# La Patrimonialización del Arte y la Cultura Indígena en Colombia. El caso del Sombrero Vueltiao[1].

# A Patrimonialização da Arte e da Cultura Indígena na Colômbia. O caso do Sombrero Vueltiao.

*América Larraín*

Doutoranda em Antropologia Social da Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil. Bolsista PEC-PG CAPES, Governo do Brasil. Mestre em Antropologia Social UFSC (2008). Especialista em Gestão Cultural e Comunicação FLACSO (2007). Antropóloga Universidad Nacional de Colombia (2004). Contato: americalarrain@hotmail.com

**Resumen:** El presente texto describe de manera preliminar una investigación en curso sobre el fenómeno de la patrimonialización de la cultura material indígena en Colombia a partir del caso específico de la escogencia del *Sombrero Vueltiao*, artefacto fabricado por los indígenas Zenú del Caribe colombiano, como símbolo cultural de la nación. El texto pretende ser una descripción inicial de la problemática, el escenario y los actores involucrados en dicho proceso.

**Resumo:** Este texto descreve de forma preliminar uma pesquisa em andamento sobre o fenômeno da patrimonialização da cultura material indígena na Colômbia a partir do caso específico da escolha do *Sombrero Vueltiao*, um tipo de chapéu fabricado pelos indígenas Zenú do Caribe colombiano, como símbolo cultural da nação. O texto pretende ser uma descrição inicial da problemática, do cenário e dos atores envolvidos em dito processo.

**Abstract:** The present text describes in a preliminary way a research in process on the phenomenon of the patrimonialization of the material indigenous culture in Colombia from the particular case of the election of the *Sombrero Vueltiao*, a kind of hat made by the Zenú Indians of the Colombian Caribe, as cultural symbol of the nation. The text tries to be an initial description of the theme, the scene and the actors involved in the mentioned process.

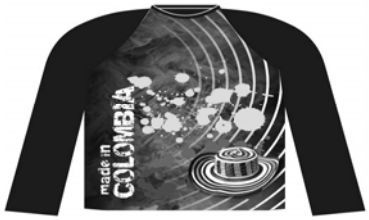
En el 2004, el Congreso de Colombia decretó mediante ley que el *Sombrero Vueltiao*, sombrero artesanal fabricado por los indígenas Zenú que habitan una región del caribe colombiano, sería el símbolo cultural de la nación a partir de ese momento[2]. Durante el año 2006 la Revista Semana, espacio de opinión de amplia difusión en el país, realizó otra elección llamada "Proyecto Símbolo Colombia"[3]; de nuevo el

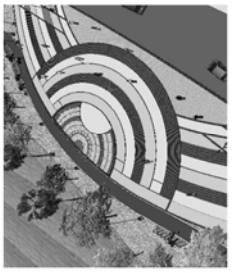
*Sombrero Vueltiao* fue elegido, esta vez mediante voto *online* de los lectores y compitiendo con otros objetos, manifestaciones e íconos religiosos del país, entre estos las esmeraldas, el café, el Carnaval de Barranquilla y el sagrado corazón de Jesús.

Los hechos mencionados, aun teniendo un carácter diferente, pues se trata en el primer caso de una ley con sus respectivas repercusiones jurídicas y en el segundo apenas de un sondeo de opinión, comparten el hecho de referirse al *Sombrero Vueltiao* como símbolo cultural de la nación colombiana.

Este artefacto no es nuevo en el escenario nacional, se trata de un icono reconocido ligado a lo "costeño", es decir, a aquello relativo al caribe y que ha estado presente durante décadas en espacios como la música y la televisión, caracterizando a sus portadores y a sus prácticas como pertenecientes a dicha región[4].

En los últimos años se ha incrementado significativamente el número de tiendas y empresas dedicadas a la comercialización y exportación de estos sombreros, así como de otras artesanías indígenas, particularmente de la región caribe. Sin embargo, llama la atención que más allá del *Sombrero Vueltiao* como tal, la presencia de este objeto se ha hecho cada vez mas evidente, pues innumeras réplicas e imágenes lo refieren en ámbitos donde antes no existía: camisetas, aretes, agendas, bolsos y hasta publicidad de bares y restaurantes, recurren al sombrero como parte de su identidad visual.





Parte de la investigación que actualmente adelanto, intenta rastrear los orígenes de tal iniciativa, describir sus procesos y dinámicas para contextualizarlas en el marco de un fenómeno más amplio que actualmente ocurre en Colombia y que llamaré aquí "patrimonialización".

Es importante resaltar que dicho fenómeno no se restringe a Colombia y que por el contrario, iniciativas semejantes acontecen en la actualidad en varios rincones del planeta. De hecho, podría decirse que hay una preocupación frente al tema, evidente en los diversos proyectos de investigación, grupos de trabajo y simposios en congresos de antropología y ciencias sociales, que en los últimos años y alrededor del mundo discuten tal cuestión[5].

## PATRIMONIALIZACIÓN

Llamo patrimonialización al fenómeno de reconocimiento institucionalizado de elementos, objetos, manifestaciones o prácticas en el marco de los discursos emitidos desde instancias legitimadas como la UNESCO o los ministerios de cultura de diferentes países, así como sus repercusiones y actividades derivadas en la esfera de las políticas públicas.

Actualmente, en los más diversos contextos, hablar de fomento y apoyo a la cultura es un discurso eficaz, muy bien visto y que moviliza esfuerzos y dinero, ya que está asociado a la idea de "cultura" como un aspecto humano sujeto de atención y cuidados. Dicha idea se encuentra de cierta forma fundamentada en el pasado, remitiendo a la ancestralidad de determinado grupo. En ese sentido la noción de "patrimonio" ha servido de guía para la formulación de discursos y políticas que alientan la preservación y exaltación de determinados trazos como parte de la "herencia" o "legado" de un pueblo o nación (Larraín 2008).

Sin embargo es común que lo patrimonial se encuentre asociado a cierto carácter estético; simultáneamente lo estético muchas veces es referido como algo en constante movimiento y construcción (un objeto no estático). Por lo tanto, paradójicamente, la patrimonialización se opone a la idea de lo estético como algo fluido, pues usualmente los objetos o manifestaciones contempladas en estos procesos, son pensados y referidos como algo acabado y de cierta forma cristalizado, aun siendo tangible o intangible, pero siempre bajo la idea de ser una construcción completa que debe ser cuidada bajo el riesgo de pérdida o alteración (Larraín, 2009).

Simultáneamente a la patrimonialización, aunque sin compartir su carácter institucional, la exaltación y relevo de prácticas y objetos en Colombia durante los últimos años, no solo ha tenido en la mira lo indígena, sino también lo afro y todo aquello considerado popular y/o tradicional. Podría decirse que muchas de esas iniciativas de patrimonialización están ligadas también a procesos de "etnización", categoría que emplearé siguiendo la definición de Restrepo (2004), aunque diversos autores como Wade (1997, 2002), Briones (1998) Segato (2007) o Reina (2008), también han trabajado esa temática siendo referencia en el área.

> Por etnización entiendo, en general, el proceso mediante el cual una o varias poblaciones son imaginadas como una comunidad étnica. Este continuo y conflictivo proceso incluye la configuración de un campo discursivo y de visibilidades desde el cual se constituye el sujeto de la etnicidad. Igualmente, demanda una serie de mediaciones desde las cuales se hace posible no sólo el campo discursivo y de visibilidades, sino también las modalidades organizativas que se instauran en nombre de la comunidad étnica. Por último, pero no menos relevante, este proceso se asocia a la destilación del conjunto de subjetividades correspondientes.
> (Restrepo, 2004, p. 271)

Desde esta perspectiva, propongo aquí pensar las continuidades y rupturas, particularmente de lo indígena, en el contexto de la reciente patrimonialización de objetos y prácticas de estos grupos étnicos en el país. Es importante destacar que actualmente en Colombia el legado europeo y/o blanco, parece no hacer parte de esa exaltación y por lo menos por ahora, haber sido dejado de lado. Supongo que eso se debe en parte a que durante mucho tiempo su lugar ha estado garantizado, aparentemente no precisando una nueva consagración.

Hoy en día en Colombia, emisoras de radio que transmiten programas dedicados a la "nueva música colombiana", divulgan grupos que realizan fusiones de ritmos campesinos, afros e indígenas considerados tradicionales, con otros llamados modernos como el rock o la música electrónica; restaurantes de prestigio preparan comida de origen campesino, indígena y afro de manera sofisticada, mientras que tiendas de diseño, moda y decoración usan imágenes y materiales de procedencia "popular" y "tradicional" en sus productos.

La utilización y re-significación de elementos, como parte de las dinámicas humanas, sin duda no es ninguna novedad; sin embargo, lo que llama la atención es la forma en que durante los últimos años el consumo en Colombia se ha volcado para "lo propio", siendo explicitado y reforzado en diversos medios y de múltiples formas. Es llamativo, pues la tendencia en décadas anteriores fue mirar para afuera. Aquello que

ahora es considerado “in”, hace unos años era considerado ordinario, de mal gusto. Algo semejante fue estudiando por Wade (2002) en el caso de la música vallenata en Colombia.

## LA ARTESANÍA INDÍGENA

En Colombia, arte y cultura indígena son categorías que desde una visión general, sin entrar en muchos detalles, son percibidas como contenedoras de un gran número de manifestaciones, prácticas y objetos. El fenómeno de patrimonialización de los mismos en los últimos años, evidencia un reconocimiento y exaltación de trazos específicos, en especial, aquellos ligados a la producción artesanal.

A partir de la observación del aumento de empresas y tiendas dedicadas a la comercialización y exportación de artesanía indígena en Colombia, así como de la masificación del uso de las mismas como artículos decorativos o accesorios por parte de la población nacional -aquella que tiene poder adquisitivo para pagar los precios considerables de muchos de estos objetos-, es posible afirmar que durante los últimos años este sector empresarial y comercial ha cobrado mayor importancia no sólo en términos económicos sino también simbólicos, pues objetos e implementos que tiempo atrás se encontraban fuera de la estética predominante, hoy en día son exhibidos con lujo y orgullo en contextos como ferias de moda, reinados de belleza, tiendas muy exclusivas de decoración, restaurantes, etc.

Mochila Aruaca e indios de la Sierra Nevada de Santa Marta al norte de Colombia.
Imágenes de: http://www.artesaniaslana-lana.com/upload/mar-003_p.jpg
http://www.eltiempo.com/colombia/caribe/IMAGEN/IMAGEN-4860982-1.gif

Tal es el caso, por ejemplo, de la mochila arhuaca, bolso realizado por indígenas que habitan en la Región Caribe, al norte del país, que si bien cuenta con una larga

trayectoria de uso entre estudiantes universitarios e indigenistas, puede verse en la actualidad como parte del atuendo de personas de diversas edades y contextos socioeconómicos diferentes, entre ellos estudiantes, amas de casa o ejecutivos. Algo similar ocurre con la mochila realiza por los indígenas Wayúu que habitan en el extremo norte del país, también en el Caribe, en la región fronteriza con Venezuela

Por otra parte, existen también productos de diseño basados en materiales que han sido previamente trabajados por población indígena, como ocurre en el caso de las molas Cunas, hechas por los indígenas Cuna que habitan al noroeste de Colombia en la frontera con Panamá, las cuales son usadas y exhibidas en accesorios del día a día como calzado, bolsos o billeteras. El mismo fenómeno se observa en el caso del trenzado de la caña flecha, utilizado para la construcción del *Sombrero Vueltiao* Zenú.

Mujer Cuna exhibiendo molas. Bolso y zapatos elaborados con molas
Imágenes de Stephen Feeney, 2008: http://www.flickr.com/photos/14235165@N03/2855253146/
y http://www.bellezaindigena.es/images/mb003.JPG

Es importante anotar que muchas veces la comercialización y uso de tales objetos están acompañados de discursos que exaltan lo indígena y la importancia de su reconocimiento y preservación. Llama la atención lo particular de tales discursos en un contexto como el colombiano, donde tradicionalmente el consumo de artesanías de la población indígena nacional, ha estado más asociado a quienes tienen simpatía por dichas comunidades, normalmente académicos e investigadores vinculados a un determinado grupo, o turistas en otros casos.

En este contexto de exaltación, incentivo y masificación del consumo de artesanía indígena colombiana dentro y fuera del país, es paradigmático el caso del *Sombrero Vueltiao*, pues en Colombia no existe un antecedente de escogencia explícita de un símbolo cultural, menos de uno perteneciente a una tradición indígena.

Es importante anotar que casi de manera simultánea a la elección del sombrero en 2004, surgieron iniciativas empresariales importantes de comercialización de artesanía indígena, en particular Zenú y con énfasis en tales sombreros[6].

Jerónimo Uribe, hijo del actual presidente Alvaro Uribe Vélez portando el *Sombrero Vueltiao* y la Mochila Aruaca en una gira promocional de su empresa "SalvArte" en Julio de 2005 en la ciudad de Cali al sudeste del país. Imagen de:
http://www.calibuenanota.com/arteycultura/notas/Julio152005/jeronimo.html

Sin embargo, interesa también a la investigación en curso, rastrear no sólo la divulgación y comercialización de la artesanía mencionada, sino también observar la forma en que tal producción es percibida al interior de las comunidades participantes de dichas iniciativas, intentando mostrar la forma en que por medio de su trabajo, estas comunidades entran en diálogo con el resto de la "sociedad colombiana" en la medida en que sus productos cumplen un papel en la creación de imaginarios y son íconos utilizados para fortalecer el "patriotismo" y el "orgullo nacional", convirtiéndose así en "patrimonio de la nación"[7].

## LOS INDÍGENAS ZENÚ

Este grupo habita mayoritariamente en el Resguardo Indígena de San Andrés de Sotavento[8], ubicado entre los departamentos de Córdoba y Sucre al norte de Colombia. En el país, según el censo del Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE realizado en el 2005, hay por lo menos 80 grupos indígenas identificados, además de otros grupos étnicos como los rom (gitanos) y los afro-colombianos. Existen en Colombia actualmente más de 64 lenguas y por lo menos 300 formas dialectales. La población indígena era en 2005 de 1'378.884 personas, el 3,4% de la población del país. El total de la población nacional para 2007 era de 45'888.592.

Colombia es un país principalmente urbano, concentrando más del 70% de su población en las grandes ciudades, especialmente en la Región Andina y en la Región Caribe.

Como en el resto de América Latina, la población indígena se encuentra entre la de mayor vulnerabilidad social; analfabetismo, desnutrición, segregación, discriminación, violencia, asesinatos selectivos de líderes, masacres, pérdida de tierras y desplazamientos forzados por causa del conflicto armado, son parte del día a día de esta población. Los indígenas han sufrido una historia de expropiación, persecución y aniquilamiento que, en el caso colombiano, llevó a la desaparición de muchos grupos y a la extinción de trazos distintivos de otros, como la lengua. Sin embargo, la lucha de estos pueblos por la "unidad, territorio, cultura y autonomía"[9], ha sido muy larga y persistente, pues existen diversos y poderosos actores que disputan cuestiones de interés para los indígenas como el acceso a los recursos en sus tierras ancestrales. Entre estos se encuentran los grandes latifundistas, colonos de diversas regiones del país, fuerzas armadas del estado y grupos armados ilegales. Las disputas más recientes en el

escenario nacional involucrando grupos indígenas están relacionadas a la construcción de represas, extracción de petróleo y oro, así como ocupación de tierras.

Debido a la influencia de la colonización y catequización, los Zenú perdieron su lengua originaria. No hay consenso entre los investigadores, algunos afirman que se trataba de una lengua del tronco lingüístico caribe y otros chibcha (pues la mayor parte de los grupos indígenas del norte de Colombia pertenece a este último); de cualquier forma, los trabajos más recientes prefieren no especular al respecto, pues apenas se conservan palabras separadas del idioma original y ninguna frase completa (Turbay y Jaramillo, 2000).

Las principales actividades productivas de los Zenú son la horticultura y la cría de animales. En la actualidad la artesanía es una renta importante dentro la economía doméstica, pues según fui informada durante una visita al Resguardo en enero de 2009, casi el 80% de las familias tejen la trenza en la que se basan el sombrero y otros artículos artesanales, entre estos billeteras, zapatos y bolsos.

Los Zenú cultivan plátano, yuca, maíz, ñame, fríjol, cacao y ajonjolí, entre otros productos. Su actividad agrícola está destinada básicamente a la subsistencia y consumo en la propia casa y en menor medida a la comercialización dentro de la misma comunidad.

En esta región, donde gran parte de la tierra es propiedad de hacendados, es frecuente que los indígenas trabajen como asalariados. El problema de la tenencia de la tierra ha sido una constante para este grupo, que en diversas ocasiones ha chocado con los intereses de los grandes terratenientes y hacendados. Los Zenú tienen una historia de lucha por la recuperación de tierras muy bien descrita en el trabajo de Velandia (2003), quien documenta de manera rigurosa la tradición de lucha y liderazgo de este pueblo indígena.

Es importante también mencionar aquí, que una de las investigaciones periodísticas independientes de mayor difusión en 2008, “A las puertas del Ubérrimo” (Cepeda y Rojas, 2008), registra y aporta pruebas del surgimiento de movimientos paramilitares en la región mencionada, donde además de los indígenas Zenú habitan poblaciones afro y campesinos mestizos. En el trabajo mencionado los autores describen cómo ganaderos de la región, junto con políticos y hasta personajes de la fuerza pública (ejército y policía), estuvieron vinculados a la conformación de estos grupos, los cuales, haciendo uso de métodos de tortura sanguinarios, persecución, asesinatos selectivos e implantación de terror en las poblaciones, contribuyeron al

desplazamiento forzado de muchas personas y a la desocupación de territorios estratégicos que sirvieron y sirven a la expansión agrícola y pecuaria.

Los Zenú, desde la llegada de los primeros colonizadores españoles, han sufrido con la expropiación de sus territorios y riquezas. En la división de la Colonia, la jurisdicción Zenú hacía parte de la provincia de Cartagena, ciudad fundada por Pedro de Heredia, personaje célebre entre otras cosas por las masacres y torturas a las que sometió a la población originaria, para apropiarse del oro y otras riquezas.

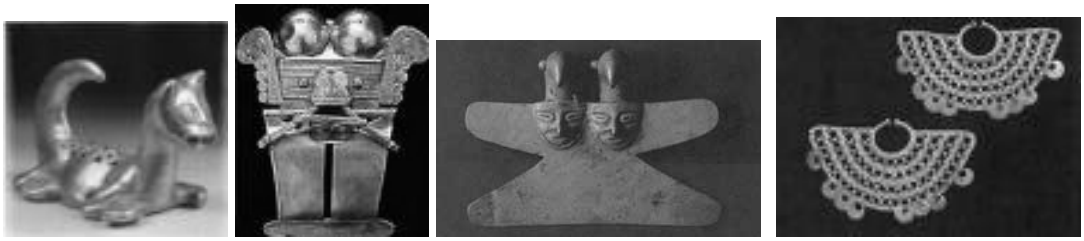
En 1773 el Rey de España reconoció el territorio de San Andrés de Sotavento como Resguardo indígena. Tal institución permaneció vigente hasta inicios del siglo XX, pues fue disuelta por la ley 55 de 1905. Entre las décadas de 1960 y 1970, los indígenas lucharon fuertemente para recuperar el territorio originalmente reconocido por la corona española. En 1991, con la nueva Constitución Nacional, que reconoce a Colombia como un país pluriétnico y multicultural, el establecimiento legítimo de derechos para comunidades étnicas como afros e indígenas, facilitó de cierta forma la restitución de una parte del área del Resguardo, la cual ha sido ampliada progresivamente en medio de luchas y asesinatos de muchos líderes indígenas (Velandia, 2003; Turbay y Jaramillo, 2000).

## LA ARTESANÍA ZENÚ Y EL SOMBRERO VUELTIAO

Los Zenú desde tiempos remotos son reconocidos como hábiles artesanos, hacen parte de las llamadas “culturas doradas”, grupos indígenas con una importante producción de artículos en oro y tumbaga (aleación de oro y cobre), en la época precolombina. Ejemplo de ello son las innumeras piezas de este grupo que se encuentran actualmente en los diferentes Museos del Oro del país. La orfebrería Zenú es reconocida como una de las más finas de la tradición precolombina (Ardila *et al*, 2005).

Los relatos de la Colonia refieren una riqueza grandiosa, que de hecho inspiró expediciones como la de Pedro de Heredia, fundador de la ciudad de Cartagena, en la búsqueda del oro Zenú. Relatos semejantes a los de “El Dorado”, despertaron la avaricia de españoles que arremetieron contra estas poblaciones, llegando a saquear los túmulos y sepulcros para llevar consigo el oro. La región era tan próspera que gracias a ella se financió durante muchos años la gobernación de Cartagena. Pedro de Heredia, fue acusado ante las autoridades españolas por el maltrato a la población y por ocultar gran parte del oro extraído de las tumbas de los Zenú  La orfebrería no es una práctica

actualmente realizada en el Resguardo pues no hay más oro en aquella región. (Turbay y Jaramillo, 2000; Plazas y Falcheti, 1981).



Orfebrería Zenú. Imágenes de: www.lablaa.org/.../1993/endi3435/endi01g.htm, http://culturadecordoba.tripod.com/cultura_plan_accion.html, http://web.jet.es/mpfauder/historia.html

De la misma forma los Zenú son reconocidos por la sofisticación de los canales de irrigación que construyeron para conducir las aguas de los ríos circundantes en las épocas de lluvia y subida del nivel de las aguas, dirigiendo el curso de los ríos a sus cultivos y evitando así la inundación de sus casas (Falchetti y Plazas, 1990).

Canales de riego Zenú
Imagen de: http://kyapa.tripod.com/ingprehisp/ingprehisp-2.htm

Ya específicamente el origen de la producción del sombrero es difícil de rastrear en términos históricos y arqueológicos, pues fuentes distintas sugieren trayectorias diferentes. Sin embargo es uno de los objetivos de la investigación en curso, rastrear y describir los relatos referentes a tales orígenes. Por ahora, daré cuenta aquí de mis observaciones y de la documentación sobre la producción artesanal más reciente.

De forma general puede decirse que el sombrero es fabricado indistintamente por hombres y mujeres de todas las edades. En la realización de este objeto se emplea la fibra de una palma llamada *caña flecha* (Gynerium sagitatum), gramínea cuyos tallos

crecen hasta 4 ó 5 metros, con hojas de 2 metros de largo que forman un abanico. Se trata de una planta con fibras muy flexibles y de amplia adaptabilidad a zonas áridas e inundables. La fibra, tras pasar por un proceso de colecta, raspado (ripiado) y preparación, puede ser usada en su color natural, beige claro, o también teñida con pigmentos extraídos de otras plantas de la región como la “batatilla” para el amarillo, o la “bija” para el rojo.

Cultivo de caña flecha y hombre tejiendo. Resguardo Indígena de San Andrés de Sotavento
Imágenes: Larraín, 2009

El sombrero es tejido formando inicialmente una trenza con un número impar de pares de hilos que dan el nombre al tipo de sombrero, pues si bien, genéricamente todos se llaman *Sombrero Vueltiao*, se diferencian por el número de pares de hilos empleados, la finura de su material y realización. Por ejemplo, el de 11 pares se llama “rivete”, el de 15 “quinciano”; el de 19 “un diecinueve”, el de 21 “un veintiuno”, el de 23 “un veintitrés”, y el de 27 “un veintisiete”, que es el mayor número de pares que hasta donde observé existe. Este último en comparación con los otros sería más fino y más caro.

Los sombreros “rivete”, de 11 pares, normalmente son formados por una única trenza que después es cotejada y cosida haciendo coincidir las vueltas para que las figuras o pintas encajen adecuadamente una encima de la otra; el resto de sombreros normalmente no llevan “pega” o sea que no están formados por una única trenza, haciendo la labor mas dispendiosa, pues cada trenza va siendo cosida según el aumento del sombrero, cerrándose en cada vuelta, formando un aro en el que no debe notarse el inicio o el fin.

Un sombrero que mezcla la trenza de 15 y 19 es llamado “machiembriao”, unión de las palabras macho y hembra que se refieren respectivamente a la trenza de 15 que iría en la copa como hembra y a la de 19 que iría en el ala como macho.

Según fue informado por artesanos de la región, todos los sombreros realizados a partir del trenzado de la caña flecha y posteriormente ensamblados mediante “vueltas”

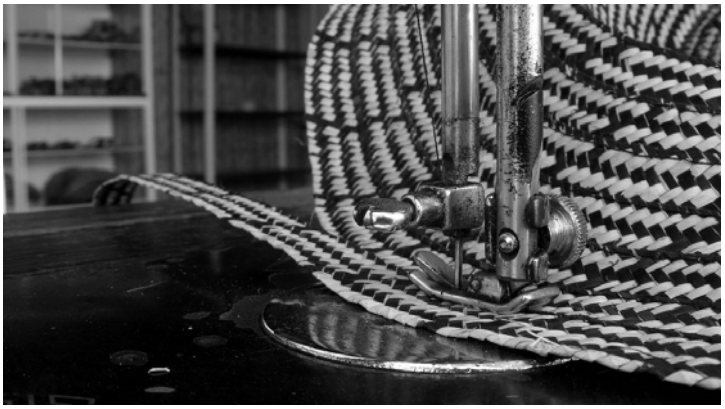
de la trenza, llevan el nombre de *Sombrero Vueltiao*, sin embargo observé que ellos llaman “tradicional”, aquel en el que de forma general se emplean dos colores (blanco-natural y negro) y que tiene columnas en su copa formadas por diseños geométricos llamados “pintas”, que representan plantas, animales y objetos.

Exhibición de sombreros y su fabricación en la Feria del Sombrero Fino Vueltiao. Enero de 2009, Tuchín. Resguardo Indígena de San Andrés de Sotavento
Imágenes: Larraín, 2009

Una vez que la trenza está lista se cose el sombrero. Los artesanos que no tienen máquina de coser los llevan donde conocidos, familiares o amigos que sí tienen y les pagan por el servicio de la costura. El sombrero lleva el nombre de vueltiao, debido a que se construye a partir de las vueltas de una trenza que va siendo cosida desde el centro de la copa hacia los bordes o alas. Como fue mencionado, en el sombrero llamado “tradicional”, la copa presenta “pintas” que, según Turbay y Jaramillo (2000), pertenecían originalmente a localidades diferentes, pero que circulaban al interior de la comunidad como un todo. Cuando una mujer se casaba llevaba las pintas aprendidas en su casa a su nuevo hogar, cerca de la familia de su marido. Las pintas reproducen animales y plantas, y más recientemente objetos como el revólver. Están organizadas verticalmente en la copa formando cuatro columnas, cada una ubicada equidistantemente en el sombrero intercaladas con rectángulos negros.

En general las cuatro columnas se ubican: una coincidiendo con el frente del sombrero, la otra en la parte de atrás, una al lado derecho y otra al izquierdo. Cada una de las cuatro columnas tiene la misma pinta, pero cada sombrero puede tener hasta cuatro diseños diferentes, uno para cada columna. La precisión en la ubicación exacta de cada pinta encima de su correspondiente para formar una columna perfecta, se llama “cotejado” y da cuenta de la habilidad del artesano, llegando a definir el precio del sombrero.

Los sombreros no “tradicionales” no llevan pintas, pero también son llamados “vueltiao” y su proceso de fabricación y precios son idénticos a los descritos.



Costura de sombrero. Hombre portando *Sombrero Vueltiao*. Sombreros tradicionales y no tradicionales a la venta en una tienda sobre la carretera en Tuchín. Enero de 2009.
Resguardo Indígena de San Andrés de Sotavento
Imágenes: Larraín, 2009

Debido al mencionado *boom* de empresas y tiendas que promueven la artesanía indígena en el país y fuera de él, ésta se ha convertido en una fuente de renta importante para muchas personas de la comunidad. Con respecto a ello, un fenómeno que llama la atención es el surgimiento de la modalidad del trenzado por metro, una práctica reciente, utilizada por los artesanos del Resguardo, a la que acuden para resolver necesidades económicas diarias tales como la compra de alimentos entre los cuales se encuentran arroz, sal, aceite o azúcar. Según fue informado por diversos pobladores artesanos del Resguardo, para reunir dinero para comprar los alimentos del día (aquellos que no son cultivados y recolectados de sus terrenos), los miembros de la familia[10] se levantan temprano para iniciar el trenzado de la caña flecha y así completar por lo menos un metro de trenza para venderlo a los intermediarios que durante las mañanas recorren el Resguardo en motos y bicicletas comprando lo que encuentren para llevarlo después a Tuchín[11], donde a su vez son comprados por otros intermediarios que los revenden a quienes fabrican accesorios como carteras, aretes, billeteras, zapatos, etc.

Tales accesorios son vendidos a comerciantes mayoristas de artesanía que la llevan para ciudades capitales del interior del país como Medellín y Bogotá.

Artesanato Zenú em "caña flecha" Imagens em: www.mitierraartesanal.com , www.exponeva.com, www.redartesanos.com, unperiodico.unal.edu.co/ediciones/80/17.htm

Como es de suponer, el precio de la artesanía basada en metros de trenza, así como el de los sombreros, sufre un incremento considerable al pasar por las manos de los diversos intermediarios que intervienen en los diferentes momentos de comercialización, desde la trenza por metro hasta la artesanía terminada.

Los precios del sombrero son determinados por el tipo de trenza (19, 21, 23, etc.) y por la calidad del trenzado. Los precios observados en 2009 al interior del Resguardo indígena fluctuaron entre $ 25.000 y $ 600.000 pesos colombianos; su equivalente aproximado al cambio de hoy en dólares de Estados Unidos sería de 12 hasta 300. Fuera del Resguardo, en ciudades como Bogotá, en tiendas y ferias especializadas los precios aumentan significativamente.

## EXALTACIÓN DE LO INDÍGENA EN COLOMBIA

Lo indígena en Colombia actualmente emerge en medio de una situación política que torna paradójica la evidente exaltación y búsqueda de símbolos de representación de lo nacional que remiten explícitamente a elementos y manifestaciones culturales de los pueblos originarios, pues si por un lado la ley que consagra el sombrero como símbolo cultural de la nación, Ley 908 de 2004, en su artículo 4º, expone de manera clara la intención de protección y conservación de "valores culturales expresados por nuestros pueblos indígenas", por otro lado y respondiendo a una tendencia histórica, se han criminalizado y perseguido las manifestaciones de pueblos indígenas, en casos como el de los Nasa y la reciente minga de septiembre de 2008[12]. Esto apenas para mencionar la

represión, sin olvidar los asesinatos selectivos, masacres y desplazamientos a los que la población indígena ha sido sometida a lo largo y ancho del país. ¿Cuales serían entonces esos valores culturales? ¿De qué pueblos indígenas específicos? y ¿Por qué la Nación estaría interesada en exaltarlos como patrimonio?

Los discursos sobre patriotismo, pertenencia e identidad vinculados al uso de emblemas como el sombrero, han sido muy recurrentes en el panorama nacional de los últimos tiempos. Simultáneamente, han surgido campañas como "Colombia es Pasión", que buscan crear imaginarios de lo colombiano imitando las tentativas de promoción de otras naciones y la creación de una "imagen país", como las emprendidas por el Reino Unido, Italia o España, donde fue escogido a través del voto online, el objeto o personaje que mejor representaba "su cultura y su esencia". En el Reino Unido escogieron la taza de té; en Italia a Leonardo DaVinci y en España a Don Quijote.[13]

En Colombia, entre los focos de promoción con el mismo énfasis de las iniciativas antes mencionadas, se enfatiza la geografía propicia para el turismo y la diversidad cultural de la nación. Desde mi perspectiva, la escogencia del sombrero, hace parte de procesos e iniciativas como "Colombia es Pasión", no por encontrarse necesariamente como uno de los objetivos de tal campaña, sino porque conceptual y emotivamente apela a cuestiones muy próximas.

Lo que percibo aquí es algo similar a lo observado en el Festival de Danza de Joinville, Brasil (Larraín, 2008), donde fue usual que las explicaciones y justificaciones sobre el valor e importancia de tal evento para la ciudad, apelaran en sus discursos constitutivos a cuestiones genéticas que explicaban el motor de la iniciativa, recurriendo a la emotividad implicada en el hecho de evocar a los ancestros, en tal caso alemanes.

> Porque **la pasión es la fuerza motora que guía lo que los colombianos** hacemos día a día. Es la fuente de donde surge esa intensidad extraordinaria, la creatividad, la habilidad recursiva y la tenacidad a las más difíciles circunstancias. La pasión es lo que nos une, lo que nos distingue como colombianos. No es forzada o falsa en nosotros, es natural, **es parte de nuestro ADN**. No somos uno de los de los países más felices del mundo por casualidad, es gracias a la pasión que sentimos por la vida, por el trabajo, por la familia, por la paz... **Porque tener una marca propia es poseer una identidad, un nombre y una reputación**. En la coyuntura actual de globalización, es muy importante que los países se diferencien de otros para así competir en el mercado internacional... Finalmente los países son productos que las personas, las empresas y hasta otros países consumen a través de tres frentes: Exportación, Turismo e Inversión.[14] (Negritas mías)

Partiendo de la idea de que las iniciativas de exaltación y escogencia de cualquier tipo de elemento o manifestación, implican la exclusión de otros, algunas preguntas pertinentes para pensar aquí son: ¿Por qué el sombrero? ¿Que quedó por

fuera? ¿Quien escoge? ¿Cómo se da y cuál es el nivel de agencia de la población de un país en la incorporación y asimilación de imaginarios? ¿Por qué los indígenas del caribe son tan propicios en este momento para la creación de un discurso de lo nacional?

Considerando que sin duda, tales iniciativas no están desvinculadas de intereses políticos y económicos, considero importante describir y acompañar el camino de las motivaciones y antecedentes que les dieron origen.

El caso del sombrero por ser reciente, es interesante para observar los impactos concretos que la patrimonialización y el consecuente uso de este artefacto como símbolo cultural de la nación, han tenido para la comunidad indígena Zenú, así como para parte de la población urbana del país que consume dichos objetos, los cuales cuentan adicionalmente con fuertes incentivos para la exportación.

En el sondeo más reciente (2006) promovido por la *Revista Semana*, referido al inicio de este texto, la preferencia del público que participó online, por el *Sombrero Vueltiao*, tuvo que ver con que:

> …detrás de la belleza de cada una de sus vueltas está el esfuerzo de un artesano y un legado familiar. Porque detrás de su estética se esconde un pasado rural y unos **antepasados indígenas difíciles de dejar atrás**...
> El sombrero vueltiao es una referencia a la Colombia popular, indígena y campesina. Que haya ganado es una muestra de la riqueza y la diversidad cultural que el Caribe aporta…No se sabe cuándo esta artesanía empezó a tomar tanta fuerza, pero, sin duda, el vallenato le ha sido de gran ayuda. Nacido en Valledupar, este género musical se esparció por la Costa Atlántica…el sombrero se convirtió en su leal acompañante. Los niños vallenatos y artistas como Carlos Vives y su acordeonero, Egidio Cuadrado, **llevan siempre a Colombia sobre su cabeza**…Una promotora indirecta del sombrero 'vueltiao' fue Consuelo Araújo Noguera. Su Festival de la Leyenda Vallenata, uno de los principales encuentros folclóricos del país, logró que vallenato y sombrero rompieran con los esquemas de lo regional. A "La Cacica" le siguió Araceli Morales López, cartagenera, quien ocupó el cargo entre 2001 y 2002 y, posteriormente, María Consuelo, "La Conchi", Araújo…La sucesión de tres ministras de origen costeño en la institución que determina los lineamientos culturales de la Nación no puede ser pasada por alto al pensar por qué el sombrero 'vueltiao' se volvió tan popular. Cuando "La Conchi" dirigió el Ministerio se sancionó la Ley 908 de 2004, que hace un reconocimiento a la cultura Zenú asentada en Córdoba y Sucre, con la declaración de este trabajo indígena como símbolo cultural de la Nación. La Ley incluso solicita al Banco de la República incluir este elemento en la próxima moneda legal que se emita… **Aunque sea de forma indirecta, un factor que ha incidido en esta percepción es el presidente Uribe**. A este popular mandatario se le ha visto en diversas ocasiones usando el sombrero que hoy ocupa el primer lugar. Analistas de comunicaciones como Ramón Jimeno opinan que "el Presidente goza de una institucionalidad muy fuerte que hace que la gente lo siga. **Utiliza elementos ya queridos y los hace más visibles**.[15] (Negritas mías)

Sin embargo, es fundamental mencionar que si bien uno de los focos de la investigación está en buscar establecer los intereses y motivaciones políticas de la creación de emblemas de lo nacional basados en íconos de origen indígena, el otro foco de la pesquisa, busca caracterizar los procesos de agencia de la misma población

indígena implicada, intentando describir la forma en que estos grupos indígenas también han utilizado trazos culturales que consideran dignos de reconocimiento, como forma de ejercer nuevas dinámicas al interior de sus comunidades y hacia fuera de ellas, sirviéndose de rasgos que ellos mismos piensan como plausibles de exaltación y/o patrimonialización.

Esto se hizo evidente en campo, durante visita al Resguardo en enero de 2009, mediante los comentarios explícitos de muchos indígenas que manifestaron la importancia del reconocimiento y exaltación de su cultura, y que ven en la patrimonialización del sombrero la oportunidad de lucro y valoración de su identidad indígena. Desde luego muchos de esos discursos están basados o han sido apropiados de las voces que legislan sobre qué es cultura en el país. Sin embargo lo que considero pertinente es la observación de la forma particular en que la misma dinámica de lo cultural emerge y es accionada de forma diferencial por los distintos actores.

Por eso, interesa aquí fundamentalmente reconocer que los Zenú son actores dinámicos del proceso y ejercicio de promoción y exaltación de lo indígena en el país, ya que hombres y mujeres de todas las edades, trenzando desde el interior de sus comunidades, luchan, responden y persisten en medio de una historia de expropiación, colonización y avasallamiento.

## NOTAS

[1] Este artículo fue publicado originalmente en Portugués por la revista Tellus en Brasil: **LARRAÍN, América**. A Patrimonialização da Arte e da Cultura Indígena na Colômbia. O caso do Sombrero Vueltiao. Tellus (UCDB), v. 17, p. 207-229, 2009.

[2] Ley 908 de 2004, Septiembre 8. Diario Oficial No. 45.666, del 9 de Septiembre de 2004. Disponible en: http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley/2004/ley_0908_2004.html

[3] Proyecto desarrollado por la Revista Semana, Caracol Televisión, Ministerio de Cultura y "Colombia es Pasión" (campaña de promoción turística del país apoyada por grandes empresarios nacionales).

[4] Colombia está dividida en cinco regiones: Amazónica, Andina, Orinoquía, Pacifica y Caribe, esta última conformada por los departamentos de Córdoba, Sucre, Cesar, Magdalena, Bolívar, Atlántico, Guajira y parte de Antioquia y Santander. Se encuentra localizada al norte del país. El gentilicio para las personas de dicha región es "costeños", y dependiendo del contexto y de la frase, tal palabra puede tener una carga peyorativa, pues en el interior del país es común oír expresiones que se refieren a los costeños como perezosos, fiesteros e "calientes" (connotación sexual).

[5] Entre otros en 2009: El congreso de Antropología en Colombia con simposios temáticos titulados: "Patrimonialización y economía cultural del turismo en Colombia"; "Reflexiones sobre nuevas experiencias en torno al patrimonio cultural: inventarios, investigación y participación"; o "Miradas del suroccidente: Identidad, región y patrimonialización".
http://13congresoantropologia.uniandes.edu.co/index.php?seccion=simposios&sub_seccion=simposios
La Reunión de Antropología Social del Reino Unido-ASA, con paneles titulados: "Heritage and art between state ideology and grassroots activism".
http://www.nomadit.co.uk/asa/asa09/panels.php5
Y la Reunión de Antropología del Mercosur-RAM, con grupos de trabajo titulados: "Processos de Patrimonialização da Cultura no Mundo Contemporâneo".

http://www.ram2009.unsam.edu.ar/paginas/grupos_trabajo.html

[6] Importante señalar también que tal surgimiento de iniciativas empresariales, cuenta con soporte en citada ley en su artículo 4º que dice: "La Nación a través de los Ministerios de Cultura; Industria, Comercio y Turismo y **Artesanías de Colombia,** contribuirá al **fomento, promoción, protección, conservación, divulgación, desarrollo y financiación** de los valores culturales expresados por nuestros pueblos indígenas" (negritas mías). Importante también señalar que tal iniciativa ocurrió durante el primer mandato del actual presidente, Álvaro Uribe Vélez, y que una de las empresas que comercializa artesanía indígena en Colombia, probablemente la más reconocida de estas, pertenece a sus hijos.

[7] Cabe mencionar que en las últimas olimpiadas y juegos panamericanos, el traje distintivo de la delegación colombiana incluía un sombrero vueltiao; igualmente en el pasado Reinado Nacional de la Belleza, las candidatas lucieron atuendos creados por artesanos del Resguardo Indígena de San Andrés de Sotavento a partir del trenzado de la caña flecha; la misma técnica empleada para la fabricación del sombrero vueltiao. Adicionalmente es importante subrayar la existencia de réplicas del sombrero hechas de cartón, que pueden ser conseguidas en diversos lugares y a un bajo precio.

[8] En Colombia parte de la tierra indígena está constituida como "Resguardo", se trata de una institución con origen en la Colonia, implantada por los españoles que define la una tierra indígena como propiedad colectiva e inalienable, y que fue utilizada por los colonizadores para controlar el acceso a las tierras por parte de los indígenas así como la tributación. De manera paradójica, muchos de los títulos coloniales que constituyeron territorios como "Resguardos", sirvieron a la lucha indígena por el reconocimiento (por lo menos parcial) de territorios ancestrales, como de hecho es el caso dos Zenú.

[9] Este es el emblema de la ONIC, Organización Nacional Indígena de Colombia, que desde 1982 (mediante la junción de organizaciones locales más antiguas, entre otras el CRIC, Consejo Regional Indígena del Cauca, surgido en los años 1970), funciona como la entidad de integración de los grupos indígenas nacionales y es la interlocutora directa con el estado, ya que en Colombia no existe un órgano estatal que se encargue de reglamentar las cuestiones indígenas como en el Brasil la FUNAI. Lo que existe en Colombia es la división de asuntos indígenas, como parte del Ministerio del Interior, pero ellos no tienen autonomía para decidir directamente sobre el rumbo de los pueblos indígenas de la nación, pues la Constitución Nacional prevé la realización de mesas de concertación que median los intereses del Estado y de los pueblos indígenas.

[10] Los procesos relacionados con la caña flecha, desde su siembra hasta la fabricación de artesanía, son realizados en general por mujeres y hombres de todas las edades.

[11] Recientemente nombrado municipio del Departamento de Córdoba, Tuchín es el lugar a donde llega la mayor cantidad de artesanía del Resguardo, en parte por su ubicación estratégica atravesada por una carretera que conecta la ciudad de Sincelejo con el litoral. Centro artesanal del Resguardo y la región, funciona como local de acopio y comercialización de la artesanía, es allí que llegan las trenzas o los sombreros acabados, y donde se fabrican bolsos, zapatos y diversos accesorios.

[12] Minga es una palabra que designa un esfuerzo común para la realización de un emprendimiento, en el caso citado se refiere a una marcha promovida por el la organización indígena del Cauca, al sur del país y que contó con el apoyo de la organización indígena nacional, así como con la adhesión de otros movimientos sociales campesinos. Esta manifestación se realizó para exigir al gobierno cumplimiento de las promesas referentes a mejoras en la calidad de vida, así como en la distribución de tierras, y contó con una violenta represión por parte del gobierno que terminó en la muerte de por lo menos 3 indígenas.

[13] Revista Semana, "Los colombianos escogen su símbolo" En: http://www.semana.com/noticias-especiales/colombianos-escogen-su-simbolo/95518.aspx
Visitado el: 6 de octubre de 2008.

[14]En:http://www.colombiaespasion.com/VBeContent/newsdetail.asp?id=190&idcompany=1&ItemMenu=0_253
Visitado el: 4 de outubro de 2008

[15] Durán, Diana Carolina, Revista Semana "¿Por qué ganó?" Revista Semana, 24 de junio de 2006. En: http://www.semana.com/noticias-especiales/gano/95465.aspx. Visitado el: 6 de octubre de 2008.

## BIBLIOGRAFÍA

ARDILA Gerardo; Balser, Carlos; Bolian, Charles; *et al.* Desarrollo de la orfebrería Tairona en la provincia metalúrgica del norte colombiano. Ficha bibliográfica Biblioteca Luis Angel Arango, 2005.

Disponível em:
http://www.lablaa.org/blaavirtual/publicacionesbanrep/bolmuseo/1987/bol19/boi0.htm
Acesso em: 14 de maio de 2009.

BANCO DE LA REPÚBLICA, Museo del oro Zenú en Cartagena de Indias. La tradición Zenú, 2008.
Disponível em: http://www.banrep.gov.co/museo/esp/expo_cartagena3.htm
Acesso em: 14 de maio de 2009.

BRIONES, Claudia. (Meta)cultura del estado-nación y estado de la (meta)cultura: Repensando las identidades indígenas y antropológicas en tiempos de post-estatalidad. Serie antropología, 244. Brasilia: Universidade de Brasília, 1998. Disponível em: http://www.unb.br/ics/dan/Serie244empdf.pdf
Acesso em: 14 de maio de 2009.

CEPEDA, Ivan y Rojas, Jorge. A las puertas de "El Ubérrimo". Editorial Random House Mondadori. Bogotá, 2008.

COLOMBIA. Ley 908 de 2004, Por la cual se declara Símbolo Cultural de la Nación El Sombrero Vueltiao, y se hace un reconocimiento a la cultura del pueblo Zenú asentada en los departamentos de Córdoba y Sucre. Diario Oficial, No. 45.666, 2004; 9 de septiembre, 2004. Disponível em:
http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley/2004/ley_0908_2004.html
Acesso em: 7 de outubro de 2008.

COLOMBIA. Censo 2005. DANE- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. Disponível em: http://www.dane.gov.co/censo/
Acesso em: 7 de outubro de 2008.

LARRAÍN, América. O Negócio da Arte e da Cultura. Para uma Antropologia do Festival de Dança de Joinville. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) - PPGAS/UFSC, Florianópolis, 2008.

----------. Arte y Cultura en la Construcción de la Sociedad. El papel del gestor cultural. Inédito, 2009.

PLAZAS, Clemencia y Falchetti, Ana María. Manejo hidráulico Zenú. In: Ingenierías prehispánicas. Instituto Colombiano de Antropología, Fondo FEN, Bogotá, 1990.

---------- El Legendario Zenú, Editorial Boletín del Museo del Oro. Año 4, septiembre - diciembre 1981. Disponível em:
http://www.lablaa.org/blaavirtual/publicacionesbanrep/bolmuseo/1981/bol12/mosep2.htm
Acesso em: 14 de maio de 2009.

REINA, Leticia. La etnización política: ¿Necesaria para la construcción de la nueva nación mexicana?. Mem. am., jul./dic. 2008, no.16-2, p.197-221. ISSN 1851-3751. Disponível em:

http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S18513751200800020000 4&lng=es&nrm=iso
Acesso em: 14 de maio de 2009.

RESTREPO, Eduardo. Biopolítica y alteridad: Dilemas de la etnización de las colombias negras. In: Conflicto e (in) visibilidad. Retos de los estudios de la gente negra en Colombia. Eduardo Restrepo y Axel Rojas (Eds). Editorial Universidad del Cauca. Colección Políticas de la Alteridad. 2004. Disponível em: http://www.lablaa.org/blaavirtual/antropologia/biopolitica/biopolitica.pdf
Acesso em: 14 de maio de 2009.

SEGATO, Rita Laura. La Nación y sus Otros. Buenos Aires, Editora Prometeo, 2007.

TURBAY, Sandra y Jaramillo, Susana. Los Indígenas Zenúes. In: Geografía humana de Colombia. Región Andina Central .Volumen III Tomo IV. Varios Autores. Instituto Colombiano de Cultura Hispánica. Bogotá, 2000.

VELANDIA Díaz, Daniel. Liderazgo Indígena. Institución Política y Tradición de Lucha en el Pueblo Zenú. Monografía (TCC em Antropología Social) – Departamento de Ciencias Humanas - Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, 2003.

WADE, Peter. Música, Raza, y Nación: Música Tropical en Colombia. Bogotá. Vicepresidencia de la República de Colombia. Departamento Nacional de Planeación – Programa Plan Caribe, 2002.

----------. Entre la homogeneidad y la diversidad: la identidad nacional y la música costeña en Colombia. En: antropología en la modernidad. ICANH, 1997.