



LUKAN

Vol.8

2025-1

Editora:

Gysela Katherine Arroyo Andrade

Comité editorial:

Gysela Katherine Arroyo Andrade
Mauricio Barrantes Chavarro
Pamela López (Asesora externa)
Harvey Mardu Murcia Quiñones
Leonardo Páez Vanegas
Victoria Eugenia Peters Rada
Jaime Romero Guáqueta
Luis Enrique Taboada Rojas

Unidades asociadas:

Escuela de Comunicación, Artes Visuales y Digitales
Escuela de Diseño
Grupo de investigación Diseño, Artefacto y Sociedad
Grupo de investigación CEC Comunicación Estratégica y Creativa
Semillero de Diseño, Artefacto y Sociedad

Periodistas:

Isabella Hurrele
Dusty Torres
Daniela Ávila
Santiago González
Camila Rico
Camila Vargas
Mónica Vidal
Adriana Sofía Chavarro Motta
Laura Camila Robles Ortiz
María José Guzmán Alfonso
María Alejandra Quintero Pineda
Diego Alejandro Castiblanco Bernal

Fotógrafos:

Dusty Torres
Isabella Hurrele
Denisse Hurrele
María Fernanda López
Mónica Vidal
Adriana Sofía Chavarro Motta
Laura Camila Robles Ortiz
María Alejandra Quintero Pineda
María José Guzmán Alonso
Diego Alejandro Castiblanco Bernal

Corrección de estilo:

Gysela Katherine Arroyo Andrade

Diseñadoras:

Eimmy Natalia Bedoya Villarraga
Michell Sophia Aguilar Laiton
Luna Sofía Lozano Machuca
Mariana Ávila Contreras

Dirección de diseño editorial:

Victoria Peters Rada
Jaime Romero Guáqueta

Director Editorial Poli:

Eduardo Norman Acevedo

Foto de portada y sección Editorial Fotográfica:

Fotógrafos:

Alejandro Cáceres Linares
María José Bernal Cajamarca
Juanita Bahamón Cubillos
Laura Camila Pinto Rivera

Modelos:

Laura Camila Vásquez Beltrán

Dirección fotográfica:

Alejandro Merchán Barrios

Vol. 8

Año. 7

Junio - 2025

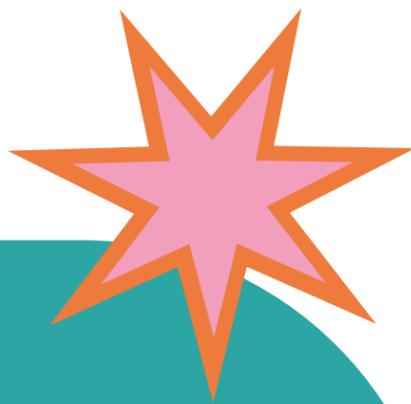
Bogotá, Colombia

Todos los derechos reservados

No se permite la reproducción total o parcial de esta obra, ni su incorporación a un sistema informático, ni su tratamiento en cualquier forma o medio existentes o por existir, sin el permiso previo y por escrito de la Editorial de la Institución Universitaria Politécnico Gran Colombiano. Para usos académicos y científicos, la Institución Universitaria Politécnico Gran Colombiano accede al licenciamiento Creative Commons del contenido de la obra con: Atribución - No comercial - Sin derivar - Compartir igual.

El contenido de esta publicación se puede citar o reproducir con propósitos académicos siempre y cuando se dé la fuente o procedencia.

Las opiniones expresadas son responsabilidad exclusiva del autor(es) y no constituye una postura institucional al respecto. La Editorial del Politécnico Gran Colombiano pertenece a la Asociación de Editoriales Universitarias de Colombia (ASEUC).



LA MODA ANCESTRAL Y EL SABER ARTESANAL: MEMORIA, RESISTENCIA Y FUTURO

Por: **Gisela Arroyo Andrade**

La industria actual de la moda, como resultado de un contexto marcado por la velocidad, la estandarización y el consumo, genera prendas masivas y homogéneas que carecen de lo que Walter Benjamin llamaba “el aura”. Bajo este contexto, esta primera edición de Likan de 2025 propone una reflexión al respecto, una pausa para mirar con otros ojos aquello que la industria y los consumidores suelen pasar por alto: el proceso pausado y artesanal. Las manos que toman medidas, cortan, tiñen, cosen e hilan. Aquellas que materializan la memoria a través de prendas, de tradición y contemporáneas, que muestran un trabajo que en el contexto actual es disruptivo y resistente. La edición inicia con un reportaje sobre Mancueros, una pequeña empresa dedicada a la producción de artículos de cuero que destaca el trabajo dedicado de dos emprendedores que apuestan por la calidad, la cercanía con el cliente y el compromiso con un oficio.

El segundo artículo difunde los resultados del proyecto de investigación *Entre Oro y Solsticios*, una forma de creación que conecta con las raíces donde el saber ancestral, desde la simbología precolombina, se proyecta en clave contemporánea y sostenible. El proyecto muestra la moda como un elemento profundamente simbólico, contextual y cultural; como un puente entre el pasado y el presente.

En la sección *Personajes* contamos con un perfil y dos crónicas que nos presentan a tres personajes excepcionales. El primero recoge el trabajo arduo de una mujer comprometida con el rescate de las raíces culturales de su país: Olivia Meza, editora de *Meow Magazine* en México, visibiliza el trabajo realizado por artesanas indígenas y reconoce los oficios textiles como una forma de arte. Su enfoque y la línea editorial de su revista amplifica y

descentraliza la mirada de la moda industrializada y la lleva hacia las artesanas, artistas, como las llama, visibilizando sus voces como creadoras de piezas, arte y moda.

Y si hablamos de arte hablamos también de tradición. La primera crónica de esta sección contrasta el legado y el futuro de la sastrería a través del trabajo de dos casas de sastres: la de Enrique Rojas y Castiblanco *Bespoke*, lo que da cuenta de la sastrería como un oficio tradicional que resiste a la industrialización y que se proyecta hacia el futuro adaptándose a las lógicas contemporáneas sin sacrificar lo artesanal, lo particular. La segunda crónica nos presenta a Sebastián Arévalo y su marca *Memento*, quien conecta la moda y su trabajo artesanal con la historia personal y la memoria familiar.

El número cierra con un reportaje y una crónica que evidencian el sentido político, identitario y cultural que tiene la moda. El primero de ellos nos recuerda la importancia de reconocer y visibilizar el trabajo detrás de grandes marcas, y el segundo explora a través de una prenda tradicional del altiplano cundiboyacense como la ruana y cómo esta se convierte en símbolo de una comunidad que resiste desde el vestir.

Estos contenidos nos hablan de cómo esta edición de Likan apuesta por rescatar esa aura desvanecida de la que nos habla Benjamin: esa singularidad que surge de lo hecho a mano, de lo auténtico, de lo que está arraigado en la memoria, en la tierra y en las manos; del trabajo, como todos los artículos lo muestran, colectivo. Este número no solo documenta una forma de hacer moda, sino que invita a imaginar otra forma de habitar el mundo: una en la que vestir también sea una forma de recordar, de resistir y de pensar en nuevas formas de consumo.



CONTENIDOS

DESCUBRE

- 8 ENTRE ORO Y SOLSTICIOS:
LA MODA COMO OFRENDA VISUAL
AL PASADO PRECOLOMBINO
- 12 MANCUEROS:
TRABAJO DEL CUERO DE CALIDAD
HECHO A MANO

PERSONAJES

- 18 OLIVIA MEZA:
LA VOZ QUE REDEFINE EL
PERIODISMO DE MODA EN MÉXICO
- 22 EL ARTE DE LA SASTRERÍA:
ENTRE TRADICIÓN
Y MAESTRÍA ARTESANAL
- 28 DE LA AUSENCIA AL PROPÓSITO:
MEMENTO COMO TRIBUTO

EDITORIAL FOTOGRAFICA

- 34 NUESTRO TERRUÑO:
VESTIGIOS DE NUESTRA INFANCIA

EN PODER

- 44 TRAS LAS COSTURAS:
ARTESANOS INVISIBLES
EN LA MODA COLOMBIANA
- 48 TEJIENDO IDENTIDAD:
LA RUANA Y EL ALMA
DE CUCUNUBÁ

DESCUBRE



ENTRE ORO Y SOLSTICIOS

LA MODA COMO OFRENDA VISUAL AL PASADO PRECOLOMBINO

Por: Camila Rico, Camila Vargas y Mónica Vidal

Eclipse. Fotografía: Angie Mora.

Inspirada por la riqueza simbólica de la orfebrería precolombina, la diseñadora colombiana y docente del LCI Bogotá **Angie Mora creó *Entre Oro y Solsticios***, una colección de moda con una propuesta visual diferente que nació como resultado de un riguroso proyecto de investigación sobre la orfebrería precolombina que tenía como propósito fortalecer el legado cultural. El proyecto fue desarrollado en la ciudad de Bogotá y **presentado a finales del año 2024 en el Museo del Traje**, en esta exhibición se pudo observar la reinterpretación del patrimonio ancestral a través de tres conceptos clave: cosmos, conexión y transformación.

La inspiración que dio vida a *Entre Oro y Solsticios* surgió de una preocupación por parte del fotógrafo Iván Benavides y de Angie, quienes tomaron la decisión de profundizar en la riqueza simbólica de la orfebrería precolombina a partir de los tres conceptos mencionados. El proceso de transformación de estos elementos fue motivado por el deseo de crear moda con identidad y un fondo simbólico: este trabajo entrelaza historia, sostenibilidad y arte en una narrativa visual contemporánea.

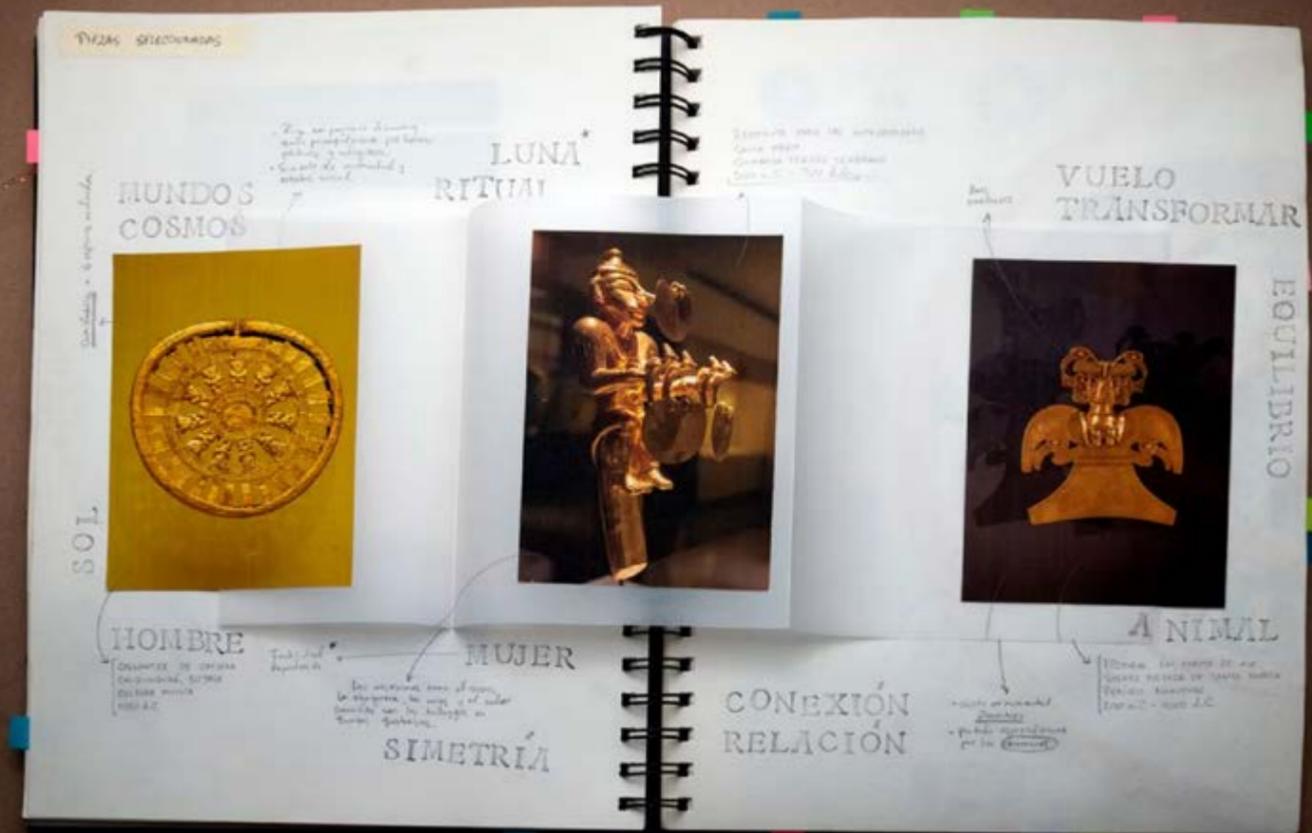
Los elementos que componen las piezas de esta colección surgen a partir de la observación profunda de algunas piezas del Museo del Oro, como por ejemplo un poporo en forma de cacica, unos

aretes redondos que representan el universo junto al cosmos y un pectoral en forma de ave del cual salió el diseño del *print* de una de las piezas. Cada prenda, tejido y color fueron seleccionados exclusivamente con el fin de narrar una historia de ofrenda, trance y transformación.

La colección, en lugar de ser duplicados de formas antiguas, produjo elementos novedosos manteniendo la esencia de estos símbolos. En piezas como la ruana, que está inspirada en la manta muisca, se demuestra que es posible rendir homenaje a la tradición sin caer en lo literal. “Una de las cosas que yo vi desde el comienzo, estudiando, investigando, es que sí que hay marcas que han tomado la orfebrería como inspiración, marcas más que todo de accesorios. **¿Y qué hacen estas marcas?** Simplemente replican las formas que ven, entonces el arete de espiral o el prendedor de pajarito, el collar en forma de yo qué sé, **¿esto que estamos viendo o el tejido de los hilos de oro lo replican?**.”



Piezas de la colección.
Fotografía: Mónica Vidal.



Proceso de investigación.
Fotografías extraídas de la página web del proyecto.



Angie Mora en el evento
Del símbolo al diseño
- Mayo 3 del 2025.
Fotografía: Mónica Vidal.

“ Desde un poporo en forma de cacica hasta un pectoral en forma de ave, la diseñadora Angie Mora realizó diferentes piezas de moda con las que nos muestra cómo se reinterpreta el legado precolombino en piezas contemporáneas sin caer en lo cliché. ”

Y yo decía, yo no quiero replicar, yo quiero entender a fondo, *¿qué significa ese círculo?, ¿qué significa esa ave?, ¿qué significa ese espiral para poder crear desde ahí?*, reflexiona Angie. Para esta colección fue muy importante el uso de los materiales y decidieron adoptar la sostenibilidad como responsabilidad ética. Hicieron uso de insumos como el algodón crudo, el patronaje cero desperdicios y reutilizaron los retazos de tal manera que construyeron un tejido que le dio forma a un atuendo importante. De esta manera realizaron el proceso de manera consciente, aportando a la reducción del impacto ambiental.

El proyecto liderado por Mora ha resonado de manera significativa con el público, conquistando un diálogo que relaciona pasado y presente. Nos invita a conectar y recordar nuestras raíces, a apreciar el patrimonio cultural que permite que se construya un futuro más sostenible, que es el valor más importante y el legado que marca el proyecto. Este nos muestra que la moda no solo brilla con las nuevas tendencias, sino también con el resplandor de la riqueza que nos dejaron nuestros ancestros y con el conocimiento de los solsticios.

El 3 de mayo de 2025 el Museo del Oro abrió un espacio donde se exhibió la colección y se llevó a cabo un taller en el que la diseñadora dio a conocer el origen de la inspiración, explicó brevemente su proceso y además mostró los productos finales de este proyecto. Este taller se transformó en un ambiente para establecer conexiones que fomentan el desarrollo del conocimiento personal y para reflexionar sobre el relevante tema de la apropiación del patrimonio cultural.

Para conocer más sobre el trabajo de la diseñadora Angie Mora pueden consultar su perfil de Instagram: @ammure. Para profundizar en el proyecto puedes visitar su página web <https://doriscaicedosalced.wixsite.com/entre-oro-y-solstici/acerca-del-proyecto>

MANCUEROS

TRABAJO DEL CUERO DE CALIDAD HECHO A MANO

Por: Isabella Hurre, Dusty Torres, Daniela Ávila y Santiago González

Fotografía: Isabella Hurre Puga.

13

“Cada vez es más difícil conseguir gente joven que quiera trabajar en esto.”

En un barrio tranquilo de Bogotá se escucha una tenue melodía de máquinas que se mezcla con la conversación pausada de los operarios. Allí, en un pequeño taller, Mancueros - fundado por Nelson y Nelson - lleva más de siete años transformando el cuero en productos de alta calidad.

La historia de esta fábrica comenzó con una oferta inesperada en 2019. “Trabajábamos con un señor que tenía un tallercito. Un día nos dijo que ya estaba cansado, que quería venderlo. Lo compramos y de ahí nació Mancueros”, cuenta Nelson Romero, uno de los socios fundadores.

La reputación que han venido construyendo a lo largo de estos años, así como el enfoque artesanal del trabajo de Nelson y Nelson, fue lo que llamó

la atención de diseñadores independientes que buscaban algo más que un proveedor: “llegué a Mancueros gracias a una recomendación dentro del gremio.

Desde el inicio me llamó la atención su compromiso con la calidad, la tradición artesanal. Elegí trabajar con ellos porque comparten mi visión de crear piezas atemporales”, explica Juliana Duarte Maldonado, diseñadora independiente que a través de su marca Zortelo, con una trayectoria de cuatro años en el mercado, vende y exporta artículos *Small goods* en cuero.

Hoy, con un equipo de diez personas que se ha ido consolidando con el tiempo, Mancueros ha logrado mantenerse firme en un sector complejo, impulsada por un modelo de negocio basado en la calidad y la colaboración.

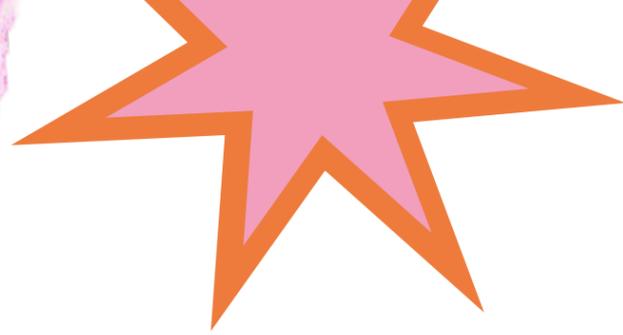
El proceso de producción de la marca mantiene viva una técnica que, como ya se ha mencionado, es en gran parte artesanal. Todo comienza con una inspección detallada del cuero, buscando imperfecciones naturales como picaduras o marcas ganaderas. A partir de ahí empieza la magia: el corte.

Este se hace de forma manual o través de diferentes troqueles según el tamaño de las piezas y ahí el artesano, con ayuda de una cuchilla, comienza a sacar los diferentes moldes. Como tercer paso está el desbaste, que se realiza con una máquina la cual cambia el grosor del cuero. Este desbaste se realiza en ciertas partes o piezas que necesitan tener un grosor específico para pasar al siguiente proceso que es el armado, donde, con ayuda de pegamentos especiales, martillos y diferentes pliegues manuales, se va dando la forma al diseño planteado, para finalmente pasar a costura y reforzar cada uno de los pegues realizados en el paso anterior. Las piezas van y vienen como si de un rompecabezas se tratara, hasta que finalmente toman forma.

“Trabajar con Mancueros ha elevado el estándar de mis productos. La experiencia y técnica de su equipo se reflejan en cada costura. También valoro mucho su flexibilidad para experimentar con insumos, lo que me permite ofrecer propuestas diferentes. Además, su cumplimiento en tiempos de entrega ha hecho posible que mi marca crezca con clientes más exigentes,” añade Duarte Maldonado.

Tratamiento del cuero. Fotografía: cortesía Daniel Lizarazo.





14

Fotografía: Isabella Harrie Puga

“Es como embonar un bolso desde adentro hacia afuera”, explican los fundadores Nelson Romero y Nelson Hernández. Aproximadamente el 60 % del proceso es manual: primero, el pegado; luego el entintado en el que, con ayuda de un “carrito” como ellos lo llaman, se aplica en detalle la pintura en los bordes de cada una de estas delicadas piezas y, finalmente, la verificación de acabados. Solo el desbaste y la costura principal que cumplan un 40 % del proceso se delegan a máquinas. Los insumos se consiguen, en su mayoría, en el barrio Restrepo, una zona tradicional de Bogotá dedicada a la marroquinería. Allí, entre ferreterías y pequeños talleres, se mantiene viva la cultura del oficio: “vamos al Restrepo casi todas las semanas. Ahí compramos herrajes, cremalleras, insumos...”, dice Nelson Romero.

En un contexto donde el consumidor cada vez exige más información sobre lo que compra esta transparencia se vuelve esencial: “el consumidor de hoy quiere saber quién está detrás de cada prenda o accesorio, cómo se hizo y en qué condiciones. El cuero, por ser un material duradero, pero también controversial, despierta especial interés”, añade Juliana Duarte.

Mancueros no diseña productos propios. Se enfoca en la maquila para marcas independientes como la de Juliana. Pero incluso en ese rol técnico hay una filosofía clara: la calidad no se negocia. “Si una costura está mal hecha, la pieza se cambia. Una puntada mal hecha en cuero deja marca. No se puede desconocer”, aclara Nelson Romero.

Antes el cuero era símbolo de lujo y durabilidad, ahora también debe demostrar que es ético y sostenible. Esto es especialmente importante para Nelson y Nelson y en esa medida implementan técnicas que evitan el desperdicio de agua, así como procesos sostenibles respecto a la energía que utiliza la fábrica como lo son las máquinas de coser con motores ahorradores, entre otros. Muchos consumidores eligen alternativas sintéticas sin saber que, en muchos casos, estas tienen un impacto ambiental incluso mayor. Para la fábrica Mancueros los pedidos van de 30 a 50 unidades, con entregas que oscilan entre dos y tres semanas. Si se puede reutilizar sobrante se hace.

Si no se desecha. El reto más grande no es el material, sino el talento humano. “Cada vez es más difícil conseguir gente joven que quiera trabajar en esto”, confiesan Nelson Romero y Nelson Hernández. La paciencia y destreza que exige este oficio parecen ir a contracorriente del ritmo actual.



15

Fotografía: Dusty Torres

Frente a los cuestionamientos que rodean a la industria del cuero, Mancueros tiene una respuesta clara: “con transparencia. No negamos las problemáticas de la industria, pero mostramos con hechos cómo estamos haciendo las cosas de manera diferente. **Aprovechamos materiales al máximo para reducir residuos**”, explica Nelson Romero. A lo largo de su trayectoria la empresa ya ha aprendido las lecciones de depender de un solo cliente y ahora se enfoca en trabajar con al menos diez marcas activas.

Aunque sigue usando herramientas tradicionales sueña con incorporar tecnología como una cortadora láser y una ribeteadora para optimizar procesos sin perder el carácter artesanal. En un ecosistema de moda cada vez más acelerado, Mancueros no tiene prisa y lo demuestra a través de su compromiso al mantener la alta calidad, el detalle y las terminaciones en cada uno de sus productos. Prefiere avanzar a su ritmo, defendiendo el valor de lo hecho a mano, con paciencia y propósito. Pieza por pieza, costura tras costura.

Para contactar y conocer el trabajo de Mancueros puedes seguirlos en su perfil de Instagram @mancueros.

PERSONAJES



OLIVIA MEZA

Por: Isabella Hurre, Dusty Torres, Daniela Ávila y Santiago González

LA VOZ QUE REDEFINE EL PERIODISMO DE MODA EN MÉXICO

“Siempre quise tener una revista de moda. No sabía si sería editora, pero sí que sería mía”, confiesa Olivia Meza de la Orta, la mente detrás de *Meow Magazine*, una de las publicaciones digitales más innovadoras de Latinoamérica que cumple 12 años reinventando cómo hablamos de moda.

Nacida en la ciudad de México y formada en Diseño de Moda en el Instituto de Estudios Superiores de Moda Casa de Francia, Olivia creció entre páginas de revistas adolescentes: “¡consumía muchísimas! Las de adolescentes como *Tú, 15 a 20, Por ti, Seventeen...* después me empecé a interesar por títulos independientes como *Nylon* o *W Mag*”, recuerda. Esta mezcla entre la cultura pop y lo alternativo marcó su visión y la línea editorial de la revista que ahora dirige: “la música siempre ha ido cambiando y acompañándome en mi evolución personal y en mi estilo”, comenta. Si tuviera que elegir un tema que represente a *Meow* sería *(Baby) Hold Me Tight* de Kitty Daisy and Lewis.

Al principio, su acercamiento a la moda fue más superficial, centrado en las marcas, los diseñadores y las pasarelas; pero fue durante la licenciatura en Creación de Moda cuando descubrió su verdadera vocación dentro de la industria: la comunicación. Ahí entendió que su papel no estaba solo en crear, sino en contar historias, cuestionar estructuras y abrir espacios.

Como Olivia menciona antes siempre soñó con tener su propia revista, por lo que al tener que elegir cuál sería su proyecto final universitario encontró el momento perfecto para empezar a construirla y hoy es un referente en la industria.

El nombre surgió de forma espontánea: “se llama *Meow* porque es una muletilla que digo mucho cuando hablo y un día de broma dije que la revista se iba a llamar *Meow* y así se quedó”. La primera edición en 2013 tuvo como tema la identidad, palabra que sigue definiendo a la publicación. La revista concibe la moda como algo que se entretiene con la música, la belleza, la cultura y los viajes. Para Meza, *Meow Magazine* se convierte en un portal que permite visibilizar la diversidad de la identidad mexicana y latinoamericana. Sin embargo, Olivia reconoce que al principio no fue fácil: “claro, siempre hay errores. El más importante fue el saber y reconocer el valor de nuestro trabajo y por ende cobrar por ello. Pero el mayor aprendizaje ha sido la magia de crear en comunidad y en colaboración”.

Meow se ha destacado por su enfoque en visibilizar técnicas y textiles tradicionales, especialmente de Oaxaca y Chiapas: “nuestra apreciación editorial hacia las técnicas y textiles tradicionales de pueblos originarios se han inclinado inicialmente por el sur”, explica Olivia, quien enfatiza un enfoque respetuoso: “el acercamiento ha sido muy horizontal y siempre consensuado para que la artesana/diseñadora siempre tenga la primera voz”.

Para ella, la distinción entre arte y artesanía es contundente: “yo creo que no hay diferencia. Para mí el concepto de artista es amplísimo, las artesanas también son artistas y también son diseñadoras”. El secreto para evitar apropiación cultural está en “no apropiarse de las temáticas, sino darlas a conocer con su debida transparencia y honestidad, así como ejercer un periodismo humano”. Un artículo de la revista que da cuenta de esto es *Anatomía del Huipil*, en el que *Meow Magazine* ofrece una mirada profunda del huipil, prenda tradicional femenina de origen prehispánico que sigue vigente en diversas comunidades indígenas de México.

“ Siempre quise tener una revista de moda. No sabía si sería editora, pero sí que sería mía ”

Story Jardín Invernal, looks creados con maquillaje de Sheglam.
Fotografía: Denisse Hurre Puga.

El trabajo arduo de Olivia a lo largo de los años ha rendido poco a poco sus frutos. El momento clave de la revista llegó cuando *Business of Fashion*, plataforma digital de origen británico especializada en noticias, análisis y educación sobre la industria global de la moda, los reconoció como medio especializado en moda latinoamericana. Otros momentos clave, añade Meza, han sido “cuando me han invitado a dar conferencias alrededor del periodismo de moda y medios independientes”, lo que la ha consolidado como una figura importante en el campo de la moda a nivel nacional e internacional. Sobre la competencia, tiene una visión particular: “más bien la competencia ha aprendido de nosotras, nos han copiado muchísimas veces; sin embargo, ya no lo veo como algo malo, me da gusto que existan más medios especializados en moda”.

20



Story Jardín Invernal, looks creados con maquillaje de Sheglam.
Fotografía: Denisse Hurre Puga.

El éxito de *Meow* radica en mantenerse fiel a su esencia: “mantenernos inspiradas nos ayuda a generar estrategias, contenido y visiones que van alineadas también a nuestros intereses creativos y personales. Al final cada cabeza es un mundo y cuando varios nos juntamos la magia sucede”, añade.

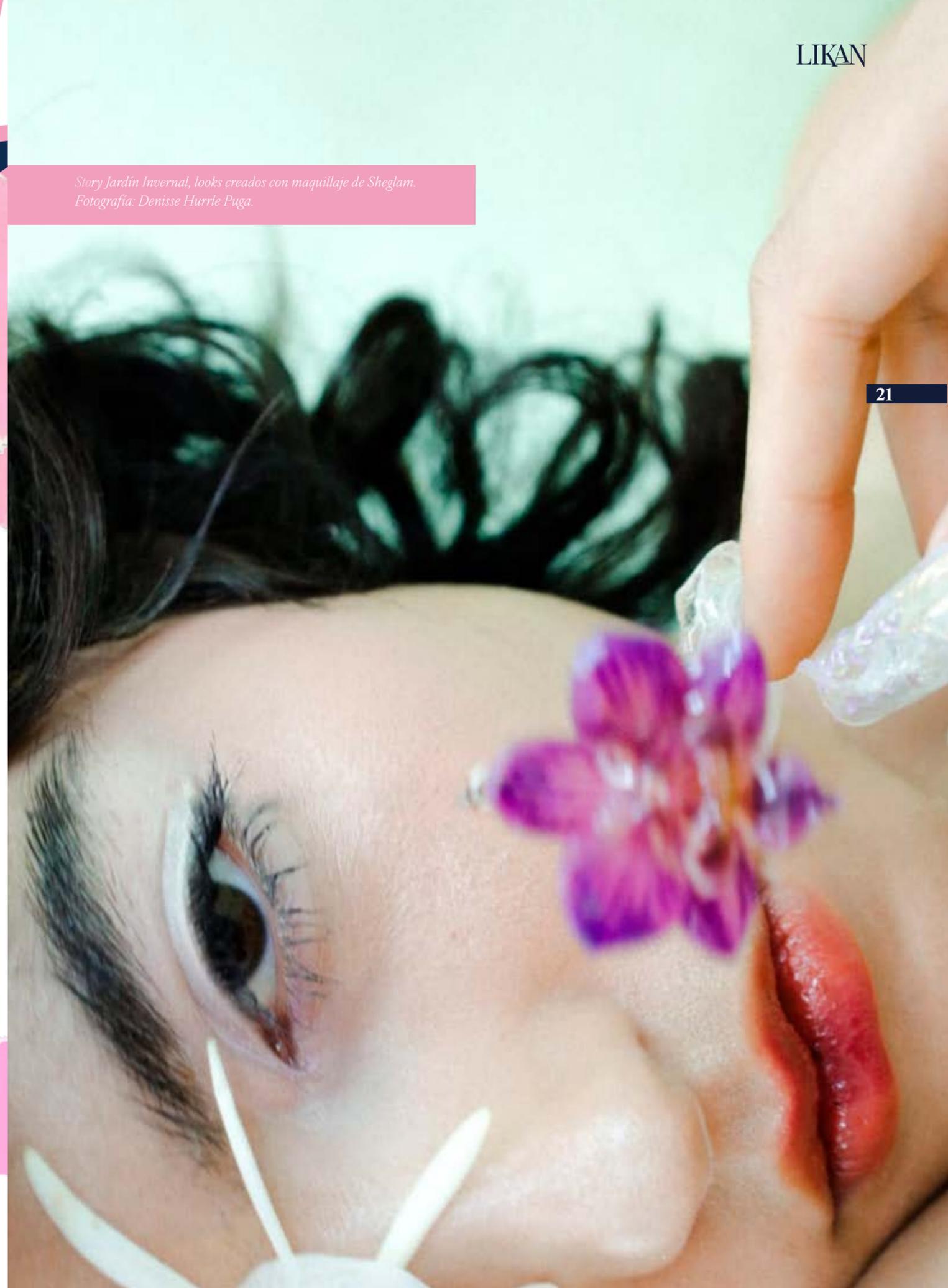
A lo largo de los años, Olivia Meza de la Orta ha construido algo más grande que una revista: un ecosistema donde la moda es herramienta de cambio social que abre camino y crea una nueva rama dentro de la industria, lo que a su vez ha servido como inspiración a una nueva generación de creativos. Meza demuestra que el periodismo *fashion* puede y debe ser intelectualmente riguroso, socialmente relevante y visualmente rompedor.

Story Hear Book 2k24,
fin de curso escolar.
Fotografía: Denisse Hurre Puga.

Para conocer más sobre ella y su trabajo puedes seguir a Olivia Meza en Instagram como [@oliviameza](#) y a Meow Magazine como [@_meowmag](#).



21



EL ARTE DE LA SASTRERIA

ENTRE TRADICIÓN Y MAESTRÍA ARTESANAL

Por: Adriana Sofía Chavarro Motta, Diego Alejandro Castiblanco Bernal, María José Guzmán Alfonso, María Alejandra Quintero Pineda y Laura Camila Robles Ortiz

Proceso de trazo sobre tela, Enrique Rojas.
Fotografía: Adriana Sofía Chavarro Motta.

23

En un mundo dominado por la velocidad y lo desechable, el oficio del sastre persiste como una práctica rigurosa, tejida con paciencia, técnica y memoria. Aún quedan quienes, con dedal y tiza en mano, insisten en trabajar cada traje desde su esencia: el cuerpo, la conversación, la medida. No es costura simple ni arreglos menores, sino una artesanía precisa que mezcla ciencia, estética y oficio. Esta es una mirada al interior del traje bespoke y los maestros que lo crean.

EL ALMA DEL OFICIO

En la Bogotá de antaño, antes del *prêt-à-porter* (ropa lista para usar) y la moda rápida, la figura del sastre era profundamente respetada. “En ese tiempo no había diseñadores” —cuenta Enrique Rojas, uno de los sastres más antiguos de la ciudad—, “solo sastres y modistas. Ser maestro sastre, el máximo título en el oficio, era un honor”.

En los años cuarenta, cincuenta y sesenta, vestir traje no era un lujo, sino una costumbre. Las fotografías de la época lo revelan: los hombres vestían con trajes de lana de tres piezas y sombrero en mano. Eso implicaba acudir al sastre de confianza. Talleres en barrios como el 7 de Agosto, Chapinero y el centro histórico formaron hombres diestros que tomaban medidas, trazaban patrones y cortaban con tijeras enormes. Los trajes se heredaban de padres a hijos y, con ellos, el nombre del sastre que los había confeccionado. Un buen sastre construía reputación, elegancia y presencia.

Traje cruzado de línea diplomática, Enrique Rojas.
Fotografía: Adriana Sofía Chavarro Motta.



Con el tiempo, la estandarización y las grandes cadenas cambiaron la moda. El sastre pasó de ser un experto en antropometría y textiles a ser visto como alguien que hace remiendos y dobladillos. La sastrería se desdibujó en la memoria colectiva y el traje se volvió una prenda genérica, sin historia.

Hoy, los sastres artesanales que mantienen vivo el oficio se cuentan con los dedos. A pesar de la industrialización y la demanda de inmediatez preservan tradiciones centenarias en talleres escondidos entre paños ingleses, tijeras italianas e hilos de seda. Son guardianes de un saber transmitido no en libros, sino en el hacer diario con la tela, el cuerpo y el cliente. Frente al consumo acelerado proponen otra visión: la del cuidado, la artesanía, el tiempo necesario para hacer bien las cosas.

Maestro sastre, Enrique Rojas.
Fotografía: Adriana Sofía Chavarro Motta.





“ Siempre hay que esmerarse por ser el mejor, por sacar el mejor producto. ”

Fotografía : Adriana Sofía Chavarro Motta.

ENRIQUE ROJAS: EL GUARDIÁN DE LA TRADICIÓN

Con más de cinco décadas dedicadas al arte de la sastrería, Enrique Rojas encarna la esencia del oficio en su forma más pura.

Su taller, fundado en 1974 tras casi veinte años de formación con maestros sastres, es un santuario donde el tiempo parece detenerse entre tijeras, hilos y paños de lana inglesa. Allí la tradición no es un valor simbólico, sino una práctica diaria que se respira en cada puntada. Sus trajes, de líneas estructuradas y confección impecable, responden a los cánones del estilo inglés clásico: hombros marcados, siluetas limpias, equilibrio en proporciones y un dominio absoluto del corte. Rojas trabaja exclusivamente con textiles de altísima calidad —mezclas de lana, seda y *cashmere* provenientes de casas textiles europeas— seleccionados no solo por su lujo, sino por su capacidad de

adaptarse al cuerpo y al clima. Cada prenda lleva entre 50 y 70 horas de trabajo repartidas entre cortes precisos, canvases cosido a mano, entalles sucesivos y múltiples pruebas, porque para él no hay margen de error: “un traje bien hecho es como una segunda piel” -explica mientras ajusta el hombro de una chaqueta-, “debe moverse contigo”.

Enrique Rojas ha vestido a presidentes, diplomáticos, empresarios y altos mandos del gobierno colombiano, pero su mayor orgullo no son los clientes ilustres, sino la fidelidad inquebrantable a una forma de hacer sastrería que hoy parece en extinción. Para él el lujo verdadero no está en la ostentación, sino en lo bien que horma un traje, no se nota, pero se siente. “Siempre hay que esmerarse por ser el mejor, por sacar el mejor producto”, afirma con la serenidad de quien ha dedicado una vida entera al perfeccionamiento de su arte.

Sin embargo, su voz también refleja una inquietud creciente: *Ya no hay casi maestros que enseñen este arte y discípulos menos*, lamenta. A pesar de ello, no ha dejado de formar aprendices. Varios de ellos hoy tienen sus propios talleres y otros —como sus hijos— continúan el legado familiar con el mismo



Maestro sastre, Castiblanco Bespoke.
Fotografía: Laura Camila Robles Ortiz.

rigor. Con más de 70 años dedicados al oficio, Enrique Rojas no solo es una institución de la sastrería nacional, sino un guardián del saber sartorial. Su nombre, inscrito en la memoria de varias generaciones de bogotanos, representa no solo elegancia y tradición, sino la permanencia de una manera de hacer las cosas que resiste el paso del tiempo y las modas pasajeras.

CASTIBLANCO BESPOKE: LA SASTRERÍA COMO LEGADO CONTEMPORÁNEO

Castiblanco fue fundada en 2018 como una sastrería artesanal a medida, inspirada desde sus orígenes por las grandes casas de sastrería italianas y británicas, marcas clásicas que usaban el nombre del sastre como símbolo de prestigio y legado. El proyecto nació de la visión compartida de dos estudiantes de diseño de moda, Alejandro Castiblanco y Juan Lozano, quienes decidieron convertir una idea latente en realidad, negándose a dejarla en un simple “deberíamos”.

Tras aprender el oficio de la sastrería europea de primera mano en Madrid regresaron a Bogotá para fundar su propio taller con una misión clara: rescatar el oficio del sastre y crear prendas de calidad artesanal con una mirada contemporánea. Su propuesta equilibra elegancia, minimalismo y comodidad, priorizando el trabajo hecho a mano y el conocimiento sartorial. Como

afirman sus fundadores: “un traje debe sentirse tan cómodo como estar en casa, pero con la presencia y el valor de lo hecho a mano”.

Lo que define a Castiblanco es su doble compromiso: con la excelencia técnica y con el futuro del oficio. Cada prenda fusiona métodos tradicionales, como el *canvas* flotante cosido a mano con una visión más relajada y actual de la sastrería. *Overshirts*, saharianas y otras piezas híbridas dialogan entre la tradición y la cotidianidad del vestir contemporáneo. Pero más allá de las prendas su taller es también una escuela: un espacio donde jóvenes aprendices descubren que la sastrería puede ser tanto una forma de vida como un acto creativo. “No queremos ser los últimos sastres”, reflexiona uno de sus fundadores, “sino los primeros de una generación que rescate lo manual sin nostalgia”. Con iniciativas como talleres abiertos y colaboraciones con diseñadores emergentes, Castiblanco demuestra que la sastrería *bespoke* no es un lujo inaccesible, sino una apuesta viable, ética y necesaria para preservar un oficio en riesgo de desaparecer.

“ Un traje debe sentirse tan cómodo como estar en casa, pero con la presencia y el valor de lo hecho a mano ”

Proceso de confección a mano.
Fotografía: Laura Camila Robles Ortiz.





Fotografía tomada por Adriana Sofía Chavarro Motta.

LO INVISIBLE DEL TRAJE

Un traje bien hecho se distingue por su caída, su aplomo, la perfección de sus líneas. Pero su verdadera magia yace en lo oculto. Un traje *bespoke* no se elige de un perchero: se construye como una casa, a partir del estudio de quien lo llevará.

“No bastan las medidas” —explica Enrique Rojas—, “hay que observar cómo camina, cómo se para, para qué lo usará”. Un sastre lee el cuerpo: el ángulo de los hombros, la curvatura de los brazos, la relación entre cuello y torso. También considera el gusto del cliente porque no solo se trata de anatomía, sino de carácter.

El sastre domina los textiles: sabe cómo responde cada fibra al calor, en qué dirección cortar para una caída fluida, cómo reforzar costuras sin sacrificar movilidad. En la sastrería industrial todo está predefinido; en un traje *bespoke* cada patrón es único como la persona para la que se crea.

Al observar el interior de un traje artesanal se entiende su valor. Es una arquitectura textil: capas de crin de caballo, algodón y lana —el canvas o “alma”— se cosen a mano para dar forma al pecho y las solapas. A diferencia de los trajes industriales (pegados con adhesivos), uno artesanal respira, se moldea con el uso. “Un traje bien hecho mejora con los años”, explican los fundadores de Castiblanco.

Confeccionar un traje puede tomar entre 72 y 120 horas. Cada detalle es meticuloso: mangas con inclinación precisa, ojales bordados a mano, pruebas de ajuste para perfeccionar caídas y siluetas. “Lo más bonito es que no tiene prisa” —dice el maestro de Castiblanco—. “Aquí nada es al azar: todo tiene un porqué”.



Detalle de abrigo con taller de fondo, Castiblanco Bespoke. Fotografía: María Alejandra Quintero Pineda.

UN OFICIO QUE AÚN LATE

En una sociedad obsesionada con la inmediatez, la sastrería artesanal es un acto de resistencia. Cada costura es una promesa: aún hay espacio para lo hecho con las manos, para lo que lleva historia y alma.

El futuro del oficio no depende solo de quienes lo practican, sino de quienes deciden valorarlo. Un traje hecho a mano no es un lujo innecesario, sino una inversión en lo perdurable, en lo único.

Hoy más que nunca, necesitamos oficios que enseñen a trabajar con detalle, a valorar el tiempo y a crear con sentido. La sastrería no solo forma trajes; forma carácter, paciencia, criterio.

Este arte no debería quedar confinado a talleres ocultos. Debería enseñarse, compartirse, abrirse a nuevas generaciones que vean en la aguja y el hilo no solo herramientas, sino un camino profesional y humano.

Para conocer más sobre el trabajo del maestro sastre Enrique Rojas pueden consultar su perfil en *Instagram* @enriquerojassustre, visitar su tienda ubicada en la calle 90 # 13-45 o navegar en la página web www.enriquerojassustre.com.

En cuanto al trabajo de Castiblanco *Bespoke*, este puede ser consultado en la página web castiblanco bespoke.com o en el perfil de *Instagram* @castiblanco_bespoke.

Abriego en tweed, Castiblanco Bespoke. Fotografía: María José Guzmán Alfonso.



DE LA AUSENCIA AL PROPÓSITO:

MEMENTO COMO TRIBUTO

Por: Camila Rico, Camila Vargas y Mónica Vidal

28



Abuela de Sebastián.
Fotografía: cortesía de Sebastián Arévalo.



Sebastián recreando la foto de su abuela, en homenaje a sus raíces.
Fotografía: Mónica Vidal.

29

Inició sus estudios en el programa de Diseño de Modas en la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. En ese momento, tenía dos trabajos para poder pagar la carrera y sus gastos diarios. Mientras trabajaba, después de pasar por varias experiencias, se dio cuenta de que eso no era lo que quería y decidió arriesgarse y emprender con la liquidación que para ese año, 2014, eran 200.000 pesos. En ese momento no tenía idea de lo que iba a hacer, pero sí sabía algo con certeza: perseguiría su sueño de emprender.

Así comenzó su camino como emprendedor, cuando comprendió, gracias a un profesor, que la moda es cíclica. No se trataba de intentar inventar algo completamente nuevo, sino de evaluar las tendencias y adaptarlas, creando necesidades a partir de lo que ya existía. Las primeras creaciones de Memento fueron accesorios, pero no eran suficientes ya que estos solo cumplen el rol de ser un complemento, por lo cual decidió dar el siguiente paso y comenzó a crear camisas con estampados inspirados en los años noventa.

El nombre de Memento llegó como una manifestación: “a las 2 de la mañana vi un video de Mac Miller. En el ataúd del video estaba escrita la expresión *Memento Mori*. La busqué. Significa ‘recordar’. Y sentí que eso conectaba con todo lo que pensaba de la moda: que es cíclica, que nada se crea desde cero, que todo es reinterpretación”, explica Sebastián. Se le ve inspirado al hablar, mueve las manos suavemente mientras habla, seguro de sus palabras y de su decisión.

En su viaje creativo, Sebastián no ha buscado ídolos, sino ejemplos. Admira a Yves Saint Laurent, sobre todo en su época con Dior y luego con su propia casa de moda. Pero a nivel nacional encontró inspiración en *Undergold*, no tanto por la ropa, sino por la forma en que comunicaban, cómo conectaban con su público: “entendí que emprender también es saber de empresa, no solo de diseño”, señala Sebastián mientras asiente con la cabeza.

¿Qué significa realmente crear algo nuevo en un mundo donde todo parece ya inventado? Para Sebastián Arévalo la respuesta está en recordar, reinventar y crear necesidades.

Desde que era pequeño Sebastián Arévalo no tuvo una infancia común. Mientras otros niños corrían detrás de un balón, él se sentaba junto a su madre a coser, despertando con cada puntada una gran curiosidad por la moda. Hoy, con 29 años, es diseñador de modas y creador de Memento, una marca que nació de ese legado transmitido entre generaciones.

Toda su familia es modista. Creció viendo a su tatarabuela, abuela y madre creando patrones, cortando tela, cosiendo y, sobre todo, sacando a su familia adelante.

Fue así, sin proponérselo, como adquirió los conocimientos, haciéndose parte de una tradición familiar que lo marcaría para siempre.

“ Entendí que emprender también es saber de empresa, no solo de diseño ”

“ Memento rescata ese valor que se ha perdido por lo artesanal, lo hecho en Colombia ”

Sebastián Arévalo.
Fotografía: Mónica Vidal.



Arévalo no se considera un genio ni pretende revolucionar la industria. Su enfoque es claro: no inventar, sino reinterpretar. Tomar lo viejo y darle vida nueva. Vender una idea, generar deseo, crear necesidad. “Muchas veces uno no tiene nada, pero tiene las ganas. Y eso también vale”, expresa después de un suspiro de alivio y convicción.

En su recorrido, Memento ha enfrentado decisiones difíciles. Una de las más importantes fue poner en pausa la marca en el año 2021 para enfocarse en otros proyectos únicos, como colaborar con la marca *Undergold* y trabajar para los artistas Feid y Karol G. Aunque no fue una decisión fácil resultó ser clave para el crecimiento de Memento, ya que estas experiencias le permitieron a Sebastián adquirir nuevos conocimientos y expandir su visión como diseñador. Hoy, aunque Memento no está produciendo nuevas colecciones, continúa activa como proveedor y taller para otras marcas.

Con la mirada serena y un tono de voz pausado, el diseñador habla con la seguridad de quien ha recorrido un camino largo, lleno de pruebas y aprendizajes. “Actualmente puedo decir que soy un diseñador senior, primero por lo que sé hacer y, segundo, también por mi portafolio. He tenido la oportunidad de trabajar con muchas marcas y también con artistas, eso me ha abierto el conocimiento y me ha ayudado muchísimo a crecer y a experimentar nuevas cosas. Hoy en día no solo sé hacer chaquetas, puedo decir que también sé hacer sastrería, vestidos, trabajar con materiales pesados como el denim y mucho más” afirma.

Para Memento es claro que la tradición es lo más importante. En la actualidad, en la industria de la moda, nadie quiere coser ni ensuciarse las manos. La marca se presenta como un refugio de esos valores que parecen desvanecerse en la era del consumo rápido. En un mundo donde la maquinaria domina la industria, Sebastián sostiene con firmeza que “nunca nadie podrá reemplazar las manos obreras”. Aunque el *fast fashion* crece a pasos agigantados con su promesa de velocidad y producción masiva, lo que realmente distingue a una prenda bien hecha es el cuidado y la dedicación de quienes se encargan de cada detalle, de quienes, a pesar de la automatización, siguen siendo la esencia detrás de la perfección artesanal.

Sus procesos creativos comienzan a partir de una idea que lo lleva a cumplir un propósito: “en ese entonces fue porque alguna vez a mí, en una fiesta en la 85, me robaron el celular porque lo dejé en el bolsillo. Entonces eso, por la necesidad de que me acababan de robar y por mi culpa”, cuenta con un poco de gracia. Ese incidente fue lo que impulsó la creación de una chaqueta con bolsillos ocultos. Desde ahí pudo identificar qué necesidades podrían tener las personas de Bogotá y cómo satisfacerlas, logrando tener productos prácticos.

Este año Memento planea tener un gran regreso, lleno de esfuerzo y dedicación. Un regreso que, aunque cargado de retos,



Camisetas Memento.
Fotografía: Mónica Vidal.

“ El voz a voz, un método que le permitirá acercarse a su público de una manera agradable y cercana. ”

promete ser significativo. Su estrategia para captar el interés de los consumidores se basa en el poder de la recomendación directa, el voz a voz, un método que le permitirá acercarse a su público de una manera agradable y cercana.

Su reto más grande será mantenerse en pie después de apostar-lo todo, enfrentar su ansiedad social, esa sensación incómoda que lo acompaña especialmente en los momentos de celebración. “A veces siento que, aunque todo esté saliendo bien, es como si me invadiera una sensación de que no lo está, de que algo podría ir mal”, confiesa, revelando una vulnerabilidad que es parte de su proceso personal y profesional.

Sin embargo, más allá de los miedos, Sebastián tiene claro lo que lo motiva a seguir adelante: “regresar con Memento tiene que ser por una razón real, algo personal, no comercial. Tiene que ser algo de lo que me sienta orgulloso, de dónde vengo y de lo que he aprendido”, afirma con convicción. Este año, Sebastián vivió una pérdida significativa. Uno de los pilares de su vida, la cual lo consentía, ya no está en este mundo, pero su legado sigue latiendo con fuerza. Esa ausencia se convirtió en el motor de su regreso: honrar la tradición familiar, la historia que lo formó y las manos que lo guiaron. Memento vuelve no solo como marca, sino como homenaje.

Sebastián, muy entusiasta y serio, aconseja a los futuros emprendedores, animándolos a que estudien lo que aman, pero, sobre todo, que pongan en práctica este conocimiento en un trabajo relacionado, ya que la vida estudiantil es muy diferente a la laboral. También invita a arriesgarse y no rendirse, pues señala que habrá momentos difíciles: “los sueños son de mucho sacrificio, mucho estrés y muchas lloraditas, pero también pues, chistes, risas y que progresivamente se están cumpliendo estos sueños con naturalidad. No te puede impresionar el resultado, es lo mínimo que debes ver porque tú estás invirtiendo mucho tiempo y se está viendo tu esfuerzo”, se despide con una sonrisa en su rostro.

Para conocer más acerca de este diseñador pueden consultar su cuenta personal en Instagram @ [mementoboi](#) o el perfil de la marca @ [memento](#).

Bocetos Memento.
Fotografía: Mónica Vidal.



EDITORIAL FOTOGRAFICA





NUESTRO TERRUÑO

Por: Laura Camila Pinto Rivera, Juanita Bahamón, Alejandro Cáceres Linares y María José Bernal Cajamarca

35

“QUE TRISTEZA ME DA DEJAR LO QUE VI DE NIÑO, MI TERRUÑO Y MI CARIÑO QUE NUNCA OLVIDARÉ”

*Verso de la letra de **Mi Terruño**, tema musical escrito por el mexicano Miguel Machuca y popularizado en la voz de David Záizar Torres (Tamazula, Jalisco, 14 de noviembre de 1928 - Ciudad de México, 2 de enero de 1982), cantante mexicano especializado en los géneros de ranchera, bolero y huapango.*

En un mundo dominado por la tecnología de los dispositivos móviles, y avocados a la pantalla de esos aparatos como primera fuente de información en cualquier sentido, en no pocas ocasiones “guiada” por intereses comerciales o políticos, se hace evidente la desconexión con nuestras raíces autóctonas, entendiéndolo autóctono como aquello que nos define culturalmente y que en muchos casos suele tener su origen en la ruralidad: ese territorio que habitamos en la infancia y que llevamos con nosotros en lo más íntimo, muchas veces representado por nombres coloquiales que dan cuenta de nuestra relación de afecto y nostalgia: “la finca”, “mi pueblo”, “la tierrita”... ese primer universo donde aprendemos a nombrar el mundo. Allí, en lo que podríamos llamar nuestro terruño, se forjan costumbres, gestos y memorias que con el tiempo parecen desvanecerse en medio de la vida urbana y el deseo de nuevas experiencias. Las fotografías que acompañan estas palabras utilizan la moda como un lenguaje para tender puentes entre lo que fuimos y lo que somos, fusionando lo tradicional con lo contemporáneo.

Hemos recurrido a texturas naturales, colores terrosos y elementos simbólicos del campo para evocar la conexión con ese origen; son vestigios de nuestra propia infancia, que no es otra que la que seguramente compartimos de manera nostálgica con otras personas en la cotidianidad de una gran urbe como lo es Bogotá. Convencidos de que la moda está no solo en las grandes pasarelas, sino que es, de hecho, la expresión misma del vivir y de la cultura de una región, algunas prendas elegidas en la realización de estas imágenes pertenecieron a la abuela (no importa de quién); otras, al paisaje mismo. Cada imagen es una evocación de lo esencial, un intento de vestir la memoria, de volver, aunque sea brevemente, al lugar donde todo comenzó. En este diálogo entre pasado y presente, la moda no solo decora el cuerpo, sino que lo conecta con sus raíces más profundas, como una forma de resistencia poética frente al olvido.







CRÉDITOS EDITORIAL FOTOGRAFICA

Diseño vestuario y maquillaje:

Isabella Hurre Puga

Instagram: [@tiene.sabor.a.miel](https://www.instagram.com/tiene.sabor.a.miel)

Maquillista:

Paula Alejandra Gamboa Lozano

Instagram: [@bypaulagamboa](https://www.instagram.com/bypaulagamboa)

Fotografía y concepto:

Alejandro Cáceres Linares

María José Bernal Cajamarca

Laura Camila Pinto Rivera

Modelos:

Laura Camila Vásquez Beltrán

Posproducción fotográfica:

Alejandro Cáceres Linares

María José Bernal Cajamarca

Juanita Bahamón Cubillos

Laura Camila Pinto Rivera

Julián Alberto Gómez Usaquén

Dirección de arte:

Alejandro Cáceres Linares

María José Bernal Cajamarca

Juanita Bahamón Cubillos

Laura Camila Pinto Rivera

Isabella Hurre Puga

Dirección de editorial fotográfica:

Dairo Alejandro Merchán Barrios

Profesor de Proyecto Fotográfico 4

Énfasis de Fotografía del Programa de Profesional en Medios Audiovisuales

Agradecimientos:

Julián Alberto Gómez Usaquén

Emiliano Hidalgo Ramírez

Dairo Alejandro Merchán Barrios

Centro de Medios Audiovisuales

del Politécnico Grancolombiano

Locación:

Nocaima, Cundinamarca

Vereda San Juanito

Finca el Diamante

FIN PODER



TRÁS LAS COSTURAS

ARTESANOS INVISIBLES EN LA MODA COLOMBIANA

Por: **Adriana Sofía Chavarro Motta, Laura Camila Robles, Ortíz, María José Guzmán Alfonso, María Alejandra, Quintero Pineda y Diego Alejandro Castiblanco Bernal**

Fuyeda cosiendo.
Fotografía: Adriana Sofía Chavarro Motta.

En Colombia, muchos artesanos como Yerlys Fuyeda trabajan sin garantías ni estabilidad.

Mientras marcas de moda lucran sin dar crédito al trabajo artesanal, Yerlys Fuyeda confecciona prendas de cuero en Bogotá y defiende con firmeza el valor de su oficio.

Yerlys Fuyeda es artesana de cuero. Nació en el Cesar, pero desde hace años vive en Bogotá, donde trabaja desde su taller en el barrio 7 de Agosto. Allí hace arreglos y confecciona chaquetas, pantalones, cinturones, gorras, faldas y bolsos, casi todos en cuero 100 % natural. Su empresa, Confecciones Yerlys, nació de forma independiente y con mucho esfuerzo tras aprender el oficio en Bucaramanga, trabajando primero en una zapatería y posteriormente en la fábrica de su cuñado. Todo lo ha aprendido con la práctica, sin formación académica. Hoy en día, Yerlys no solo trabaja para otras marcas, también comercializa productos propios cuando las personas se acercan a pedir diseños personalizados.

En Colombia, muchos artesanos como Yerlys Fuyeda trabajan sin garantías ni estabilidad. Existen marcos legales como la Ley 36 de 1984 que reco-

noce y regula la actividad artesanal, y la Ley 2184 de 2022 que promueve la sostenibilidad y valoración de los oficios culturales. Sin embargo, aún persiste una brecha entre la normatividad y su aplicación efectiva: las políticas públicas no siempre se traducen en protección real para los artesanos. En el sector moda, los talleres tercerizados son muy comunes, con pagos bajos, sin contratos ni prestaciones. La informalidad supera el 70 % en el sector textil, según datos de la Cámara Colombiana de la Confección y Afines.

Dibujo realizado por Sara, la hija de Yerlys.
Fotografía: Adriana Sofía Chavarro Motta.



¿CREES QUE ES DIFÍCIL VIVIR DE LAS ARTESANÍAS?

- A veces se complica un poco por los precios. Me pagan muy poco. Por ejemplo, traen un diseño y quieren que uno lo haga muy barato. Algunas prendas son muy difíciles de confeccionar y no siempre valoran eso.

¿SIENTES QUE EL ESTADO APOYA A LOS ARTESANOS?

¿HAY REGULACIONES PARA TU TIPO DE TRABAJO?

- Es que, en el sentido, por decir algo, nosotros aquí, nosotros ya tenemos que empezar a pagar muchos impuestos, ya vinieron a visitarnos y aunque teníamos un lugar chiquitito y nos tocó sacar

Yerlys Fuyeda en su taller.
Fotografía: Sofía Chavarro Motta.



Cámara de Comercio y esas cosas, como establecer una marca, después de la pandemia nos tocó irnos para la casa porque los arriendos eran muy costosos y hace ya tres años nos pasamos para acá y acá otra vez nos visitaron y nos toca hacer lo de la Cámara de Comercio, ha sido un poco difícil y costoso eso.

¿QUÉ RETOS HAS ENCONTRADO AL COMERCIALIZAR TUS PIEZAS?

- *La competencia. A veces alguien lleva un producto parecido y lo vende más barato, entonces eso afecta mucho. Además, hay mucha gente que ya viene con su diseño sacado de Internet y quiere que uno lo copie.*

La artesana reconoce que muchos clientes valoran el trabajo artesanal, pero aún así intentan "regatear" el precio. Aunque al principio accedía para abrirse camino, hoy sabe poner límites.

- *Sí, claro. A veces me toca pararme firme y decir que no. Antes era más flexible, pero ahora ya uno sabe. Si no pagan la mitad o no hay acuerdo, no se hace el trabajo. Incluso me ha pasado que se llevan las prendas y no pagan recalca Fuyeda.*

¿SIENTES QUE LAS CONDICIONES LABORALES SON JUSTAS PARA LOS ARTESANOS?

- *Mi trabajo podría estar mejor valorado económicamente. Una chaqueta desde cero me puede tomar un día completo. Toca ir a comprar el material, el cuero, las cremalleras, el forro, a veces bordados o personalizaciones en láser. Por eso uno suele pedir entre cinco y ocho días para entregar. Todo eso debería reflejarse en el precio.*

Los procesos de producción que menciona Yerlys -como los acabados a mano, los detalles en la confección, los materiales seleccionados- son parte del valor que no se ve a simple vista. *Uso hilos de nylon, no de algodón. El pegamento lo aplico con brocha porque en cuero la plancha no sirve. Las mangas se cuelgan antes de pasarlas por máquina. Uso forros de calidad como Lafayette. Todo eso hace la diferencia.*

Fotografía: Sofía Chavarro Motta.

Pero ese trabajo minucioso no siempre se traduce en mejores ingresos. Las condiciones laborales precarias y la falta de regulación efectiva hacen que el trabajo artesanal se vea constantemente desvalorizado.

Fuyeda ha sido testigo directa de cómo prendas similares a las que ella misma produce son vendidas por marcas conocidas a precios altísimos. Aunque no siempre se trata de marcas de lujo, la diferencia entre lo que reciben artesanas como ella y el precio final al que se vende la prenda es abismal. *Una vez le trabajé a una señora, le di un valor, y después me llegaron unas etiquetas con los precios de venta: ella la vendió al doble. Es muy común. Yo cobro por una chaqueta entre \$220.000 y \$280.000 dependiendo del material, y hay quien la revende en \$720.000 señala Yerlys.*

En ese punto, Fuyeda se enfrenta a una realidad cada vez más común en el mundo globalizado de la moda: la apropiación del trabajo artesanal sin reconocimiento ni justa retribución. Este es un fenómeno que se da a nivel mundial, el cual se puede evidenciar en redes sociales como TikTok, donde se han viralizado procesos realizados por fábricas chinas que luego marcas de lujo venden como propias y por precios exorbitantes, no por el valor del trabajo, sino por el estatus de la marca que lo respalda. Lo artesanal, lo hecho a mano, se ha convertido en tendencia, pero el rostro detrás de ese trabajo queda invisibilizado.

¿QUÉ TE GUSTARÍA QUE CAMBIARA?

- *Que más personas supieran que estamos aquí. Cuando llegan turistas, siempre nos va mejor. Ellos aprecian más el trabajo. Entonces, que más gente sepa que estamos aquí.*

En efecto, el problema no es solo económico, sino también de visibilidad. En una economía donde el contenido viral en TikTok puede determinar el valor de mercado de una prenda, el trabajo de personas como Yerlys queda en la sombra. Se privilegia la imagen, la marca, la historia que cuenta el *influencer* o la marca de lujo, no la historia real de quien hizo la prenda.

Fuyeda sigue adelante con determinación, reinventándose y creciendo. Hoy es más conocida por sus clientes y algunos le solicitan diseños personalizados. Su recorrido ha sido exigente, lleno de aprendizajes y desafíos superados. Trabaja día a día no solo por amor a su oficio, sino también por su familia, su esposo Raúl y sus dos hijos, Julián, de 18 años y Sara, de 4, quienes son su mayor inspiración. Su historia es testimonio de una problemática estructural: la precariedad laboral en la artesanía, la apropiación no reconocida y el divorcio entre el valor simbólico que el mercado le da a lo artesanal y el poco valor económico que se le da a quien lo produce.

¿TE HA PASADO QUE TE COPIEN TRABAJOS?

- *Antes sí, ya no tanto. Pero a veces uno sacaba una prenda y luego la veía igual en almacenes.*

La máquina de coser en la que Fuyeda realiza sus creaciones.
Fotografía: Adriana Sofía Chavarro Motta.



TEJIENDO IDENTIDAD

LA RUANA Y EL ALMA DE CUCUNUBÁ

Por: **Adriana Sofía Chavarro Motta, Laura Camila Robles Ortíz, María José Guzmán Alfonso, María Alejandra Quintero Pineda y Diego Alejandro Castiblanco Bernal.**



Devanadera con lana naranja y decoraciones en lana en una calle del pueblo Cucunubá.
Fotografía: Adriana Sofía Chavarro Motta.



Ruanas teñidas exhibidas para la venta.
Fotografía: Adriana Sofía Chavarro Motta.

En las montañas frías del altiplano cundiboyacense, Cucunubá guarda un legado que se entreteje entre lana, historia y memoria. En este pueblo, donde las casas coloniales miran al pasado y los telares aún suenan, la ruana no es solo abrigo: es símbolo, sustento y herencia.

Es fundadora de pueblos con el tiple y con el hacha... sombra fiel de mis abuelos y tesoro de la patria. Eso decían Garzón y Collazos, un grupo originario de Ibagué, Tolima, fundado en 1938, por su inolvidable interpretación de *La ruana*. De todo se puede decir de esta prenda ancestral. La ruana ha hecho parte de nuestra identidad colombiana y, en especial, de la zona andina.

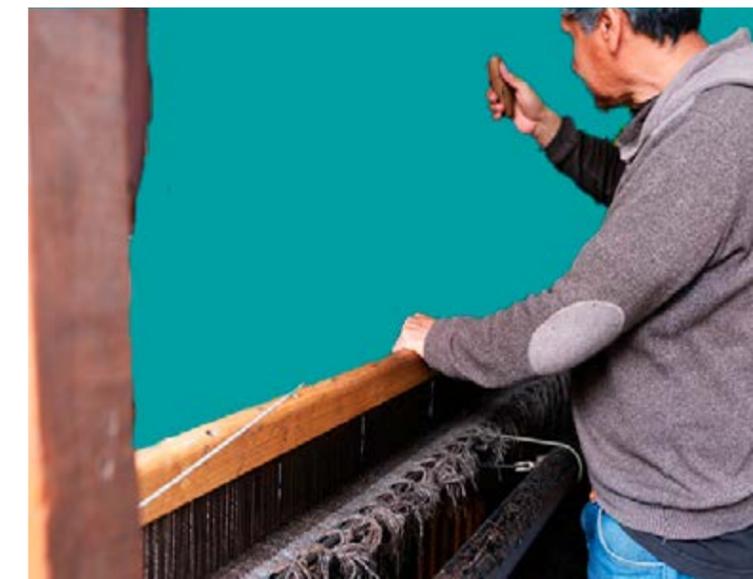
Es una prenda de abrigo gruesa, símbolo cultural y marca de muchas vidas; ha definido la identidad de poblaciones enteras.

Viajamos hasta Cucunubá, corazón textil de Cundinamarca, para conocer cómo este pueblo de tradición lanera ha hecho de la ruana y del trabajo con lana una insignia de su cultura. Luego de recorrer hermosos paisajes con montañas imponentes, llegamos a este pueblo ubicado a 88 km de Bogotá. El clima es frío, nublado, con neblina entre las montañas. Al pie de una de ellas se asienta este pequeño poblado de arquitectura colonial, con calles empedradas y casas blancas con teja de barro. El ambiente evoca tiempos pasados y nos envuelve en una nostalgia serena.

Allí nos encontramos con Otoniel del Río, artesano de toda la vida, quien nos invita a pasar a su taller, ubicado a pocos metros del parque principal. Con amabilidad y orgullo nos muestra el proceso de elaboración de este ícono colombiano. Nos cuenta,

además, cómo el trabajo de la lana ha impactado históricamente al municipio. “Este era un municipio donde todo el mundo tenía de a dos o tres telares en cada casa. Ahora quedamos por ahí unos 20 artesanos. Y competir con el exterior es muy difícil”, dice con nostalgia. Como ocurre con muchos oficios tradicionales, la industrialización y la demanda de productos de rápida elaboración han afectado esta práctica que durante décadas dio nombre y sustento al pueblo.

Otoniel Del Río trabajando en el telar horizontal.
Fotografía: Adriana Sofía Chavarro Motta.



Otoniel recuerda: “Yo me acuerdo mucho mucho que a las 3 de la mañana en Cucunubá se empezaban a mover carretillas sacando toda la mercancía que se iba a llevar a Bogotá. Se llamaba el mercado de la lana y se hacía todos los miércoles. Hoy en día se escucha del ‘madrugón’ en Bogotá, en el centro, pero ese madrugón se originó con los artesanos de Cucunubá que iban a vender allá. De aquí salían más o menos dos camiones repletos de mercancía, que se vendía donde antes se conocían como las Galerías Nariño. Le hablo de los años 70”.

La tradición textil en Cucunubá no es reciente. Otoniel aprendió viendo a sus abuelos y a sus padres que por generaciones se dedicaron al tejido: “uno aprende lo básico cuando es niño. Le tocaba empezar haciendo las cañuelas, elemento del telar que ayuda a organizar la urdimbre, que son los hilos verticales y permite que el tejido sea uniforme. De una no podía pasar al telar. A medida que uno iba mirando y tenía cierta edad ya podía aprender a usarlo, a montarlo, y comenzaba con tejidos básicos”.

Incluso antes de la llegada de los españoles, estas tierras ya eran de tejedores. El territorio que hoy ocupa Cucunubá estaba habitado por los muiscas. Las evidencias de este asentamiento precolombino aún están en la vereda Pueblo Viejo. Los muiscas tejían mantas de algodón en telares rudimentarios, verticales y de cintura. Con la colonización se introdujo la oveja, la lana y los telares horizontales que aún se usan en la actualidad. Esta fusión dio origen a un legado cultural que sigue presente en el pueblo y a la ruana tal como la conocemos.

En el taller de Otoniel este nos muestra con orgullo cada uno de los productos que fabrican: ruanas, suéteres, gorros, bufandas, chalecos, cobijas y más. Pero, sin duda, lo que más se fabrica es la ruana. “El proceso de una ruana cardada es de tres días, desde que llega la lana hasta que se termina. Hay que acomodarse al color de la oveja para armar madejas que estén parecidas”, nos explica. Es un proceso que involucra tanto la destreza del artesano como el trabajo comunitario: “todo inicia con el lavado de la lana. Nosotros la adquirimos de personas de las veredas que crían sus ovejas y se dedican a hilar”, comenta. Pero ese oficio también ha ido desapareciendo. Hay pocas personas que hilan hoy en día, lo que encarece y complica conseguir la materia prima. Muchos artesanos se ven obligados a importar o comprar lana de otras regiones. “Hace falta inversión para obtener mejor materia prima local. Muchos vellones se pierden porque no siempre el negocio es la lana, sino la carne. Entonces dejan perder la fibra”, lamenta.

Una vez limpia y seleccionada, si se va a teñir prefieren hacerlo de forma natural. “Como hacían los abuelos: con acacia, plantas de jardín, barba de piedra, vegetales como la pepa de aguacate, que da un color terracota muy bonito. Incluso usaban barro o el óxido de metales”.

Cuando la lana está lista se monta el telar: más de 800 hilos se colocan para formar la urdimbre. Luego se llenan las cañuelas que van en la lanzadera para tejer la trama. El proceso de tejido se hace con los pies, controlando el orden de los hilos, para crear distintos tipos de tejido. Generalmente se hacen sargas lisas o con patrones repetidos que forman figuras típicas como espinas o gallinetos. Una vez tejida, la ruana se desmonta y se le hacen los acabados: flecos, costuras con puntada tipo ojal, se le puede poner cuello o capota, según el diseño. Por último, si es necesario, se carda: Otoniel la peina con un cardador que deja la textura suave al tacto.

Las largas jornadas de trabajo artesanal, comunes en décadas anteriores, hoy solo se repiten durante eventos. Otoniel ha participado en muchos de ellos. Recuerda especialmente el Festilana, organizado por la Fundación Compartir, donde colaboró con reconocidos diseñadores: “trabajamos con Juan Pablo Socarrás y María Luisa Ortiz. Nosotros hacíamos las telas y se las llevábamos a los diseñadores, que confeccionaban lo que iban a presentar en la pasarela. Se sacaban unos cuatro atuendos por diseñador. Ahorita, como se acabó la fundación, ya es diferente”. También cuenta con emoción el proyecto en el que presentó un paño tipo inglés con los telares de Cucunubá a la embajada británica: “el proceso de hilandería se presentó al príncipe Carlos de Gales cuando vino a Colombia, en el año 2014. No vino acá, pero llevamos todo a la embajada. Ese día hubo desfile, fue el alcalde de Cucunubá, Pedro Gómez Barrera, Santos que era el presidente, y el príncipe Carlos. Fue un momento muy bonito. Por eso le digo que Cucunubá se ha logrado imponer a nivel internacional”, expresa con orgullo.

Actualmente, el festival Expolana, que se realiza en octubre, es un espacio vital para los artesanos. Además, Otoniel también es profesor en un colegio del municipio, donde desde hace un par de años se ha introducido la artesanía como materia para los estudiantes de grado II. “Eso inició por una inquietud con un profesor. Veíamos que el

municipio siempre ha sido artesanal, pero ¿quién va a quedar con la tradición? Surgió la idea de articular la artesanía al pénsun educativo. No es fácil, siempre se requieren muchas cosas. Llevábamos casi ocho años intentándolo y este año hubo una luz. El objetivo es que los muchachos conozcan lo que hace su municipio. Que sepan que en Cucunubá se hacen productos en lana, que se hacen ruanas, y que estas se pueden vender en cualquier lado. Yo sé que todos no se van a quedar en el proceso, pero a alguno le va a gustar”, comenta con ilusión.

Al salir del taller nos dedicamos a recorrer más el pueblo y nos maravillamos con el arraigo de este oficio en Cucunubá, los telares y las ovejas en el parque principal, las personas pasando con sus ruanas en bicicletas camino a sus trabajos, un abuelo abrigado con su ruana sentado afuera de un portón viendo cómo pasa el día, imágenes que son comunes en muchos pueblos de la región del altiplano, que nos generan nostalgia y nos hacen conscientes del gran impacto cultural que tiene una prenda y una fibra en nosotros, en Colombia, que llevar una ruana es un orgullo.

Cucunubá no es solo un lugar donde se fabrican ruanas, es un pueblo donde la lana parece respirar con las montañas, donde las ovejas no son solo ganado sino símbolo, compañía y origen. Caminar por sus calles empedradas es ver cómo el tejido no solo está en los telares, sino también en las relaciones humanas: entre artesanos, entre generaciones, entre historia y presente. La tejeduría aquí no es una técnica, es una herencia que se transmite con hilos invisibles entre abuelas y nietos. En cada esquina del pueblo, la ruana no es solo prenda: es paisaje, es identidad, es memoria tejida. Entendemos entonces que Cucunubá no ha sido moldeado solo por el tiempo, sino también por la fibra; y que allí, más que una vestimenta, la ruana es una manera de habitar el mundo. Como dice la canción de Garzón y Collazos: “por eso cuando sus pliegues abrazo y ellos me abrazan, siento que mi ruana altiva me está abrigando es el alma”.