



2^o CONGRESO LATINOAMERICANO DE GESTIÓN CULTURAL

Pensamiento y acción cultural para la paz
y la participación ciudadana

18, 19 Y 20 DE OCTUBRE DE 2017
CALI, COLOMBIA

TEJIENDO ESTRATEGIAS PARA EL PROGRESO EN LA COMUNIDAD EMBERA CHAMÍ DOJURA

Colombia

Ponencia presentada en el 2do. Congreso Latinoamericano de Gestión Cultural | Cali Colombia
18, 19 y 20 de octubre de 2017

Rocío Torres Novoa
rocio.torres@pascualbravo.edu.co

Contextualización de la práctica artesanal

El tejido en Chaquira es una de las artesanías indígenas más conocidas en nuestro país, por su gran impacto estético y su facilidad de uso, ésta ha sufrido grandes alteraciones ya que el acceso a su materia prima inicial (semillas, huesos, y colmillos de animales) fue limitado por el abandono de la tradición de caza y recolección de alimentos, como consecuencia del desplazamiento forzado de la comunidad, y posteriormente por un tema de conservación ambiental. Esto trajo como consecuencia el reemplazo del material por lo que es conocido de forma genérica como chaquira checa, esto solucionó la necesidad de realizar productos de una mayor durabilidad en los artículos artesanales, su efecto secundario fue la transformación del objeto identitario.

La Ley 160 de 1994 y su posterior Decreto 2164 de 1995 dieron inicio al proceso de la asignación de territorios como parte de las estrategias para el “asentamiento y desarrollo de las comunidades indígenas”, esto no reversó la transformación descrita en el párrafo anterior, en este caso la occidentalización se hizo latente y perenne al conseguir material de mayor calidad de manera más asequible, por la cercanía de estas tierras a municipios y ciudades.

Si analizamos el concepto de artesanía indígena podemos inicialmente retomar la postura de Artesanías de Colombia quienes expiden la siguiente definición:

“Producción de bienes útiles, rituales y estéticos. Se constituye en expresión material de la cultura de comunidades con unidad étnica y relativamente cerradas. Elaborada para satisfacer necesidades sociales, integrando los conceptos de arte y funcionalidad. Materializa el conocimiento de la comunidad sobre el potencial de cada recurso del entorno geográfico, el cual es transmitido a través de las generaciones.”

En primera instancia es fundamental evidenciar que la artesanía indígena es un lenguaje que va más allá de la “expresión”, por ser “un conjunto de signos estructurados que dan a entender una cosa” (Morris, 1985, p.37), por ende se podría catalogar también como un instrumento de comunicación íntimamente ligado a la cultura que permite la construcción colectiva de identidad mediante “la creación de

significados compartidos a través de procesos simbólicos” Ferrer (1995,p.25) manuales artesanales que generan figuras iconográficas con altos contenidos cosmogónicos, que han trascendido generacionalmente.

Con relación a la “unidad étnica relativamente cerrada” se puede demostrar que las culturas ancestrales comparten iconografías con significados similares que parten desde la geometría como elemento más explícito, no sólo como limitantes de las técnicas de tejido de textiles, cestas o chaquiras por la trama y la urdimbre, sino también expresadas de la misma manera en la cerámica y pintura facial por nombrar algunos ejemplos, que demuestran el uso de la composición, perspectiva, abstracción y armonía en cada objeto, fundamentando el uso innato del diseño con propósitos definidos, en este caso de representación y comunicación.

Corresponde ahora analizar la expresión “satisfacer necesidades sociales, integrando los conceptos de arte”, concepción con la que estoy absolutamente de acuerdo, sin embargo, en la práctica funciona de otra manera, tal como se puede constatar en el mercado cultural.

Es complejo hablar de conceptos de arte para la artesanía, pues es una discusión que se ha dado por largo tiempo, por ello se tomarán algunas ideas del libro Hacia una teoría americana del arte, como parte de la contextualización de este tema tan álgido, donde se expone de manera muy acertada que:

Las creaciones populares e indígenas, son manifestaciones del Espíritu del pueblo de forma colectiva y anónima, ligadas con ritos y funciones cotidianas que suponen la preservación de las tradiciones de una comunidad; permanecen entonces atrapadas por su misma materialidad, técnica y utilidad, aisladas de la función estética por su compleja trama de significados sociales, donde lo específico se vuelve típico y lo propio se vuelve folklore, por consiguiente se convierten en excelentes mecanismos para banalizar la expresión popular, como resultado no alcanzan ese grado superior contemplativo del arte. (Acha, Colombes & Escobar.2011)

En sintonía con lo anterior el arte se considera como una expresión de talento individual, un quehacer que no necesita oficio, ni técnica, ni pericia, el cual se justifica como la sumatoria de elementos de lugar, tiempo y espacio irrepetibles, al margen de cualquier tradición, es finalmente, un arte sostenido únicamente por su creador. Por otro lado, el artista está muy ligado a la industria y bajo este precepto sólo puede girar en torno a la originalidad y la eficiencia, eficiencia que no equivale a su utilidad, pues lo que en cierta medida le da valor es su inutilidad. (Pascual. 2012, p.55-57)

En cuanto a la “funcionalidad” podemos abrir el debate partiendo de la postura de Wucius Wong mencionada en su libro Fundamentos del Diseño (1995), quien define de manera más completa el elemento práctico, desde tres ámbitos: 1. la representación derivada del mundo y la naturaleza, 2. el significado como portador de un mensaje y 3. la función de servir para un determinado propósito sea estético o utilitario, quiere decir que la artesanía cumple a cabalidad con los tres elementos establecidos en la practicidad de los objetos, por ello se puede inferir que la funcionalidad queda corta a la definición dada por Artesanías de Colombia.

Se resalta de manera positiva el concepto de “materializar el conocimiento” en cuanto a la transferencia de la técnica tradicional y su significado cosmogónico, el tejido en chaquira como tal, conlleva implícita las prácticas pedagógicas e históricas de la comunidad Embera, donde la madre enseña a su hija desde la observación, la atención, el diálogo y la interacción la forma como sus ancestros realizaban la artesanía y el origen concreto del saber, de esta manera se logra la apropiación de la práctica al fomentar la recreación del conocimiento a través de la producción de objetos. Las niñas de la comunidad aprenden de la manera anteriormente descrita el lenguaje simbólico y mítico de su cultura, lo que les permite crear vínculos de identificación en torno al conocimiento de su mundo y forma de vida. (Cáisamano. 2012, p.174)

Es difícil actualmente hablar de la potencialidad del recurso del entorno geográfico, pues como se demostró en la transformación del tejido en chaquira con el cambio de la materia prima se evidenció la fractura existente entre la cartografía social y

sagrada, ya que persisten mayor cantidad de territorios comunes que los lugares prohibidos habitados por los creadores y encantados donde residen los espíritus.

Por otro lado la transmisión del saber a través de la generaciones es uno de los puntos que tiene en jaque la conservación de la práctica artesanal, ya que ha perdido su valor dentro de la comunidad al no ser valorada por los jóvenes quienes consideran la artesanía como una actividad que demanda mucho tiempo e implica una inversión de dinero que no poseen, adicional a esto consideran que “eso ya quedó atrás y ya son gente civilizada, por eso no quieren usar ese adorno de Embera, porque además dicen (...) que es mejor usar otro vestido”(Cáisamano. 2012, p.178). Por otra parte, los mayores de la comunidad Dojura expresan no querer transmitir su saber a los jóvenes porque ellos no valoran la tradición y el pensamiento cultural de sus antepasados, por tanto, es indiscutible la desmotivación de todas las partes involucradas. Es común que los individuos de la comunidad desconozcan referentes cercanos, por ende, no sienten un vínculo emocional con la artesanía, llegando a estar perdidos en un mundo globalizado, afrontando una crisis social, lo que los convierte en sujetos vulnerables al apropiarse de cualquier ideología y/o creencia.

Personalmente considero que la única manera de promover el oficio del artesano en este caso, es mediante el autoreconocimiento y empoderamiento que genera la creación de grupos de trabajo colaborativo con impactos positivos a las condiciones sociales existentes bajo beneficios de autosostenibilidad.

Actividad generadora de ingresos

Como antecedente de la comercialización de la artesanía, se debe considerar que el tejido en chaquira es muy común en los mercados especializados, como ferias y toldos temporales, por tanto se pensaría que es una de las actividades de sustento más exitosas de las comunidades indígenas, la realidad es que la mayoría de marcas comercializadoras de este tipo de accesorios, no tienen nada que ver con este saber ancestral, incluyendo las copias que son importadas y distribuidas de

contrabando, lo que conlleva a una descontextualización y a una pérdida de su valor cultural.

El Tejido en Chaquira como práctica cultural, posee una serie de simbolismos e iconografías llenos de significados y significantes cosmogónicos particulares, que denotan parte de la identidad y el valor social que tiene para la comunidad Embera por su misma realidad histórica, que se tejió por medio de factores sociales, culturales y étnicos propios, y que se conserva por una virtualidad que es tomada como “real” es decir natural e inmutable. (Guba y Lincon. 1994, p.11)

Tradicionalmente se han enfocado los esfuerzos en la conservación y en la investigación, en el caso de Colombia, muy poco a la documentación o sistematización de las prácticas artesanales, de ahí se abre el constante debate sobre la comercialización del patrimonio y la cultura; en este caso, respetando las diversas posturas al respecto, el presente estudio centra su atención en la posible contribución al desarrollo económico y social, deja de lado el exceso de proteccionismo, que por sí mismo y a través del tiempo ha demostrado no ser la solución adecuada, en la comunidad Dojura por ejemplo en este momento existen sólo dos familias que conservan la tradición de tejer su historia.

Propongo, por lo tanto, que la comunidad Dojura se convierta entonces en productora y promotora de su propia cultura, como resultado de un proceso de preservación y valoración de su artesanía, mediante la creación de una marca colectiva que ayude a la comunidad a diferenciar sus artesanías de otros productos y de esta manera poder brindar el realce a nivel nacional e internacional que se merecen.

La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual en su documento La propiedad intelectual y la artesanía tradicional denota que este tipo de asociaciones comunitarias pueden contribuir a mejorar su situación económica, obteniendo un rendimiento justo y equitativo de su labor. Si bien las marcas de certificación o las etiquetas de autenticidad no pueden impedir la venta de imitaciones, sirven para

desalentar dicha venta al diferenciar los productos genuinos de la artesanía tradicional. WIPO (2016)

La importancia de las marcas colectivas radica en su forma de destacar origen común de los productos informando al público sobre ciertas características estéticas, físicas o geográficas innatas de la artesanía que sirven para fomentar la sensibilización del público en cuanto a la importancia cultural, además permite tranquilizar a los consumidores, porque tienen la garantía de adquirir productos auténticos (Artesanías de Colombia, 2011, p.10), satisfaciendo el deseo del mercado de información y contextualización como parte de esa experiencia innovadora enfocada al respeto de la tradición desde el interés de la humanidad al saber ancestral.

Aumentar el beneficio económico derivado de la optimización del valor simbólico de la actividad cultural, se convierte en una consecuencia que hace la práctica sostenible en el tiempo, como lo expresa Gonzalo Sánchez Gardey: “La utilidad que "retribuye" la acción en estas situaciones está vinculada con objetivos más profundos, de satisfacción de necesidades no económicas, sino de realización o autorrealización personal”, en este caso colectiva. Para poder llegar a las metas del proyecto es imprescindible utilizar las múltiples herramientas del marketing cultural y del diseño que faciliten la servucción.

En primer lugar, el “marketing cultural es el proceso que se desarrolla en las organizaciones culturales y en la sociedad para facilitar el intercambio a través de relaciones colaborativas que crean un valor recíproco mediante el uso de recursos complementarios. Este concepto responde a la nueva teoría de la Lógica Dominante del Servicio” (Vargo y Lush, 2006; Gummesson, Lush y Vargo, 2010), un ejemplo tangible del ejercicio planteado es el Reconocimiento de Excelencia UNESCO para la Artesanía, el cual fue un programa anual, realizado entre el año 2008 y el 2012, donde se “estimulaba a los artesanos a elaborar productos de calidad utilizando técnicas y temas tradicionales de manera original a fin de asegurarles su permanencia y desarrollo sostenible”, o incluso la misma Bienal de Diseño para la Artesanía, convocada en el año 2014 por Artesanías de Colombia.

El planteamiento del proyecto se puede ver incluso como una actividad de “colonización inversa” bajo dos preceptos, el primero dado en sentido del aprovechamiento del consumismo y globalización para posicionar el mercado artesanal en el modelo capitalista, con la ventaja que las comunidades “indígenas tienen una posición privilegiada [al] representar la diversidad cultural, e incluso biológica, [como] referente de identidad, de prácticas y conocimientos culturales.” (Chaves & Nova. 2014). Por otro lado, el término “colonización inversa” también se aplica de manera, que el conocimiento de la práctica ancestral va ser reintroducido a la comunidad, promoviendo el desarrollo económico, bienestar social y conservación cultural. Es claro que el término colonización cambia su connotación negativa para ser un elemento constructivo y transformador de vidas.

La comunidad Dojura, ha expresado su interés en la participación del proyecto, dado que conocen experiencias exitosas como: Karmata Rúa en Cristianía (Antioquia), en donde la Asociación de Mujeres: Imaginando con las Manos de Cristianía, realizan un trabajo de tejido colectivo que brinda recursos para su manutención.

El escepticismo se encuentra presente de manera natural en la comunidad Dojura, por los diversos proyectos de investigación, sobre todo de tesis, desarrollados por personas externas, y que al final no han tenido impacto directo en la comunidad. Por consiguiente, el compromiso personal de los individuos de la comunidad, se ha consolidado por medio de actividades y reuniones de acercamiento, donde se muestra mi responsabilidad social, respaldada desde la Institución Universitaria Pascual Bravo. De este modo se evidencia que sólo faltaba una mano que gestara y que uniera la trama y la urdimbre, de forma que cada chaquira insertada, se constituya en un aporte significativo a la cultura Embera Chamí de Chigorodó, en la reconstrucción de una tradición e identidad que se diluye en el tiempo y ante los ojos de organismos responsables de su salvaguarda.

La gestión cultural se establece como un instrumento para la proyección de un futuro viable, prometedor, y sobre todo respetuoso de las tradiciones. Enfoca sus

esfuerzos para mejorar su calidad de vida a través de la práctica artesanal, brindando oportunidades de recuperación y de unión comunitaria. El papel del gestor cultural, se desarrolla bajo un modelo mediador entre la modernidad contemporánea centrada en economías emergentes y el sector artesanal indígena.

Estrategias de diseño

Comenzar a detallar las estrategias que ayudarán de manera asertiva a la práctica cultural no es tarea fácil, se convierte en un ejercicio que requiere la evaluación de algunas metodologías de diseño como: los seis sombreros para pensar, estrategias de océanos azules o el mismo pensamiento de diseño, para crear aquel método que es más efectivo para cada propósito del proyecto, a continuación se expondrá en la Tabla 1 algunas de las técnicas creativas que se aplicaran para lograr las categorías propuestas:

Categoría	Técnica creativa	Descripción	Autor
Práctica cultural	Do it	Ayuda a definir problemas, abrirse a posibles soluciones e identificar la mejor, para luego transformarla en acción concreta	Roger Olsen
	Mapa de Empatía	Permite obtener múltiples percepciones sobre un mismo asunto, observar y analizar otros puntos de vista	XPlane
Significado ancestral	Ideart	Permite el rastreo de significados existentes, y ayuda a generar ideas a través de estímulos visuales	Franc Ponti
	Morphing	Impulsa el pensamiento asociativo visual, para crear nuevos elementos a partir de un referente	Kepa Landa
Mercadeo Cultural (Difusión y Conservación)	Listado de atributos	Sirve para generar nuevos productos, o mejorar los existentes.	R.P. Crawford
	Mitología	Permite la práctica del oficio, además fomenta el cambio de roles para el entendimiento de diversas posturas.	Paulo Benetti

Tabla 1. Técnicas creativas pertinentes según la categoría. Construcción propia a partir de la

Sin embargo, cada técnica y estrategia se debe aplicar de forma cuidadosa para que se garantice el respeto de las particularidades culturales colectivas e individuales de la comunidad, lo que necesita una compleja interrelación comunidad-gestor, con un propósito común: el promover su práctica artesanal como elemento identitario interno, a partir de la autocapacitación.

Los aprendizajes son en doble dirección, en primer lugar, existen beneficios para la comunidad Dojura en términos de recuperación de las técnicas del tejido en chaqira checa: la reconstrucción de parte de su pensamiento ancestral consignado a través de la iconografía en cada uno de los objetos artesanales, restablecimiento del interés en los jóvenes por su cultura y de los mayores en la transmisión de la misma, potenciando su autovaloración.

Se convierte en un ejercicio reflexivo colectivo, que permite de otro lado la documentación del “conocimiento tradicional” que, en cierta medida, permite la perpetuidad del saber y la posterior organización comunitaria para la búsqueda de mecanismos de financiación en el desarrollo de una “marca colectiva”, para que la práctica no se vuelva una obligación o carga, sino una ventana a la conservación a través de una oportunidad de comercialización justa y de reconocimiento invaluable.

Es generar la empatía necesaria desde una confianza creativa y un enfoque experiencial, que impulse la creación a partir de la expresión de ideas conformadas desde la intuición y la emoción del saber; cimentada en el pensamiento no convencional, centrado en el valor simbólico más que en el propio producto, son artículos que cuentan historias perenes en el tiempo.

La pregunta obligada es ¿qué pasara después del proyecto? Si bien la respuesta no está clara, es indudable que esta investigación dejará una huella latente en el pensamiento de cada persona participante, y lo más interesante, les demostrará que la artesanía puede ser aquella herramienta de retribución a la explotación de su cultura, de la cual han sido víctimas por tanto tiempo.

Referencias Bibliográficas

Acha, J., Colombres, A., & Escobar, T. (1991). *Hacia una teoría americana del arte*. Ediciones del Sol. Recuperado el 1 de octubre de 2017 de:

https://books.google.com.co/books?id=QZfJaelch8AC&pg=PA125&lpg=PA125&dq=Escobar+ticio.+las+obras+se+cosifican&source=bl&ots=FrEb8anD_F&sig=tCTnhXzVsei8c0x9UrfiE_vXi3A&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwil4dzAw9DWAhUGJCYKHc zyAZwQ6AEIQzAF#v=onepage&q=Escobar%20ticio.%20las%20obras%20se%20cosifican&f=false

Cáisamano Isaramá, Guzmán. (2012). *Pensar bien el camino de la sabiduría - Kirincia bio o kuita* (Tesis doctoral en educación, Línea de estudios interculturales). Universidad de Antioquía, Medellín, Colombia.

Chaves, M., & Nova, G. (2014). *Políticas patrimoniales, productores artesanales y economías de futuro*. Chaves, Margarita, Montenegro, Mauricio y Marta Zambrano (comp) El valor del patrimonio: mercado, políticas culturales y agenciamientos sociales. Bogotá: Instituto Colombiano de Antropología e Historia: Taller de Edición Rocca, 67-100.

Egon G. Guba – Yvonna S. Lincoln (1994). *Paradigmas que compiten en la investigación cualitativa*. Retomado el 5 de octubre de 2017 de:

https://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjXvJzo_trWAhWF6yYKHRQWC8oQFggtMAE&url=http%3A%2F%2Faprendeenlinea.udea.edu.co%2FImms%2Fmoodle%2Fpluginfile.php%2F191979%2Fmod_page%2Fcontent%2F1%2FGuba_Lincoln_PARADIGMAS.docx&usq=AOvVaw1dk8hic7sJqk2LQk_U3Yj0

Ferrer Rodríguez, Eulalio (1995) *El lenguaje de la publicidad*. México. Fondo de Cultura Económica.

Gonzalo Sánchez, Gardey. (2014) *Gestión financiera y económica en el sector cultural*. Manual Atalaya apoyo a la gestión cultural. Recuperado el 6 de octubre de 2017 de: <http://atalayagestioncultural.es/capitulo/gestion-financiera-economica-sector-cultural>

Morris, Charles. (1985) *Fundamentos de la Teoría de los signos*. Barcelona. Paidós Comunicación.

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (2016). *La propiedad intelectual y la artesanía tradicional*. Suiza. Recuperado el 21 de agosto de 2017 de:

http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo_pub_tk_5.pdf

Pascual Gay, Juan. (2012). *Oficio y genio entre el artista y el artesano*. La palabra y el hombre, p 53-57. Universidad Veracruzana, México. Recuperado el 1 de octubre de 2017 de:

<http://cdigital.uv.mx/bitstream/123456789/33594/1/53A57ph2012n22.pdf>

Wong, Wuicius. (1995) *Fundamentos Del Diseño*. Barcelona. Editorial Gustavo Gili. Traducido por: Homero Alsina Thevenet, Rosell Mira.