

2° Encuentro Nacional de Gestión Cultural

*Diversidad, tradición e innovación
en la gestión cultural*

Tlaquepaque, Jalisco. Octubre 14 al 17, 2015

EL DESAFÍO DE LAS ORGANIZACIONES COMUNITARIAS ANTE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS Y CULTURALES. CASOS DEL ESTADO DE MICHOACÁN

Paulina Judith Grajeda López



RESUMEN

Una aproximación sobre los nuevos desafíos que enfrenta cinco organizaciones del estado de Michoacán dedicadas a promover bienes culturales de la tradición. El presente trabajo describe la experiencia de las organizaciones identificando las estrategias que han creado para realizar proyectos autogestivos.

PALABRAS CLAVES

Industrias culturales y creativas, Desarrollo Local, Desarrollo cultural.

INTRODUCCIÓN

“Los científicos dicen que estamos hechos de átomos pero a mí un pajarito me contó que estamos hechos de historias”

Eduardo Galeano

El presente trabajo recupera la experiencia de cinco organizaciones del estado de Michoacán que, en su lucha por continuar con su patrimonio vivo dentro de la tradición, están creando sus propias estrategias en un contexto avasallador para el desarrollo económico en el sector cultural.

Las organizaciones comunitarias están sosteniendo proyectos de manera autónoma y autogestiva, por tanto es preciso comprender los retos que enfrentamos las y los promotores culturales en un momento clave donde las políticas culturales tienden a la dinámica de las industrias creativas y culturales a través de impulsar la creación de *clusters*, empresas culturales, nodos culturales, incubadoras, entre otras.

Conoceremos la historia de la organización de Barro sin Plomo, en la voz de Víctor Águila y Raquel Ayala Martínez, alfarera de la tenencia de Capula (municipio de Morelia) con más de once años en la producción de barro libre de plomo, y que han conquistado espacios dentro y fuera del país.

Nos acercaremos a una organización de nueva creación “*Puky Textil Purépecha*” que se dedica a la elaboración del rebozo en telar de cintura, a través de sus dos integrantes: Jaime Ferrera Medina y Rick Valdez Nepomuceno, quienes inician el proyecto con el objetivo de sensibilizar a nuevos consumidores y consumidoras sobre el arte de elaboración textil purépecha, creando vínculos con mujeres de la comunidad de Turícuaro, perteneciente al municipio de Nahuatzen.

Con Antonio Salgado nos acercamos a dos organizaciones: *Jarhuajperakua* (ayuda mutua) A.C y Proyecto Cooperativa, organizaciones hermanas que impulsan proyectos multidisciplinarios basados en el desarrollo sustentable y la economía solidaria con la participación de diversos productores y productoras de las regiones de la costa, tierra caliente y lacustre.

Con Rojo Pitaya, creado por Guadalupe Tafoya y Christopher. Esta organización está dedicada a la producción de accesorios en cobre y barro, así como la elaboración de ropa para mujer con aplicaciones en bordado de cruz. Asimismo esta última organización se ubica en Pátzcuaro, con una tendencia contemporánea del uso de artesanías.

I. EL MOMENTUM EN QUE SE CREA LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación nació a partir de los actuales retos que enfrentan la promoción y gestión cultural en el ámbito comunitario en un contexto político, ambiental y económico que se vive en el estado de Michoacán. En los últimos años los conflictos armados, han mermado la producción y distribución de los bienes y servicios culturales de portadores y portadoras de la cultura. Para este trabajo me refiero bienes relacionados con la cocina tradicional, la música y danzas tradicionales, textiles y artesanías que se integran en espacios dirigidos a un público consumidor como son los tianguis artesanales y festivales impulsados por programas institucionales o de la iniciativa privada.

Estos cambios han modificado la dinámica de la economía entorno a los bienes y servicios culturales. Por tanto conlleva a una generación de promotores, gestores, y creadores que comienzan a comprender que el contexto exige de nuevas formas de organización.

En el transcurso del tiempo, he observado propuestas de organizaciones comunitarias del interior del país; que han fortalecido sus proyectos a partir de formalizarse como cooperativas, asociaciones civiles o empresas culturales. Estos casos llamarón mi atención, porque surgieron en contextos semejantes. En su mayoría han integrado componentes que corresponden al desarrollo local y sustentable como el comercio justo, economía solidaria, reconocimiento de las y los portadores del patrimonio, formación de consumidores, entre otros. Citando algunas organizaciones de otros estados son el Taller de Flora y la diseñadora Carla Fernández (DF, Oaxaca y Chiapas), la Fundación Comunitaria Oaxaca y la empresa integradora “Color y Cultura de Nuestra Tierra, S.A. de C.V.”, El Ingenio A.C. (San Cristóbal Chiapas), Fabrica Social (DF), Hilo de Nube (Oaxaca), etc.

Por otra parte, en el estado de Michoacán, desde mi experiencia, identifique que la mayor parte de las organizaciones se componen por unidades familiares que comercializan con intermediarios y las agrupaciones se conforman para acceder a un apoyo institucional. Los bienes y servicios conformados por la música tradicional, las muestras de cocina tradicional, festivales, tianguis artesanales; aunque algunos sean impulsados por iniciativa comunitaria; en su mayor parte son financiados por instancias de gobierno y/o recursos propios. Sin embargo, se están creando nuevos proyectos independientes, como alternativa a las diferentes crisis que presenta cada gremio cultural. Abriendo espacios a partir desde la perspectiva de emprendimientos culturales o empresas culturales.

Sin embargo, en comparación con los estados de Oaxaca y de Chiapas; el surgimiento de emprendimientos o empresas culturales es menor al estado de Michoacán. Sin poder contar con fuentes que respalden estos datos, comenzaron a surgir preguntas como ¿existen organizaciones comunitarias en el estado de Michoacán conformadas como emprendimientos o empresas culturales?, ¿Y cuáles están vinculadas a brindar bienes y servicios del ámbito del PCI?, ¿De qué manera las organizaciones comunitarias están creando sistemas que les permitan sostener proyectos culturales autónomos? y ¿cómo se crean, vinculan e interactúan las redes de colaboración entre organizaciones locales, nacionales e internacionales?.

Otro factor que impulso esta investigación, fue conectar con las necesidades de las y los portadores de la tradición, y las que se van presentando a quienes nos dedicamos a la promoción y gestión cultural. Los momentos de interactuar con fragmentos de nuestra vida cotidiana, de re descubrir los saberes que conforman el patrimonio vivo de nuestras comunidades, sostener proyectos fuera de la lógica de ganancias económicas sobre la ética hacia la vida, son principios que comúnmente pone en riesgo de quienes nos dedicamos a este quehacer.

Es por ello que el motor de la investigación es encontrar opciones que nos permitan mejorar la calidad de vida, por medio de modelos de emprendimientos y empresas culturales que dignifiquen nuestro quehacer. Sin embargo, cabe

destacar que este es un primer acercamiento, que permite iluminar los primeros pasos.

I. EXPERIENCIAS ORGANIZATIVAS EN EL ESTADO DE MICHOACÁN

1.1. Panorama general de las manifestaciones

En Michoacán existe una gran diversidad de expresiones culturales, cada región tiene su particular actividad económica en el sector cultural. Aunque no se cuenta con la regionalización cultural del interior del estado, se identifican las localidades que cuentan con una producción determinada a partir de los recursos naturales a los que se tiene acceso en comunión con los saberes de la tradición.

A partir de la categorización que plantea Martha Turok (en el manual de y los sectores Los principales bienes y servicios intangibles en el estado son:

1. Presentaciones artísticas y celebraciones: música tradicional, cocina tradicional.
2. Patrimonio cultural y natural: turismo cultural y turismo de entretenimiento y eventos.
3. Artes visuales y artesanías: alfarería y cerámica, textiles, cerería, madera, metalistería, joyería, orfebrería, fibras vegetales, papel, talabartería y peletería, maque y laca, lapidaria y cantería.

Las localidades producen estos bienes por unidades familiares, en el caso de artesanías conformado por talleres domésticos. En su mayoría han sido apoyadas por programas gubernamentales de Casa de la Artesanía, FONART, Secretaría de Desarrollo Económico, Secretaría de Cultura y Secretaría de Turismo. La mayoría de los programas convergen en impulsar actividades para el sector turístico, como el Tianguis Artístico de Domingo de Ramos en Uruapan, Tianguis Artesanal de Día de Muertos en Pátzcuaro, Festival Artístico de la Raza Purépecha, la Ruta Don Vasco, entre otras.

Ahora, en los últimos años, la situación de violencia en el estado de Michoacán ha detenido la dinámica de distribución y comercialización que se había generado a partir del turismo. Anteriormente los tianguis artesanales asistían intermediarios provenientes de diferentes estados y países para identificar los talleres que tuvieran la mejor producción artesanal y levantar pedido para todo el año.

Como plantea Vázquez Barquero (2007) desde la perspectiva de desarrollo endógeno la posibilidad que tiene la sociedad local para reactivar la economía a partir del aprovechamiento de los recursos endógenos del territorio, permiten el crecimiento económico, creación de empleos y mejorar la calidad de vida de la comunidad local. Para esta toma de decisiones, es vital la participación de las empresas, las organizaciones, las instituciones locales y la propia sociedad civil. Por lo cual el territorio se considera como agente de transformación social. Bonfil Batalla (1995) considera como el ejercicio de la capacidad social de un pueblo para construir su futuro, aprovechando para ello las enseñanzas de su experiencia histórica y los recursos reales y potenciales de su cultura, de acuerdo con un proyecto que se defina según sus propios valores y aspiraciones; entonces, el proceso de etnodesarrollo exige el cumplimiento de un cierto número de condiciones o requisitos de diversa índole.

A partir de las necesidades del contexto actual, comienzan los retos para crear e innovar estrategias de distribución y comercialización.

1.2. Acercamiento a las organizaciones

En la organización *Jarhuajperakua* A.C con Antonio Salgado, la experiencia que desarrollo en los proyectos de desarrollo comunitario en la región lacustre, costa y tierra caliente; permitió que “Proyecto Cooperativa” surgiera como un espacio alternativo para la comercialización de diversos productos desde un modelo económico solidario. Proyecto cooperativa, ubicado en la ciudad de Morelia, integra bienes culturales desde una perspectiva alterna al mercado convencional. Es un modelo “experimental” porque pone a prueba las estrategias planteadas en la economía solidaria, y bajo este riesgo el equipo y las y productores que se unen al proyecto se unen a la reflexión de sus propios procesos. Se tiene una mayor perspectiva de la producción de bienes culturales, al integrar la producción agroecológica promoviendo plantas y semillas nativas. Lo interesante de este proyecto es la certeza de que la creación redes pueden llevar o no la creación de comunidad. Como propone Hinkelammert y Mora (2005) los vínculos se conforman por relaciones humanas y ambientales basadas en el respeto a la vida,

para partir de una visión humanista y vitalista que reconoce no sólo que el ser humano es un ser natural, corporal y necesitado, sino también que la “Vida depende del Otro” ya que la naturaleza humana y externa constituye un sistema interdependiente.

Barro sin Plomo con más de once años con el proyecto en las comunidades purépechas en el tema de la alfarería libre de plomo, ha llegado a la madurez y consolidación de procesos autónomos de los talleres. Enfrento el reto de la transferencia de conocimientos técnicos y la búsqueda de unidades familiares que rompieran con el proceso convencional del uso de la greta¹. A partir de los resultados obtenidos, después de seis años de pruebas, se activó rápidamente la comercialización de las piezas en mercados sofisticados del arte popular en México y fuera del país. Esto provocó que la organización integrara un equipo multidisciplinario para el mercado y estrategias para el abastecimiento de los pedidos. Pero esta rapidez de comercialización no logro empatar con el proceso cultural de las y los ceramistas/alfareros. No se consideró un acompañamiento desde la las nuevas formas de relaciones internas que comenzarían a surgir entre BSP, los talleres y las localidades. Para la investigación esta organización es clave comprender porque las unidades familiares no construyen cooperativas con miras a empresas culturales, como sucede en otros estados como Chiapas y Oaxaca. La experiencia, análisis y reflexión que comparte Víctor Águila a cerca de como las personas tienden a regresar a esquemas de relaciones de poder deterioran los proyectos concentrado de nuevo la riqueza. Es interesante como el cambio de una pieza puede poner en riesgo el patrimonio cultural de una familia y una comunidad, otro elemento clave del porque no se ha revolucionado en las ICC. Las y los ceramistas ya por sí solos crean nuevas redes de comercialización que les permite brindar mejor precio y ganancia, y que cada taller tiene un impacto tangible en el medio ambiente y en el mejoramiento de la calidad de vida. Confirmando con Raquel Ayala el proceso que ha vivido acompañada con BSP, reconoce que este proceso es complejo, cansado y en ocasiones frustrante, sin

¹ La Greta (óxido de plomo) como constituyente de los vidriados para esmaltar las piezas, someterlas al fuego y obtener una alfarería con cubierta vítrea (Fuente: FONART).

embargo las recompensas recibidas las ve reflejadas en su estilo de vida, que ella misma compara con sus familiares que continúan con el proceso convencional.

Puky Textil Purépecha, siendo un proyecto muy joven, la claridad en las acciones en cuanto a la promoción y resguardo del proceso de elaboración de piezas en telar de cintura. Estas acciones son los talleres, exposiciones y difusión en medios electrónicos. Es interesante saber que su comercialización es en el contexto comunitario, aunque tenga miras para conquistar otros espacios. También han dado un paso importante al identificar los indicadores para poner el precio a las piezas, esto es un tema complejo en el campo del arte y la cultura por que el valor de las piezas se determina por la dinámica externa, en este caso las instancias de gobierno.

Rojo Pitaya es un ejemplo de la creación de una empresa cultural. Organizaciones fundadas por artistas que integran elementos del patrimonio cultural inmaterial. Este fenómeno es el que está surgiendo en nuestro país, tiendas con productos de arte y diseño contemporáneo que implementan símbolos o iconografías del arte popular mexicano. Este modelo, adopta estrategias de las empresas convencionales, se tiene un producto hecho a mano que es diseñada por las o los creadores, es ensamblada por empleadas, y se la materia prima se busca acorde a lo que se produce, en este caso son la elaboración de piezas en miniatura en barro hechas por alfareros de Capula. Implementa una economía de mercado justo, pero no se especificó como establecen los precios y los pagos a los proveedores (alfareros). Lo importante de Rojo Pitaya es que aun reproduciendo el esquema empresarial, en su red se vincula con otras organizaciones con propuestas de modelos alternativos. Se eligió por esta causa, ya que la mayoría de los informantes mencionaban la tienda como un espacio de comercialización de sus productos y su colaboración en ferias alternativas. Este caso, permite que las organizaciones quieran iniciar con su empresa cultural, pueda ser un referente el proceso de consolidación, ya que nació en un contexto vulnerable para el estado de Michoacán.

De las organizaciones de este estudio, se observó poca reflexión en torno a este

tema de las industrias creativas y culturales e igualdad de género. En este tema quienes tenían estos campos dentro de su organización fue BSP y Proyecto Cooperativa. También tenían claro las dinámicas que imperan en las ICC en el modelo neoliberal. Para BSP fue un reto mediar entre la dinámica de las ICC y los talleres artesanales y la asociación civil *Uhari*. Mientras para Proyecto Cooperativa, sus estrategias tejen un modelo para “escapar” de las ICC. Ambas fueron las únicas organizaciones, que permitieron y compartieron datos económicos sobre sus ingresos y pagos con de los productos con sus organizaciones socias.

Las cinco obtuvieron como temas relevantes el patrimonio y participación social, consideran que su labor es la protección y promoción de bienes culturales del patrimonio vivo, a partir de formar al consumidor a valorar las piezas por su proceso cultural que lleva en su elaboración. Y en cuanto a la participación social, se observó que la confianza y la libre determinación son las pautas para establecer las redes, no solo de comercialización sino de solidaridad

En cada una de las organizaciones se identificó que el sentido de organización comunitaria se obtiene a partir de los vínculos y redes creadas con otras organizaciones, rompiendo el sentido convencional de la cadena productiva. Considera que “la idea de comunidad remite al tener en común, al compartir”. En el criterio de Toennies “comunidad es compartir vida y destino, o lo que es lo mismo, ser parte de un espacio y un tiempo (presente y futuro) percibido como común (Rodríguez, 2008).

CONCLUSIONES

A partir de la observación de las dinámicas que sostienen las organizaciones se identificó tres ámbitos predominantes. La primera, son aquellas organizaciones que se sostienen a partir de los fondos de programas ofrecidos por instancias de gobierno. La segunda, crean sus propios fondos a partir de reproducir sistemas de una empresa tradicional. Y la tercera, son organizaciones que han creado proyectos que buscan la autogestión a partir de sus propios recursos y la redes de colaboración.

Por lo anterior se identificó que son pocas las organizaciones que se encontraron con las características planteadas. Organizaciones comunitarias las que se encontraran integradas por una asociación civil y/o privada, que extiendan vínculos y redes con otras organizaciones. De las seleccionadas se obtuvieron en el campo del Patrimonio Cultural Inmaterial alfarería, joyería y textil en telar de cintura, quedando un vacío en la música tradicional y cocina tradicional. Se integraron uno o varios elementos y componentes de las dimensiones de desarrollo: económico, cultural, político y ambiental, como parte de su identidad organizacional. Cuentan con un equipo de trabajo interdisciplinario. Y fomentan la diversidad de las expresiones culturales del Estado de Michoacán.

REFERENCIAS

Bonfil Batalla, Guillermo. (1995). *Etnodesarrollo: sus premisas jurídicas, políticas y de organización*. En Obras escogidas de Guillermo Bonfil Batalla. Tomo 2 (pp. 464 – 480). México: INAH / INI.

Hinkelammert, Franz & Mora, Henry (2005): *Hacia una economía para la vida*. Edt. DEI. San José.

Rodríguez Fernández, Gabriela (2012). ¿Comunidad? Mediación comunitaria, habitar efímero y diversidad cultural. *Polis* [Online], 20 | 2008, Online since 19 July 2012, [Fecha de consulta: 24 de junio de 2015]. Disponible en <http://polis.revues.org/3435>

Vázquez Barquero, Antonio. *Desarrollo endógeno. Teorías y políticas de desarrollo Territorial Investigaciones Regionales* [en línea] 2007, (Sin mes): [Fecha de consulta: 24 de junio de 2015] Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28901109>> ISSN 1695-7253