

1. MUDANÇAS TECNOLÓGICAS NA FERRÁRIA: UMA APROXIMAÇÃO DE ARTESÃO A EMPREENDE- DOR NA COLÔMBIA

— — — — —

Quiero exponer el argumento que en mi juventud no fui capaz de formular a Arendt, el de que la gente puede aprender de sí misma a través de las cosas que produce, que la cultura material importa

Richard Sennet.

Dora Alexandra Villota-Enriquez
Maribel Deicy Villota Enríquez

Introdução

Este artigo faz parte da reflexão do projeto de pesquisa titulado “*Tecnología de la metalurgia y la orfebrería: Una aproximación antropológica a la tradición y transformación de los oficios artesanales de los herreros y joyeros en Popayán, Cauca – Colombia*”, Colciencias – Universidad del Cauca 2014 – 2015. Os ofícios de ferraria e ourivesaria têm sido na Popayán, ofícios ligados ao imaginário de uma cidade colonial, representada no ferro das janelas, portas e centos de ornamentos antigos, ao igual que nas coroas, prataria e adornos religiosos, em ouro, prata, cobre ou ligas. O objetivo desta reflexão é caracterizar e descrever com base nas transformações sociais dos artesãos na cidade através do uso de novas tecnologias, como os artesãos têm empezado a visibilizar seus produtos no entorno comercial, incorporando a função de empreendedor, na visibilidade de seu trabalho, mantendo assim o ofício ao interior de Popayán em meio de novas dinâmicas sociais, políticas, econômicas e culturais.

As dinâmicas empreendedoras, particularmente os ferreiros e joalheiros, serão analisados neste artigo, com a finalidade de

resinificar a ponte entre o artesão e o empreendedor. Nesta perspectiva, varias oficinas de artesanato, passam hoje a integrar-se a organizações, associações ou empresas, que transformam o rol social que antigamente tinham os ofícios em diferentes cidades, encontrando hoje no artesanato, novas lógicas culturais inseridas nos mercados comerciais. Para aprofundar no tema, serão de utilidade para esta reflexão: a revisão de literatura, histórias de vida, entrevistas, fotos e a pesquisa de alguns arquivos, relativo ao papel dos ferreiros e joalheiros na cidade de Popayán e a mudança de suas técnicas artesanais clássicas pelas contemporâneas, para manter seu ofício.

Este análise, prende reflexionar desde o campo do conhecimento da antropologia, as relações empreendedoras que têm adquirido os artesãos a partir da mudança de técnicas e tecnologias, no campo artesanal. A troca de ferramentas utilizadas na elaboração de ornamentos por maquinas mais sofisticadas e eficientes, já significa uma mudança representativa no ofício artesanal dos ferreiros e joalheiros (Villota, 2018).

Por essa via, serão importantes autores como Snow (1995), com reflexões como a sobrevivência da humanidade em relação à arte e a ciência mediante a compreensão das dimensões psicológicas, sociais e éticas dos problemas científicos; Geertz (2003), dentro da antropologia interpretativa, por intermédio da noção de objeto simbólico referente à intenção de defender uma leitura do quefazer humano como texto, reivindicando e significando assim, as diferentes relações subseqüentes entre o imaginário simbólico e a sociedade.

Serão de utilidade ademais, trabalhos como dos Kuhn (1971) sobre ao papel da história na ciência; e Schutz (1970) discípulo de Husserl, referentes da fenomenologia social, contribuindo na reflexão do um cotidiano que recria a transformação de um grupo social, partindo da descrição da tecnológica. O avance do conhecimento científico neste artigo, mostra-se através da mudança que os artesãos hoje têm desenvolvido comercialmente, para manter a oferta e demanda de seus produtos. Produtos, cuja característica manual é transformada, reconfigurando-se a

técnica e a tecnologia, na elaboração dos mesmos.

Nesta direção, a atividade empreendedora, encontra-se atravessada pela relação técnica-tecnologia, na medida em que os produtos ou ornamentos passam de peças artesanais desenhadas e trabalhadas em tempos consideráveis, a objetos comerciais que devem ser produzidos em tempos curtos e quase baixo as lógicas próprias dos mercados. Quando um produto artesanal se insere no mercado, o valor comercial do produto inserido têm conotações representativas simbólicas mais acordes às demandas comerciais, sujeitas sem dúvida, à perda e a ganancia em termos econômicos do que gere o produto. Na lógica comercial, um produto que gere perdas e não seja atraente para certo público, começa a ter dificuldades consideráveis. Em outras palavras, os valores comerciais, trocam o significado simbólico da peça artesanal o produto.

Por outro lado, encontram-se nas dinâmicas empreendedoras, as iniciativas empresariais, onde as soluções inovadoras resolvem problemas econômicos e sociais importantes, criando novos significados simbólicos dentro das sociedades (Sandroni, 1994; Hisrich e Peters, 2004). Muitos artesãos encontram como soluções inovadoras a modificação de antigas máquinas com as que elaboravam seus produtos, e no percurso de fazer a máquina mais eficiente, conseguem inovar dentro da alteração de um elemento já existente. A reflexão acerca da modificação de ferramentas ou máquina, por parte dos artesãos, significa uma mudança social representativa, porque se olha como eles têm começado a participar das dinâmicas comerciais do mercado, onde são impulsados a gerar objetos inovadores para permanecer na vanguarda da contemporaneidade.

Dinâmicas empreendedoras no cotidiano da construção social

As origens do empreendedorismo tecnológico junto com as noções de inovação e capitalismo contemporâneo, deram abertura a que grande parte de associações, comunidades, grupos e atores sociais, participaram das diferentes dinâmicas de articulação do mercado (Menezes, 2013, p. 37, 229). Consequentemente, Chih (2005) ressalta a importância da inovação no empreendedorismo tecnológico, posto que esteja ligada ao produto e várias incorporações tecnológicas inovadoras (p. 4, 14, 15).

Segundo Menezes (2013) no final da década dos 1970, a Universidade de Cambridge, localizada no Reino Unido, integrou os setores produtivos atraindo as primeiras empresas de base tecnológica para o seu projeto, os distritos industriais. As empresas britânicas, particularmente do setor têxtil se inspiraram em novas propostas, modelos de negócios encaminhadas à inovação, onde as políticas, tais como a competitividade, acelerou o processo de organização capitalista em torno de empresas e instituições começaram a cimentar o empreendedorismo tecnológico no Reino Unido (p. 30, 39).

Seguidamente, Menezes (2013) manifesta que com a inauguração das empresas pioneiras em 1988, se expandiu o modelo para o surgimento de empresas de alta tecnologia, acelerando o ritmo de produção através da inovação de produtos e demandas; esta etapa foi conhecida como o *fenômeno de Cambridge*. Contudo, é importante esclarecer que já para 1980 na Europa, se percebiam outros movimentos de inovação nas pequenas e medianas empresas; não precisamente ligadas à alta tecnologia (p. 31).

O *fenômeno de Cambridge* ajudou a construir várias políticas públicas, formando conceitos que se desenvolvem em numerosos países, onde as empresas pioneiras começaram a trabalhar principalmente em temas como a flexibilidade do trabalho, a inovação e o dinamismo, que se reinterpretem como um problema da globalização (p. 39, 52, 65).

Nesta direção, começaram a aparecer termos como autoeficácia, que remitia a fortalecer e criar habilidades próprias, para iniciar atividades e tirar partido de forma exitosa (Bandura, 1997; Salvador y Morales, 2009; Mayoral e Salvador, 2014), já que: no meio do domínio, cultiva-se competências, habilidades e fortalece-se a autoestima, possibilitando às pessoas a exercer seu próprio controle (Bandura em Smith & Hitt, 2005, p. 23).

Entre outros conceitos, destacam-se ademais a diferença entre invenção e inovação, na qual segundo Menezes (2013, p. 54), o desenvolvimento de um produto ou seu descobrimento, fazia parte da invenção ou comercialização durante a imersão dos produtos no mercado: este fato comumente era chamado inovação.

Ditos conceitos, foram adaptados pelas novas empresas e formas de empreendimento, com o propósito de estabelecer o seu próprio domínio comercial e instaurar uma competência coletiva respeito das marcas e características distintivas de seus produtos comerciais. Neste aspecto, a invenção e a inovação foram chaves para o desenvolvimento de dinâmicas comerciais que começaram a impactar nos mercados, especialmente porque se tratou de materializar a dinâmica coletiva, a invenção em contraste com a inovação (Menezes, 2013, p. 84).

Os sistemas de negócios começaram desta forma, a aceitar o desafio de melhorar os produtos para obter ótimas vendas, integrando as dinâmicas comerciais, a estratégias materializadas na sociedade mesma; é dizer, inovadoras para distintos grupos sociais. Os descobrimentos científicos, também estreitaram a mão das dinâmicas empreendedoras, integrando a tecnologia, na construção no cotidiano da construção social. Os polvos descobertos em 1780, por exemplo, foram comercializados depois, ao igual que aconteceu com invenções tecnológicas como os computadores, celulares, eletrodomésticos e demais, resultado dos avanços científicos e tecnológicos, todos eles, no mercado (Besant e Tidd, 2009, p. 29). A associação entre os desenvolvimentos tecnológicos e as dinâmicas empreendedoras, se mantém até hoje em dia.

Contudo, não todos os processos de invenção puderam ser levados ao mercado, pois muitos produtos de invenção, não foram de interesse comercial, e resultaram pouco úteis para as sociedades segundo Dutra Zanotto (citado em Saffioti, 2007), já que as características dos grupos sociais e o contexto influíram na comercialização de produtos.

Voltando de novo ao tema da construção de empreendimentos, as empresas que começaram sua etapa produtiva, integraram nas dinâmicas de invenção social, produtos registrados com suas próprias marcas, comercializando produtos com selos pessoais, que tempo depois se posicionaram nos mercados. Assim, cada marca de roupa, Jean, eletrodoméstico e demais, pretendia no entorno cotidiano, ser único e distinguível dos demais objetos que circulavam no mercado com o objetivo de inovação.

A circulação em relação à comercialização de produtos depende de fatores econômicos, sociais, políticos, culturais, entre outros, que conseguem públicos específicos. As análises de mercado permitem que centos de empresas, se posicionem confortavelmente em diferentes partes do mundo, desenhando estratégias de mercado para chegar mais facilmente a certos contextos públicos.

Atualmente na América Latina segundo Sparano (2014, p. 95-106), o tema de empreendedorismo a tido um forte impacto em países como Peru, Chile, Brasil, Argentina, Uruguai, Colômbia e México; o que significa a geração de empregos, na gestão de projetos, ademais da visibilidade no contexto internacional, na aposta pelo desenvolvimento social de país.

Apesar dos avances em termos de empreendimento na América Latina, os empreendedores têm pouca invenção (De la Torre, Poveda y Rodriguez, 2014). Nesta direção, a visão de criar a empresa encontra-se fortemente permeada pela ideia de criar negócio, questão que só procura sustentar as necessidades imediatas, e não gera expectativa alguma de inovação na maioria de casos.

Ao respeito Lederman et al (2014, p. 3-6), afirmam que existem muitas empresas e pouca inovação, o que implica, o aumento do

fenômeno da propagação de jovens empresas, que geram só emprego, e com o qual, o ambiente contratual, está vinculado unicamente como elemento que favorece o empreendedorismo e a inovação, não sendo suficiente, sem o desenvolvimento de políticas públicas que contribuam a formar um capital humano, aumentar a concorrência, melhorar a logística e a infraestrutura, entre outros.

Por outro lado, na perspectiva da engenheira, nós poderíamos estar falando de um desenvolvimento do conhecimento científico em termos de inovação científica. Centos de universidades pesquisam e desenvolvem novos conhecimentos, que proveitosos para vários grupos específicos, entram na lógica empreendedora. Grupos de pesquisa como os liderados pelo engenheiro Edgar Dutra Zanotto da Universidade Federal de São Carlos – UFSCar do departamento de engenharia de materiais desenvolvem pesquisas em materiais vitreocerâmicos, usados na fabricação de espelhos para telescópios gigantes, substratos para discos rígidos e laptops, pisos de luxo que imitam pedras raras, dentes, potes transparentes resistentes, placas de choque térmico, modernos fogões elétricos e demais, entrando ao campo empreendedor no meio da lógica da inovação e o desenvolvimento social, lógica que procura ir muito mais lá, por exemplo, do campo nacional brasileiro, destacando-se para este caso, associação com a Universidade de Florida para o desenho experimental de uma bio-vitroceraâmica, útil para produzir pequenos ossos humanos, licença outorgada a finais de 1990 pela empresa estadunidense American Biomaterials.

De acordo com Dutra Zanotto (Pesquisa, 2012, p. 1):

No processo de patenteamento, por ingenuidade nossa, fomos identificados apenas como os inventores do produto e não como os titulares –aqueles que são os detentores dos direitos sobre a patente (...) Tivemos um papel fundamental na inovação, mas nunca recebemos um tostão de royalties. Aprendemos uma valiosa lição e já tomamos as devidas providências para evitar repetir tal erro. (parr.2)

Detrás de dita realidade, existe uma questão preocupante, pois o desarrollo e a criação de empresas somada à evasão de impostos, gera um mal-estar com relação à informalidade, donde o empreendedor e o negociante jogam em algumas ocasiões o mesmo papel (Gómez, 2013). As expectativas de comercialização de produtos na que involucra-se a formação de empresas, há resultado ser também bastante complexa para alguns grupos sociais, culturais e particulares que intentam fortalecer a suas dinâmicas empresariais.

Uma questão preocupante subsiste a raiz do desenvolvimento e a criação de empresas: a evasão de impostos, e dizer, a informalidade, onde empreendedor e negociante jogam quase o mesmo rol (Gómez, 2013). Nesta perspectiva, a comercialização de produtos no que involucra-se a formação de empresas resulta ser complicada e informal, apesar de que prevalecem em alguns contextos específicos ao redor de certos grupos sociais e culturais particulares que fortalecem suas dinâmicas comerciais.

A construção ou criação deste tipo de dinâmicas comerciais mergulha aos empreendedores e negociantes, no desconhecimento de políticas públicas tais como a oferta, a demanda de impostos, aluguéis, pagamentos de salários, direitos do trabalhador, horários de trabalho e outros. A educação do público frente ao desenvolvimento de negócios empreendedores é fundamental na sociedade, como manifesta Sarkar (2010): “Apesar dos traços empreendedores serem mais prevalentes nalguns indivíduos do que noutros, o empreendedorismo pode ser promovido, onde os traços empreendedores podem florescer” (p. 76).

Em outras palavras, deveria fomentar-se uma educação empreendedora; políticas que ajudem a sustentar propostas empreendedoras a largo prazo, com a finalidade de incentivar empresas nacionais comprometidas com o desenvolvimento de cada país. Esta proposta em particular na Colômbia fica obscurecida nos últimos anos ao ressaltar a importância de empresas estrangeiras em detrimento das nacionais.

Deste modo, as definições sobre empreendedorismo são variadas. Particularmente neste estudo, o conceito de empreendedorismo, está ligado a uma estratégia de negócio, onde surgem as inovações. Porém, Sparano (2014) argumenta que:

Quando se fala de empreendimento, deve-se pensar num processo metodológico e sistêmico, mediante as atitudes das pessoas, as atividades que realizam e as aspirações para o futuro, que através de uma série de etapas, se podem chegar aos objetivos traçados. O anterior permite que estas metodologias, concentrem-se no foco empreendedor, tratando de identificar e descrever as atividades que podem exercer estas pessoas dentro da região. (p. 97)

O empreendedorismo que vão da mão com as estratégias de negócio, tem sido reflexionado por Chiavenato (2007) assim: “O espírito empreendedor envolve emoção, paixão, impulso, inovação, risco e intuição. Mas deve também reservar um amplo espaço para a racionalidade. O balanceamento entre aspectos racionais e emocionais do negócio é indispensável” (p. 7).

Cada empreendedor significa e resinifica sua atividade constantemente. O selo característico de seu produto se torna uma forma de empreendimento, onde se faz pagamento pela marca e o símbolo do que representa o selo na consolidação do objeto no mercado.

As dinâmicas empreendedoras dos ferreiros na Colômbia

Na Colômbia ao igual que acontece em vários países ao redor do mundo, os produtos elaborados durante anos por artesãos, caracterizaram-se por técnicas tradicionais aprendidas e praticadas durante anos, muitas das quais são transmitidas de geração em geração como no caso dos ferreiros e ourives. Faz pouco tempo entre os artesãos, cada produto elaborado manualmente, diferenciava-se um de outro, pela destreza técnica de cada artesão. Nesta relação, nenhuma produção era similar a outra,

pois os golpes do martelo e a bigorna nos ferreiros para dar forma aos produtos, estabeleciam a diferença em relação com o arte que cada artesão produzia.

Contudo, a destreza manual do artesão diferenciada pela técnica foi mudando através das dinâmicas sociais, políticas e econômicas, culturais e demais que se foram involucrando em meio da cotidianidade espacial e temporal do desenvolvimento e o progresso das cidades (Cantor, 1990, p. 50- 64). Este fato pode dever-se em grande medida, à aparição de novas tecnologias e a expansão da mesma como imaginário de progresso e desenvolvimento social.

O caminho para <<um novo artesanato>>, abriu passo ao comercio, onde as técnicas, os produtos e a destreza manual, foram substituídos por viabilidade, comercio e praticidade. A luta havia comentado. Novos produtos trazidos de afora em algumas regiões de Colômbia, empezaram a pôr de lado, as artesanais que estiveram tempos atrais, à vanguarda espaciotemporal da época. Muitas das novas inovações tecnológicas começaram a competir fortemente nos mercados, pois coisas mais eficientes eram conseguidas a menores custos.

Desta forma o artesão involucrou-se na dinâmica empreendedora e depois comercial, pois num começo, ofereceu sua mão de obra e destreza de técnica mais barata, e depois, se inseriu fortemente nas lógicas empreendedoras. Este trânsito entre o progresso e o desenvolvimento das cidades, ajudou à metamorfoses entre o artesão e o empreendedor (Etienne-Nugue, 2009, p. 37). Contudo, características como a durabilidade a longo prazo dos produtos fabricados antigamente e os de hoje, tem gerado todo tipo de reflexão, entre as quais se encontram a contaminação e a obsolescência de produtos feitos solo para beneficiar a economia do empreendedor e não do comprador. Suma-se ademais que muitos produtos atualmente tendem há durar menos tempo, como uma estratégia para adquirir o seguinte e depois o seguinte.

Por outro lado, alguns historiadores assinalam que o liberalismo económico do artesanato na Colômbia durante a segunda metade do século XIX referente à “revolução do meio século” não gerou uma classe empresarial moderna, devido ao escasso desenvolvimento técnico das fabricas artesanais, pelo que dotarem-se estratégias de sobrevivência para manter os ofícios artesanais (Cantor, 1990, p. 4-6, 43).

De acordo com Cantor (1990, p. 46-49), reconhece-se que as limitações técnicas e produtivas dos artesanatos referentes à livre-mudança não afeto da mesma maneira a todas as regiões na Colômbia, já que em cada uma, existiam situações particulares, na que influiu o isolamento geográfico, a inexistência de vias de comunicação, o tamanho dos mercados, a possibilidade de não gerar produtos de exportação, entre outros.

A evolução económica na Colômbia desde o século XIX considera quase a adopção da livre-mudança, significou a destruição das oficinas de artesanatos como unidade económica e, por conseguinte, dos artesãos como classe social (Cantor, 1990; Vargas, 1972; Ospina, 1974; Jaramillo, 1964). Deste modo, Cantor (1990) argumenta que: “Os artesãos não queriam perder sua propriedade para não deixar-se atropelar pelo comercio estrangeiro, e para não engrossar as filas dos vagos e necessitados” (p. 53).

As sociedades constituídas foram base de organizações artesanais, onde a partir do ano 1854, adquiriram uma forma de carácter más fechado, particularmente na Cauca se conheceu como Sociedade Republicana do Cauca (Cantor, 1990, p. 56, 61). Algumas destas organizações solidificaram-se, entretanto outras se desvaneceram quedando só alguns registros bibliográficos. Desta situação os organismos internacionais políticos procuraram que as formas grupais de artesanato mantiveram-se vigentes como; por exemplo, a AECID com a Fundação Escola Talher em algumas zonas do território na Colômbia.

A mudança de artesão a empreendedor na Colômbia, iniciaram-se, quando o artesão, empezo e deixo de participar ativamente do

panorama político e da imersão do ofício artesanal, como forma de desenvolvimento econômico e tecnológico do país. Nesta relação, a participação política do artesão colombiano, teve um processo distinto ao europeu, sendo considerada uma classe econômica influente, posto que a arte da ferraria houvesse alcançado a categoria da Arte verdadeira e corporações gremiais como; por exemplo, das França nas que participavam ferreiros e serralheiro (Cazenave e Espinar, 1944).

Atualmente um artesão o empreendedor colombiano articulado com as dinâmicas políticas, sociais e econômicas do estado conforma sua pequena ou mediana empresa mediante seus ativos e o número de empregados conforme ao acordo legal do PME e a lei N° 590 do ano 2000 modificado pela lei N° 905 do ano 2004. Estas políticas estatais estabelecem o apoio aos empreendedores na fase inicial de seus projetos, incluindo a orientação educacional e em primeira instancia parte do financiamento econômico.

Entre as entidades de apoio que tem o empreendedor encontramos na Colômbia, El Servicio Nacional de Aprendizaje SENA vinculado ao Ministério de Trabalho, criado no ano 1957, iniciativa conjunta de trabalhadores organizados, empresários, a igreja católica e a Organização Internacional do Trabalho OIT (Sena, 2012). Adicionalmente, estão as plataformas como Innpulsa, Fondo Emprender, Mundo Mujer, Apps.co, entre outras, cuja intencionalidade é fortalecer as ideias inovadoras mediante propostas de apoio econômico e técnico.

Ainda que, o florescimento de empresas que perduram na atualidade como iniciativas de negócio, fecham suas portas ao pouco tempo de abri-las, a consequência, que não geram suficientes ingressos, para manter-se, dentro das políticas propostas pelo mercado, isto sem contar, que dito projeto empreendedor, não permitem viver a quem executa-los independente, e resultam supeditados ao capital produzido (Díaz, 2010, parr. 8)

Este caso é frequente nas regiões como na Cauca, onde ferreiros hoje forjadores, tem iniciado suas próprias empresas, supedita-

dos ao capital produzido, com relação ao capital invertido. Os artesanatos neste aspecto cruzam o limite, entre o trabalho manual, e a produção técnica; esta dinâmica é interessante, já que os artesãos começaram a formar um rol direcionado à ideia de identidade nacional, que antes, não existia, para lograr manter assim, suas ideias empreendedoras.

Historicamente, na segunda metade do século XX a ideia de produção artesanal, como lógica simbólica, empezó a fazer parte do imaginário coletivo, o que hoje se conhece como <<Colombianidad>> (Ramírez, 2011). A reconstrução do discurso político da identidade nacional joga para o artesão colombiano, um rol determinante, na exportação e visibilização de seus produtos comerciais, em relação com as marcas e desenhos. Uma mostra disso, o reconfiguram as Artesanías de Colombia ou também Corseda, quem utilizam o imaginário nacional para outorgar-lhe a seus produtos, certas categorias vantajosas em relação às demais empresas ou projetos empreendedores.

A cultura resinificada na noção empreendedora do artesanato

A importância dos metais na história teve distintas repercussões culturais no âmbito de aportes tecnológicos que incentivaram o avanço de técnicas e ferramentas que manipuladas, transformam o metal em arte. Mitos, guerras e lendas reconfiguram o imaginário dos metais como veículos de significação através de ferramentas como utensílios de trabalho, adornos de rituais, armas, ferraduras e ferragens. Este vantagem permitiu que a metalurgia do bronze e o ferro, até a ourivesaria de prata e ouro constituíram-se para as sociedades, em fontes indispensáveis dos avanços tecnológicos (Banco de la República, 2017).

O processo de circulação e comercialização de produtos culturais na Latino América, pode apreciar-se originalmente em alguns grupos indígenas através de distintos tipos de adornos rituais como o manifesta (Coesta e Robira, 1982).

As produções técnicas, atravessadas por ferramentais e técnicas de ferreje que foram introduzidas pelos espanhóis depois da conquista (Neve & Herrera, 1989), materializaram-se em <<obras>>, os ofícios de ensino, formaram o artesão de aprendiz a maestro, permitindo-lhe participar da destreza de sua técnica. O reconhecimento da destreza técnica iniciou a instancia empreendedora, já que começou a cobrar por seu labor, permitindo-lhes, posicionar-se socialmente numa classe econômica confortável. Nesta relação, durante a independência na Colômbia liderada por Antonio Nariño e Camilo Torres nas colônias espanholas e com a visão de incrementar as expectativas de vida, se iniciaram processos educativos nas escolas de artes e ofícios (Mayor, Quiñones y Barrera, 2013). Neste contexto, o desenvolvimento dos ofícios artesanais deu-se através de ‘tertulideros’¹ muito conhecidos em várias cidades na Colômbia. Estes sítios muito frequentados antigamente e de acordo com Santa (1998) eram centros de reunião, instituições fundamentalmente sociais sem as quais era impossível explicar a vida econômica e social do lugar.

As oficinas nos que os artesãos praticavam num princípio seu ofício, foram mudando até se tornar algumas em indústrias e fábricas, enquanto outras desapareceram do âmbito Nacional Colombiano, consequência da morte de artesãos que não conseguiram transmitir seu ofício a outra geração, economia fraca, ou simplesmente, artesãos vencidos ante as novas tecnologias inseridas no mercado. Esta correspondência mudou as destrezas técnicas e a relação do uso de maquinaria como uma alternativa para melhorar seus trabalhos manuais.

Frente a este panorama e as demandas de trabalho para a reconstrução de vias, pontes e demais, criaram-se as Escolas de Artes e Ofícios. Os ofícios artesanais do forjador impactaram ao grau de que fosse possível, a criação de instituições, fundações

1 Locais onde se organizavam reuniões informais e quase periódicas. Normalmente se acostumavam a reunir pessoas interessadas em falar, informar-se e compartilhar opiniões de diferentes temas.

e conventos, dedicados exclusivamente ao ensino de ofícios artesanais, muitos criados por comunidades católicas ou comunidades religiosas (Mayor et al, 2013).

De acordo com Mayor et al. (2013), as Escolas de Arte e Ofícios permitiam aceder a uma sociedade do conhecimento, derivadas das necessidades de ampliar a cobertura dos manuais educativos, desenho e produção de máquinas, utensílios para fazer os lugares familiares mis cómodos, criação de infraestrutura necessária. Este contato, entre a educação e a destreza técnica, género participação dos artesãos em ramas como a construção de pontes de ferro, abertura de caminhos, desenho de coronas de oro e joias, entre outras.

Com o tempo, as Escolas de Artes y Ofícios passarem a fazer parte das universidades e centros de ensino, formando artesãos destros num ofício; ainda que, estas práticas educativas, foram relegadas e substituídas, até quase, desaparecer. A educação superior começou a substituir sistematicamente, as Escolas de Artes y Ofícios, gerando carreiras profissionais que incentivaram mais a atenção de um público maior através de recompensas salariais e reconhecimento social (Mayor et al., 2013).

Esta mudança alterou a consolidação de ofícios manuais pela consolidação de uma educação mais formal, contudo, algumas Escolas continuaram trabalhando em diferentes regiões do país, em conjunto com algumas universidades, até finalmente se tornar independentes, e criar instituições como o SENA, encargada de ministrar cursos para a educação técnica e tecnológica na Colômbia.

A mudança de oficinas a fábricas na transição tecnológica entre 1860-1960 também foi importante. Num começo, artesãos como os ferreiros trabalham na construção de pontes de ferro, ou na construção de vias. Os inicios do artesão na dinâmica social do empreendedorismo tornar-se também vivível, a partir de sucessos como a imersão dos trabalhadores nas fábricas, ou o ideal de negócios próprios para continuar com seu trabalho.

No imaginário de cidade na Colômbia, o mestre era o artesão. Um trabalhador do ofício que era comumente conhecido pela maioria de habitantes, dependendo a extensão da cidade. Ainda assim, as dinâmicas empreendedoras foram inevitáveis, sobre todo, porque se dilucidava uma realidade mais na vanguarda da tecnologia, Alguns artesãos criaram o imaginário de maestros do ofício artesanal em algumas cidades, e terminaram seus dias, com os mesmos clientes que já conhecia a eficiência de seus trabalhos; mas outros, fecharam a causa da imposição de novas marcas que apesar de não ser melhores, se converteram em tendências do momento, adquirindo outros tipos de valores simbólicos. Depois de que as dinâmicas sociais mudaram a realidade do artesão, estes potencializaram sua arte como estratégia de negócio, competindo desde suas oficinas contra os produtos vanguardistas que eram traídos a baixos custos. Esta relação gerou uma mudança sobre as técnicas artesanais e novas estratégias de empreendedorismo social.

De acordo com De La Pedraja Tomán (1986), começaram então a figurar dentro do território colombiano, grandes indústrias que manipulavam metais como o ferro, entre as que se destacam o FEDEMETAL (Federação Metalúrgica da Colômbia), entre outras, cujos registros, remontem-se desde 1968 até hoje, vigente no mercado industrial. Lugares como estes produziam materiais como tubos metálicos, lâminas, utensílios de cozinha, parafusos, e demais que foram deslocando as técnicas manuais do artesão ferrador.

Assim, o artesão empreendedor foi surgindo da competência de dinâmicas como estas, uma que se tornou desigual e que até agora mantém o mesmo cause. Hoje, indústrias mais publicitadas na venda de ferro o metais, publicitam seus produtos através de catálogos, enquanto os artesãos empreendedores desenham seus próprios catálogos comerciais com fotografias próprias de seus trabalhos. Em outras palavras, este cause histórico estava formando dentro da categoria social dos artesãos, um caminho empreendedor.

Considerações Finais

Os desenvolvimentos empreendedores que procuram permanecer no mercado comercial de forma permanente têm mudado para o caso dos artesãos, as dinâmicas com as quais se reflexionava a manufatura dos produtos ou objetos, no caso dos ferreiros, hoje forjadores. Nos últimos anos, questão como a noção empreendedora por parte dos artesãos há funcionado como estratégia comercial, para contribuir na lógica social do modelo de inovação e progresso em vários contextos. Entretanto no percurso do artesão a empreendedor, varias técnicas e tecnologias têm mudado consideravelmente. A consolidação de uma nova técnica o tecnologia, no desenvolvimento empreendedor, continua mudando as representações simbólicas do que são participes os artesãos nas cidades, povoados ou regiões na Colômbia.

Por outro lado e de acordo com Vesga (s.f), o avance da inovação em termos de desenvolvimento social, colocaria a Colômbia no marco competitivo de América Latina e também no contexto global. A construção de empresa, é uma tarefa arriscada, para quem têm trabalhado, num sector tradicional. Os artesãos empreendedores tem uma tarefa difícil, porque não só devem procurar permanecer no mercado, senão que devem satisfazer as demandas de produtos, em um mercado de consumo massivo. Está dinâmica empreendedora tampouco é inalcançável, pois a impulsado a centos de artesãos, no tema da inovação e a competitividade, dentro incluso de campos produtivos mais abrangentes.

No caso de artesãos como joalheiros, estamos presenciando uma participação destes no âmbito da moda e para o caso dos ferreiros ou forjadores, em temas como a construção de edificações modernas, janelas, portas e demais, onde as dinâmicas simbólicas são completamente inovadoras e diferentes. Casas de joias são publicitadas pelos meios tecnológicos, ao igual que belas construções em ferro e ornamentos em cobre, bronze ou outra alheação, aludindo à extravagancia de lugares por sua beleza arquitetônica. Nesta direção, o conceito de beleza, faz parte das

ideias empreendedoras que regata o artesão como empreendedor, ressaltando a ideia tradicional para poder inserir-se nas lógicas do mercado comercial de produção.

Os novos artesãos empreendedores participam na sociedade com um rol diferente, já que tem por objetivo a criação de um valor social comercial, que se distingue do empresário. Assim, enquanto que o artesão comum comercializa sua destreza técnica com seus clientes ou os compradores, os empresários arriscam seu capital monetário; ambos, negócios visionados de formas diferentes. De acordo com Formichella (2004, p. 4): um empreendedor é alguém “capaz de criar algo novo o de dar um uso diferente a algo já existente, e dessa forma gerar impacto em sua própria vida e na comunidade onde habita”.

Existe na Colômbia finalmente hoje, um movimento intenso por parte dos artesãos por construir desde sua arte, uma identidade própria que os identifique e os construa como empreendedores. É a luta pelo reconhecimento, pôr criar um sistema de negócio empreendedor, que hoje, exacerba a identidade nacional e a memória histórica de centos de características que aludem ao nacional. A consolidação da figura do nacional integrado nos objetos criados outorga o selo de tradicional e comercial nos artesãos de diferentes regiões do país.

Esta é a estratégia empreendedora dos artesãos, sem ressaltar a transformação técnica do desenho e uso de novas ferramentas. Este artesão empreendedor luta por seu marca o reconhecimento, afastando-se pouco a pouco da noção e característica mesma do ofício. Em outras palavras, o artesão é hoje é mais empreendedor que artesão mesmo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bandura, A. (2005). The evoluciono f social cognitive theory. Em Smith & Hitt, *Great minds in management. The process of theory of development*. New York: Oxford University Press.

Bandura, A. (1997). *Self – efficacy: The exercise of control*. New York: Freeman.

Bessant, J e Tidd, J. (2009). *Inovação e Empreendedorismo: Administração*. São Paulo: Bookman Editora

Fiorin, M; Marques, C; Machado, H. (2011). *Empreendedorismo e Inovação: Análise dos índices de inovação dos empreendimentos brasileiros com base nos relatórios do GEM de 2006, 2007 e 2008*. Revista de Administração da UFSM. V. 3 (3), 411-423.

Cantor, R. (1990). *Liberalismo económico y artesanado en la Colombia decimonónica*. Boletín cultural y bibliográfico. V. 27 (22), 47-65.

Cazenave, L; Espinar, J. (1944). *Los Oficios a través de los Tiempos*. Buenos Aires: Atlántida.

Chiavenato, I. (2007). *Empreendedorismo. Dando asas ao espírito empreendedor*. São Paulo, Brasil: Saraiva.

Chih, L. (2005). Empreendedorismo Tecnológico. Em Chih, L (presidência). *XXV Encontro nacional de Engenharia de Produção*. Empreende (Centro de empreendedorismo tecnológico e inovação da escola da engenharia da UFMG). Encontro realizado em Porto Alegre, Brasil.

Coesta, M; Salvador, R. (1982). *Museo de América. Los Trabajos*

en Metal en el Área Andina. España: Ministerio de Cultura- Patronato Nacional de Museos.

De La Pedraja Tomán, R. (1986). *Fedemetal y la Industrialización de Colombia*. Bogotá: Bogotá Fedemetal.

Etienne-Nugue, J. (2009). *Hablame de la Artesania*. Francia: UNESCO / Nouvelle Arche de Noé Editions.

Formichella, M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. Buenos Aires: Instituto Nacional de Tecnología agropecuaria.

Geertz, C. (2003). *La Interpretación de las Culturas*. Barcelona: Gedisa.

Hisrich, R.; Peters, M. (2004). *Emprendedorismo*. Brasil: Bookman.

Jaramillo, J. (1964). *El Pensamiento Colombiano en el Siglo XIX*. Colombia: Temis.

Kuhn, T. (1971). *La Estructura de las Revoluciones Científicas*. México: Fondo de Cultura Económica.

Lederman, Messina, Pienknagura y Regulini. (2014). *El emprendimiento en América Latina. Muchas empresas y poca innovación*. Washington: Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento / Banco Mundial.

Mayor, A; et al. (2013). *Las Escuelas de Artes y Oficios en Colombia 1860-1960*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.

Mayoral, L y Salvador, C. (2014). Emprendedorismo tecnológico y género em la Argentina: Factores determinantes em la percepción de auto-eficacia emprendedora. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas*. Vol. 12 (2), 97-108.

Menezes, R. (2013). *O Emprendedorismo Tecnológico como*

Construção Social: A experiência de incubação de empresas de tecnologias da informação do Parque Tecnológico da Paraíba (Tesis de doctorado, Paraíba Universidad Federal de Campina Grande). Recuperada de <http://www.ufcg.edu.br/~ppgcs/wp-content/uploads/2013/05/PPGCS-UFCG-Tese-de-Doutorado-Robert-Menezes-2013.pdf>

Ospina, L. *Industrias y Protección en Colombia*. Colombia: Oveja negra, 1974.

Perfeito, J; et al. (2004). Empreendedorismo como disciplina en las universidades: un abordaje de la enseñanza en los cursos de administración en el Estado de Santa Catarina–Brasil. En *The Entrepreneur and Starting up New R&D&I Businesses, Valencia*. El emprendedor innovador y la creación de empresas de I+D+I. Valencia: Universitat de Valencia, V. 1, 479-493.

Ramírez, D. (2011). *Colombia Artesanal. Disputas por una Colombianidad desde la Producción Artesanal*. Colombia: Pontificia Universidad Javeriana.

Neve, E & Herrera, R. (1989). *Listado General de Oficios Artesanales*. Colombia: Ministerio de Desarrollo Económico- Centro de Investigaciones y Documentación CENDAR.

Santa, Eduardo. (1998). *El Libro de los Oficios de Antaño*. Colombia: Academia Colombiana de Historia.

Saffioti, W. (2007). *Livro de Transcrições. Ciclo de Conferências e Debates em Empreendedorismo e Inovação Tecnológica na Regional IEWS*, Brasil: 16° Encontro de SBQ- Regional Interno Paulista.

Salvador, C y Morales, J. (2009). Autoeficacia emprendedora en jóvenes mexicanos. ¿Cómo afecta la satisfacción vital y la inteligencia emocional percibida? *Revista Interamericana de Psicología*. Vol. 43 (2), 268-278.

Sandroni, P. (1994). *Novo Dicionário de Economia*. Brasil: Editora

Best Seller.

Sennett, Richard. (2009). *El artesano*. Barcelona: Editorial Anagrama.

Schutz, A. (1970). *Alfred Schutz on phenomenology and social relations*. Estados Unidos: University of Chicago Press.

Snow, CH. (1995). *Duas Culturas: e Uma Segunda Leitura*. Brasil: Universidade de São Paulo.

Sarkar, S. (2010). *Empreendedorismo e Inovação*. Brasil: Escolar Editora.

Sparano, H. (2014). Emprendimiento en América Latina y su Impacto en la Gestión de Proyectos. *Revista Dimensión Empresarial*. Vol. 12 (2), 95-106.

Simón, V; Revuelto, L y Medina A. (2012). *La Influencia de la Información, la Experiencia y la Motivación para Emprender en la Supervivencia de las Empresas de Nueva Creación*. Brasil: Universidad Federal de Santa María. *Rev. Estudios Gerenciales*. Vol. 28, Edición Especial, p. 237-262.

Vargas, G. (1972) *Los Artesanos y el Socialismo*. Colombia: Oveja Negra.

Villlota, M. (2018) *Os fundidores do Metal na Colômbia e no Brasil: Um Estudo Transversal em Popayàn e São Carlos no Campo CTS*. Brasil: Universidad Federal de São Carlos.

Páginas da Web

Banco de la República. (2017). Las colecciones y sus artífices. *Banrepcultural*. Recuperado de <http://www.banrepcultural.org/coleccion-arqueologica/las-colecciones-y-su-artifices>

Díaz, Javier. (2013). Realidades y estadísticas acerca del frac-