

UNIDAD DE ASISTENCIA A COMUNIDADES INDIGENAS Y TERRITORIOS NACIONALES.

JUSTIFICACION

Dentro de procesos de reevaluación de las vías de intercambio cultural y económico sostenidas hasta hoy entre las sociedades indígenas y la sociedad mayoritaria, se destacan alternativas autogestionarias de recuperación cultural. Este fenómeno que expresa un cambio significativo en las tradicionales relaciones de explotación y aculturación, señala, entre otras prioridades comprometidas en los tejidos culturales de las étnias, la necesidad de la recuperación de la tradición oral y de la cultura material, ya que una y otra aportan claves decisivas para la definición y desarrollo de estrategias dirigidas a la generación de respuestas a los actuales requerimientos de las realidades indígenas, así como pautas y puntos referenciales para su futura proyección.

Dada la importancia que la cultura material comporta para el presente y futuro de las comunidades indígenas, es pertinente señalar la necesidad de contar con enfoques apropiados a las condiciones y expectativas de los ámbitos indígenas para la definición de planes de apoyo institucional a estas iniciativas, pues, como es de todos sabido, los procesos de recuperación de la cultura material limitados únicamente a expectativas económicas conllevarán fenómenos desestabilizadores de las dinámicas de producción propias del grupo hacedor, contribuyendo a reducir universos de objetos multisimbólicos y utilitarios a simples mercancías.

El diseño de propuestas de asesoría económica y cultural adecuadas a las particulares condiciones de las comunidades indígenas, así como la continuidad en su desarrollo, aseguran que todo apoyo institucional dirigido a contribuir en procesos autogestionarios de las mismas, participe activamente en la generación de alternativas y de proyección ante el futuro en que está empeñada la nación Colombiana.

MARCO TEORICO.

Cultura material.

"Los objetos de cultura material producidos por los indígenas, como bien lo señala su nombre, hacen parte de su cultura, son objetos de utilidad en la vida diaria de sus productores y sus comunidades, y si no se consumen en forma inmediata dentro del núcleo doméstico del productor, se intercambian con personas o grupos sociales conocidos, creando o reforzando relaciones dentro de un contexto que no es ajeno al productor, su utilidad es práctica, lo que no excluye que puedan poseer un valor estético. Estos valores de uso se crean en cantidades limitadas y cada uno lleva impresa la "marca" de quien lo hizo, hasta el punto de ser reconocidos sin dificultad en el medio social en donde existen".

"Pero no son estas las diferencias esenciales que los separan de las artesanías. Estas son objetos materiales para el cambio, mercancías cuya significación rebasa poco lo económico. La cultura material indígena está integrada por completo dentro del todo social, portando contenidos sociales, familiares, religiosos, cósmicos que trascienden ampliamente su materialidad y su papel económico". (Yasco Uribe, Luis Guillermo: "Cultura material en sociedades indígenas", mimeo, 1988.

Entre las sociedades indígenas. "...el hombre es visto, no como un ser arrojado en un ahí inconexo, sino que se siente inscrito en un conjunto de múltiples relaciones, que él va concientizando a medida que transcurre su vida, que por fuerza de las circunstancias es mucho más totalizadora que la del común de la gente occidental". "En otras palabras el indígena promedio es consciente del juego de relaciones que encuentran en él su punto de anudamiento, haciéndolo más persona que el hombre de la sociedad de consumo, que cada vez se sumerge más en un horizonte de cosas que usa pero que no

comprende ni ubica, terminando por convertirse él mismo, en una cosa entre de la realidad cultural de estas relaciones, que la realización de las obras para el hacedor, la oportunidad de concretar su saber, la oportunidad de re-objetos, al fraguarlos, ellos constituyen la trama del ser del hacedor. El contenido. El hombre que cumple su tarea vital a plenitud, que es tarea cósmica, refleja plenitud de su obra, ya que ésta es a su vez el reflejo y concreción de su mayor o

"... Para el hombre indígena el poseer conciencia plena de lo que está haciendo, de concreto que está realizando, requiere el poseer y saber el sentido cósmico del objeto solo aparece dentro de la historia Cósmica total de la cultura (que está contenida en la tradición oral)..." "... Es así como el hombre indígena define sus relaciones con los objetos, y concreta sus códigos de valoración para ellos, ubicando, al mismo tiempo, su sentido. El utensilio, dentro de las sociedades indígenas, es algo que está infinitamente más allá del simple valor utilitario y mucho más lejos aún de su valor comercial. Por eso, la obra del Artífice indígena, no se valora en función del tiempo empleado directamente en su ejecución, sino en función del poder que encierra y ese poder depende de su impecabilidad como hombre inmerso en su tradición y consciente de la misma, porque al ejecutar la obra, lo que está haciendo, es concretar e escalar personal, la historia cósmica. El hombre se hace uno con su obra: El Utensilio..." (Urbina, Fernando: Cultura material y comercialización entre los Huitoto y Muinane. Artesanías de Colombia, 1986.).

Tradición Oral y Recuperación de la Cultura Material.

"La tradición oral es la memoria de las sociedades indígenas; ella les da continuidad a través del tiempo. Ellos le permiten la historia. La tradición oral es conservada por los mayores de cada cultura indígena. En algunas de estas sociedades, la tradición oral es manejada por especialistas; cada una de estas culturas ha desarrollado la manera de llevar la tradición oral a sus jóvenes, quienes reciben los principios y normas de la cultura: bien en los mamboseros bien en los rituales o fiestas, bien en los consejos y mitos escuchados en la vida diaria. Es a través de estos mecanismos: como la vida familiar, las relaciones de parentesco, la relación religiosa con el universo y la realización de la cultura material, que el conocimiento tradicional y los valores constitutivos de la cultura, se mantienen vivos. Como se dijo anteriormente, la tradición oral contiene el conocimiento necesario para que las relaciones culturales sean materializadas en los trabajos y objetos tradicionales. Este conocimiento puede ser expresado mediante la narración del mito, en donde se ubica el origen y la significación de cada objeto; así mismo la tradición oral aporta el saber necesario para el óptimo aprovechamiento económico del medio ambiente donde el grupo cultural se inscribe, lo cual se expresa en el desarrollo de las técnicas para el acopio de las materias primas, procesos de elaboración y producción de la cultura material y técnicas para el correcto uso de los utensilios. (Palacios, Aída: Algunas observaciones sobre el trabajo con tradición oral en el programa indígena. Unidad de Asuntos Indígenas, Artescol).

El concepto de cultura material, entendida ésta como una de las expresiones tangibles de las complejas relaciones simbólicas, estéticas y económicas existentes al interior de las comunidades indígenas, y la tradición oral, identificada como el vehículo por excelencia para la transmisión del conocimiento necesario para su elaboración, se mantienen como puntos claves en la definición de políticas y el diseño de proyectos relacionados con la Unidad de Asuntos Indígenas de Artesanías de Colombia.

ALGUNAS OBSERVACIONES METODOLÓGICAS:

Mantener la continuidad de los programas ya iniciados hasta que estos cumplan con los objetivos propuestos, para modificar la imagen de la empresa, vista tradicionalmente como entidad de intermediación, y para que puedan ser eficaces sin desperdiciar recursos y energías.

Mantener la comunicación directa de la empresa y las comunidades, mediante la supervisión directa desde Bogotá con el fin de garantizar el buen desarrollo del programa, evitando situaciones intermedias al interior de la empresa; así mismo es necesario mantener el sistema de compras

directas en los sitios en que este sistema ha funcionado con buenos resultados ya que se trata de un mecanismo de supervisión directa de las distintas actividades que se desarrollan en las zonas.

Se debe dar un tratamiento especial a los objetos indígenas destinando un espacio en donde pueden ser exhibidos contextualizadamente para su comercialización. Esta exhibición contextualizada plantea la posibilidad de mostrar los objetos a través de pequeñas exposiciones regionales para ser desarrolladas en los almacenes o también la realización de eventos indígenas en los distintos parques que la empresa ha construido en distintas partes del país, así como en los centros artesanales que también pueden ser usados como centros de difusión cultural. A partir de esto, se plantea la necesidad de definir espacios en el interior de los almacenes de la empresa, para exhibir contextualizadamente los productos.

Igualmente, para una mayor difusión, se hace necesaria la realización de exposiciones de cultura material indígena con parte de la muestra que se ha recogido a través de las investigaciones, las cuales deberán estar acompañadas de ciclos de conferencias realizadas por especialistas en el tema y que contribuirán en gran parte a cumplir con el objetivo de difusión del concepto de Cultura Material Indígena y de darle el reconocimiento que ésta merece en el conjunto de la sociedad Colombiana.

Es necesario seguir impulsando el desarrollo de actividades dirigidas a reforzar los grupos precoperativos para la producción y comercialización en aquellas comunidades en donde ya existe una tradición de comercialización, sin crear falsas expectativas de que ésta va a ser la solución definitiva a los graves problemas económicos de las comunidades. Se deben fortalecer las estructuras tradicionales al interior de las comunidades para que estas puedan captar de manera óptima la asesoría que la empresa ofrece, así como para fomentar procesos comercializadores para ser desarrollados por la empresa en forma autogestionaria. Así mismo se hace necesario el diseño de programas de créditos comunitarios, dirigidos a las comunidades, así como de programas de capacitación adecuados para el manejo de éstos.

Definir y mantener una política clara de comercialización en el caso de las comunidades indígenas. Es recomendable no realizar pedidos de grandes volúmenes, ya que la mayoría de las comunidades mantienen una economía de subsistencia y sumando las condiciones ambientales particulares de las zonas selváticas, no permiten guardar la producción de objetos por mucho tiempo. Esta situación plantea la necesidad de realizar pedidos periódicos, separados por intervalos no muy largos teniendo en cuenta los distintos ciclos de la vida comunitaria, e fin de garantizar la existencia de un stock de la producción en la empresa y de garantizar la calidad de los objetos.

Para la recuperación cultural de las sociedades indígenas es necesario continuar brindando asesorías en: organización comunitaria. Asesoría en la recuperación de la tradición oral. En la recuperación de técnicas tradicionales. En la consecución de materias primas. En la generación de relaciones endoculturales y de identidad para productos que ya han sido diversificados por las propias comunidades. Asesoría en la generación de nuevos canales de comercialización, etc. El material intelectual resultante de todos los procesos desarrollados deberá ser analizado por un equipo interdisciplinario de la empresa para poder, de esta manera, diseñar cuáles son las actividades por seguir o para concluir con los proyectos según dicha evaluación.

Las fichas técnicas son el primer intento de clasificación de los objetos indígenas, describiéndolos a partir de su contexto cultural y aportando la información necesaria para su comercialización y para la elaboración del material de difusión. La elaboración de videos sobre los distintos oficios en las comunidades son la otra forma clara de poder adquirir la información sobre procesos y significación de los objetos contextualizados en su realidad, material que servirá de medio de difusión hacia la sociedad nacional y hacia las mismas comunidades objeto de los programas. La elaboración de material didáctico gráfico el cual puede ser utilizado para la difusión de los programas con entidades escolares.

ANTECEDENTES.

Primeros Contactos.

Dentro del fomento de la labor artesanal con miras a la generación de empleo y el mejoramiento de las condiciones económicas de las muchas comunidades que en nuestro país se distinguen por poseer y desarrollar conocimiento, mediante la producción de objetos tradicionales, Artesanías de Colombia S.A. viene desarrollando durante los últimos 15 años actividades tendientes a articular las comunidades indígenas y su cultura material al ámbito de las relaciones culturales y económicas de la nación Colombiana.

La propuesta comercializadora fué la primera orientación que marcó las relaciones desarrolladas por la empresa entre 1976 hasta 1986; durante todo este periodo, la empresa sostuvo relaciones con algunas comunidades indígenas colombianas: Cunas de Urabá, Tikunas del Trapacio Amazónico, entre otras. Estas relaciones se fundamentaron esencialmente en la compra directa a las comunidades mediante el desplazamiento de los compradores de la empresa a los territorios de los grupos Etnicos. Esta etapa incluyó también el proceso de compras a través de los coordinadores de proyectos regionales (caso de los objetos Kamentsas comprados en Pasto). Es de anotar que desde entonces, y aún en la actualidad, funcionan las compras eventuales, en la sede de la empresa en Bogotá, e artesanos e intermediarios indígenas que logran transportar parte de la producción de las comunidades hasta la capital.

OBJETIVO GENERAL.

Establecer nuevas formas de relación entre la sociedad nacional y las comunidades indígenas de manera que se respeten los procesos internos de cada una de ellas y se participe en la recuperación de los valores propios para contribuir al bienestar de las mismas. Esto implica:

- 1 - El reconocimiento y la valoración de la cultura material como una de las más importantes formas de expresión de los pueblos indígenas del país.
- 2 - Motivar a las comunidades indígenas del país en la producción de objetos de cultura material susceptibles de comercialización como un medio para buscar mejorar las condiciones económicas de las comunidades .
- 3 - Promover la recuperación y preservación cultural en la búsqueda de identidad como parte de la afirmación étnica de las comunidades.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

1. 1. Enriquecimiento del concepto Artesanía que tiene la sociedad nacional mediante la difusión del concepto de Cultura material indígena.
 1. 2. Promoción, a nivel institucional y del público en general, de los programas realizados por la empresa en las zonas indígenas: exposiciones, publicaciones, material gráfico y audiovisual, etc.
 1. 3. Diseño y realización de nuevas investigaciones que se ajusten a las necesidades de las comunidades y al mismo tiempo proporcionen a la empresa nueva información para el apoyo en el trabajo con otras.
- 2.1 Motivar a las comunidades en la producción de objetos cuya comercialización sea provechosa para tratar de mejorar las condiciones económicas sin perder la originalidad de su cultura material.

2.2. Contribuir con las comunidades que así lo requieran en la consolidación de grupos productivos alrededor de la cultura material susceptible de ser comercializada.

2.3. Buscar asesoría técnica para el cultivo de materias primas en áreas en donde existen condiciones de desequilibrio ecológico.

2.4. Generar pautas en el manejo de la comercialización de los objetos indígenas de tal forma que se respeten los distintos ciclos de vida comunitaria: ciclo de producción agrícola, ciclos de las fiestas tradicionales, etc.

2.5. Fomentar procesos comercializadores que al ser desarrollados por las comunidades conlleven un proceso autogestionario.

2.6. Diseñar de un programa de créditos comunitarios que se ajusten a las condiciones reales de las comunidades indígenas según la ley 89 de 1890.

2.7. Asesoría y capacitación a las comunidades en la obtención y manejo de créditos destinados a los grupos productivos de la comunidad.

2.8. Mantener formas de comercialización directa en aquellas comunidades que así lo requieran para poder realizar una verdadera labor de asistencia a las mismas, dadas las condiciones económicas de ellas, y para poder ejercer una asesoría y supervisión directas de los programas que allí se realicen.

2.9. Fijación de una política de compras adecuada, de acuerdo con los volúmenes de producción de las comunidades y de ventas de la empresa.

3.1. Realización de investigaciones antropológicas que arrojen elementos para el diseño de nuevos programas y la adecuación de los existentes a las actuales condiciones de las comunidades.

3.2. Promover, al interior de las comunidades, la participación de los mayores portadores del conocimiento (de la tradición oral de elaboración de los objetos, técnicas de recolección y procesamientos de materias primas, sistemas simbólicos relacionados con los objetos, criterios endógenos de calidad, uso y elementos y patrones estilísticos, etc.).

3.3. Involucrar a los jóvenes y a los niños en el proceso de recuperación y difusión de la cultura material a través de las dinámicas propias de cada cultura.

3.4. Fomento del trabajo comunitario alrededor de la cultura material a través de talleres multiplicadores—organizados por la empresa según el resultado de la investigación sobre las necesidades de cada una.

3.5. Brindar asesoría integral para la búsqueda de identidad en relación con los objetos nuevos que han surgido dentro de los procesos de diversificación propios de los grupos con más contacto con la sociedad mayor.

3.6. Elaboración de materiales pedagógicos que sirvan como ejes de difusión del trabajo en las escuelas y en las formas tradicionales de educación (malocas, familia, casa comunitaria, etc.)

INVESTIGACION

Esta orientación eminentemente comercializadora frente a las culturas materiales indígenas comenzó a ser modificada a partir de 1986, cuando bajo la administración de la doctora María Cristina Palau se comenzaron a desarrollar investigaciones antropológicas en zonas indígenas con

las cuales la empresa ya tenía vinculaciones. De igual manera, en zonas en donde, a partir del interés de las mismas comunidades, existía la posibilidad de establecer nexos.

Esta inquietud de investigación respondía, por un lado, al decaimiento de la identidad y la calidad de los objetos indígenas comercializados, así como a la paulatina desaparición de oficios productores de la cultura material: por otro lado, la empresa se empezaba a reconocer como ente propiciador, quéterale o no, de nuevas relaciones al interior de los contextos económicos de las culturas y de las étnias.

El objetivo, pues, de estas investigaciones, fue el de aportar a los funcionarios de Artesanías de Colombia S.A. elementos aclaratorios respecto a las realidades y expectativas de las étnias, que contribuyeran en la definición de programas y acciones, y que, además de desarrollar la posibilidad comercializadora, sirvieran como estímulo para la cohesión cultural.

Entre 1986 y 1990 se realizaron las siguientes investigaciones:

- 1- "CULTURA MATERIAL Y COMERCIALIZACION EN LOS LLANOS ORIENTALES", Antropólogo Francisco Ortíz.
- 2- "CULTURA MATERIAL Y COMERCIALIZACION DE ARTESANIAS ENTRE LOS HUITOTOS Y LOS MUINANES DEL AMAZONAS", Antropólogo Fernando Urbina.
- 3.- "CULTURA MATERIAL Y COMERCIALIZACION DE ARTESANIAS EN EL YAUPES", Antropólogo María Mercedes Ortíz.
- 4- "CULTURA MATERIAL TIKUNA Y COMERCIALIZACION", Antropólogo Gloria Fajardo.
- 5- "EL TEJIDO WAYUU" (Alta Guajira), Diseñadora Martha Ramírez.
- 6- "TECNICAS TRADICIONALES INDIGENAS EN EL YALLE DE SIBUNDOY (Putumayo)", Sociólogo Gloria María Rivas.
- 7- "CULTURA MATERIAL EMBERA Y WYUAUNANA", Antropólogo Luis Guillermo Yesco.
- 8- "INTRODUCCION A LAS ARTESANIAS DE TIERRADENTRO", Antropólogo Mauricio Puerta.
- 9- "COMERCIALIZACION DE ARTESANIA INDIGENA DE LOS RIOS MIRITI Y APAPORIS", Diego Samper.
- 10- "KAMENTSÁ I Y II, CARPETA DE DISEÑO", Maestro Andrés Corredor.
- 11- "SITUACION DE LA ARTESANIA EN LA VERTIENTE NORTE DE LA SIERRA NEVADA", Antropólogo Julio Marino Barregón.
- 12 - "EL TEJIDO Y SU SIGNIFICACION EN LAS COMUNIDADES PASTOS", Sociólogo Magola Molina de Dockx.
- 13- "CRIELE CRIELE SON, " Antropólogo Nina S. de Friedemann.
- 14- "CULTURA MATERIAL EN EL CORRIGIMIENTO DE GENOY", Fundeconer, Pasto.
- 15- "DIAGNOSTICO DE LA SITUACION ARTESANAL DE QUIBDO", Amanda García.
- 16- "EL CABECINEGRO, CARPETA DE DISEÑO" diseñadora Marta Bustos.
- 17- "LA CESTERIA EN JINGURU, CARPETA DE DISEÑO", diseñadora Marta Bustos.

18- "EL TRABAJO ARTESANAL EN LA ZONA NORTE DEL LITORAL PACIFICO CHOCCANO", Antropólogo Jorge Alberto Tamayo Rodríguez.

IMPLEMENTACION DE ASESORIAS.

La realización de estas investigaciones marcó la creación del proyecto indígena como programa integrante de la empresa, responsable en el diseño y ejecución de programas de asesoría para la recuperación de la cultura material indígena y negra de nuestro país, ya que, como antes se dijo, este aspecto venía siendo manejado hasta el momento por el departamento de compras.

A partir de 1987, la empresa comenzó a implementar la asesoría a las comunidades indígenas en múltiples aspectos. A continuación se presenta el cuadro de los proyectos indígenas que actualmente se encuentran en funcionamiento.

UNIDAD DE ASUNTOS INDIGENAS: ACTIVIDADES EN FUNCIONAMIENTO

Comunidad	Capacitación	Organización Social	Asesoría Comercial	Asesoría Diseño	Investigación	Compras
Gujira: Wayuu	X	X	X	X	X	X
Sierra Nevada: Kogui, Arhuaco, Arserio	X	X	X	—	X	—
Chocó: Wounano, Embera, Negro	X	X	X	—	X	—
Cauca: Guambiano, Páez	X	—	X	—	—	X
Nariño: Genoy	X	X	X	X	X	—
Putumayo: Kamentzá	X	X	X	X	X	X
Amazonas: Tikuna	X	X	X	—	X	X
Yaupés	—	—	X	—	X	X
Caldas: Embera	X	X	—	—	X	—

Estas asesorías múltiples se basan en el acompañamiento permanente en el proceso de recuperación y en la capacitación que la empresa viene dando a las comunidades sobre aspectos relacionados con el programa sabedores, con la organización social, la organización de grupos productivos, las normas básicas de la comercialización de sus productos ante la empresa y otras entidades o compradores particulares, la asesoría en la organización de los proyectos que se deben presentar a la empresa y que respondan a las necesidades básicas de la comunidad y, sobre todo, en la autoestima que debe tener cada comunidad para poder hacer frente a los distintos problemas que conlleva la búsqueda de los procesos autogestionarios de su desarrollo con autonomía.

Para el diseño o planeación de las acciones por seguir se tienen en cuenta esencialmente las observaciones hechas por los investigadores en las monografías encargadas por la empresa a conocidos antropólogos y las propuestas enviadas por las mismas comunidades y que plantean la solución de problemas concretos de su realidad social. En otros casos, la empresa toma la iniciativa de plantear a las comunidades la necesidad urgente de iniciar un programa de rescate de técnicas

condenadas a desaparecer, situación detectada en las continuas visitas de acompañamiento a las miamas, tal es el caso de la platería, la talla de los barcos de los jais y la parafernalia (bisutería) ceremonial de los Jaitbanés u hombres de conocimiento de las comunidades waunanos del bajo San Juan.

Las asesorías en el área de diseño no son básicas dentro del programa de rescate, ya que éste se basa en la recuperación de lo propio, solamente en casos extremos, donde el proceso de aculturación ha causado pérdidas casi que irreparables, se acude a esta disciplina como ocurre con los indígenas Wayú de la Guajira, quienes tuvieron la asesoría de la división de diseño para el rescate de los dibujos de los Kaonás tradicionales, o de los Kamentsá del Putumayo, quienes han tenido la constante asesoría del maestro Andrés Corredor para el rescate de las historias de la talla de madera tradicional, a través de la memoria de los abuelos, para aplicarlas a la realidad concreta actual y para la recuperación de los tintes tradicionales para la decoración de las máscaras de los carnavales tradicionales.

ALGUNAS RECOMENDACIONES

Creación de un comité conformado por las distintas áreas de la empresa que tengan que ver con el trabajo indígena (comercial, capacitación, diseño, etc.) para fijar el desarrollo de las políticas, evaluar los programas que se hacen con las comunidades, coordinar la relación con las mismas y con los funcionarios de la empresa, especialmente con aquellos ubicados fuera de Bogotá y más directamente relacionados con las comunidades y programas.

Definición y asignación de un presupuesto adecuado a las necesidades y alcances de los programas, teniendo en cuenta que éstos tienen como un componente fundamental la investigación y la supervisión directa.

Analizar a fondo las implicaciones que, al interior de las comunidades, puede tener la carnetización de los artesanos según la ley 36.

Implementación de una política comercializadora adecuada a los volúmenes, condiciones y necesidades de producción de cada comunidad y de la Empresa.

Definir una política de publicaciones de los materiales resultantes del trabajo de la Unidad Indígena, destinados a difusión, capacitación, educación, etc. No se trataría sólo de libros, sino que incluiría también cartillas, dispositivos, videos, audiovisuales, folletos, plegables, etc.

Realizar una clara asignación y delimitación de funciones para la Unidad de Asuntos Indígenas y Territorios Nacionales, con el fin de definir su relación con otras unidades de la empresa y evitar la colisión de tareas, responsabilidades, etc. con ellas.

Dotación de un espacio adecuado y de implementos de trabajo indispensables (un teléfono es la necesidad primaria en este último campo).

Bogotá, septiembre 13 de 1990.

UNIDAD DE ASUNTOS INDIGENAS Y TERRITORIOS NACIONALES

Elaborado por:


AIDA MARIA PALACIOS SANTAMARIA
Jefe Unidad de Asuntos Indígenas y T. N.


ANDRES CORREDOR YARGAS
Diseñador (Contratista)

SOBRE EL TRABAJO CON COMUNIDADES INDIGENAS

Para el trabajo con las comunidades indígenas hay que partir de dos puntos de referencia fundamentales: 1) las políticas de la empresa para dicho trabajo, las cuales difieren de aquellas establecidas para la actividad con otros sectores de población sobre todo en la distinción entre cultura material y artesanía (ver documento adjunto), 2) la existencia de procesos de afirmación y recuperación de lo propio en la mayor parte de tales comunidades, las cuales exigen determinadas condiciones para el trabajo, principalmente el respeto para su autonomía y decisión. Con base en estos puntos de partida, se han establecido algunos criterios que deben ser seguidos en las diversas actividades realizadas con ellas.

Hay que partir de las necesidades de cada comunidad, de sus intereses y de sus propuestas, si las hay. Para conocer esto, hay que hacer un sondeo preliminar con sus autoridades, con maestros que trabajen en ellas, de preferencia indígenas, y con otras personas que tienen que ver con el desarrollo **interno** de las mismas. Hay que conocer los conceptos y proyectos de entidades oficiales o de otra índole, externas a las comunidades, pero **no** son la base a partir de la cual se establecen las necesidades de los indígenas. **Se debe partir de ellos mismos**, este es el criterio fundamental.

También es necesario que al ir a las comunidades se les den a conocer las políticas de la empresa, para ver si en esas condiciones y con esos objetivos ellas quieren participar en el trabajo. Se debe explicar suficientemente hasta que se este seguro que ha quedado claro y bien entendido, en que consiste el trabajo que Artesanías de Colombia puede realizar con ellas, sus ventajas y desventajas, sus modalidades y limitaciones, sus alcances y que todo ello está basado en las orientaciones de preservación, rescate como afirmación cultural.

Si ellas están de acuerdo, se procede a la etapa de investigación, a menos que las comunidades no la quieran o que ya haya suficientes conocimientos, bien a juicio de la empresa o de la propia comunidad. Esta investigación debe hacerse conjuntamente con las comunidades, con sus autoridades o con las personas que ellas designen para ese trabajo, teniendo en cuenta toda la información ya existente, tanto dentro como fuera de ellas (consulta bibliográfica).

Con esta base, se comienzan a diseñar, conjuntamente, los programas de trabajo, sus actividades y cronogramas, su orientación particular, que personas van a participar, en que lugares se va a trabajar, cuáles son los objetivos específicos, cuáles son los aportes de la comunidad y cuáles los de Artesanías de Colombia.

Los programas deben adelantarse a partir de propuestas surgidas de las comunidades mismas, como ya ha ocurrido en casos como los de las comunidades paeces de Munchique-Tigres y Pitayó en el Cauca. En tal caso, habría que evaluar inicialmente dichas propuestas, seguidas de un reconocimiento en el terreno para considerar su realidad y aplicabilidad y la posibilidad y/o necesidad de introducir reajustes, de comun acuerdo con las comunidades implicadas.

Es de importancia primordial la definición de los tipos de actividades, técnicas de trabajo y objetivos según las características de la cultura material de cada comunidad. Se deben examinar las necesidades y posibilidades de las materias primas, pues en ellas hay un campo amplio para el rescate ya que en muchas comunidades las materias primas tradicionales han sido reemplazadas por materiales artificiales procedentes de la sociedad nacional.

También las técnicas de elaboración y las formas de los objetos deben ser de interés en los procesos de recuperación. Muchos de ellos viven en las cabezas de los mayores y, con la motivación conveniente, pueden ponerlos a disposición de los miembros más jóvenes de sus comunidades.

Los programas de capacitación deben desarrollarse con base en **sabedores** de las propias comunidades, es decir, que se parte de que ellos conocen no sólo las técnicas sino todo lo que hay detrás de la cultura material como conocimiento, como lectura de códigos de cultura (parentesco, relaciones matrimoniales, cosmogonías, etc.), como mito, etc. De otra manera sólo se recuperarían las meras técnicas y formas y se transformarían los productos tradicionales en artesanías, desprovistas de toda otra significación.

Estos **sabedores** deben ser los ejes primordiales de todo programa de recuperación y capacitación. Ellos son la garantía de que los resultados obtenidos se conformen de acuerdo con lo propio y tradicional.

También se busca que esta recuperación se haga con base en relaciones sociales entre familias, grupos y comunidades, que permitan crearlas en donde no existen y les den fuerza y contribuyan a su unidad y afianzamiento en donde sí se presentan, reviviendo o reforzando los lazos sociales, a veces bastante deteriorados por la aculturación. Por eso, es posible proyectar actividades en alguna comunidad, en donde ya ciertos conocimientos de cultura material se han perdido, con base en **sabedores** de otras comunidades, ellos sí capaces de recordar y transmitir esos conocimientos.

Artesanías de Colombia busca una revaloración cultural, la fomenta con miras a que, más adelante, las comunidades tengan bases para continuar por ellas mismas, como gestoras de su propio desarrollo, como autogestionarias, las actividades iniciadas conjuntamente.

Esta revaloración y este rescate no se refieren sólo a objetos de cultura material, sino también a aspectos rituales, festivos, y a elementos ideológicos y de pensamiento relacionados con ellos, así no conduzcan a la producción de objetos comercializables, al contrario, es política de la empresa no comercializar este tipo de materiales, pero sí colaborar en la recuperación de aspectos de importancia para la vida de las comunidades dentro de los parámetros de un desarrollo propio.

En general, la política actual de la empresa se dirige especialmente a **la recuperación y el mantenimiento de las formas, técnicas, diseños tradicionales. En este campo y por el momento no hay cabida para ninguna innovación. La asesoría técnica irá dirigida sobre todo a recuperar y mejorar el tratamiento de las materias primas colores, tintes y otros aspectos que han decaído o desaparecido. El diseñador es, de todos modos, básico en el proceso de investigación, pero relativo en el trabajo posterior. Otra cosa, iría contra el respeto de lo propio.**

Además, es en estos aspectos formales en donde se contienen los elementos esenciales de tipo ideológico-cultural peculiares de la cultura material indígena y específicos de las comunidades. La mayor parte de ellos son elementos claves portadores de identidad. Su pérdida o transformación substancial iría en contra de su recuperación, consolidación y revaloración.

En esta etapa tampoco se trabajará en diversificar la producción con la creación de nuevos productos, diseños, formas, etc., así sea por iniciativa de las propias comunidades.

Es cierto que no se trata de hacer un trabajo que busque mantener o colocar a los indígenas como piezas de museo, como seres ajenos y refractarios al cambio, al mejoramiento y transformación de su vida.

Pero es claro que durante cinco siglos los pueblos indígenas han estado sujetos a intensos procesos de aculturación, a graves presiones para que abandonen sus formas de vida y cultura material propias,

y con ellas, su propia identidad, hasta integrarse o desaparecer. Si ahora quieren de arrollarse a partir de lo propio, por un camino que sea específico y congruente con lo que son y que no los lleve a perder su identidad, es preciso que partan de una base propia muy sólida, que garantice y fundamente ese camino. Y para ello es necesario que, en primer lugar, recobren, fortalezcan, consoliden esa base propia para que sostenga su vida actual y enmarque su futuro desarrollo en forma adecuada a su inserción y relación con la realidad del país.

Otro principio directriz que es necesario tener en cuenta es que Artesanías no hace todo. El énfasis en la comercialización, es más, no puede garantizar la adquisición de toda la producción que surja del trabajo. Aunque puede participar con las comunidades en la búsqueda de mercados y formas de comercialización y colaborar en el establecimiento de ellos.

Las comunidades que tengan una experiencia amplia en la comercialización de sus productos, pueden usar la capacitación lograda conjuntamente con Artesanías de Colombia en el mejoramiento de la producción y, por lo tanto, en un elevamiento de sus precios y extensión de sus mercados.

Debe quedar claro, tanto para la empresa como para los indígenas, pero especialmente para éstos, que la producción y rescate de la cultura material y la comercialización de algunos de sus elementos puede representar un alivio económico y una cierta mejora en la situación económica y, tal vez, social, pero que no representa ni puede representar la solución absoluta de todos los problemas y necesidades de ninguna comunidad. Tal cosa crearía falsas ilusiones, conducentes a frustraciones posteriores. Pretender o dejar que la gente lo crea y trate de actuar de acuerdo con esa idea y que, por lo tanto, un número creciente de personas de las comunidades se dedique a una producción de cultura material para el mercado, sobre todo si ello va en detrimento de las demás actividades productivas, tradicionales o no, de las comunidades.

Como una contrapartida a la participación de Artesanías de Colombia, se espera que las comunidades colaboren en la elaboración de los inventarios de cultura material, así como en el envío de muestras de los resultados de la recuperación y capacitación. Esto permitirá evaluarlas para su mejoramiento. Se piensa en elaborar cartillas didácticas para las escuelas propias de las comunidades, ellas deben inducir a los niños para que se refuercen en las propias tradiciones, valoren su cultura material y, si es posible, participen en su producción y uso.

Se busca que este inventario sea lo más completo posible. Ello sirve de base para que se mantenga el conocimiento de muchos elementos que más tarde, como ocurre ahora, pueden perderse, sirviendo de base para posteriores procesos de recuperación. Este conocimiento también es importante para la autovaloración de las comunidades y para su aceptación por parte de las personas de fuera de las mismas.

Su base está en las fichas ya diseñadas por la empresa con base en la experiencia de investigaciones y trabajos realizados. Esto es necesario para permitir su sistematización y la posibilidad de su comparación.

Los asesores y los investigadores no son quienes deciden ni ordenan qué es lo que se debe hacer. Son orientadores y coorganizadores. Ellos deben acompañar los procesos que se desarrollan dentro de las comunidades y su trabajo debe estar de acuerdo con ellos. Al mismo tiempo, deben contribuir a dinamizar estos procesos o a servir de catalizadores o inductores de los mismos en donde no existen o no tienen aún un desarrollo suficiente. Su actividad debe ser, también y en grado muy importante, de conocimiento, de aprendizaje del saber que las comunidades han logrado acumular durante siglos.

El objetivo es hacer un trabajo conjunto en el cual ambas partes aporten sus conocimientos y capacidades para tener éxito en los propósitos buscados, los cuales están, fundamental y principalmente, en el bienestar de las comunidades. Por supuesto, se debe buscar también el cumplimiento de los objetivos de la empresa planteados en sus políticas.

Si bien el asesor regional maneja el trabajo global en una zona, es necesaria la presencia de investigadores para sitios o actividades específicas. Sus actividades deben estar definidas y diferenciadas, pero es precisa su total cooperación en el desarrollo de las actividades. Se trata de que conformen un equipo de trabajo y no de que compitan entre sí. Incluso, los investigadores, como investigadores sociales que son, pueden aportar a los asesores en otras áreas, además de aquellas relacionadas directamente con el tema de su investigación.



AIDA PALACIOS SANTAMARIA
Jefe Unidad de Asuntos Indígenas y T. N.