



PROGRAMA NACIONAL DE JOYERÍA

Informe Final de Actividades

**MANUELA CASTAÑO RUEDA
Contratista Artesanías de Colombia
Contrato de Prestación de Servicios Profesionales: ADC-2021-126**

Artesanías de Colombia S.A. Bogotá, diciembre de 2021.



TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN

- 1. DESARROLLO DEL CONCEPTO Y LA LÍNEA ESTÉTICA PARA LA COLECCIÓN 2021 DEL PROGRAMA NACIONAL DE JOYERÍA**
- 2. INVITACIÓN A DISEÑADORES DE JOYAS PARA TRABAJAR CON COMUNIDADES ARTESANAS JOYERAS**
- 3. VITRINISMO Y ESTILISMO**
- 4. CAMPAÑA DE FOTOS PARA MODA VIVA Y JOYERÍA**

INTRODUCCIÓN

El Programa Nacional de Joyería desde 2002 tiene como misión fortalecer el oficio de la joyería en las comunidades joyeras de Colombia que son atendidas por la entidad promoviendo la atención integral y la transmisión del oficio de generación en generación. En el 2021 atendimos 6 comunidades: Mompóx- Bolivar, Marmato-Caldas, Quimbaya-Quindío, Ataco-Tolima, Vetas-Santander, Quinchía-Risaralda, dando continuidad al proceso de fortalecimiento de varias de los grupos y dando inicio a otros como es el caso de Quinchía en Risaralda.

El Programa Nacional de Joyería, año tras año fortalece integralmente los componentes de técnica, desarrollo humano, diseño y comercialización de manera a poder dejar instaladas capacidades en las regiones que les permita crecer como artesanos, como empresas, como seres humanos y como emprendedores que puedan competir en el mercado nacional e internacional.

Desde el año 2015, el Programa de Moda y joyería ha ido creciendo sus dos ramas (Moda y Joyería) uniéndolas cada días más, consolidando un equipo multidisciplinario que ha fortalecido la capacidad de atención a las comunidades y que ha permitido que el Programa tenga oportunidades mas interesantes dentro del universo del sistema Moda y además la posibilidad de mostrar un trabajo conjunto a través de la colección institucional que desde hace 2 años se trabaja de la mano con un concepto unificado.

Esta fuerza unida entre Moda y Joyería, ha sido uno de los principales objetivos de los últimos años del programa y se han logrado notables logros a nivel comercial y de imagen que nos han motivado a seguir trabajando en esta dirección. El año 2020 se dio inicio a las vinculaciones de diseñadores y marcas de joyería con comunidades de joyería artesanales y en el 2021 continuamos con este proyecto.

Desde la curaduría del Programa nacional de joyería en articulación con Moda en el año 2021 se trabajó principalmente en los siguientes aspectos:

1. Se desarrolló un concepto unido y una línea estética independiente que le dio unidad e hilo conductor a todas las líneas trabajadas con las diferentes comunidades.
2. Se invitó diseñadores de joyas de distintas ciudades de Colombia a trabajar con talleres de joyeros que hacen parte de los beneficiarios del programa para lograr alianzas virtuosas entre los artesanos y los diseñadores que dieron como resultado colecciones cápsula de joyería.
3. Se trabajó de manera unida en la propuesta de exhibición y vitrinismo para los eventos y ferias como Expoartesánías.
4. Se propuso una campaña editorial de fotos de Moda y Joyería que le diera el mismo protagonismo a las dos categorías.

A continuación expongo una descripción de los alcances logrados este año 2021 con relación al objeto de mi contrato como curadora del Programa Nacional de Joyería.

1. DESARROLLO DEL CONCEPTO Y LA LÍNEA ESTÉTICA PARA LA COLECCIÓN 2021 DEL PROGRAMA NACIONAL DE JOYERÍA

1.1 Concepto General.

“PALABRAS Y RAICES QUE ANCLAN EL TIEMPO” fue el nombre del concepto creado de la mano de la asesora de moda como concepto sombrilla de Moda y Joyería para el año 2021. El punto de partida fue hacer un homenaje a la palabra oral, la palabra escrita, la palabra tejida y la palabra de paz de las comunidades artesanales y sus diferentes lenguas.

“Cualquier punto del rizoma puede ser conectado con cualquier otro, y debe serlo. Todo gira en torno a la multiplicidad, ya no en torno a un sujeto. Todo es importante y relevante en un ecosistema.

Un rizoma puede ser roto, interrumpido en cualquier parte, pero siempre recomienza según ésta o aquella de sus líneas, y según otras.

América ocuparía un lugar aparte. Por supuesto, América no está libre de la

dominación de los árboles y de una búsqueda de las raíces”.

(Gilles Deleuze y Felix Guattari. Rizoma, Capitalismo y Esquizofrenia)



1.1.1 Aterrizaje conceptual

“La mirada de culturas en su conjunto conforman un entramado de vida intelectual y espiritual y es tan fundamental para su bienestar como el entramado de vida biológica que se conoce como biósfera. Podríamos referirnos a esta red de vida social como una “etnósfera”, un término quizá mejor definido como la suma total de los pensamientos e intuiciones, mitos y creencias, ideas e inspiraciones a los cuales ha dado vida la imaginación humana. La etnósfera representa el más valioso legado de la humanidad. Es el producto de nuestros sueños, la encarnación de nuestras esperanzas, el símbolo de todo lo que somos y de todo aquello que hemos creado gracias a la proverbial curiosidad y a la asombrosa capacidad de adaptación de nuestra especie.”

(Wade Davis. Los guardianes de la sabiduría ancestral)

Este termino del que habla Wade Davis fue la inspiración que utilizamos para aterrizar el concepto sombrilla “Palabras y Raíces que anclan el tiempo” de manera a abrir una ventana que nos permitiera analizar desde una óptica puntual las comunidades joyeras con las que trabajamos este año. Entablamos un diálogo muy valioso con cada grupo en el que se emprendió una búsqueda de sus raíces rescatando historias relacionadas con sus mitos, sus creencias, sus costumbres cotidianas que estuvieran relacionadas con imaginarios ancestrales de sus territorios. Así, llegamos a un aspecto fundamental para todos sin excepción: el sentido de la protección. Todos los seres humanos anhelamos sentirnos protegidos y esta idea de estar protegidos puede venir de diferentes fuentes como lo es la religión, los mitos populares, las plantas mágico religiosas, la familia, la misma geografía... Lo que nos propusimos fue entender la idiosincrasia de las comunidades joyeras para co-crear con ellos unos amuletos que le dieran un sentido de talismán a sus joyas y que fuera coherente a sus propias creencias. De esta manera unimos un concepto muy personal, con un gran componente de identidad y además un aspecto de tendencia muy importante en la moda pues hace un tiempo viene en furor el tema de los talismanes y de utilizar accesorios con un sentido mas allá de un objeto, piezas cargadas de mensajes que hablen de su origen y que sean símbolos de ideologías y creencias. De esta manera nuestras joyas fueron un fiel relato de la palabra oral, la palabra escrita, la palabra tejida y la palabra de paz que definieron nuestro punto de partida conceptual.



1.2 Concepto específico planteado inicialmente.



“Palabras y raíces que anclan el tiempo” explora el entramado de vida intelectual y espiritual que representa la suma de los pensamientos e intuiciones, mitos y creencias, ideas e inspiraciones a los cuales puede dar vida la imaginación de una cultura. Desde la simbología de cada comunidad joyera, abrazamos el anhelo de protección según sus imaginarios colectivos.

Partiendo del “Palabras y raíces que anclan el tiempo”, el Programa Nacional de Joyería desarrolló en el 2021 una colección que cuenta con el trabajo de 6 comunidades joyeras las cuales plasmaron en sus piezas historias propias relacionadas con la idea de protección partiendo de sus universos construidos a partir de mitos, leyendas y creencias populares de sus territorios.

La colección estuvo constituida por joyas echas principalmente en plata, en algunos casos con baños en oro amarillo o rosado y también cuenta con una línea echa a partir de piedras naturales de río pulidas y acabadas con toques de hojilla metalizada de oro y plata. Son diseños pensados en llevar una carga simbólica de talismán para proteger y para ser llevados en el día a día de manera cómoda y cotidiana, por eso cuenta con muchos diseños pequeños que pueden modularse y cambiarse dándole un carácter versátil a las piezas. Las técnicas que se utilizaron este año son las tradicionales de las comunidades beneficiarias como son la filigrana, la mirco-fundición orgánica, el tejido en hijos de plata y el armado.

En cuanto a la línea estética se determinaron algunos lineamientos generales para la colección completa teniendo en cuenta las técnicas, el concepto y las tendencias de la temporada. Se definió que las joyas fueran principalmente de tamaños pequeños, con formas muy orgánicas y cargadas de simbología. Buscamos crear piezas que pudieran modularse y que fueran versátiles. La pieza icono fue un dije de candonga ya que la propuesta inicial fue desarrollar candongas de varios tamaños y una muestra de dijes de

todas las comunidades para que los clientes pudieran coleccionar varios e ir cambiándolos en su día a día.

GENERALIDADES PARA TODAS LAS COMUNIDADES

Técnicas: variadas.
Materiales: Plata

Formas orgánicas y símbolos de protección, letras o palabras en tamaños pequeños.

Earcuffs y aretes para diferentes lugares

Diseños limpios, atemporales, delicados y cómodos para usar en casa

La pieza icono de cada comunidad será un (o varios) colgantes para candongas

Medallas con texturas irregulares



Para **Mompox**, en Bolívar se planteó una colección inspirada principalmente en El Matarratón, una planta que utilizan en su vida cotidiana como protectora de las malas energías y de las enfermedades. Su flor está plasmada en los diseños de esta línea de la mano de otros elementos de flora muy representativos de la región.

MOMPOX

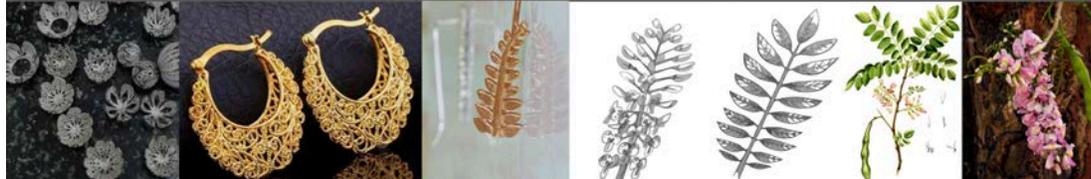
Comunidad orfebre tradicional con fuerte arraigo religioso y múltiples oficios artesanales.

Naturaleza, folclore, creencias religiosas, mitos Urbanos, hacen parte de las diferentes celebraciones Que se festejan durante el año en mompox.

Matarratón, planta protagonista en "los angeles somos" protección espiritual y con propiedades medicas, insumo para construcción, artesanía, decoración. La cienaga y el río protegen el pueblo.

Técnica: Filigrana en oro y plata.
Estampado.
Materiales: Oro y Plata

Filigrana con volumen y diferentes tipos de relleno Dorado, rosado, plateado y negro Apliques de estampados tradicionales



Las piezas de **Quimbaya**, Quindío tomaron como referente las semillas y los contenedores como símbolo del vientre y de la feminidad como fuentes de vida y protección, fue una colección que le rindió culto a las mujeres como guardianas de la vida.



La colección de **Marmato**, Caldas no se logró llevar a cabo por ciertos temas productivos de la asociación ASOJOMAR. Sin embargo hubo un planteamiento inicial y una propuesta estética que nació de escuchar a los artesanos y convertir sus símbolos y creencias en amuletos de protección.

1. El sol, una muestra de luz y claridad.
2. La cruz, que representa la religión y la fé.
3. La naturaleza, la muestra más clara de vida y esperanza.
4. El Lirio, la flor de San Benito, protector de los mineros.
5. La serpiente, una creencia de los mineros para la buena suerte.

Esta es una comunidad minera con profundo respeto a la montaña.

Para entrar a las minas los hombres se protegen con diferentes amuletos o elementos personales según sus creencias o su religión.



MARMATO, CALDAS

Técnica: Armado y Micro fundición
Materiales: Oro y Plata

Piezas con estampados de texturas naturales literales

Piezas pequeñas y delicadas

Juego de texturas



La propuesta estética de **Ataco**, Tolima tuvo como punto de partida las raíces indígenas de la comunidad. Sus habitantes mantienen viva la leyenda del Mohán, espíritu de las aguas, a quien le piden permiso cuando van al río Saldaña, como amuleto de protección llevan barras de cobre y tabaco como intercambio por el derecho y permiso para pescar.

Comunidad con raíces indígenas que se dedica principalmente a la minería y a la pesca. Mantienen viva la leyenda de Mohán, espíritu de las aguas, y cuando van al Río Saldaña llevan con ellos barras de cobre como amuleto de protección y tabaco como intercambio por el derecho y permiso para pescar.



ATACO, TOLIMA

Técnica: Armado, Engaste.
Materiales: Plata

Tallado de piedras en diferentes formas irregulares y varios tamaños inspirados en la hoja del tabaco

Hojilla color cobre

Armado y engaste sencillos



Para **Vetas, Santander** se propuso una colección inspirada en la Leyenda de la princesa Zora, aquella princesa guerrera que según la leyenda murió defendiendo y protegiendo su tierra de los conquistadores. Hoy yace bajo el árbol de Cedro- Nogal que se encuentra ubicado en la plaza central del municipio. Este árbol es símbolo de protección para los vetanos y sus flores y frutos símbolo de esperanza, una muestra de la gran biodiversidad de la región.

Esta comunidad del páramo mantiene viva la leyenda de la **princesa Zora**, defensora y protectora de su tierra contra los conquistadores y hoy personificada en un **árbol de cedro** ubicado en la plaza central.

También hay quienes afirman que los **duendes** viven en la vegetación frondosa del páramo o en las raíces de los arboles y protegen a la comunidad y las riquezas de su territorio.



VETAS

Técnica: Joyería armada.
Materiales: Oro y Plata

Formas de las hojas y las flores del Cedro

Plantas frondosas y raíces con puntos de luz (duendes)

Acabados lisos con estampados








El planteamiento inicial de diseño para **Quinchía, Santander** surgió de su apodo “Villa de los cerros”, pues tiene un horizonte de montañas al que la comunidad se encomienda en protección y de donde nacen mitos e historias como la de los dioses Xixaraca y Mitchua quienes tras defender su territorio y su gente dejaron atrás una montaña con sus huellas y dos pequeñas cascadas que representa las lágrimas de Mitchua por partir.

La llamada "Villa de los cerros" está protegida por 12 de ellos, un horizonte al que los habitantes se encomiendan en protección.

Los cerros representan a los dioses Xixaraca y Mitchua quienes partieron tras defender su territorio y su gente, y dejaron atrás una montaña con sus huellas y dos pequeñas cascadas representando las lágrimas de Mitchua.



QUINCHIA

Técnica: Filigrana en oro
Materiales: Oro y Plata

Formas fluidas y con movimiento representando la cascada que nace en los cerros

Uso de balines dentro de la filigrana

Composiciones de filigrana que recreen un paisaje



Con Santafé de Antioquia lamentablemente no fue posible trabajar en el 2021 a causa de un malentendido por parte de la asociación de joyeros con Artesanías de Colombia con los tiempos de pago de la colección 2020 y por este motivo ellos decidieron no producir línea institucional este año. Sin Embargo, el ejercicio conceptual y el planteamiento estético para ellos si se realizaron y es una propuesta que está pendiente como algo que consideramos interesante trabajar con ellos pues habla de su cercanía con la religión católica y propone trabajar con los símbolos religiosos que se observan en las imágenes de la procesión de Semana Santa. Encontramos bastantes fuentes de inspiración en los marcos de los cuadros y en las coronas de los santos que tienen un lenguaje estético con un gran potencial de llevarse a los tejidos tridimensionales, planos y a la filigrana que trabaja esta comunidad.

Un pueblo profundamente católico que ve el oro como un protector de malas energías. En su celebración de Semana Santa sobresalen las figuras religiosas que desfilan en hombros los feligreses, imágenes con cientos de años y que se conservan en perfecto estado al tener cada una un cuidador (llamado mayordomo) quienes guardan y protegen la figura, las creencias y las costumbres.

SANTAFÉ DE ANTIOQUIA

Técnica: Filigrana, Tejidos en plata y oro,
Materiales: Oro y Plata

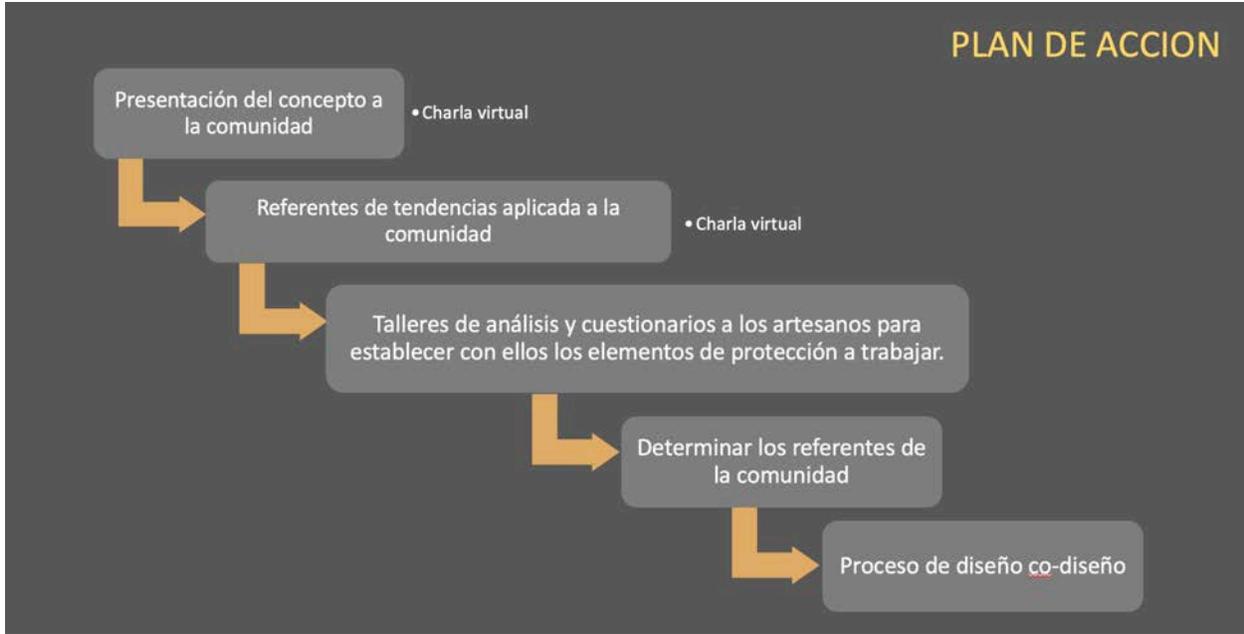
Abstracciones de las formas y los patrones de los adornos de las figuras religiosas como símbolos de protección

Esferas tradicionales tejidas de diferentes tamaños

Tejidos tradicionales gruesos y grandes

Filigrana en volumen e hilos tejidos

La metodología propuesta para llevar a cabo la aproximación del concepto con las comunidades fue la siguiente:



1.3 Resultado de producto final.

Una vez dado el planteamiento conceptual y aterrizado a una propuesta estética se dio inicio al proceso de socialización y co-diseño con cada comunidad, en este punto las iniciales fueron dando algunos giros pues tanto el director creativo del programa, como los diseñadores asesores de diseño y los artesanos mismos hicieron los aportes que cada uno consideró adecuados tanto en términos conceptuales como técnicos y estéticos y el resultado final de la colección institucional de joyería de 2021 fue la siguiente:

1.3.1 ATACO, Tolima.

Sus piezas hacen alusión a los cilindros de los tabacos y tienen vetas de hojilla de oro que representan el cobre que ofrecen al Mohan a cambio de protección. Las piezas fueron realizadas en piedra de río negra y blanca tallada y armadas en estructuras de plata. Fue un reto muy interesante para los joyeros el seguir fortaleciendo esta unión de las piedras con el metal.

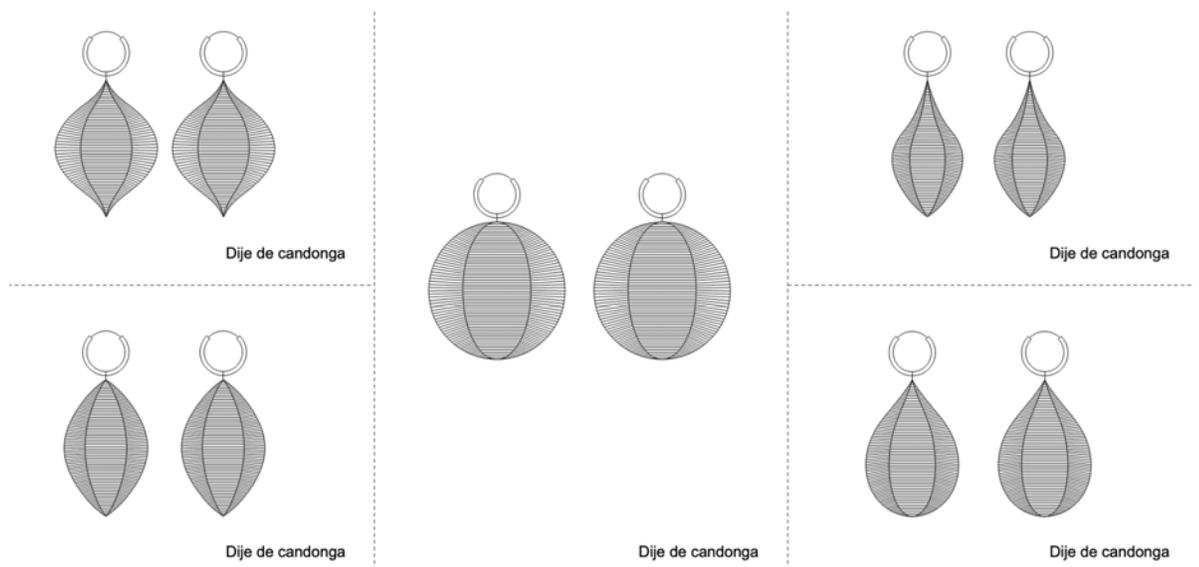




1.3.2 QUIMBAYA, Quindío.

El principal referente fueron las semillas y los contenedores como símbolos del vientre materno y de la feminidad como la fuente de la vida y la protectora. Esta línea rinde culto a las mujeres como guardianas de la vida.

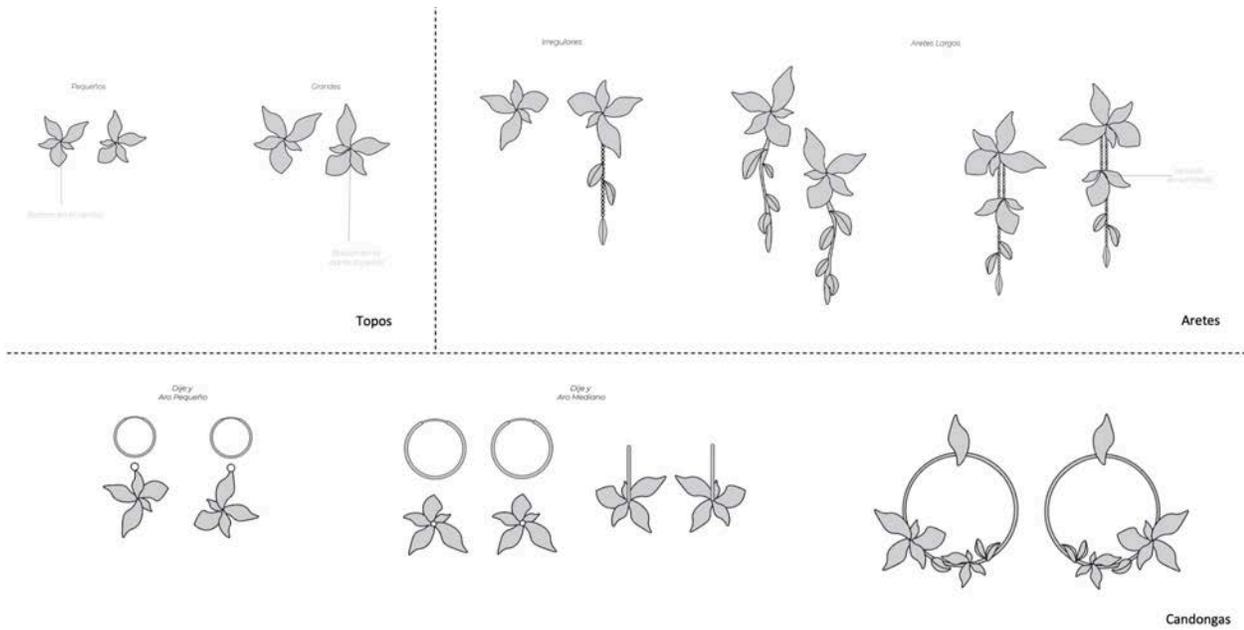
Son piezas hechas con tejidos en hilos de plata que le dio continuidad a lo trabajado en años anteriores ya que nos interesa fortalecer la identidad del grupo manteniendo un factor diferenciador, en donde el tejido el plata se ha convertido en algo característico de Quimbaya siendo un municipio donde la joyería es un oficio predominantemente femenino.





1.3.3 VETAS, Santander

Vetas realizó una línea 100% abstraída de la flor del árbol de cedro nogal ubicado en el centro de la plaza el cual representa a la princesa Sora, una guerrera y protectora de la comunidad. Las piezas fueron hechas en microfundición orgánica en plata.



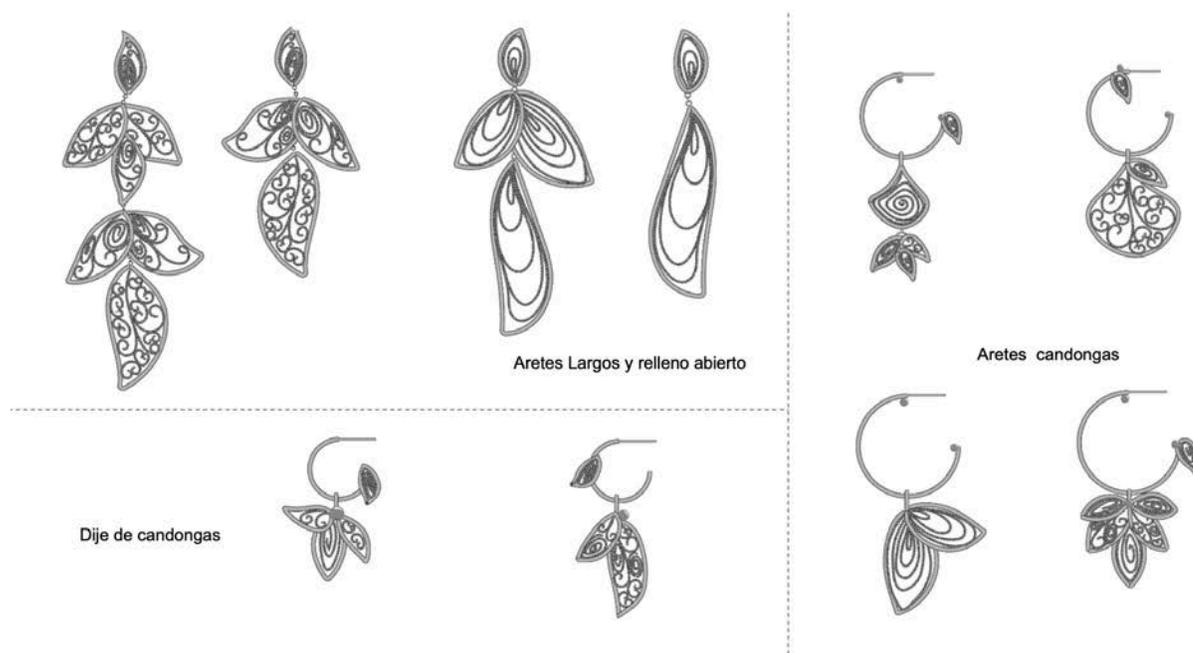


1.3.4 SANTAFÉ DE ANTIOQUIA, Antioquia

Lastimosamente con Santafé de Antioquia no fue posible trabajar este año por decisión de la asociación después de una demora en unos pagos por parte de Artesanías de Colombia.

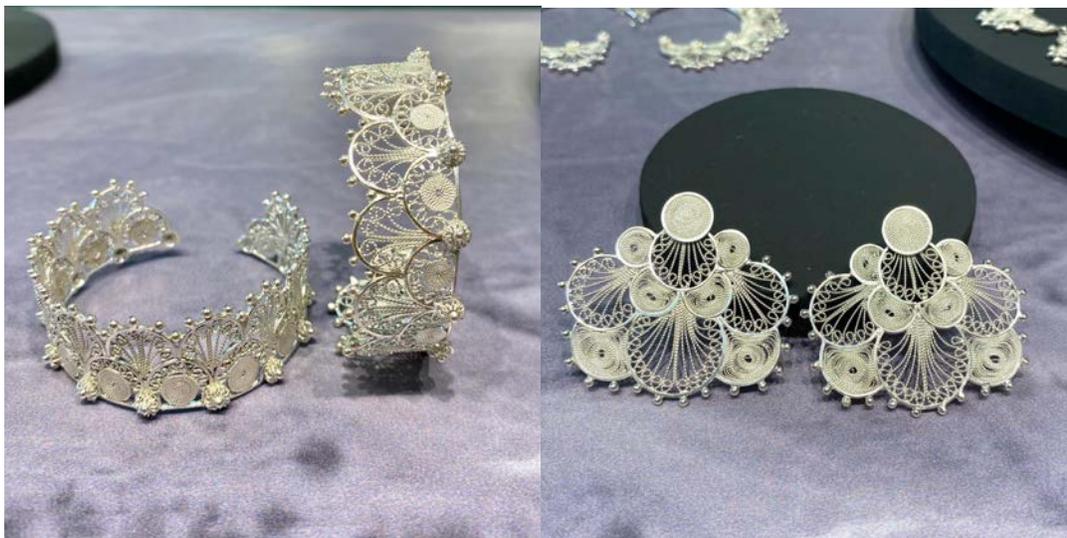
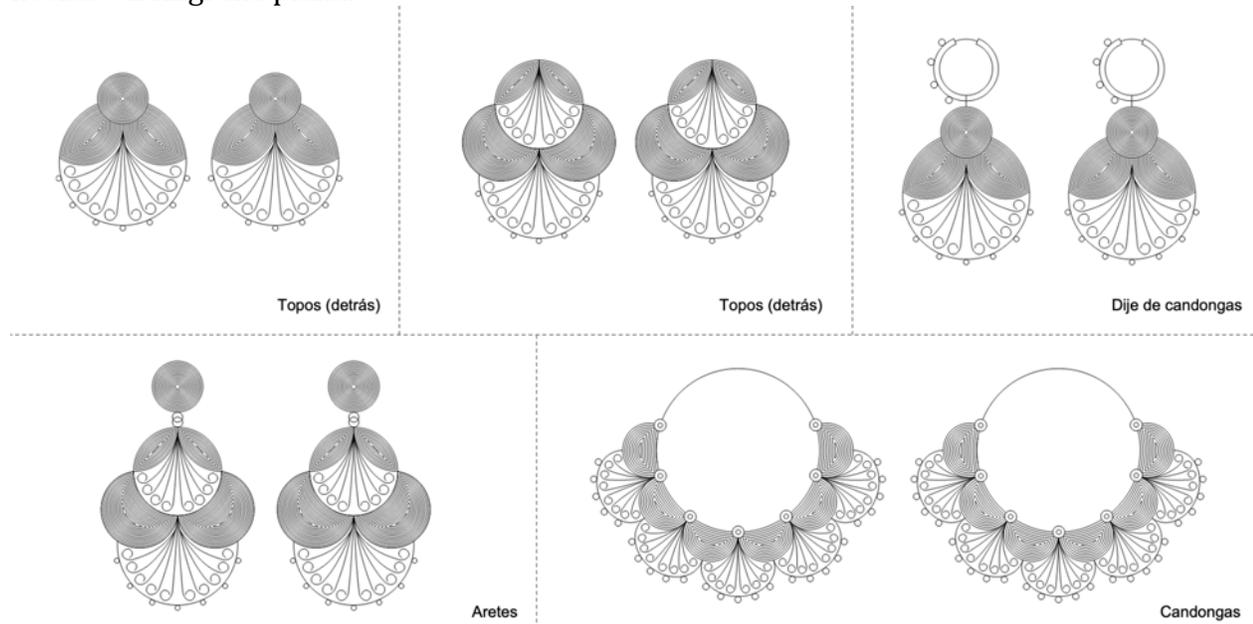
1.3.5 MOMPÓX, Bolívar

La colección de Mompox procuró seguir fortaleciendo técnicamente a los artesanos y se inspiró en la forma de la planta del Matarratón por las propiedades medicinales y energéticas ancestrales. Las piezas fueron hechas den diferentes tipos de relleno de filigrana, hubo brazaletes articulados y diseños innovadores como earcuffs con cadenas y mucho movimiento y para finalizar de bañaron en oro rosado y amarillo.



1.3.6 QUINCHÍA, Risaralda

Con Quinchía la colección dio muchos giros. Al ser una comunidad con una tradición relativamente reciente no es evidente ningún tipo de identidad en las técnicas que manejan (filigrana, armado y engaste) y conceptualmente no han manejado un tema predominante. La inspiración se direccionó a las siluetas de las montañas que protegen a la comunidad y fue a partir de la mezcla de rellenos de filigrana que se aterrizó la línea estética. Fueron piezas en plata hechas en filigrana plana.



2. INVITACIÓN A DISEÑADORES DE JOYAS PARA TRABAJAR CON COMUNIDADES ARTESANAS JOYERAS

Desde el año 2020 venimos procurando fortalecer los vínculos que puedan darse entre diseñadores de joyas con comunidades joyeras. El año anterior habíamos logrado que 4 marcas trabajaran con artesanos y este año de la invitación a más de 10 diseñadores, fueron 6 los que trabajaron en el desarrollo de una cápsula pero solo 4 lograron culminarla y la exhibieron los stands institucionales de Expoartesanías en diciembre.

Este año salieron a flote varias debilidades que notamos en la metodología que se ha trabajado para generar estas articulaciones y fue un proceso muy retador para todas las partes.

El trabajo a larga distancia dificulta mucho la interacción pues la conexión no es la misma y el entendimiento que cada uno pueda tener del otro se queda muy corto cuando la única comunicación es por llamada o vídeo llamada. Es por esto, que vemos como algo indispensable para un futuro que los diseñadores hagan un viaje de campo después de haber profundizado en una sensibilización por parte de Artesanías de Colombia. Esta sensibilización inicial, seguida de un viaje de reconocimiento a la comunidad, será el piso para poder iniciar una vinculación real que se base en el entendimiento mutuo, la empatía, el respeto y la intención de crecer juntos. Para las marcas de diseño es muy valioso encontrar técnicas locales con una carga ancestral que puedan enriquecer sus propuestas de marca y sus productos; para los artesanos es muy interesante tener aliados que les aporten en innovación de producto y en oportunidades de comercialización. Sin embargo, en las ciudades hay muchos grupos de joyeros que trabajan con muy buena calidad y los cuales le dan un valor a su trabajo muchísimo menor al que los artesanos de comunidades alejadas han establecido. En muchos casos el valor por gramo de plata trabajado por un joyero de una ciudad como Cali o Medellín puede ser 10 veces menor que el mismo gramo de plata trabajado por un joyero de municipios como Guapi, Tumaco o Quibdó. Esta realidad ha desmotivado a varias marcas que inicialmente han tenido el interés de apoyar comunidades pero luego asimilan que con los precios de los artesanos no podrían ser competitivos en el mercado que se mueven y por eso desisten y rechazan hacer parte del proyecto entendiendo que al sumar un costo alto a los demás costos ocultos de sus productos como empaques, mercadeo, vitrinas comerciales, equipos humanos de trabajo, impuestos etc... se vuelve inviable para ellos. Los artesanos por su lado, en algunos casos, además de dedicarse a la joyería también aceptan otros trabajos (según cada contexto) que les permite tener dinámicas de trabajo más variadas y que por lo general son trabajos en que les pagan jornales. Esta situación pone en riesgo el oficio de la joyería pues poco a poco vemos como más y más jóvenes que empiezan como aprendices de joyeros deciden tomar trabajos más “fáciles” a los que no tienen que dedicar tanto compromiso y por eso se van reduciendo los grupos de trabajo en comunidades como Barbacoas, Guapi o Marmato. En otras comunidades, los talleres de joyería ya

tienen un flujo de trabajo y una línea estética muy definida para venta local y en el momento en que llega una marca con expectativas de producción muy diferentes o con estilos estéticos o retos técnicos que no se han dado antes puede haber un fuerte choque que no permite seguir adelante.

Seguimos creyendo que si se hacen las cosas bien desde el principio, con una motivación acertada y una intención de crear país uniendo fuerzas, de estas vinculaciones pueden salir casos de éxito que impulsen un importante crecimiento tanto para el sector artesanal como para la industria de la moda y es por esto que seguiremos esforzándonos por propiciar estas uniones. En una próxima versión de las ferias pienso que es adecuado exhibir estas piezas dentro del stand insitucional del Programa Nacional de Joyería y no en el de Moda Viva.

Una muestra de lo anteriormente expuesto fue la experiencia que vivió cada una de las 4 marcas que aceptaron el reto de vincularse este 2021 al proyecto de trabajar con comunidades.

2.1 CLAUDIA VALLEJO.

Esta diseñadora de joyas Bogotana crea colecciones que realmente signifiquen algo muy importante para ella. No busca producir piezas simplemente para vender sino objetos para comunicar algo especial, por esos sus diseños con lo que podemos llamar Joyería de autor. Tan pronto le presentamos el trabajo que hacen los joyeros de Ataco en Tolima ella se enamoró y empezó inmediatamente a imaginarse un mundo de joyas, entabló muy pronto incontables conversaciones con los miembros del taller y diseñó una cápsula en la que aportaron tanto ella como los artesanos de manera a poder sacar adelante la línea. Su proceso tuvo un par de tropezones al inicio por temas de comunicación pero a partir del momento en que fue a pasar unos días con ellos a Ataco y recolectó con los artesanos las piedras del Río Saldaña para su colección, el proceso fluyó de una manera muy agradable para ambas partes y llegaron puntuales para la feria unas piezas bellísimas, creadas con un profundo respeto. En la feria vendió un par de joyas pues los precios eran bastante altos.



2.2 LIZA ECHEVERRI

Liza es una diseñadora paisa que vende principalmente en Miami, Medellín y Bogotá. Ella heredó la pasión por la joyería de su abuelo que era joyero y por eso valora especialmente todo lo que represente la conservación y la transmisión de un oficio de generación en generación pues se identifica con esto. En sus piezas, este concepto lo plasma en las trenzas tejidas en metal que se han convertido en el sello de la marca Liza Echeverri. Por esta razón, hizo un click especial cuando vió el trabajo que hace la asociación de joyeros de Tumaco, pues hoy en día uno de sus principales sellos diferenciadores técnicamente son las trenzas de filigrana que nacieron inspirándose en los peinados de las mujeres pues fueron ellas mismas quienes pasaron de hacer las trenzas en el pelo a hacerlas en el metal. Liza desarrolló su cápsula sin mayores contratiempos y fue a Tumaco para poder conocer al equipo del taller personalmente y poder hacer registro fotográfico de todo el proceso. Sus piezas no se vendieron mucho en la feria, los precios no eran especialmente altos pero la calidad final no fue excelente y en comparación con las demás piezas en filigrana se sentían un poco básicas y mal terminadas.



2.3 CATALINA ECHEVERRI .

Catalina dudó muchísimo si continuar trabajando con Marmato o si dar un giro hacia Vetas. La poca disponibilidad que tuvo James (de Marmato) para trabajar con ella fue lo que la hizo decidirse por desarrollar una línea con Vetas. Tuvo un proceso aunque corto muy lindo, empezó con un viaje al territorio del cual sacó toda la inspiración para la cápsula de la mano de los joyeros que la acompañaron no solo a conocer los espacios de trabajo sino también el páramo, a caminar por la naturaleza y fue de ahí que salió una unión muy especial que culminó en una colección de joyas hechas en micro fundición orgánica con elementos que se encontraron juntos en sus caminatas y con piritas que son pequeñas piedras que también estaban en el camino que recorrieron juntos. Piezas delicadas, en plata, con texturas muy interesantes y precios moderados.



2.4 SHAWNA ABADI.

Shawna es una joyera Bogotana de la escuela de Tatiana Apraez y generalmente hace joyas como una manifestación artística mas que como productos comerciales para vender en cantidades. Solo trabaja si siente una gran inspiración y fue por esto que se motivó tan pronto la invitamos para trabajar con alguna comunidad que hiciera filigrana. Empezó trabajando con el maestro Hermes Manjarrez pero no lograron una buena comunicación y el concepto que Shawna quería desarrollar a Hermes no le interesó así como tampoco lograron ponerse de acuerdo en la línea estética y el estilo de las joyas. Al ver que no había un entendimiento en ese sentido Sahwna se fue a trabajar con el taller de Jhonnys Pedrozo y con él si pudo sacar adelante lo que le interesaba: una cápsula de joyas inspiradas en el ritual de la seducción animal y para eso su principal referente estético fue la cara del mandril. Lograron trabajar filigrana con incrustaciones de piedras y con esmalte y acrílico que significó un reto técnico para Jhonnys que lo llevó a empujar sus límites de una manera muy interesante. Las piezas no se vendieron en la feria pues tenían unos precios muy elevados y tal vez también influyó el estilo bastante mas contemporáneo que las demás joyas.



2.5 ANA BUENDIA.

Después de haber participado en 2020 con su trabajo con Barbacoas, esta diseñadora hizo un gran esfuerzo por trabajar con Ataco pero no le fue posible. Los joyeros no fueron claros con ella desde un principio en que la carga de trabajo no les iba a permitir responderle y ella insistió e insistió hasta que entendió que no había una comunicación sincera. Pasaron su desarrollo por varias manos pero ninguno asumió la responsabilidad, sacaron a relucir varios problemas personales internos de la asociación y fue un episodio muy frustrante para ella.

2.6 CAMILA TRUJILLO

Esta diseñadora de Bogotá se interesó en trabajar por primera vez con comunidades joyeras artesanales y su ojo se fue directo al tejido espuma que trabaja Reynaldo en Santafé de Antioquia. Empezaron juntos a pensar en un desarrollo muy interesante en términos técnicos pero no les dio el tiempo para terminarlo en el 2021 así que quedó la puerta abierta para que este año sigan trabajando de la mano.

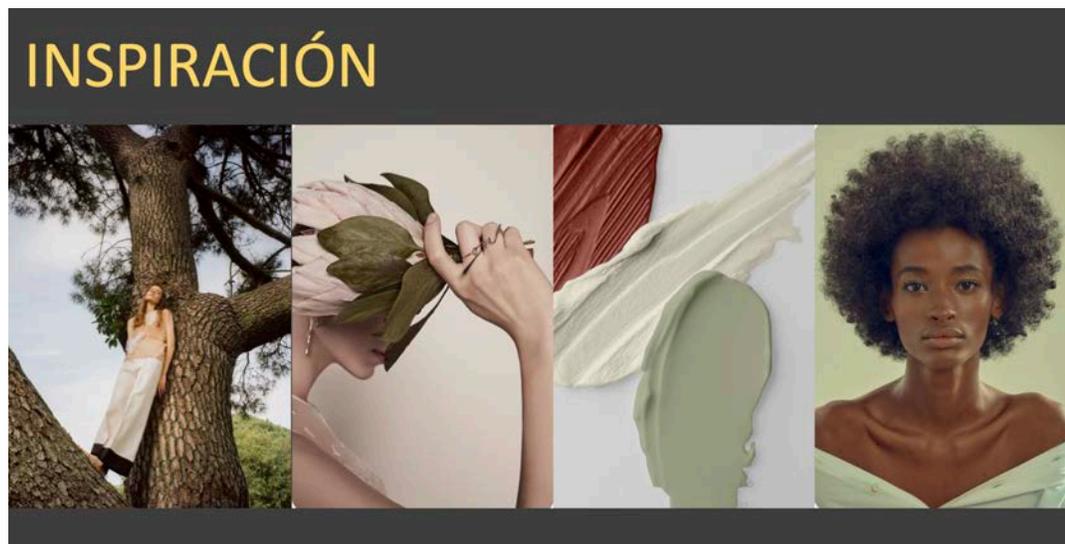
5. CAMPAÑA DE FOTOS PARA MODA VIVA Y JOYERÍA

5.1 Contexto

El último año realizamos una producción de fotos de campaña para Moda Viva en Expoartesánías y para el Market Place. Las fotos fueron un éxito pero hubo muy poco protagonismo de las joyas y fue por esta razón que para el 2021 nos propusimos darle igual protagonismo a las prendas de vestir y los accesorios que a las joyas creadas por las comunidades joyeras. Así, propusimos una campaña en donde la mitad de las fotos fueran de prendas de vestir en un contexto y la otra mitad fueran planos cerrados de joyería. Por mi lado coordiné la producción general de estas fotos de campaña y también las fotos de campaña de APV

5.2 Campaña para MODA VIVA Expoartesánías

Siendo fieles al concepto de Moda Viva 2021 “Palabras y Raíces que anclan el tiempo” planteamos inicialmente una propuesta que evocara la tierra y las raíces. Se pensaron





JOYERÍA



En el momento de adjudicar el contrato este salió a favor de una empresa llamada KNACK que organizó la producción general de las fotos. Las fotos se hicieron en la sede de Artesanías de Colombia en Las Aguas para no asumir ningún costo en locación y para eso se hizo un scouting del lugar en el que se encontraron los espacios y rincones que podrían funcionar para generar los ambientes que buscábamos. La exploración de los espacios se hizo tanto en interiores como los espacios exteriores de jardines, parqueadero y demás. Se contrató una directora de arte, una productora general, y un fotógrafo llamado Faber Franco muy conocido en el medio. Al trabajar con un fotógrafo tan prestigioso, decidimos darle libertad para que propusiera lo que el consideraba mas interesante para las fotografías y este fue el resultado final:





Campaña para APV.

Esta campaña tuvimos que hacerla 2 veces porque el equipo de APV no nos dio ningún lineamiento creativo, conceptual o estético inicial y se decidió hacer las fotografías según el estilo y concepto del resto de fotos de la producción de Moda Viva y Joyería. Cuando le mostramos el resultado a APV manifestaron inconformismo así que se coordinó con mucha rapidez una segunda producción de fotos para los productos de ellos. La locación de nuevo fueron los jardines y espacios exteriores de la sede de Las Aguas y el equipo e producción y fotografía fuimos solamente Mario Reina y yo. A continuación las dos sesiones de fotos:

Producción inicial realizada con Knack





Segunda producción





6. CONCLUSIONES

El rol de “Curadora del Programa Nacional de Joyería” ha sido una figura interesante desde el punto de vista del aterrizaje del concepto general del programa de Joyería a una línea estética específica para el desarrollo de producto con las comunidades y también en la invitación a marcas de diseñadores de joyas a vincularse con comunidades. Sin embargo, ha sido un trabajo que no ha podido llevar a un nivel más profundo sus funciones pues constantemente ha ido chocando con las funciones de otros miembros dentro del equipo como son la asesora de moda que también conceptualiza, el director creativo de joyería que también define la línea de diseño a trabajar con comunidad, la directora de creativa de moda que también da lineamientos sobre las campañas de fotografía, la comercial que también aborda temas como identidad de marca y exhibición de producto....

Desde el lugar en donde se pudo trabajar, fue muy valioso entender que ya el Programa Nacional de Joyería está mucho más articulado a Moda que hace un par de años. Ya se estableció una dinámica natural en donde Moda y Joyería se perciben como dos hermanos de la misma categoría que tienen el mismo nivel de importancia. Ahora joyería naturalmente trabaja con el concepto macro del Programa y se incorpora en las diferentes iniciativas y oportunidades que se presentan para Moda. Cada día es más clara la metodología de trabajo con las comunidades pues el equipo tiene más experiencia y la comunicación permanente entre todos ha permitido que se puedan compartir las experiencias de cada uno fortaleciendo al equipo mismo para prepararse de cara al trabajo.

Joyería viene haciendo un ejercicio muy claro de apropiación del concepto en sus propuestas de diseño, interpretando de una forma muy precisa el contexto y cultura de cada una de las comunidades atendidas y empujando a un permanente fortalecimiento técnico de cada taller. De esta forma, se ha logrado que cada comunidad se apropie de los conceptos y de los diseños de una manera muy genuina, fortaleciendo así su identidad y evolucionando su técnica.

Con relación a la vinculación de marcas de diseñadores de joyas se presentaron muy claramente eventualidades que nos llevan a concluir que ADC no debe estar en el medio de los procesos de trabajo entre marcas independientes y artesanos. La entidad debería continuar fortaleciendo integralmente a los talleres de manera a que estos puedan asumir proyectos de esta envergadura y por otro lado debe sensibilizar de una manera muy profunda a los diseñadores interesados en tener contacto con comunidades y que haya claridad en que si el interés es real debe empezar con un viaje de campo que les permita entender de manera más completa la comunidad con la que van a trabajar. El espacio de comercialización en Moda Viva en el marco de las ferias debería tener una curaduría de productos de joyería ya desarrollados de manera a no tener la obligación de exhibir y comercializar productos que no sabemos como llegarán en calidad y en precios pues este año llegaron piezas con una calidad baja y otras con unos precios excesivamente altos que no rotaron.

En la unión que venimos trabajando entre Moda y Joyería encontramos una categoría que tiene un gran potencial de fortalecimiento: Bisutería. Esta categoría que ha estado un poco en el aire pues ha sido atendida por el equipo de Moda pero

considero que podría tener importantes aportes si se ve desde la joyería también uniendo así las dos ramas del Programa aún mas. Veo una oportunidad importante en potenciar la Bisutería teniendo en cuenta las tendencias de consumo y en generar este vínculo cercano que puede articular las prendas de vestir y las joyas.

