33	Galvis, Martín	Tallador de piedra	Marzo de 2015
34	Garcés, Alfonso	Maestro tapiero	Febrero de 2012
35	Garcés, Eugenia	Profesora de tejido de sombreros Escuela Taller Barichara	Marzo de 2015
36	Garderet, Muriel	Propietaria Taller Formas de Luz, Maestra Artesana por Artesanías de Colombia, Segundo Premio Unesco de Artesanía para América Latina y el Caribe	Marzo de 2015
37	Gómez, Pedro	Arquitecto	Febrero de 2012
38	Gómez, Rosa	Habitante de Barichara	Febrero de 2012
39	González, Javier	Jefe Oficina de Cultura, Turismo y Deportes – Alcaldía Municipal	Febrero de 2012; diciembre de 2013
40	Hernández, Carlos	Tallador de piedra	Marzo de 2015
41	Hernández, Viviana Patricia	Dependiente tienda de artesanías	Febrero de 2012
42	Jaramillo, Beatriz Helena	Profesora de tejido Escuela Taller Barichara	Marzo de 2015
43	Jiménez, José Manuel	Artesano de la piedra	Marzo de 2015
44	Jiménez, Luis Alexander	Director ejecutivo Corporación Barichara Cultura y Turismo, encargado del Punto de Información Turística, turoperador local	Marzo de 2015
45	Mejía, Luis Eduardo	Artista plástico y gestor cultural	Febrero de 2012; diciembre de 2013

N°	Nombre	Cargo / rol	Fecha
46	Moreno, José Raúl	Presidente Fundación Tierra Viva, miembro Consejo de Cultura de Santander, miembro Consejo de Cultura de Barichara, gestor cultural.	Febrero de 2012; marzo de 2015; agosto de 2015; febrero de 2016
47	Muñoz, Humberto	Director Casa de la Cultura Emilio Pradilla G.	Febrero de 2012
48	Navarro, Dalita	Directora Escuela Taller Barichara	Febrero de 2012
49	Noriega, José Santiago	Ornamentador	Febrero de 2012
50	Ortiz, Norberto	Habitante de Barichara	Febrero de 2012
51	Oudjedi, Abdou	Gestor Cultural Artepólis	Agosto de 2015
52	Patiño, Claudia	Comerciante de artesanías	Marzo de 2015
53	Pérez, Yolanda	Comerciante de artesanías	Agosto de 2015
54	Pinto, Javier	Escultor	Marzo de 2015
55	Pinto, Martha	Operadora turística	Febrero de 2012
56	Plata, Pastor	Artista y gestor cultural	Febrero de 2012; diciembre de 2013
57	Quintero, Alejandro	Escultor / tallador de piedra	Marzo de 2015
58	Quintero, Iván Darío	Tallador de piedra	Febrero de 2012
59	Rivera, Luz Marina	Artesana Taller Formas de Luz	Marzo de 2015
60	Rodríguez, Solangel	Estudiante de Escuela Taller Barichara, tejedora	Marzo de 2015
61	Rojas, Diana	Prestadora de servicios turísticos, miembro de la Corporación Barichara Cultura y Turismo	Marzo de 2015
62	Rueda, Juan Sebastián	Profesor de cerámica Escuela Taller Barichara.	Febrero de 2012; Marzo de 2015
63	Sánchez, Cerafina	Artesana Taller de Papel de la Fundación San Lorenzo	Marzo de 2015
64	Sánchez, Leandro	Ex secretario de planeación – Alcaldía Municipal	Febrero de 2012
65	Sánchez, Nohra	Profesora de Cerámica Escuela Taller Barichara, tallerista de De la Tierra Turismo Cultural	Marzo de 2015
66	Santamaría, Carlos	Artista Plástico	Febrero de 2012
67	Sarmiento, Helena	Asistente a Hogar Centro Día - artesana	Febrero de 2012
68	Silva, Eduardo	Tallador de Piedra	Febrero de 2012
69	Torres, Medarda	Alfarera	Febrero de 2012
70	Virviescas, Nicodemus	Artesano tejedor de canastos	Febrero de 2012
71	Virviescas, Yaneth	Artesana tejedora en calceta de plátano	Marzo de 2015
72	Zapata, Sandra	Comerciante de artesanías	Agosto de 2015

Entrevistas en Curití

Nº	Nombre	Cargo / rol	Fecha
73	Chaparro, Ana	Artesana	Agosto de 2015
74	de Vanegas, María del Rosario	Habitante de Curití	Abril de 2015
75	Espinosa, María	Artesana y comerciante	Abril de 2015
76	Galeano, Orleima	Artesana	Abril de 2015
77	Gualdrón, Adriana	Diseñadora	Abril de 2015
78	Guevara*, Luis	Artesano	Abril de 2015
79	Guevara, Aura	Comerciante, artesana	Abril de 2015
80	Gutiérrez, Olegario	Ex empresario fique; comité de veeduría ambiental	Abril de 2015
81	Jaimes, Juan Carlos	Prestador de servicios turísticos	Abril de 2015
82	Joya, Alix	Diseñadora y artesana	Enero de 2015
83	Méndez, Ferney	Pintor, fotógrafo y comerciante	Abril de 2015
84	Mercedes[1]	Artesana	Enero de 2015
85	Muñoz, Luz Marina	artesana	Agosto de 2015
86	Niño, Ramiro	Trabajador y guía de Ecofibras LTDA.	Abril de 2015
87	Pimiento, Patrocinia	Medalla Maestro de Maestros de Artesanías de Colombia, cofundadora de Areagua	Enero de 2015; febrero de 2016
88	Pinzón, Julián	Secretario de Desarrollo Social – Alcaldía Municipal	Abril de 2015
89	Porras, José Delio	Gerente Ecofibras LTDA.	Abril de 2015
90	Posada, Yalila	Comerciante de artesanías	Abril de 2015
91	Rincón, Luis	Habitante de Curití	Abril de 2015
92	Rivero, Gabriel	Artesano	Enero de 2015; abril de 2015
93	Rodríguez, Esperanza	Cofundadora Areagua	Febrero de 2016
94	Rodríguez, Trinidad	Profesora	Abril de 2015
95	Rueda, María Viviana	Diseñadora	Agosto de 2015
96	Ruiz, Nicole	Guía Turística	Enero de 2015
97	Ruiz, Teresa	Hiladora	Abril de 2015
98	Sequeda, Carmelo	Comerciante y artesano	Abril de 2015
99	Silva, Orlando	Presidente Consejo de Cultura, músico	Abril de 2015
100	Tavera, Augusto	Comerciante, artesano	Abril de 2015
101	Torres, Camilo	Comerciante, artesano	Enero de 2015; abril de 2015
102	Torres, María	Artesana	Abril de 2015
103	Torres, Soledad	Directora de la Asociación de Tejedores de Curití (Astecur), artesana y comerciante	Abril de 2015
104	Urrea, Isabel	Profesora de historia	Abril de 2015
105	Vanegas, Manuel	Habitante de Curití	Abril de 2015
106	Zoé	Diseñadora	Abril de 2015

