



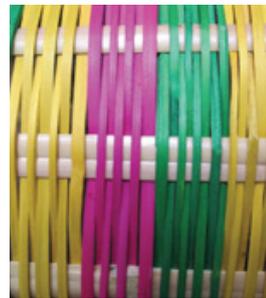
FOTOGRAFÍA DE GUILLERMO ANDRÉS PÉREZ.



FOTOGRAFÍA DE MARÍA PAULA BAUTISTA.



FOTOGRAFÍA DE MARÍA PAULA BAUTISTA.



FOTOGRAFÍA DE MARÍA PAULA BAUTISTA.



FOTOGRAFÍA DE MARÍA PAULA BAUTISTA.



FOTOGRAFÍA DE LUZ ELVIRA TICORA.



FOTOGRAFÍA DE MARÍA PAULA BAUTISTA.



FOTOGRAFÍA DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIONES, UNIVERSIDAD JAVERIANA.

Escenas cotidianas del arte de *canastear* en el Valle de Tenza.

# Artesanos que tocan la fibra con su enriquecido *canastear*

Dar protagonismo a la participación y a la valoración de la dimensión simbólica de un oficio ancestral, como el de la cestería del Valle de Tenza, desencadena un proceso de creación que logra mejorar los ingresos, la calidad, el cuidado del medio ambiente, el empoderamiento organizacional, la visibilidad y la comercialización de los productos artesanales de este territorio boyacense.

Por Marisol Cano Busquets

Cuentan en el Valle de Tenza que para identificar a un poblador de la región existe una señal de identidad inequívoca: la persona sabrá *canastear*. El verbo ha sido acuñado y validado en este, al que también se conoce como el “valle del rey de los vientos”; una región que ha visto dar origen a miles de soles constituidos en el armante de su tradicional cestería de chin. Entre sol y sol, sus artesanos han vivido también los arados, las siembras, las cosechas, la educación de los hijos, el ordeño de las vacas, la preparación de las comidas, el cuidado de las gallinas, las fiestas populares, las tertulias campesinas y las cantas que recuerdan cómo la “chicha de Sutatenza tiene un saborcito a piste, qui hace llorar al más guapo y cantar al que ‘té triste”.

Rafa, Paulina, Rosa, Adelina, Oliva, Salomón, Ilvania, María Clara y Rosalba son solo algunos de los maestros del arte del *canastear* que durante casi dos años compartieron

con académicos y estudiantes de la Universidad Javeriana el enriquecedor proceso que se gestó con la investigación “Diseño participativo como estrategia de competitividad en la cestería de la comunidad artesanal del Valle de Tenza”, liderada por la diseñadora Cielo Quiñones<sup>1</sup> y financiada por la Unión Europea, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, la Gobernación de Boyacá y la propia universidad. Lo que se esperaba con ella era incrementar la competitividad de los productos artesanales de cestería a través de la incorporación del diseño participativo, el fortalecimiento de la capacidad productiva sostenible, el mejoramiento de la calidad y la implementación de estrategias de comercialización y autogestión, todo

<sup>1</sup> Con la participación de los diseñadores industriales María Paula Bautista, Luz Elvira Ticora, Guillermo Andrés Pérez, Iván Darío Castro; las administradoras de empresas Gladys Moreno y Yenny Ariza; los estudiantes de la carrera de Diseño Industrial Carlos Parra y Felipe Martínez; y estudiantes de la carrera de Diseño Industrial de la asignatura Diseño y Cultura.

ello en el marco de los requerimientos de los mercados verdes.

## Participar y valorar

Pensar y hacer en torno a la creación artesanal son las acciones que marcan el espíritu del trabajo y que encuentran en la investigación acción participativa y el método axiológico-semiológico los caminos más apropiados para alcanzar los objetivos propuestos. Se trataba de estar con los artesanos; de trabajar con ellos; de valorar sus tradiciones; de explorar, reconocer y resaltar el significado del oficio de la cestería para esta comunidad, buscando identificar segmentos de mercado cuyas formas de vida y estilos de pensamiento tuvieran el potencial de ser articulados en un claro proceso de reconocimiento intercultural.

Se había observado que la problemática del sector artesanal del Valle de Tenza tenía que ver con la baja competitividad, una sentida necesidad de diversificación de productos, la falta de incorporación de parámetros y

sistemas para el aseguramiento de la calidad, las debilidades de una producción limpia y sostenible, el aislamiento comercial y la poca solidez en la gestión de las asociaciones de artesanos.

Talleres como “Homenaje al oficio” o “Semillero de ideas de productos” convocan entonces a investigadores, diseñadores, estudiantes y artesanos de la Corporación Arte y Cultura Sutatenzana, del municipio de Sutatenza, y de la Organización Cooperativa Revivir, del municipio de Tenza. Los saberes mutuos y diversos emergen para, en un primer momento, acercarse a la valoración de la comunidad sobre su oficio artesanal. “Esto fue hermoso”, dice Cielo Quiñones, “ya que algo muy significativo en la labor de los artesanos es que mientras se trabaja, se conversa, se cuentan historias, aparecen los refranes, las historias de vida, la simbología del campo... Son espacios en los que se comparte la vida y la experiencia de lo que es hacer un canasto, de lo que ello significa como dimensión simbólica de representación de identidad, de pertenencia a un territorio y como actividad económica relevante”.

Con la riqueza de unos valores reconocidos se avanza a los procesos de diversificación, siempre pensando en alcanzar una producción más limpia y en mejorar la calidad de las artesanías, aspectos que aportan, sin duda, a la comercialización.

La diseñadora Cielo Quiñones, quien tiene una amplia experiencia en el tema con trabajos como *Conspirando con los artesanos* y *El impacto del diseño en la artesanía*, destaca que al reconocimiento de los valores, del paisaje natural y cultural, se suma el reconocimiento de los mercados potenciales, proceso en el que juega un papel muy activo la comunidad artesanal. Se trataba también, explica, de “identificar quiénes eran esas personas para las que los productos que se diversificarán tendrían sentido por la impronta del trabajo manual y de acercar a esos potenciales compradores a las comunidades”. Para dicho fin se utilizó la técnica del *collage* artístico y los investigadores se apoyaron en los estudios del sociólogo italiano Francesco Morace, sobre estilos de pensamiento emergente en el mundo. En los talleres, los artesanos veían a sus potenciales compradores, los sentían, de alguna manera, al identificar en revistas y periódicos los perfiles, los espacios, los productos de la vida cotidiana. Recortaban y dialogaban. Recortaban e iban considerando posibles nuevos productos para llevar al proceso de diversificación. No se pensaba en hacer una ruptura al innovar, sino de plantear un tipo de creación en el que no se perdiera la tradición, y fueran posibles tanto



FOTOGRAFÍA DE MAURICIO CADAVID.



FOTOGRAFÍA DE MAURICIO CADAVID.



FOTOGRAFÍA DE MARGARITA CASTRO.



FOTOGRAFÍA DE MARÍA PAULA BAUTISTA.



FOTOGRAFÍA DE MAURICIO CADAVID.



FOTOGRAFÍA DE MAURICIO CADAVID.

Muestra de productos: tradicionales y resultado de la diversificación.

## ■ PENSAR Y HACER EN TORNO A LA CREACIÓN ARTESANAL SON LAS ACCIONES QUE MARCAN EL ESPÍRITU DEL TRABAJO Y QUE ENCUENTRAN EN LA INVESTIGACIÓN-ACCIÓN PARTICIPATIVA Y EL MÉTODO AXIOLÓGICO-SEMIOLÓGICO LOS CAMINOS MÁS APROPIADOS PARA ALCANZAR LOS OBJETIVOS PROPUESTOS.

la continuidad simbólica como la apertura de nuevos mercados y la consecución de mayores ingresos.

### Desarrollo local y multisectorial

La investigación hizo parte de una serie amplia de acciones inscritas en el proyecto Desarrollo Local y Comercio en Colombia (Delco), impulsado por el Gobierno colombiano y la Unión Europea, con el fin de promover un desarrollo económico local equitativo y sostenible y el empleo digno en los departamentos de Bolívar, Santander, Boyacá, Meta, Valle del Cauca y Cesar, utilizando la metodología Leader, propia de las iniciativas de desarrollo rural de la Unión Europea. Es un enfoque que privilegia el trabajo multisectorial, de ahí que este proyecto de diseño participativo se articulara con otros desarrollados en el Valle de Tenza en cafés especiales, café orgánico, ecoturismo y acción local.

Cielo Quiñones valora la dinámica que esto supuso en la construcción de una dimensión de territorio, que para ella fue el *plus* del proyecto: “La solidaridad, la vinculación entre instituciones y el trabajo de pensar la vocación del territorio desde la base se potencian en procesos como este”.

Como en el cesto de los tesoros, esta investigación deja un catálogo rico en productos de bisutería, cestería o iluminación; el sello de calidad “Hecho a mano” de Icontec; dos asociaciones fortalecidas en su gestión organizacional; la experiencia de participación en ferias como Expoartesánias; un incremento del 30% en las ventas; un plan estratégico de desarrollo artesanal a partir de la construcción del árbol de los deseos; planes de mercadeo; una página web y un tejido de afectos que se expande en nuevos proyectos del Departamento de Diseño de la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad Javeriana. ■

#### ■ ■ ■ ■ ■ PARA LEER MÁS

- » Barrera, G. & Quiñones, C. (2006). *Conspirando con los artesanos: crítica y propuesta al diseño en la artesanía*. Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana.
- » Departamento de Diseño, Facultad de Arquitectura y Diseño, Pontificia Universidad Javeriana. “Diseño participativo como estrategia de competitividad en la cestería de la comunidad artesanal del Valle de Tenza”. Disponible en: [http://puj-portal.javeriana.edu.co/portal/page/portal/Facultad%20de%20Arquitectura%20y%20Diseño/dpto\\_dis\\_presentacion/dpto\\_dis\\_socio\\_cultural](http://puj-portal.javeriana.edu.co/portal/page/portal/Facultad%20de%20Arquitectura%20y%20Diseño/dpto_dis_presentacion/dpto_dis_socio_cultural). Recuperado en: 08/11/2013.
- » VV. AA. (2011). *Entre soles y armanes. Diseño participativo y artesanía en el Valle de Tenza*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana, Unión Europea, Gobernación de Boyacá, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.