

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES



PUCP

Hacia donde nos lleva el barro: Regímenes de valor y trayectorias de la
cerámica Kichwa Lamista.

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADA EN ANTROPOLOGÍA

AUTORA

María Paula Ximena Tafur Chávez

ASESORA

Gisela Elvira Cánepa Koch

Lima, noviembre de 2019

Resumen

Esta investigación se propone analizar cómo se construye el valor de la cerámica Kichwa lamista en el escenario contemporáneo donde los objetos de arte tradicional están enmarcados por el paradigma del desarrollo y la cultura. En el Perú, el sistema de producción de valor de los artefactos culturales viene atravesando una serie de transformaciones vinculadas a los acuerdos internacionales para la salvaguarda del patrimonio cultural y los modelos de gestión sobre la cultura que promueven los estados neoliberales. En este escenario, las manifestaciones culturales como la producción cerámica de las mujeres del pueblo Kichwa Lamas es valorada por su cualidad de ser propia o inherente de un grupo étnico que la reconoce como tal, y por la potencialidad económica de su articulación a un mercado que demanda cada vez más este tipo de bienes y que genera oportunidades para sus productoras.

Partiendo de los planteamientos de Arjun Appadurai e Igor Kopytoff (1986) sobre la vida social de las cosas, y de Daniel Miller (2005) y Tim Ingold (2013) sobre el análisis de la materialidad de los objetos, esta tesis se propone reconstruir las trayectorias culturales de un conjunto de cerámicas Kichwa, con la intención de analizar los conocimientos, procesos de producción y relaciones de intercambio que se entretajan en la construcción de valor de estos objetos. He optado por un enfoque multisituado que contempla tres casos de aproximación etnográfica: un museo, un centro artesanal y una feria para mostrar cómo las cerámicas se mueven entre diferentes y superpuestos regímenes de valor.

Palabras clave: Cerámica Kichwa Lamas, regímenes de valor, materialidad, arte tradicional.



Para Delicia y Presentación, mis dos lunas viejecitas.

Agradecimientos

Agradezco profundamente a las mujeres ceramistas de la comunidad nativa Kichwa Wayku, quienes me inspiraron, guiaron y apoyaron para realizar esta investigación. La fortaleza, seguridad y ternura de sus manos con que modelan el barro y las vidas, me influirán siempre.

También quisiera agradecer a quienes forman parte directa e indirecta de este proceso: a las y los miembros de la Asociación Yuyay Llakta, el Museo Chanka y de la Diversidad Lamista, al equipo detrás de “El espacio del encuentro”. Así como también a los amigos y amigas que hice durante estos años con quienes compartimos largas conversaciones, aprendizajes y cariño. Especialmente a la familia Cachique Sangama: Herminia, Nancy, Jeril, Alberto, Marvin y Sonia, quienes me hicieron sentir en casa. A Manuela Amasifuen, Margarita Cachique y Leidi Sangama, mis guías en el aprendizaje de la alfarería. A Jenner Gonzales y Luz Dhary Riva, mis cómplices. A todos ellos y ellas, muchas gracias por permitirme conocerlos y ser parte de esto.

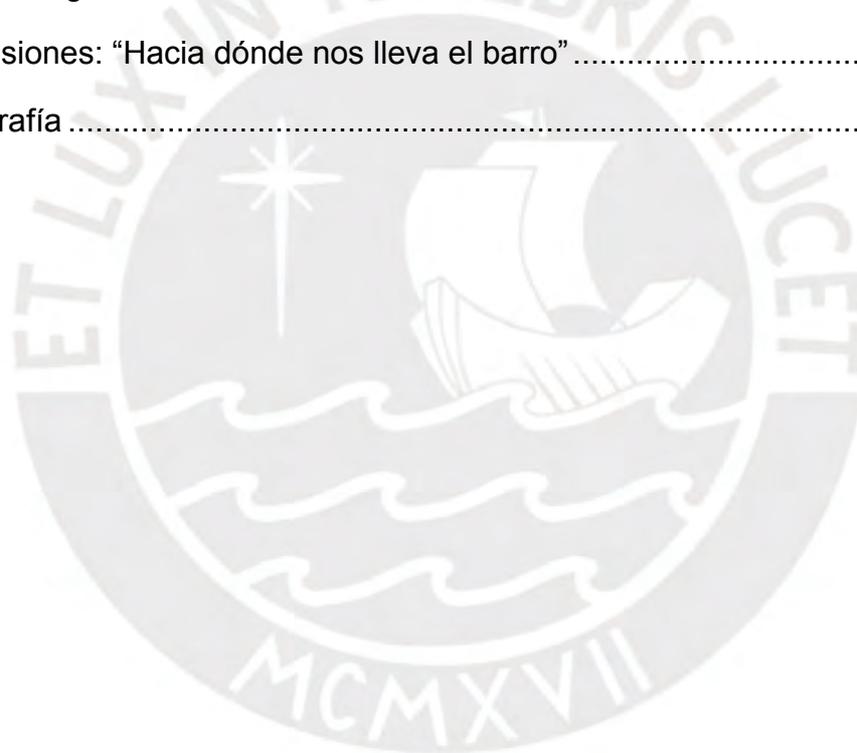
A mis profesoras: Guiliana Borea, María Eugenia Uffe y, especialmente, a Gisela Cánepa, mi asesora, por su confianza, guía y empuje para terminar esta tesis. Mi sincera gratitud hacia cada una, me siento afortunada de haber recibido sus enseñanzas y orientación.

Por último, a mi familia, Lolo, Charo, Ale; Maca y Nayo, gracias por todo, son parte esencial de mi vida y sin ustedes no hubiera sido posible.

ÍNDICE

Introducción.....	7
Preguntas de investigación.....	13
Investigaciones sobre las trayectorias del arte tradicional	14
La cultura material en la investigación antropológica	14
Arte tradicional y artesanía en el contexto nacional	20
Debates en torno a la clasificación de arte tradicional y artesanía	21
Obras y artistas en circulación	25
Cerámica tradicional en la Amazonía peruana	29
Marco teórico	38
Materialidad	38
Regímenes de valor	45
Aproximación metodológica	52
Lugar de estudio	57
Capítulo 1: “Todas embarramos, el metu modelado”	59
1.1. La cerámica en la vida cotidiana.....	59
1.1.1. Mujeres ceramistas	60
1.1.2. Conocimientos que se transmiten	64
1.2. Técnicas y tecnologías de la cerámica Kichwa lamista.....	79
1.2.1. Materiales e instrumentos	79
1.2.2. Espacios y procesos de producción	94
Capítulo 2: “Del autoconsumo a la cerámica como negocio”	116
2.1. Transformaciones en la ciudad de Lamas a partir del turismo	117
2.2. Intervenciones y sus efectos sobre la cerámica Kichwa lamista	135
2.3.1. Percepciones de las artistas tradicionales	138

2.3.2. La incorporación y autenticación de repertorios.....	143
2.3.3. La reorganización de la producción	151
Capítulo 3: “Las trayectorias de tinajas, tiestos y ollas Kichwa lamistas”	164
3.1. Tres casos de aproximación etnográfica.....	165
3.1.1. El Museo Chanka y de la Diversidad Lamista	168
3.1.2. El Centro Artesanal Waska Waska Warmi Wasi.....	176
3.1.3. “El espacio del encuentro” Edición XX CasaCor Perú	186
3.2. Biografías culturales de las cerámicas Kichwa lamistas	196
Conclusiones: “Hacia dónde nos lleva el barro”	217
Bibliografía	229



Introducción



Imagen 1: "El espacio del encuentro". (CasaCor Perú, 2015)

Suena una melodía en charango y quena, "Dolor indio" del artista ayacuchano, Justino Alvarado, se repite una y otra vez en la sala denominada "*El espacio del encuentro*", ambiente de exhibición a cargo de los diseñadores Marcelo Rosenbaum (Brasil) y Ricardo Geldres (Perú) para la 20ava edición de la feria CasaCor Perú que se llevó a cabo en las instalaciones del Edificio Ronald, en el Centro Histórico del Callao.

"*El espacio del encuentro*" fue catalogado como uno de los espacios que más se destacó de entre los 33 ambientes de la feria. Fue planteado como un proyecto de diseño y decoración de interiores donde se conjugaban piezas de arte tradicional, arte contemporáneo y diseño industrial en un espacio "*con identidad cultural*". 90 piezas elaboradas por artistas tradicionales de la costa, sierra y selva del país, procedentes de Narihualá, Quinua y Lamas, conformaron la colección que se creó con el objetivo de insertar la producción de arte tradicional en la plataforma de decoración más grande del país.

Hubo dos aspectos que destacaron de la exhibición y su posterior acogida por el público que llamaron mi atención. El primero, que las tres provincias que

participaron fueron los ganadores de la primera convocatoria del programa “*De mi tierra un producto*”, impulsado desde el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo con la finalidad de “*generar inclusión y desarrollo en el país, promoviendo la demanda del turismo interno en coordinación con las autoridades locales y la población en general*” (MINCETUR, 2015). El segundo aspecto, que el proyecto se planteó en torno a la innovación de la artesanía y la colaboración entre diseñadores y artistas tradicionales para la creación de la colección que fue vendida en la Subasta de Verano (2016) del Museo de Arte de Lima.

Las piezas de la colección se presentaban—o interactuaban— en el espacio como objetos decorativos, seleccionados según los criterios que los diseñadores establecieron para el concepto del ambiente montado. A diferencia de las colecciones que formaban parte de los otros espacios de la feria, la singularidad de esta exhibición eran los objetos enmarcados en la condición de artesanías originadas de una “tradición étnica y cultural”, a través de las que se buscaba conducir al espectador a una revalorización de “*lo nuestro*”. De entre las piezas dispuestas, me cautivaron las cerámicas. Grandes vasijas de barro, una serie de tinajas blancas con flores y diseños pintados en color rojo y negro, recipientes tubulares en forma de jarrones alargados, cerámicas esculpidas como hojas naturales, entre otros objetos, me resultaron muy bellos y desconocidos.

¿De dónde son estos objetos? ¿Quiénes los producen? ¿Cómo son elaborados? ¿Para qué funciones están pensados? ¿Quiénes los usan y cómo? ¿Cuánto cuestan? ¿En qué otros espacios se encuentran? ¿Cómo llegaron estos objetos a la feria? ¿Qué estilos y formas existen?... Surtieron muchas preguntas con relación a estas cerámicas: sobre su fuente, los usos, significados y valoraciones alrededor de ellas.

La curiosidad me llevó a indagar más y buscar información sobre el origen de estos objetos. Una de las primeras fuentes que encontré fue “*El arte de la cerámica lamista*” (Méndez Guerrero, 2010), un manual práctico elaborado en el marco del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo entre la Asociación Exterior XXI de España y la Municipalidad Provincial de Lamas. Este documento fue creado con el propósito de registrar y difundir el arte de la cerámica, expresión del patrimonio cultural inmaterial del pueblo Kichwa lamista.

Dentro del manual se presentaban las cerámicas que integran los repertorios de las mujeres alfareras de la Comunidad Nativa Kichwa Wayku, donde se hacía énfasis en las técnicas y procedimientos implicados en su elaboración, así como en la continuidad de su uso y producción local.

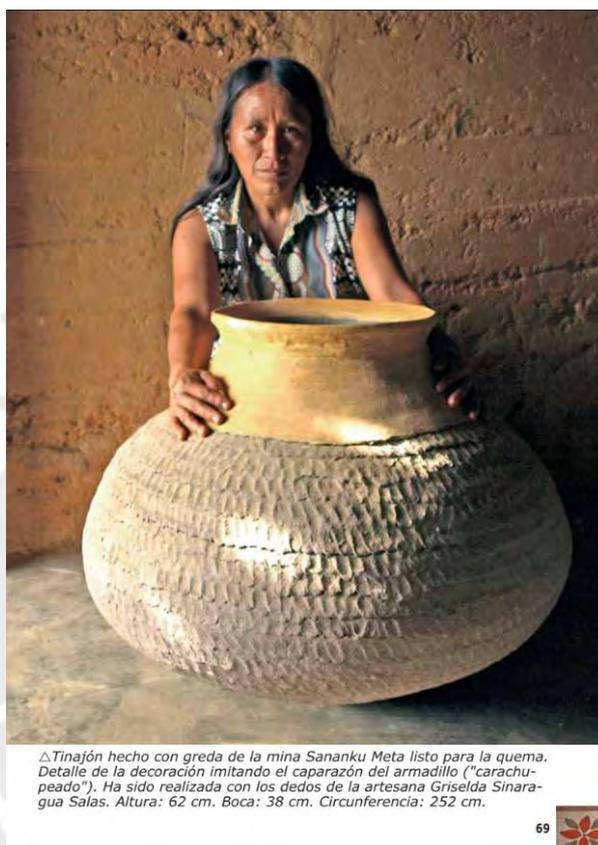


Imagen 2: Tinajón por Griselda Sinaragua ("Arte de la cerámica lamista", 2010)

Por ejemplo, se mostraban los distintos tipos de tinajas, tiestos y ollas donde se cocinan, sirven y almacenan los alimentos. Las tinajas, las hay en formatos pequeños para contener el agua; pero también hay tinajas mucho más grandes que son enterradas para que no se quiebren; en ellas se fermenta la chicha y el masato antes de la celebración de las fiestas. También, los tipos de vajillas donde se sirven las comidas y las ollas donde se cocinan los alimentos, para los que hay diferentes arcillas que se preparan según el uso que se dará a la pieza. En el caso de los diseños pintados sobre las cerámicas, mencionaban que estos varían mucho entre sí y se inspiran en las flores y frutos que crecen en las chacras y en el entorno de la comunidad. La mayoría del tiempo, las

mujeres ceramistas trabajan dentro de sus viviendas y se dedican, además, a la agricultura junto a sus familias.

Las cosas que iba conociendo me llevaron a decidir viajar a Lamas para pensar en una investigación posible, que terminó siendo esta tesis. La primera vez que llegué, me sorprendió lo colorida y adornada que era la ciudad, llena de murales en las principales avenidas y esculturas en las plazas de Lamas y de la comunidad. Esta ciudad ha crecido emplazada a una pequeña cordillera entre los 300 y 900msnm.; y se organiza alrededor de 8 barrios y el centro poblado menor El Wayku. El Wayku es el barrio en el que viven la mayoría de familias del pueblo Kichwa lamista, quienes se asientan en la parte baja; mientras que en la parte central y alta de la ciudad se localizan las familias mestizas.



Imagen 3: Murales en el Jirón San Martín (Proyecto Wayku Shungo, 2018)

Estando ahí conocí el Museo Chanka y de la diversidad lamista y el Centro Artesanal Waska Waska Warmi Wasi, que se convertirían en mis siguientes casos de aproximación para esta investigación.

El Museo Chanka y de la diversidad lamista, ubicado en la ciudad de Lamas, parte de una iniciativa privada que se pone en disposición el año 2004 con la finalidad de *“preservar y transmitir la cultura y los orígenes de la localidad”* (Museo Chanka, 2016). Dentro del contenido de la exhibición, los visitantes pueden recorrer diferentes ambientes donde se presentan -a través de maquetas, fotos, esculturas y artefactos- la historia, costumbres y tradiciones de

la “cultura viva” de la comunidad nativa Wayku. Entre estos ambientes se encuentra una sala dedicada a la cerámica y textilería tradicional, sobre la que me referiré más adelante.



Imagen 4: Sala "Cerámica y textilería" (Museo Chanka, 2016)

El Centro Artesanal Waska Waska Warmi Wasi se ubica en el barrio el Wayku, fue construido hace muchos años por la comunidad y rehabilitado el año 2015 como parte del programa “De mi tierra un producto”. Este establecimiento es administrado por la comunidad y gestionado por la Municipalidad Distrital de Lamas; funciona como taller para las y los artistas tradicionales de la comunidad, así como para la exhibición y venta de sus productos a los visitantes que llegan.



Imagen 5: Taller de cerámica del centro artesanal (Archivo personal, 2016)

Las experiencias que tuve al conocer cada uno de estos espacios: “*El espacio del encuentro*”, el Museo Chanka y el Centro Artesanal, me llevaron a pensar en la diversidad de contextos en los que se presentan las cerámicas Kichwa. Me interesó entender qué hacía que estos objetos fueran tan recurrentes en la afirmación de una identidad étnica y una manifestación cultural viva; pero a su vez que, en todos los casos, estuvieran orientados a su comercio.

En torno a ese panorama, me propuse analizar cómo se construye el valor de las cerámicas Kichwa lamistas en el escenario actual donde los objetos de arte tradicional se enmarcan en el paradigma del desarrollo y la cultura. Como presentaré más adelante, en el Perú, el sistema de producción de valor de los artefactos culturales viene atravesando una serie de transformaciones vinculadas a los acuerdos internacionales para la salvaguarda del patrimonio cultural y los modelos de gestión sobre la cultura que promueven los estados neoliberales. En este escenario, las manifestaciones culturales como la producción cerámica de las mujeres del pueblo Kichwa Lamas es valorada por su cualidad de ser propia o inherente de un grupo étnico que la reconoce como tal, y por la potencialidad económica de su articulación a un mercado que demanda cada vez más este tipo de bienes, lo que genera oportunidades para sus productoras.

Partiendo de los planteamientos de Arjun Appadurai e Igor Kopytoff (1986) sobre la vida social de las cosas, y de Daniel Miller (2005) y Tim Ingold (2013) sobre el análisis de la materialidad de los objetos, esta tesis se propone reconstruir las trayectorias culturales de un conjunto de cerámicas Kichwa con la intención de analizar los conocimientos, procesos de producción y relaciones de intercambio que se entretajan en la construcción de valor de estos objetos.

He optado por un enfoque multisituado que contempla tres casos de aproximación etnográfica: el museo, el centro artesanal y la feria para mostrar cómo las cerámicas se mueven entre diferentes y superpuestos regímenes de valor. Cada una de estas instituciones opera de diferente manera, por lo que las prácticas, significados y discursos que se enuncian a través de los objetos son particulares. He utilizado la reconstrucción de las biografías culturales de las

cerámicas Kichwa expuestas en cada espacio como método para aproximarme a entender la construcción procesual del valor de los objetos entre interacciones y desplazamientos sociales y espacio temporales.

Preguntas de investigación

Para poder aproximarme a la problemática planteada en la introducción, la pregunta principal que guía esta investigación es: **¿cómo se produce el valor de la cerámica Kichwa lamista?**

A partir de la pregunta principal se desprendieron las siguientes preguntas específicas, a través de las que se organizan los capítulos de la investigación:

- I. ¿Dónde y cómo se producen las cerámicas? Y ¿Qué relaciones, prácticas y conocimientos hay detrás de su producción?
- II. ¿Qué factores motivan que las cerámicas ingresen a otras esferas de circulación? Y ¿Qué usos y significados adquieren?
- III. ¿Cómo ingresan y son apropiadas las cerámicas en cada caso de aproximación?, ¿Qué discursos se generan mediante estos objetos y qué aspectos entran en juego?

Investigaciones sobre las trayectorias del arte tradicional

A continuación, presentaré los estudios realizados sobre el tema de investigación. Para ello he organizado el estado de la cuestión en dos secciones. La primera de ellas plantea una breve revisión de los debates sobre la cultura material en la investigación antropológica, donde presto mayor atención a aquellos autores y trabajos en torno a una teoría de los objetos en circulación. A partir de ahí intento ubicar las principales dimensiones que problematizan los estudios sobre materialidad, regímenes de valor y trayectorias de los artefactos culturales.

Manteniendo ilación con la primera sección, en la segunda presento una selección de investigaciones que vinculan arte, artesanía y antropología en el contexto nacional. Esta sección se divide en tres abordajes: comienzo revisando las discusiones en torno a las categorías de arte tradicional y artesanía en el Perú; luego, las aproximaciones metodológicas de una serie de etnografías sobre obras y artistas en circulación; y finalmente, un recuento sobre las investigaciones realizadas en torno a la cerámica tradicional de diferentes pueblos indígenas de la Amazonía peruana.

La cultura material en la investigación antropológica

El análisis de la cultura material ha sido parte de la historia de la antropología. Sin embargo, durante el periodo entre 1920 y 1980 este campo de investigación dejó de estar en el foco de la formulación del conocimiento antropológico. Recién a partir de mediados de 1980, la cultura material como tema de estudio en la disciplina vuelve a ser un componente importante en las agendas de los investigadores. Resurgen y se afianzan aquellos planteamientos que discuten acerca de la vida social de las cosas, su anclaje y afecto, la agencia de los objetos; los espacios y dispositivos de representación; y, en los últimos años, se explora en el conocimiento desde las materialidades y la sensorialidad, así como en la construcción de un corpus de relaciones entre naturaleza y cultura, y entre naturaleza y materia.

Entorno al panorama actual de los estudios sobre las relaciones entre la antropología y la cultura material, en esta sección busco presentar aquellos autores que considero más relevantes para la discusión sobre el valor de los objetos y su construcción a través de procesos de producción, circulación, consumo y anclaje en diferentes contextos. Esta genealogía parte de las revisiones propuestas por Guiliana Borea en el libro *“Arte y antropología, estudios, encuentros y nuevos horizontes”* (2017, págs. 13-32) sobre la cual he añadido algunos otros autores relevantes en el campo de la cultura material.

Si bien este no es el lugar para hacer una revisión detallada de las principales teorizaciones sobre la cultura material en las últimas décadas (véase, por ejemplo, Buchli (2002); Brown (2011) Miller (1987); Tilley (1999); Lubar y Kingery (1993)), considero valioso presentar una mirada panorámica del desarrollo de los debates que han preparado el terreno para pensar y discutir los diversos planos de relaciones y significados que se originan en la producción y circulación de los objetos en relación con procesos y grupos sociales en constante transformación. Este será el punto de partida para el análisis e interpretación del proceso de construcción del valor que estudio en esta investigación. He optado por presentar la literatura disponible organizada en tres discusiones que identifiqué como centrales para mi investigación: 1) la vida social y el valor de los objetos; 2) la materialidad y sensorialidad involucrada en el hacer; 3) las estéticas y agencias en juego.

De manera general, los estudios de la cultura material se centran en las condiciones materiales de la vida social y cultural. Desde la antropología, como presentan Elizabeth Edwards, Chris Gosden y Ruth Phillips en la introducción del libro *“Sensible objects: colonialism, museums, and material culture”* (2006), la gran mayoría de los *leitmotifs*¹ del análisis que los investigadores vienen utilizando para abordar la sociabilidad de los objetos en el campo de la cultura material han sido extraídos de la tradición fenomenológica de Husserl y Heidegger (Jackson, 1996, pág. vii). Esta aproximación plantea que a través de la reflexividad y el lenguaje se pueden develar las diversas vivencias del ser

¹ El término es una palabra alemana que se refiere a un tema recurrente; ya sea una palabra, verso, figura, tema que se repite a lo largo de una obra.

humano en su relación con el medio o entorno que lo rodea. Así, en la antropología, los estudios sobre las prácticas, la corporización o *embodiment*, la experiencia sensorial, las agencias y las biografías de los objetos, son temas recurrentes (Jackson, 1996, pág. viii) y parten de la interrogante sobre cómo ha sido –y viene siendo- constituido el mundo a imagen del hombre y los procesos históricos y culturales que lo definen. Es esta relación del hombre con el mundo, donde el mundo adquiere existencia fuera y a través del hombre, lo que da pie al desarrollo de esta ciencia.

A partir de esa base, antropólogos de la corriente estructuralista como Levi Strauss (1983), Godelier (1986), Munn (1966) y Silverman (1994) inician con proponer una reconfiguración al centro del análisis de la cultura material, para aproximarse a ella como una forma de texto en la que la decodificación de los patrones semánticos será clave. Mientras el post estructuralismo, aunque incluía el mantenimiento de la metáfora textual, optó por insistir o enfatizar en los múltiples significados construidos semióticamente, atribuidos a los objetos por diferentes usuarios y espectadores. De otro lado, la antropología simbólica se enfocó en analizar la construcción del significado dentro de los contextos específicos donde surgen y se movilizan los símbolos culturales (Geertz, 1973). Esta rama de la antropología estaba interesada por conocer y analizar las diferentes interpretaciones sobre los objetos, privilegiando las de los propios pueblos indígenas y las redes de significados y acciones que a partir de los lugares de origen se desencadenan (Turner, 1974).

Estas discusiones dan lugar a que en la década de 1980 las y los antropólogos planteen nuevas formas de análisis y reflexión metodológica en base a las múltiples voces, prácticas y micro poderes involucrados en la investigación, no solamente en temas relevantes para los estudios sobre cultura material, sino en todo el campo que abarca al quehacer antropológico (Clifford & Marcus, 1986). En este contexto surgen muchas de las investigaciones que he revisado para el planteamiento de esta tesis. Como mencioné antes, las principales discusiones que considero han sido organizadas en tres ejes que presenté a continuación.

El primer eje de discusión que planteo aborda aquellas investigaciones sobre la vida social y el valor de los objetos. Es a partir de la década de 1980, que los antropólogos Arjun Appadurai (1986) e Igor Kopytoff (1986) introducen un enfoque que presta atención a los procesos de intercambio y mercantilización de bienes, centrado en su circulación. Esta aproximación, unos años más tarde, es ligada con los procesos coloniales en los trabajos de Nicholas Thomas (1991) (1994). El conjunto de las investigaciones que manejan este enfoque presentan una marcada tendencia neo marxista. A manera de contraste, la antropóloga Annete Weiner (1985) introduce el concepto de anclaje para dar cuenta de las cualidades afectivas que encierran los objetos dentro de sus lugares de origen, aspecto que la lleva a analizar el valor de los objetos fuera de circulación. Estos planteamientos serán muy relevantes para el desarrollo de las próximas investigaciones que toman en cuenta las estrategias metodológicas y conceptos desarrolladas por estos autores.

Con base en las teorías de intercambio, temas como la circulación y reclasificación de objetos a través de diferentes tipos de espacios expositivos y mercados; la contestación de las maneras en que los objetos vienen siendo recontextualizados en museos y re apropiados han sido discutidos y problematizados en los trabajos de investigadores como de Sally Price (2002) James Clifford (1985) (1988) (1986), Fred Myers (2001), Barbara Kirshenbalt-Gimblett (1998) y Chris Gosden y Chantal Knowles (2001) . Así mismo, se han producido una serie de volúmenes editados entorno a los temas mencionados (por ejemplo, Marcus y Myers (1995); Phillips y Steiner (1998); Edwards, Gosden y Phillips (2006).

Me interesa enfatizar en algunos aspectos que plantean estos autores. En primer lugar, Arjun Appadurai, en su famoso libro “La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de las mercancías”, introduce la categoría de “regímenes de valor” (1986) que, años más tarde, es retomado por Fred Myers (2001) en “El imperio de las cosas, regímenes de valor y cultura material”. Esta categoría busca dar cuenta de los procesos de construcción de valor que se dan a partir de los múltiples desplazamientos en el espacio tiempo y entre las relaciones sociales alrededor de los objetos. Bajo esta perspectiva, el valor de los objetos

tiene su fuente en el intercambio y no en la producción. Este tipo de intercambio está mediado por el deseo y depende de quiénes y cuánto deseen la mercancía en circulación; de modo que el intercambio no se realiza dentro de único plano, sino que atraviesa múltiples universos o regímenes de valor. El análisis de los regímenes de valor implica prestar atención sobre las relaciones, estrategias, negociaciones y disputas que se dan en cada esfera del intercambio y que conducen a un entendimiento más amplio de los procesos implicados en la construcción del valor de los objetos.

En esa misma línea, Igor Kopytoff propone pensar los objetos a partir de su historia vital. Con el artículo “La biografía cultural de las cosas” (1986), el autor desarrolla una aproximación metodológica para analizar los procesos de mercantilización y singularización de los objetos a partir de la trazabilidad de las trayectorias que han seguido a lo largo de sus historias de vida cultural. En suma, para estos autores es importante entender los objetos y mercancías como estaciones de paso en transcurso a convertirse en otro tipo de cosas. Asumir los objetos en relaciones de intercambio, implica detenerse en analizar las posibilidades que tienen para entrar y salir entre múltiples regímenes de valor, aspecto que será central al análisis de esta investigación.

El segundo eje de discusión aborda aquellas investigaciones sobre la materialidad de los objetos y entornos, y los procesos involucrados en el hacer de los artefactos culturales y obras de arte como espacios constitutivos de la sociedad. Por una parte, se ubican los planteamientos del antropólogo Daniel Miller (1987) (2005), quien se basa en las contribuciones de Hegel (1977) en su “Fenomenología del espíritu” para proponer el análisis de la materialidad de los objetos. El autor plantea que no puede haber una separación fundamental entre humanidad y materialidad, y hace hincapié en los procesos de auto creación del hombre a través del consumo y creación de objetos materiales.

Una de las cuestiones clave que propone Miller está vinculada con los procesos de objetivación y reproducción que convergen en los objetos y sujetos interrelacionados. Para ello propone una teoría de la “objetivación” que establece el marco para considerar la cultura material en su potencialidad para rechazar la supremacía de los sujetos, o el reduccionismo imperante de la llamada sociedad

(1987, pág. 19). Miller, a diferencia de los anteriores investigadores, cimienta sus planteamientos en el rol constitutivo de las cosas, y su valor implicado en procesos de objetivación que facultan a los objetos culturales de exteriorizar y emanar significados implícitos en los procesos sociales. De modo que, a partir de la objetivación, estos valores y significados son visibilizados, puestos a disposición, e incluso a negociación ante/para las acciones de los sujetos. La especificidad histórica de los sistemas de arte – cultura y arte – artefacto, son claves en este planteamiento pues reflejan la estructura de los esquemas de producción de valor que organizan y media las relaciones en los campos de la cultura material, así como los contextos institucionales detrás de estas relaciones.

Otro autor muy relevante en este eje de discusión es Tim Ingold. Ingold (2013) propone entender la materialidad a partir del estudio de los procesos involucrados en la fabricación de objetos; para él, este espacio implica la construcción de relaciones, conocimientos y prácticas que se dan entre las y los hacedores y los materiales. A diferencia de Miller, Ingold opta por una perspectiva centrada en los materiales -en lugar de la materialidad- con la intención de dar cuenta sobre las relaciones de correspondencia entre grupos sociales y materiales activos. Propone entender el proceso de “hacer” (making) como un proceso de “crecimiento” (growth), donde el/la artista (o hacedor) se ubica –y participa- dentro de un mundo de materiales activos que dan forma –y conforman- al entorno vivo que reconocemos a nuestro alrededor. Desde esta perspectiva, el/la artista “une fuerzas” con los materiales que tiene a su alcance: los sintetiza, los separa, los calienta, los apaga, en provisión de lo que podría surgir y en función de la condición que toma el material a medida que avanza (2013, pág. 21). El movimiento, la percepción y el rastro de los materiales serán cuestiones centrales en la manera cómo la antropología analiza la relación entre sujetos y objetos.

El tercer eje de discusión está compuesto por aquellas investigaciones desarrolladas alrededor de la estética y agencia de los objetos. Principalmente son los teóricos de la antropología del arte quienes deciden devolver la atención al análisis formal de los objetos con el fin de entender cómo operan las

cualidades específicas de los objetos en la comunicación interpersonal e intercultural. Por mencionar algunas de las propuestas que encuentro más trascendentes, Howard Morphy (1992) se centra en el papel del arte y la estética en la creación y transmisión de significados sociales. Mientras que Jeremy Coote y Anthony Shelton (1992) proponen ampliar el espectro acerca de cómo comprender la producción de objetos estéticos a partir de las relaciones sociales que estos modelan y las diferencias entre los mundos visuales de cada grupo cultural.

En ese contexto, una de las discusiones más innovadoras fue planteada por Alfred Gell (1992) (1998), quien teoriza acerca de las tecnologías específicas a través de las cuales los objetos de arte poseen y ejercen agencia social. Para este autor, la antropología que estudia el arte debe distanciarse de nociones como la estética, en tanto no puede evitar caer o respaldarse por el sistema de valor occidental sobre la belleza y particularidad de los objetos. En respuesta a ello, Gell (1998) propone dejar de pensar a los objetos como pasivos, y en cambio, otorgarles la facultad y potencialidad de tener agencia dentro de un contexto social, donde son tanto mediadores como objetos mediados. Dentro de sus planteamientos también se encuentra implicada la discusión sobre lo sensorial y la corporización o *embodiment* arraigado a la cultura material, que da cuenta sobre cómo las prácticas sociales dotan a los objetos con significados (véase, por ejemplo (Edwards, Godsden, & Philips, 2006)).

Algunos de estos autores serán revisados con mayor profundidad en el marco teórico de la investigación. Sin embargo, de manera general, las revisiones presentadas conforman las principales entradas teóricas de los estudios antropológicos sobre cultura materia. Temas como los regímenes de valor, la vida social de los objetos, la materialidad y la agencia se verán reflejadas en las investigaciones sobre arte y arte tradicional en el Perú.

Arte tradicional y artesanía en el contexto nacional

Los objetos de cerámica que analizo en esta investigación poseen un carácter identitario que los asocia a una colectividad con características étnicas, ideológicas, culturales y políticas específicas. Al ser objetos reconocidos, por las

y los productores mismos y el estado, como manifestaciones del conocimiento inmaterial del Pueblo indígena Kichwa Lamistas, las cerámicas tradicionales entran a ocupar un rol trascendental en el rescate, conservación y continuidad de las expresiones culturales de los pueblos indígenas que se promueve a nivel nacional. En ese sentido, la propia intervención y mediación de actores externos a las comunidades de origen, genera que los objetos o artefactos culturales entren en un campo de relaciones y desplazamientos donde la negociación y asignación de valores es constante y asimétrica.

Al respecto, son numerosas las investigaciones y literatura que se ha producido en el país en torno a la relación entre cultura, poder, arte y artesanía. He identificado una serie de discusiones que se enmarcan en este contexto y que he optado por organizar de la siguiente manera: en primer lugar, presento un pequeño balance sobre el debate en torno a la clasificación de los objetos como arte, arte tradicional o artesanía que dan cuenta sobre las relaciones políticas e ideológicas implicadas en esta separación.

En segundo lugar, a través de una serie de etnografías sobre obras y artistas en circulación, presento algunas de las aproximaciones más interesantes sobre los diferentes regímenes, contextos y mercados que componen el “sistema del arte” peruano (Acha; 1981, 1992). Finalmente, presento una revisión de las investigaciones realizadas sobre la cerámica tradicional de diferentes pueblos indígenas de la Amazonía peruana, en la cual se ubican las cerámicas del pueblo Kichwa lamista que analizo en esta investigación.

Debates en torno a la clasificación de arte tradicional y artesanía

Con la intención de introducir el lugar de las cerámicas Kichwa Lamista como objeto de análisis de la investigación, propongo esta sección en la que presento un balance del debate nacional que se originó a raíz del Premio Nacional de Cultura otorgado al maestro retablista, Joaquín López Antay, en el año 1975². Este reconocimiento marcó un precedente sobre cómo se venía

²El reconocimiento de Joaquín López Antay como ganador del premio se hizo público el año 1975; sin embargo, la entrega del Premio de Fomento a la Cultura Ignacio Merino, como oficialmente se llamaban, fue entregado recién el 7 de enero de 1976 por el Instituto Nacional de Cultura (INC) (Ministerio de Cultura, 2016). Una revisión muy detallada que da cuenta de la complejidad de este suceso, es presentada por María

entendiendo y manejando el arte tradicional y popular, en contraste al arte académico y occidental. Para ello, recojo las investigaciones realizadas por Mirko Lauer (1982, 1984), Jane Henrici (1997) sobre la artesanía y los artesanos. Y otros autores que participaron de las discusiones en torno a la reivindicación de la llamada artesanía y “arte popular”, como: José Sabogal (1945, 1952), Emilio A. Mendizábal (1957), Francisco Stastny (1981), Alfonso Castrillón (1976, 1977), María Eugenia Ulfe (2011), y Giuliana Borea y Gabriela Germaná (2014).

Inicialmente, la artesanía fue considerada producto de una herencia autóctona y de una actividad llevada a cabo en esferas económicas no capitalistas. De acuerdo a Lauer en su libro “Crítica de la artesanía: plástica y sociedad en los Andes peruanos” (1982), la artesanía fue vinculada al trabajo campesino que, de manera parcial, mantenía una producción de objetos destinados al autoconsumo e intercambio. Paralelamente, las pretensiones nacionalistas en que venían desenvolviéndose en la mayoría de los estados latinoamericanos a inicios de la década de los 20, halló correspondencia en este panorama. Sobre este contexto, Lauer refiere que, alrededor de los 60’s, la artesanía comienza a recibir atribuciones –por parte del estado- entorno a una doble potencialidad: por un lado, sobre su potencial reivindicativo de las culturas autóctonas; y, por otro, la posibilidad de mejores ingresos en las economías de los productores (Lauer, 1982, pág. 132). De modo que, estados como el peruano, comenzaron a fomentar la producción y comercialización de estos bienes manufacturados.

Sin embargo, este contexto no cuestionaba un problema de raíz: cómo definir al artesano y a la artesanía. Lauer sostendría que lo que resultó crucial para resolver esta contrariedad fue el aspecto manual del producto, es decir, la presencia del artesano en el proceso productivo (1982, pág. 139). A lo que se sumó el conflicto sobre la unidad de producción en consideración de la unidad doméstica como supuesta unidad productora –aunque incluyendo en ella las relaciones salariales ya existentes- y la definición de elementos de un supuesto “modo artesanal de producción”.

Eugenia Ulfe en el capítulo 1 de su libro “*Cajones de la memoria: La historia reciente del Perú a través de los retablos andinos*” (2011).

Como consecuencia de las intervenciones del estado y las presiones que ejercía sobre el fomento de la actividad artesanal –y el proceso paralelo de aceleración del mercado-, los artesanos optan por organizarse en asociaciones. La asociatividad surge como una manera de hacer frente a las presiones de los mercados y responder a sus exigencias. Como efecto ante el despliegue de asociaciones de artesanos, actores externos a las comunidades y asociaciones comienzan a imponer y establecer estándares y criterios sobre cómo se debe llevar a cabo la organización y producción de bienes artesanales para satisfacer – y preservar- las demandas de exportación que establece el mercado.

Por otra parte, Jane Henrici, en “Promoting peruvian craft and selling culture”, hace un recuento de la artesanía entre las décadas de los 60-90’s; donde destaca que: *“la artesanía peruana se ha estandarizado como un producto de mercado en vez de un elemento simbólico o social”* (Henrici J. , 1997, pág. 368), idea que se ve contrastada con lo que planteaba Lauer. La interpretación de que existía una condición “autóctona” que preservaba la tradición y continuidad del producto artesanal se vio absorbida y apropiada por los discursos y proyectos nacionalistas e indigenistas, en lugar de ser contestada. De ese modo, se establecieron políticas estatales que condujeron a la objetivación de lo artesanal y la “definición” del artesano en base a los siguientes aspectos: 1) el trabajo manual, 2) la unidad doméstica, y 3) un “modo artesanal”³ de producción.

Otros autores que participaron en el debate sobre la diferenciación entre Artesanía y Arte popular - Tradicional, fueron Sabogal, Mendizábal y Ortega y Gasset quienes durante los 50’s (1952, 1957, 1955 respectivamente) comenzaron a discutir acerca de la denominación que reciben aquellas manifestaciones artísticas, pero que no son denominadas *arte*, como era el caso de las artesanías. Más adelante, esta discusión sería retomada por Ulfe (2011) en el libro dedicado al análisis de los retablos ayacuchanos, donde la autora

³ Básicamente, el entendimiento sobre el “modo artesanal” de producción implicaba el uso de herramientas y tecnologías “tradicionales” que no suponían, en ese entonces, el uso de herramientas industriales o de origen externo a las de las comunidades donde se producían los objetos. A su vez, se vinculó con el hecho de que los objetos elaborados tenían un carácter único al no ser productos en serie y al representar a una colectividad y no tanto a un individuo o único “autor”. Agrego los paréntesis porque estas suposiciones son cuestionables, al ser generalizaciones y esencialismos.

presenta una revisión detallada de la premiación al maestro López Antay y lo que eso genera en el panorama nacional ligado a la identificación de diferentes prácticas como arte popular.

José Sabogal (1945) (1952) cumplió un rol decisivo en el reconocimiento de las prácticas estéticas de los pueblos tradicionales debido a sus influencias indigenistas y su desempeño como artista, que lo condujeron al desarrollo de una serie de investigaciones e iniciativas (como la Escuela Nacional de Bellas Artes y el Instituto de Arte Peruano, 1931-1973) que cimentaron las bases para el estudio, reconocimiento e institucionalización de colecciones de arte popular de las diversas regiones del país.

En ese contexto, Mendizabal, plantea que el término de “arte popular” surge como un intento de interpretación sobre un tipo de arte que surge de un grupo en particular (que coinciden o comparten una época y lugar, conocimientos y motivaciones) que norma o modela los patrones del objeto u obra de arte (1957, pág. 76); de modo que el objeto de arte es producto no solo del artista que lo elaboró, sino también de la suma de las particularidades que surgieron dentro de ese grupo al que pertenece el o la artista.

Con relación a los grupos donde se originan estos objetos, Francisco Stastny en “Las artes populares del Perú” (1981), sugiere que se debe tomar en cuenta que los objetos que se agrupan la categoría de “arte popular” varían respecto a sus materiales, técnicas y usos; pero, además, provienen de diversos orígenes sociales que deben analizarse en su particularidad. Estas ideas sobre la importancia del origen llevan a autores como Alfonso Castrillón (1976) a plantear que el arte popular estaría vinculado con aquella obra individual, mientras que “artesanía” correspondería más bien a las obras masivas sin carácter personal.

Finalmente, Giuliana Borea y Gabriela Germaná (2014), quienes con mucho éxito sintetizan estos debates, discuten en torno a las narrativas que vienen definiendo lo artístico, lo artesanal y lo popular (como el “in between”) producidas (o enunciadas) desde las instituciones educativas, museos, escuelas de arte, universidades, incluso el mismo estado desde sus políticas públicas. Para las autoras estas narrativas plantean “conceptos dicotómicos y jerárquicos

que relegan las manifestaciones artísticas no occidentales a campos de la subalternidad, de simplificación, de estereotipos” (2014, pág. 319). El efecto que esto trae consigo es que “se consolide una separación entre arte y arte popular, y, por consiguiente, que se afirme indistintamente la similitud entre arte popular, arte tradicional y artesanía” (2014, pág. 320). Esta interpretación se relaciona, a su vez, con lo que refería Castrillón sobre la diferenciación entre “arte culto” y “arte popular”: más que un problema estético, esta diferenciación provenía de un problema de carácter social (1972, pág. 11).

Me interesa recalcar esto pues considero fundamental dejar entrever cómo las categorías de arte y arte tradicional operan en base a su negación y no a una aproximación crítica sobre la cultura material. Al respecto Borea y Germaná sostienen que, si se tomara en cuenta un abordaje crítico sobre estas prácticas y procesos, se podría evitar clasificar o agrupar distintos tipos de objetos: “artesanales, artísticos o turísticos”. Estas ideas, en general, me conducen a pensar en las posibilidades de la antropología para aproximarse al estudio de la cultura material de una manera crítica y relacional donde se ubiquen los diferentes campos en que las prácticas, procesos, diferencias y similitudes del arte convergen; así como el análisis de las lógicas estatales o gubernamentales en que estas narrativas sobre artesanía y arte tradicional se insertan.

Obras y artistas en circulación

Manteniendo la ilación con punto anterior, en esta sección presento una serie de etnografías que vinculan arte, “artesanía” y antropología en el contexto nacional. Pese a que abordan temas distintos, la característica principal que las vincula es que estas investigaciones insisten en el estudio de la circulación de las obras y sus creadores dentro de instituciones y prácticas que forman parte del sistema de arte nacional. Este enfoque simultáneo contribuye a mostrar cómo se crean y operan los escenarios o contextos donde se ubican los objetos y a través de los que se produce el intercambio que genera valor.

Por un parte, están aquellos trabajos que se ubican en el contexto específico de la producción de arte tradicional o “artesanía”, y por otra, los que

proponen una mirada sobre la producción de la “obra de arte” – vinculada a los cánones occidentales. En ambos contextos, el cuerpo de material bibliográfico revisado reconoce dos polos complementarios desde donde analizar los objetos de arte. Se trata pues, por un lado, de una dimensión simbólica que compete a los mecanismos de apropiación y representación enraizados en las significaciones que le atribuimos a los objetos y el lenguaje en que las entendemos y enunciamos. Por otro lado, la dimensión social que correspondería a aquellos contextos o redes de relaciones sociales que establecen – o desde donde se rigen- las pautas que posibilitan la producción del objeto, así como sus determinaciones materiales, ligado a los modos de apropiación y exhibición de los mismos. En general, los casos etnográficos que he seleccionada se adecuan a alguna de estas dimensiones y al hecho de prestar atención a los objetos y autores como entidades en movimiento (nunca estáticas), a través de diferentes esferas de circulación enmarcadas en el contexto nacional.

Sobre las investigaciones alrededor de objetos de arte tradicional, se encuentran los trabajos de María Angélica Salas (1987), María Eugenia Ulfe (2004) (2014) (2011), Giacomo Basilio (2012), y Gisela Cánepa (1998).

En los trabajos de Salas, Ulfe y Millones, por ejemplo, se propone el análisis de tres expresiones artísticas de la cultura popular peruana. En el caso de Salas (*Mates de Cochas: Productores artesanales en la sierra central*, 1987), la autora plantea una contribución a la antropología donde analiza los mates burilados de Cochas, de la región Junín. La autora se centra en dos aspectos: el primero, la relación entre la producción de los mates burilados y las transformaciones de la economía campesina que se da con la inserción de estos bienes en los mercados nacionales e internacionales; y, el segundo, la interpretación de los grabados o burilados de los mates, según los esquemas que recogió de sus productores. En este caso, proponiendo como punto de entrada la producción de estos objetos y los planos económicos y simbólicos que activan, Salas analiza el esquema de relaciones sociales ancladas en los objetos, que conducen –hacen posible o limitan- los modos de producción y las esferas de circulación de los objetos artesanales. La autora propone un enfoque

basado en sistemas de significaciones condicionados por la recepción de bienes en otras esferas sociales, donde los intercambios permutan la inscripción social que previamente contenían los mates.

De otra parte, María Eugenia Ulfe (Cajones de memoria: la historia reciente del Perú a través de los retablos andinos, 2011), desarrolla una larga investigación sobre los retablos andinos, donde proporciona un marco interesante desde donde pensar en las transformaciones de los usos, modos de producción y de clientelas de estos objetos, que se relacionan con las narrativas inscritas en las representaciones de sus figuras y contenidos visuales, como con los productos culturales arraigados al contexto de violencia política que sufría el país en ese entonces. La autora sostiene que el retablo (como forma de expresión artística) se convierte en un vehículo que transmite las experiencias y memorias de la violencia contada desde aquellas voces de la sociedad rural peruana que no podían enunciar –desde su propia voz- el dolor guardado de un pasado reciente de la historia nacional. Es así que la autora, incluyendo un examen sobre los aspectos formales de la obra, analiza los procesos de producción y circulación de estos objetos de acuerdo a los contextos sociales en que se hace visible la obra, lo que apertura un proceso de cambios y transformaciones en las representaciones que inicialmente se hacían.

Por otro lado, Bassilio (Artesanos de su marca: marca-territorio, valor e identidad territorial en el mercado. El caso de la artesanía y los artesanos de "Túcume", 2012) indaga en la relación entre la producción alfarera de "artesanías" (como souvenir turístico), su valor y la identidad de sus productores. En este trabajo, el autor vincula los procesos de identificación, el valor territorial y el desarrollo de la marca a través de la implementación del sello de productos que se hace característico y único en este contexto. Así, Bassilio propone analizar la construcción de valor de los objetos en circulación, donde tanto las marcas, como la performatividad de los productores, otorgan nuevas dimensiones desde donde repensar la producción artesanal.

En diálogo con la propuesta de Basilio, en el cuarto capítulo de su libro *"Máscara, identidad y transformación en los Andes"* (1998), Gisela Cánepa analiza el uso de las máscaras en las danzas que celebran a la Virgen del

Carmen en Paucartambo, Cusco. La autora propone pensar en el uso de estos objetos dentro del corpus de la celebración de la fiesta a partir de tres dimensiones: la identidad mestiza como construcción histórica, la fiesta como discurso, y la máscara como elemento constitutivo de esta identidad. Una de las reflexiones a la que la autora llega es que las máscaras tienen la capacidad de objetivar, naturalizar y al mismo tiempo transformar la identidad. En ese sentido, su propuesta establece un sistema de análisis de los objetos muy valioso tanto metodológica como críticamente.

Por otra parte, con relación a los objetos enmarcados en la categoría de arte, he identificado los trabajos de Giuliana Borea (2010) y Mijail Mitrovic (2015), quienes proponen pensar sobre la relación entre los procesos de producción, las esferas de circulación y los regímenes de valor de los objetos y autores inmersos en diferentes contextos políticos.

Para el caso de Mitrovic (Regímenes de valor y políticas de la imagen en NN- Perú (Carpeta Negra) del taller NN (Lima, 1988), 2015) , presenta La Carpeta Negra del taller NN, la cual consiste en una obra conformada por un conjunto de 16 piezas intervenidas con diferentes técnicas y que, como composición, son pensadas a modo de radiografía de la sociedad peruana de finales de los años 80's. Uno de los aspectos más interesantes de esta investigación es que se plantea en torno a las condiciones paradójicas de su circulación. El autor analiza cómo la obra se desvía – o “desaparece”, debido a diferentes factores como, por ejemplo, que se restringe su circulación por un largo periodo de tiempo que se caracteriza por la represión y censura. Así, la carpeta, vista desde el periodo de producción de la obra, como el curso que toma, es resultado de diversos procesos sociales que Mitrovic reconstruye a través de la noción de los regímenes de valor; aproximación teórico metodológica que también es central en mi investigación.

Por otro lado, Borea (Personal cartographies of a Huitoto mythology: Rember Yahuarcani and the enlarging of the Peruvian contemporary art scene, 2010), también en diálogo con los planteamientos de Appadurai, ofrece un enfoque para analizar las trayectorias –personales- del artista Rember

Yahuarcani, pintor amazónico de la etnia Huitoto. Una de las características centrales de este texto es que la autora parte de la aproximación a las redes sociales del artista donde encuentra que articulan el campo artístico y el plano de los movimientos sociales indígenas. Esta estrategia lleva a la autora a notar que “lo amazónico” es incluido en el campo del arte a través de la valoración de la autenticidad del arte indígena reflejado en las obras de Yahuarcani. Esta propuesta, nuevamente, contempla la mirada sobre los regímenes de valor por donde transitan las obras -y el artista mismo- en un flujo constante de auto identificación; y donde, además, el contexto del mercado diluye las fronteras entre lo “auténtico” y la exotización.

He optado por mencionar aquellas investigaciones que poseen aproximaciones teóricas y metodológicas semejantes a la que planteo en esta tesis y que me ayudaron a definir los conceptos que utilizo. Sin embargo, algunos de los materiales bibliográficos que he mencionado presentan abordajes distintos que considero relevantes para esta investigación pues reflejan distintas preocupaciones y reflexiones sobre las condiciones sociales y políticas de los productores, los escenarios en que prácticas artísticas convergen con otras dinámicas –políticas, ideológicas, medio ambientales, etc.-, y los efectos de los aspectos anteriores sobre la naturaleza de las prácticas de producción de objetos en sí.

Cerámica tradicional en la Amazonía peruana

Como último conjunto de fuentes revisadas, en esta sección presento aquellas investigaciones que se enfocan en la producción cerámica elaborada por mujeres de los distintos pueblos indígenas de la Amazonía peruana. Debido a que la bibliografía disponible sobre este tema es aún escasa, me centraré en el arte de la fabricación de cerámicas utilitarias o decorativas de los pueblos Shipibo-Konibo y Kichwa lamista.

De manera general, las y los autores que presento utilizan diferentes enfoques teóricos y métodos de aproximación al estudio de las cerámicas tradicionales amazónicas. Algunos autores se centran en las cualidades

históricas de las técnicas de fabricación, en los procedimientos y materiales involucrados en el hacer de las piezas; otros, en cambio, se enfocan sobre el carácter innovador y cambiante de estas expresiones visuales y materiales, tomando en cuenta aspectos como la demanda y el contexto social de la producción. Finalmente, en algunas de las investigaciones predomina la atención sobre aspectos específicos de las cerámicas que están vinculados a fenómenos o dinámicas internas de las comunidades de origen de sus productoras. En ese sentido, en esta sección busco presentar un recuento general de los estudios realizados y principales enfoques de aproximación a las cerámicas tradicionales de la Amazonía peruana.

El primer grupo de investigaciones gira en torno a las cerámicas del pueblo Shipibo-Konibo. Desde hace más de tres décadas, en lo que refiere a arqueología social, la cerámica Shipibo-Konibo tuvo un lugar importante en las investigaciones de Deboer y Scott (*Roots Revisited: The Origins of the Shipibo Arte Style*, 1987) y Donald Lathrap (*Shipibo Tourist Art*, 1976), cuyos estudios analizaban el origen del estilo de la alfarería shipibo-konibo. Estos autores coincidían en que el estilo de la cerámica shipibo-konibo presenta características semejantes a la cerámica polícroma Cumancaya, la cual se fabricaba en las riberas del río Ucayali entre 800 d.C. - 1600 d.C., (Lathrap, 1976, pág. 125), lo que refleja el carácter “milenario” de la tradición alfarera de este pueblo. Tomando en cuenta sus hallazgos, los autores hacían énfasis en la continuidad del modelo tradicional de elaboración de los objetos de alfarería en estos pueblos. Tanto las técnicas, como los diseños y materiales, son asociados a una “tradición” correspondiente a una cultura específica, cuyos modelos han pasado por cambios e innovaciones en las formas y tamaños que fueron adquiriendo con la modernidad e influencia del comercio y los procesos de intercambio cultural.

Posteriormente, Gebhart Sayer (*The Geometric Designs of the Shipibo-Konibo in Ritual Context*, 1985) se centró en el estudio a detalle de los procedimientos técnicos en la producción cerámica Shipibo Konibo, donde describe desde la recolección de las materias primas, la preparación de la arcilla, el modelaje de las formas, y el decorado con los diseños Kené, previos al

acabado de las piezas. La autora describe los distintos tipos de objetos y cómo estos eran usados por las personas del pueblo de acuerdo a las funcionalidades que se les daba cotidianamente y a los eventos o rituales que afectaba los usos y contenidos simbólicos de los mismos. Así mismo, una característica que ella identifica es que estas piezas, a pesar de la complejidad en su elaboración, no eran elaboradas para su colección o para prevalecer por largos periodos de tiempo, sino que se reconocía el prestigio de quienes las fabricaban, y en cuyos diseños se perpetuaba el conocimiento, sin tener que resguardarlo para la posteridad. Ese es un aspecto importante que me interesa destacar puesto que el propósito principal de la manufactura no reside en la historia contenida en el objeto, sino en el objeto como soporte o canal para la transmisión del diseño y con ello del saber, la creatividad y la “cosmovisión” o creencias del pueblo.

Por otra parte, Donald Lathrap (1976) presta atención a los efectos del turismo y el coleccionismo comercial en el pueblo Shipibo-Konibo, donde observa la ocurrencia de al menos cuatro tendencias diferentes: 1) la aparición de formas de vasijas elaboradas y no tradicionales, 2) la difuminación de los estándares tradicionales de la forma y el tamaño de la cerámicas, 3) la disminución de la complejidad en los diseños pintados, y 4) la sustitución de otras "artes populares" por la cerámica en aquellos lugares donde el turismo es más activo. Con relación a lo anterior, Lathrap menciona que el orden en que presenta estas tendencias, corresponde a los procesos acumulativos que determinan las razones que comenzaron a generar la alteración de los estándares tradicionales de la producción cerámica Shipibo-Konibo, donde la demanda comercial sobre este arte favoreció la introducción y difusión de estas formas no tradicionales de vasijas que originan estas transformaciones.

Un aspecto que considero clave de esta investigación es la atención que Lathrap pone sobre el interés creciente del comprador profesional/experto y/o coleccionista de museos sobre estos objetos. Él analiza como las estrategias de las alfareras Shipibo Konibo fueron “*efectivamente efectivas*” ya que aquellas formas no tradicionales lograron tener una fuerte presencia dentro de las colecciones privadas de museos a nivel internacional. En esa misma línea, Lathrap argumenta que esta fuerte demanda comercial tuvo repercusiones sobre

la disminución o relajación de ciertos estándares que –en cambio- eran trascendentes para la cultura Shipibo Konibo. Sin embargo, debido a que el turismo y la adquisición de estos objetos “folk” se encontraba en boga, cada vez era mayor el número de mujeres artistas/artesanas que dependían de la venta de este “*arte turístico*” para aportar en su economía familiar y mejorar sus condiciones de vida. Lo que condujo a una tendencia o aceleración de la producción que terminó por “reducir” la complejidad de los diseños. Así mismo, frente al incremento de la demanda comercial, otras artistas/artesanas y sus familias optaron por diversificar su producción abandonando poco a poco la alfarería para centrarse en otros productos de manufactura que implicaran una menor complejidad y cuidado en su elaboración, como fueron las bisuterías, objetos de madera en miniaturas, entre otros.

De la mano con esta investigación, se encuentran los estudios de Illius (Illuis, 2002) y Chaumeil (2009) en torno al comercio de la cultura Shipibo Konibo. Estos autores analizan cómo una serie de otros procesos, como el incremento del turismo y la demanda de productos étnicos, conduce –revitaliza- al incremento en la exportación de estos productos y la especialización de los artesanos en la producción de “*artesanías turísticas*” (Illuis, 2002), categorización que dialoga con los planteamientos de Lathrap y Chaumeil, de modo que prima la producción de artesanías en base a las exigencias del consumo.

Por una parte, Bruno Illius (Arte tradicional y comercial: Los shipibo-conibo, 2002) indaga en los cambios en la producción alfarera shipiba a partir del contacto con una fuerte demanda extranjera que se activa y genera la aparición de un nuevo modelo de producción a la que denomina “*airport art*”. Según el autor, en este modelo los objetos de cerámica comienzan a ser producidos en serie para ser destinados a un mercado extranjero; lo que, de manera muy interesante, conduce a la diferenciación de los mismos productores sobre los tipos de cerámica que realizan. En este contexto, se establece la identificación de la “buena cerámica”, donde se valora la preservación de estas piezas en el contexto de su vida ritual y cotidianidad.

Mientras que Chaumeil (El comercio de la cultura: el caso de los pueblos amazónicos, 2009) plantea una reflexión sobre las repercusiones locales del

turismo sobre las poblaciones indígenas amazónicas en general. Aunque este autor no indaga sobre las implicancias del turismo sobre la producción cerámica de manera exclusiva, propone un enfoque transversal que abarca la cultura como un producto de consumo, y *“su puesta en escena como una nueva forma de relación de dominación social”* (2009, pág. 61). Chaumeil propone considerar el turismo como un escenario para la puesta en escena de la cultura local, hecho que considera riesgoso frente a las maneras de entender *“las formas indígenas de producción de conocimiento y de artefactos que no se reduzcan a simples objetos mercantilizables”* (2009, pág. 68). Utiliza términos como *“museificación”*, *“puesta en archivo”*, *“puesta en memoria”* para dar cuenta de los procesos de formalización y/o adecuación que deben seguir estas poblaciones para seguirle el ritmo a las exigencias del turismo y conciliar en este contexto sus propias nociones de propiedad y patrimonio.

Otra autora que tiene mucha importancia en los estudios sobre las expresiones visuales y plásticas de los pueblos Shipibo Konibo es Luisa Elvira Belaunde quien, alrededor de la cerámica Shipibo Konibo, desarrolla una serie de publicaciones. En *“Kené: artes, ciencia y tradición”* (2009), Belaunde propone analizar la elaboración de las tinajas *joni chomo* (o *huni chomo*⁴) a partir de su vinculación con la vida y la muerte, donde analiza los diseños pintados del kené, su proceso de ejecución, composición y significados. En este texto, la autora hace énfasis en la complejidad de los detalles y el contenido simbólico de estos diseños, para cuya elaboración las artistitas/artesanas siguen rituales y respetan una serie de pruebas y restricciones que les garantizan alcanzar los pensamientos que se materializan en las vasijas que serán usadas.

Me interesa recalcar el énfasis que ella hace sobre el valor o las cualidades únicas de estos objetos en cuanto a su técnica *“ancestral”*. Manifiesta su preocupación frente a la introducción de nuevas técnicas y procedimientos orientados a la masificación de la producción y a una mayor durabilidad de las piezas, aspectos que no eran contemplados por las propias artistas/artesanas y

⁴ De la clasificación de las cerámicas tradicionales para uso cotidiano que presento Lethard (1976:199), donde identifica 3 tipos de acuerdo a su funcionalidad: 1) quenti (para cocinar), 2) chomo (para almacenar o contener líquido), y 3) quencha (como recipiente para alimentarse).

la población local antes del incremento del turismo y la demanda comercial de artesanías turísticas. Así, remarca la importancia de resguardar la continuidad de los saberes y las prácticas heredadas de los antepasados, para no perder la alta estima que sus pensamientos les otorgan en la sociedad (Belaunde L. , 2009).

Esta preocupación es compartida por Carolyn Heath (2002) quien, previamente había realizado estudios sobre los pueblos Shipibo Konibo, y en el año 2002 fue curadora de la exposición *“Una ventana hacia el infinito: Arte Shipibo Konibo”* en la Galería German Kruger Espantoso del ICPNA de Miraflores. Esta exposición reunía distintos objetos procedentes de colecciones privadas y de museos con la finalidad de presentar al público la belleza, sabiduría y sofisticación del arte shipibo Konibo. Esta muestra fue acompañada por la publicación de un libro del mismo nombre donde se recopilaron artículos sobre las cerámicas, textiles y otros objetos de manufactura con los característicos diseños y simbolismos del pueblo shipibo Konibo.

Por otro lado, en *“Diseños materiales e inmateriales: La patrimonialización del Kené y de la ayahuasca”*, Belaunde (2012) hace referencia a las modalidades contemporáneas del Kené, donde identifica a 1) las mujeres diseñadoras, 2) los curanderos ayahuasqueros, y 3) los nuevos pintores, como los sujetos que respectivamente desarrollan estas expresiones en un contexto reciente o emergente. Ella menciona que la presencia de estos tres sujetos responde a las transformaciones del mercado en donde estos diseños han pasado a adquirir un valor económico (2012, pág. 126). Esta potencialidad comercial es aprovechada por los mismos productores, lo que es visto por Belaunde como un factor primordial para el incremento de la complejidad de los diseños y de la diversificación de los productos con estos diseños. Es a partir de la creciente la comercialización del Kené que se propició la agenda para iniciar el proceso de patrimonialización del arte shipibo-konibo.

Aunque para la autora la cerámica shipibo-konibo no es el objeto central de la investigación, ella analiza los puntos de convergencia entre los distintos soportes donde los diseños Kené son plasmados, sean estos: cerámica, telas, lienzos y rituales de ayahuasca. A través de los procesos de patrimonialización

del arte kené y de la ayahuasca, analiza cómo la asociación entre plantas y grafismos se traduce –o re produce- en diseños materiales e inmateriales que dan cuenta de las nociones de visualidad, materialidad e identidad de estas artistas. Me interesa destacar el énfasis que hace sobre la cuestión de la comercialización del kené y el carácter cambiante tanto de los usos como de las prácticas en que se inscriben estos objetos, sus diseños y los mismos artistas.

El segundo grupo de investigaciones gira en torno a las cerámicas del pueblo Kichwa Lamista; sin embargo, a diferencia del primer conjunto de investigaciones presentadas, este escenario ha sido poco abordado. A la fecha, he podido encontrar dos autores que se han enfocado en la producción cerámica de este pueblo, se trata de Manuel Méndez (2010) y Luisa Elvira Belaunde (2017).

La creciente preocupación por el rescate, preservación y puesta en valor de las manifestaciones culturales de los pueblos indígenas ha generado los escenarios favorables para el desarrollo de ambas publicaciones. Por un lado, Méndez Guerrero desarrolla la primera investigación publicada sobre la cerámica Kichwa Lamas *“El arte de la cerámica lamista”* (2010) elaborado en el marco de un Proyecto de Cooperación para el Desarrollo con la Asociación Exterior XXI de España que consiste en un manual práctico donde se registran los conocimientos “milenarios” de las mujeres alfareras de la comunidad nativa Kichwa Wayku. Este documento es interesante en tanto presenta algunas aproximaciones sobre el valor patrimonial de la cerámica para la población Kichwa, así como los pasos de elaboración de las cerámicas, los puntos de acopio de las materias primas y los diferentes tipos de objetos que componen el repertorio de cerámicas utilitarias. A su vez, el autor destaca la asimilación por parte de las artistas tradicionales de nuevo materiales y técnicas para la fabricación de las piezas. Sin embargo, su perspectiva no toma en cuenta la dinamización de las identidades y expresiones culturales, sino que se centra los procesos de mercantilización y globalización como fenómenos negativos que conducen a la “pérdida del equilibrio y los valores culturales” de la comunidad (2010, pág. 11). En ese sentido, esta investigación resulta útil en tanto ofrece

una mirada general del contexto de la comunidad, los procesos y relaciones de producción de las cerámicas y los objetos según su ámbito de uso al interior de las viviendas de las familias Kichwa Lamas.

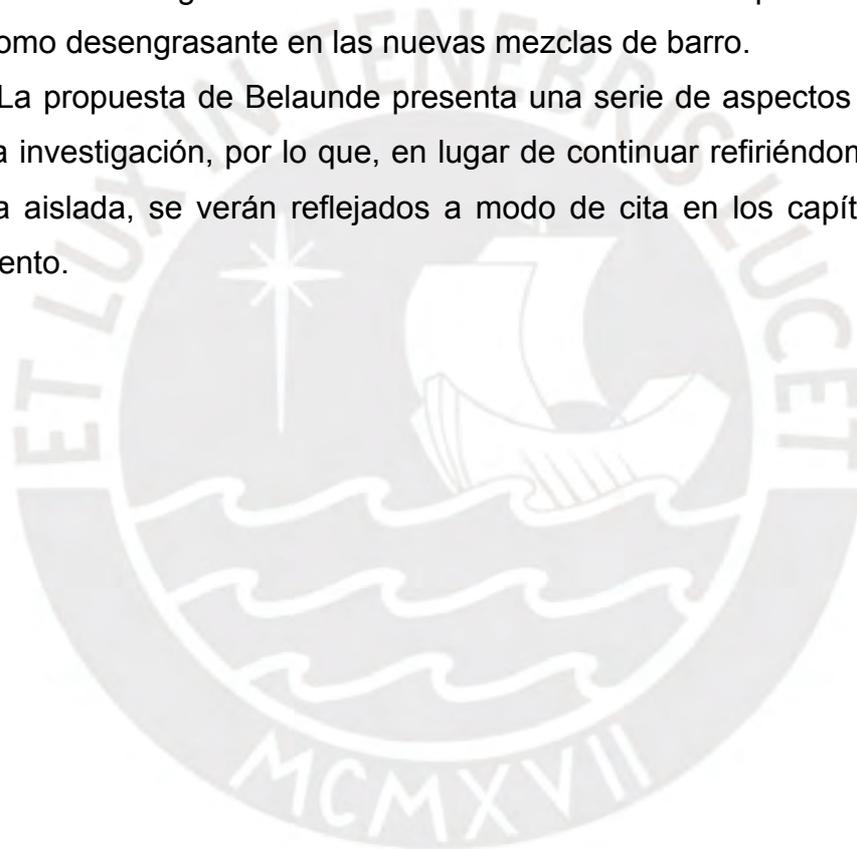
Por otra parte, Luisa Elvira Belaunde desarrolla la investigación *“Cerámica tradicional Kichwa lamas de Wayku”* (2017) por encargo del Ministerio de Cultura como parte de la serie “Repertorios” del Programa *“Rurak Maki, hecho a mano”*. Este libro se enmarca en las actividades del programa cuyo objetivo es la salvaguarda del arte tradicional peruano como expresión del patrimonio cultural inmaterial de los pueblos indígenas. A diferencia de la investigación de Guerrero, el trabajo de Belaunde refleja una aproximación etnográfica al objeto de estudio. En ese sentido, como en sus anteriores trabajos citados para el caso del pueblo Shipibo Konibo, analiza diferentes dimensiones involucradas en la práctica de la alfarería, como es el caso de las dimensiones de género y cosmológicas de la cerámica Kichwa lamista. Me interesa destacar este aspecto pues la autora identifica que:

“Las actitudes sociales y corporales entrelazadas en la cerámica son también inseparables de los secretos rituales que permiten que las niñas aprendan a relacionarse con la tierra en sintonía sensorial y espiritual. Estos conocimientos rituales, que las mujeres Kichwa respetan sigilosamente, muestran que, según su concepción, la greda no es un mero recurso utilitario sino una dádiva del cosmos. La “madre” de la greda mantiene relaciones primordiales con los cuerpos de los astros y de los humanos, regulando los ciclos del calendario y los comportamientos más íntimos de las parejas Kichwa Lamas” (2017, pág. 34).

A lo largo de la investigación, Belaunde hace énfasis sobre la relación entre la mujer y la arcilla, reflejando que, a pesar de tratarse de un pueblo Kichwa en la Amazonía, las relaciones de género se expresan consustancialmente; es decir, que los procesos de construcción de los cuerpos femeninos en las sociedades amerindias están mediados por sustancias, y eso también se hace presente en este pueblo. Una de las tesis principales que plantea la autora es que, así como las vasijas, los cuerpos se produzcan artefactualmente. En ese sentido, las relaciones entre el género, el entorno y el trabajo están vinculados entre sí y definidos a través de ciclos calendarios que se leen u organizan a través del cuerpo y las fases de la luna.

Belaunde hace referencia a la vida social de los objetos de cerámica concebidos para su utilidad en contextos domésticos y de celebración de fiestas o rituales. En este último caso, la autora manifiesta que las cerámicas no están hechas para ser objetos guardados, sino para ser utilizados en las celebraciones para los que las familias de anfitriones se preparan con anticipación. Una vez que las fiestas han terminado, muchas de las piezas se dañan, pero ese daño no conlleva a su abandono, sino que más bien a su reutilización o reciclaje en que las cerámicas gastadas son molidas hasta obtener el polvo de arcilla que sirve como desengrasante en las nuevas mezclas de barro.

La propuesta de Belaunde presenta una serie de aspectos que destaco en esta investigación, por lo que, en lugar de continuar refiriéndome a ellos de manera aislada, se verán reflejados a modo de cita en los capítulos de este documento.



Marco teórico

Para esta investigación utilizo dos conceptos centrales que provienen de la literatura revisada en el estado de la cuestión. En primer lugar, defino que es la materialidad pues ayuda a entender las dimensiones involucradas en la relación de correspondencia que se establece entre sujetos - objetos y espacios de exhibición donde los objetos son presentados. Tomo como foco de este concepto los procesos de elaboración de los objetos, las técnicas y tecnologías que disponen sus hacedoras, y las relaciones con el entorno. Y, en segundo lugar, planteo una definición de los regímenes de valor a partir de la comprensión de la vida social de los objetos en su tránsito por contextos institucionales y espacio temporales específicos que definen los esquemas y relaciones de producción, circulación y consumo de bienes culturales, como ocurre en el caso de las cerámicas Kichwa lamistas.

Materialidad

El primer concepto surge en los estudios de cultura material que se centran en las condiciones materiales de la vida social y cultural, y en los procesos de constitución del mundo a imagen de las sociedades y los procesos históricos y culturales que las definen. En esta relación de la sociedad con el mundo, el mundo adquiere su existencia material fuera y a través de los sujetos. En ese sentido:

“No podemos saber quiénes somos, o llegar a ser lo que somos, excepto al mirarnos sobre un espejo material, que es el mundo histórico creado por aquellos que vivieron antes que nosotros... es este mundo que nos enfrenta como cultura material, y que continúa evolucionando a través de nosotros.”
(Miller, Materiality, 2005, pág. 8)

La cita refleja la perspectiva central de los estudios de cultura material donde no se concibe una separación fundamental entre humanidad y materialidad, haciendo hincapié en los procesos de autocreación del hombre a través de la producción, apropiación y consumo de objetos materiales (Miller, 2005).

Para abordar el concepto de materialidad tomo en cuenta dos posturas académicas distintas, pero complementarias: la de Daniel Miller (1987, 2001,

2005) sobre el análisis de la materialidad de los objetos y de Tim Ingold (2007, 2011, 2013) sobre la construcción de relaciones y conocimientos entre sujetos, materiales y entornos activos.

Por una parte, Miller propone salir de la tendencia a pensar los objetos en términos pasivos, para pasar una mirada donde los objetos son el punto de partida para reflejar lo social. Las principales nociones de significación en antropología tomaban en cuenta la separación entre sujetos y objetos, sin considerar los procesos de mutua construcción o correspondencia que emergían de esa relación. Frente a ello, el autor utiliza el concepto de materialidad para posicionar en el centro de las discusiones el hecho de que el ser humano no puede ser considerado fuera del mundo material en el cual y a través del cual es construido. Los sujetos nacemos, nos hacemos y desenvolvemos a través de una relación intrínsecamente dinámica entre los grupos sociales y ambientes donde se van desarrollando, adquiriendo las habilidades cognitivas y los medios para relacionarse con el mundo. Es a través de la acción que los sujetos se encuentran directamente al mundo, sintiendo literalmente sus posibilidades y sus limitaciones.

Las ideas de Miller se derivan, principalmente, de las contribuciones de Hegel (1977) en su "Fenomenología del espíritu" donde propone que no puede haber una separación fundamental entre humanidad y materialidad, y hace hincapié en los procesos de auto-creación del hombre a través del consumo de objetos materiales. Esta mirada de la materialidad presenta dos dimensiones: por un lado, aquella que hace referencia a las condiciones sensibles y tangibles del objeto; y, por otro lado, aquella que se refiere a los marcos de presentación alrededor de los objetos, desde donde se produce, media y reproduce la experiencia del sujeto en el contexto donde se ubican los objetos.

De acuerdo a Miller, la materialidad puede ser asumida como una condición dentro y fuera del yo que se puede entender como el proceso de exteriorización del yo y que funciona como principio universal dentro de las dinámicas persistentes en toda cultura (2005, pág. 8). En ese sentido, el análisis de la materialidad contempla la relación entre sujetos y objetos a modo de

composición, donde no están separados uno del otro, sino que ambos son producto de un proceso histórico y espacio temporal en que están arraigados.

Tomando en cuenta las cuestiones anteriores, Miller propone pensar en una “*teoría de las cosas*” en cuyo planteamiento resulta útil considerar dos fuentes centrales: “Frame analysis” de Erving Goffman (1975) y “The sense of order” de Ernst Gombrich (1979).

Por un lado, Goffman (1975) sostiene que la relación entre las personas y los objetos están mediadas por una serie de dispositivos que definen los términos de la interacción, las normas, los comportamientos y significados que asumen los objetos dentro de contextos particulares:

“Gran parte de nuestro comportamiento se debe a las expectativas que son determinadas por los marcos que constituyen el contexto de la acción [...] buscamos señales a partir de las cuales las personas toman distancia de los roles sociales que están jugando o reproduciendo [...] tomamos nota, usualmente de manera inconsciente, del lugar en el que se establece la acción, para darnos pistas sobre cómo actuar en ese contexto” (Miller, Materiality, 2005, págs. 4-5).

Complementando estas ideas, Gombrich también presta atención sobre los marcos que presentan las obras –donde estas se montan-, indistintamente del tipo de obra en sí misma. El autor plantea que, cuando un marco es adecuado, simplemente dejamos de notarlo; es esta perfección lo que nos transmite el modo apropiado por/en el cual debe encontrarse lo que se enmarca (refiriéndose a la obra) (1979, pág. 5). Sobre la idea de que cuando algo no está bien enmarcado, notamos que hay algo que lo “soporta, ubica, presenta” a su alrededor, y notamos el objeto como algo dentro de eso, pero que se puede perder. Esto me lleva a pensar, por ejemplo, en una obra de arte que pierde su protagonismo cuando los soportes que lo rodean exceden en su sentido de soporte, y la obra, en ese sentido, pierde su condición de obra, volviéndose un elemento más dentro del conjunto de elementos presentes.

Estas discusiones sobre los marcos de la experiencia son muy útiles para esta investigación pues permiten tomar en cuenta los recursos y estrategias que emplean las instituciones para presentar las cerámicas Kichwa Lamas dentro de sus espacios de exhibición. Como darán cuenta las discusiones sobre el valor que presento más adelante, el proceso de construcción de valor de estos objetos

se configura en torno a una serie de convenciones y prácticas que influyen sobre el curso de circulación de las piezas y los significados que representan. Cada contexto se organiza dentro de una serie de intencionalidades y pautas que son dispuestas con el propósito de generar “algo” en los espectadores. Por ejemplo, en el caso del ambiente de CasaCor, las piezas de cerámica podrían ser apreciadas y asumidas como piezas decorativas puesto que están insertas en el espacio de montaje bajo el contexto o régimen del diseño y la decoración. Por lo tanto, el público podría no cuestionarse que estas piezas sean decorativas ya que el resto de elementos que lo acompañan nos transmiten el modo “apropiado” en el que debe encontrarse lo que se enmarca.

En esta línea, los marcos son índices de los objetos que contiene. El marco define el contenido y es a través de la presencia del marco que podemos reconocer lo que hay dentro, percibirlo, apreciarlo y responder a él de manera esperada. Cuando los autores hacen referencia al *marco*, proponen entender que se trata de un conjunto de objetos, de disposiciones en el espacio, de cierta distribución, y selección de formas. El marco, en sí, es la materialidad alrededor del objeto que se pone en cuestión de ser apreciado; a veces es el marco y no lo contenido lo que establece el modo de apreciación-valoración-significación de los objetos.

Sin embargo, es importante añadir que las diferencias en la posición social o cultural de los individuos implican diferentes perspectivas de lo que es indicado en los objetos. Las diferentes valoraciones e interpretaciones de la materialidad en torno a las cerámicas, por ejemplo, no necesariamente conducen a un conflicto abierto de posiciones, pues la mayoría del tiempo los grupos involucrados no son conscientes de las discrepancias. Así, como presentaré en los siguientes capítulos, los objetos de cerámica permiten la coexistencia de múltiples perspectivas, a veces superpuestas y diferenciadas que se pueden analizar mediante el diseño de la exposición.

En el caso de esta tesis, analizo tres espacios que se caracterizan por presentar ambientes diseñados para exhibir y vender diferentes tipos de cerámicas Kichwa Lamistas. Tomando en cuenta las revisiones anteriores, me aproximo a estos espacios como si se tratase de exposiciones donde se

conjugan elementos tridimensionales, multisensoriales y sociales (Borea G. , 2004). Por un lado, lo tridimensional se asocia al hecho de que los cuerpos de los espectadores entran al lugar de la exposición; en torno a la persona se configura el espacio y eso conduce las experiencias que recibe multisensorialmente con el cuerpo. Por otro lado, es un espacio social, compartido con otros sujetos y objetos simultáneamente; eso completa y activa la exposición donde se transmiten diferentes mensajes, opiniones, ideas, valores y problemas que se articulan en un mensaje discursivo, visual y material.

De otra parte, la segunda postura académica sobre materialidad que traigo a coalición es la de Tim Ingold quien plantea que para entender qué es la materialidad debemos hacernos la siguiente pregunta “¿cómo el carácter material del mundo es apropiado, comprendido e involucrado en proyectos humanos?” (2013, pág. 26). Ingold parte de una crítica a los estudios clásicos de cultura material que se venían produciendo y que -para él- presentaban dos caras de una misma moneda: Por un lado, en la comprensión del mundo se concibe su carácter material como fiscalidad pura o bruta, dispuesta. Y por el otro lado, se comprende al mundo desde la agencia social históricamente situada, donde cada cultura o grupo humano se apropia de esta fiscalidad para sus propósitos, dotándola de formas y significados en la conversión de los materiales que consigue y transforma para obtener artefactos.

El problema con esa perspectiva es que el “hacer” –entendido como el proceso de creación o elaboración de un objeto- se concibe como un “proyecto”. El punto de inicio es cuando surge una idea en la mente del sujeto sobre lo que quiere lograr en base al suministro de una materia prima determinada. El proyecto termina cuando el material ha tomado la forma deseada: “la idea ya es un artefacto”. Cada artefacto representaría, entonces, una instancia de la cultura material del grupo humano donde se originó; captura la unificación de cosas suministradas por la naturaleza y una representación conceptual producto de una tradición cultural específica.

Esta perspectiva del *hacer* como proyecto responde al “modelo hilomórfico” (materia-forma) donde la mente se impone al material, como si se

tratase de una plantilla en la mente del hacedor que se aplica o proyecta sobre el material en bruto y se pasa de imagen a objeto en esa única dirección (Ingold, 2007).

Para Ingold, el problema con este modelo es que deja por fuera la creatividad del mero proceso en el que tanto *ideas* como *cosas* son generadas. En lugar de acoplarse al modelo anterior, el autor propone entender el proceso de "*hacer*" como un proceso de "*crecimiento*" donde la artesana o artista se ubica –y participa– dentro de un mundo de materiales activos que dan forma –y conforman– al entorno vivo que reconoce a su alrededor. Desde esta perspectiva, la hacedora "une fuerzas" con los materiales que tiene a su alcance: los sintetiza, los separa, los calienta, los apaga, en provisión de lo que podría surgir y en función de la condición que toma el material a medida que surge (Ingold, *Making: Anthropology, Archaeology, Art and Architecture*, 2013, pág. 21). A lo largo de la fabricación de un objeto de cerámica, por ejemplo, lo que la artista hace es intervenir sobre procesos que ya están ocurriendo y que conforman el ambiente que la rodea; sobre estos procesos las alfareras Kichwa lamistas –o cualquier otro hacedor– añade su propio ímpetu a las fuerzas y energías en juego.

Es a este proceso de crecimiento a lo que Ingold llama "pensar a través del hacer". En vez de una lectura lateral donde se pasa de (imagen->objeto), el propone una lectura longitudinal del hacer donde confluyen tanto los flujos materiales y las corrientes de la conciencia sensorial en la que tanto imágenes y objetos toman forma recíprocamente (imagen <-->objeto). En este tipo de hacer, de relaciones sobre la materialidad, la forma no se impone al material desde afuera, sino que se genera dentro de un *campo de fuerza* comprendido por las relaciones entre la artesana, el barro y el medio que los rodea.

Para explicar a qué se refiere cuando menciona el *campo de fuerza* donde imágenes y objetos toman lugar, Ingold (2011) plantea una pregunta: *¿Cómo puede el –cuerpo– que soy involucrarse con el mundo?* A través de esa pregunta lo que él propone es hacernos pensar sobre cómo percibimos el medio que habitamos, y cómo este medio nos suministra de información sobre lo que está disponible y lo que podemos hacer con ello.

Los procesos de percepción son centrales para Ingold pues median la relación entre los materiales y la materialidad. Para abordar este proceso, Ingold regresa a las contribuciones de James Gibson en “La aproximación ecológica a la percepción visual” (1979). Según Gibson son tres los componentes que definen al medio habitado (o “environment”): los medios, las superficies y las sustancias. En la interacción de estos componentes es donde se produce la información que determina nuestra percepción. El medio es lo que permite el movimiento y la percepción. Es el aire, pero no solo el aire. Es lo que nos permite respirar, movernos –hacer cosas, tocarlas-; nos permite ver, escuchar y oler. Las sustancias, son aquello que se resiste al movimiento y la percepción. No podemos movernos ni ver a través de ellos, por ejemplo (Ingold, 2013, pág. 24). Las rocas, el barro, la arena, la madera corresponderían a este componente. Sobre las sustancias Gibson dice que son aquellos *“materiales que proporcionan los fundamentos físicos necesarios para la vida, son lo que nos permite sostenernos”* (2013, pág. 24). Y las superficies que son lo que se encuentra en la interface (o “in between”)- entre el medio y las sustancias.

Esta mirada sobre la relación entre los procesos de creación, los materiales y las personas es fundamental para la investigación pues aportan al entendimiento de lo que hace una artesana mientras fabrica las cerámicas y como esos conocimientos y relaciones son sintetizados y objetivados en los espacios de exhibición. Por ejemplo, cuando durante el trabajo de campo acompañaba a una ceramista que se encontraba fabricando una vasija, podía ver el movimiento de sus manos y dedos mientras estiraba la pared de barro hacia arriba y hacia afuera, al mismo tiempo. Mientras se ayudaba con un pedazo de pate, podía oír el sonido que se genera cuando el pate raspa delicadamente el interior, mientras la pieza se va tornando -poco a poco- cada vez más cóncava. Podía sentir calor, incluso quemarme cuando estaba cerca de las piezas que eran horneadas. Podía, también, salpicarme de la pasta con que se engoba o pinta el exterior de las cerámicas, y, finalmente, lavarme las manos para retirarme la tierra que se había pegado luego de participar en alguno de los procesos.

Acompañar a una ceramista o participar de la fabricación de una pieza permite identificar los componentes que refería Gibson: el medio, las sustancias y las superficies interactuando o relacionándose entre sí dentro de un espacio concreto. Por donde pasa la energía de la mano y es absorbida por la arcilla, esta será la superficie. La vibración de la energía que se transmite al tocar o ejercer presión sobre un material: es el medio. Y el material que se trabaja, la arcilla –o una mezcla de barro, arena y agua –, es la sustancia. Así, el proceso de hacer está completamente relacionado con la percepción que tienen las artesanas sobre su relación con el medio que habitan, las sustancias que lo conforman y las superficies de sus movimientos y los rastros de estos a su alrededor. Esta aproximación se verá, sobretodo, reflejada en el capítulo 1 donde presento los procesos de producción de las cerámicas Kichwa lamista, los materiales y herramientas, y las relaciones de enseñanza y aprendizaje entre mujeres de distintas generaciones.

Regímenes de valor

El segundo concepto proviene de autores como Arjun Appadurai (1986), Igor Kopytoff (1986) y Fred Myers (2001), quienes proponen pensar en las relaciones de intercambio y los procesos que resultan en la circulación –o estancamiento- de los objetos o mercancías culturales por diferentes universos o regímenes de valor que atraviesan a lo largo de su vida social. A través de este enfoque, los autores buscan dar cuenta de cómo las instituciones sociales operan como anclas de valor sobre los objetos.

En primer lugar, para entender a qué me estoy refiriendo cuando hablo de *regímenes de valor* es necesario partir del libro *“La vida social de las cosas, perspectiva cultural de las mercancías”* de Appadurai (1986) donde el autor plantea que el valor de los objetos tiene su fuente en el intercambio y no en la producción. El tipo de intercambio al que Appadurai se refiere está mediado por el deseo; es decir que depende de quiénes y cuánto lo deseen, de modo que el intercambio no se realiza dentro de único plano o esfera, sino que circula y en esta circulación atraviesa múltiples universos o “regímenes de valor”. Es así que, a través del tiempo, su movimiento en el espacio, entre las relaciones sociales

que articula –o en que el objeto converge-, las negociaciones y disputas sobre las atribuciones que se le consignan, donde nace o emerge el valor del objeto. Appadurai hace referencia a Georg Simmel (*The Philosophy of Money*, 1978), en cuya base se funda la esencia de su perspectiva, quien sostiene que “el valor nunca es una propiedad inherente de los objetos, sino un juicio acerca de ellos emitido por los sujetos” (Appadurai, 1986, pág. 17).

En ese sentido, lo que Appadurai propone es una perspectiva metodológica que se basa en seguir las trayectorias de un objeto o grupo de objetos para identificar los procesos y escenarios culturales e históricos particulares que los objetos atraviesan y donde se dan las interacciones (entre el deseo y la demanda, el sacrificio recíproco y el poder) que crean el valor económico de estos bienes. Pensar los objetos en movimiento conlleva a mirar los contextos sociales y políticos a su alrededor, a esto el autor llama “análisis de la vida social de las cosas”. En sus propias palabras, el autor sostiene que:

“Debemos seguir a las cosas mismas, ya que sus significados están inscritos en sus formas, usos y trayectorias. Es sólo mediante el análisis de estas trayectorias que podemos interpretar las transacciones y cálculo humanos que animan las cosas” (Appadurai, 1986, pág. 19).

Tratando de seguir los planteamientos de Appadurai sobre el análisis de la vida social de los objetos, en esta investigación propongo reconstruir las trayectorias de un corpus de cerámicas Kichwa Lamista que se ubican en tres escenarios alternos: un museo, una feria y un centro artesanal. Al tomar en cuenta los desplazamientos que han seguido las cerámicas (motivados por diferentes actores y agendad) para llegar a parar a esos recintos, presto atención a las dinámicas sociales, políticas y culturales que modelaron las trayectorias de cada grupo de piezas, así como los significados y usos que adquieren para las personas que participan en cada marco de interacción.

Por otra parte, la propuesta de Appadurai se ve complementada con la de Igor Kopytoff en el artículo “La biografía cultural de las cosas, la mercantilización como proceso” (1986). Kopytoff propone pensar en los procesos de mercantilización y singularización que caracterizan diferentes estados en la vida social de las cosas. Para el autor, “la mercantilización descansa en la compleja intersección de factores temporales, culturales y sociales” (1986, pág. 33). En

ese sentido, a lo largo de la vida social de un objeto, este puede entrar y salir de la fase mercantil (condición de mercancía) dependiendo de los contextos sociales donde se encuentre. La fase mercantil es uno de los temas claves del planteamiento de Kopytoff, para él *“una mercancía no es una cosa en vez de otra, sino una fase en la vida de algunas cosas”* (1986, pág. 33). Esta idea sugiere que la situación mercantil se define como un proceso en que la intercambiabilidad de una cosa por otra se reconoce como socialmente relevante. En oposición al proceso de mercantilización se tiene el proceso de singularización en el que la diferencia o singularidad asume la tendencia de restringir su intercambio. En ambos sentidos, el proceso de singularización y mercantilización, se constituye como una cuestión cultural.

Continuando con la propuesta de Kopytoff, la mercantilización como procesos implica una serie de aspectos que entran en juego, los cuales enumera de la siguiente manera:

- 1) Aspectos culturales e institucionales: Son aquellos aspectos en donde las personas o instituciones intervienen para que una cosa sea mercantilizada, lo que implica procesos de generalización que son aceptados o discutidos en términos morales y políticos; y procesos de definición, asignación y sanción de valores. Este aspecto tiene que ver con procesos públicos donde se establecen consensos sobre la apertura de un bien a la venta y sobre su valor monetario específicamente. También contempla saberes o conocimientos que circulan socialmente y a los que se llega como entendimientos comunes o en disputa.
- 2) Aspectos que se resisten a la mercantilización: Tiene que ver con aquellos procesos en que se define lo que se puede vender y lo que no, así como los procesos que hacen o definen a una cosa como un bien singular. Este aspecto contempla aquellas sanciones o legislaciones, como las que plantea el estado, por ejemplo, para determinar que algo no se puede vender. En este caso, son característicos los procesos políticos que operan y constituyen objetos en mercancías o no mercancías. Pueden presentarse restricciones que permitan la venta bajo ciertas circunstancias; pero esas definiciones estarán siempre en disputa. Un

ejemplo claro son los bienes declarados como patrimonio, donde las políticas gubernamentales o los convenios internacionales tratan de inmovilizar su intercambio para que no pasen a ninguna otra esfera que facilite su conversión a una mercancía.

- 3) Aspectos vinculados a las tecnologías de intercambio: Son aquellos aspectos que escapan del alcance de las instituciones y que, más bien, tienen que ver con dimensiones de orden tecnológico que facilitan la movilización de los objetos para que se desplacen de una esfera a otra más fácilmente; es decir, de una esfera de singularidad (no mercantilización) hacia una esfera de mercantilización. La tecnología del intercambio también implica su rastreo o seguimiento de la trayectoria, además de su potencial movimiento.
- 4) Aspectos vinculados a la agencia social: Como aquellos aspectos en donde las tecnologías no determinan únicamente el intercambio, sino que, además, se relacionan o dialogan con las interacciones permanentes entre personas y cosas. En este caso la agencia social puede estar mediada por la tecnología que aporta agencia a las voluntades individuales que buscan facilitar el intercambio.

Es importante recalcar que estos aspectos no son considerados por el autor como bases definidas o fijas, sino que hay una tensión permanente entre ellos; por lo que, en la vida social de un objeto, se pueden traspasar o interrelacionar más de un aspecto a la vez. A su vez, estas relaciones alrededor de los objetos se encuentran determinadas por individuos y colectividades, lo que define también cómo se expresa la relación entre los imperativos culturales y las voluntades individuales que articulan los objetos.

Retomando el planteamiento inicial de Kopytoff de que los objetos entran y salen de la condición de mercancía a lo largo de su vida social, el autor propone un modelo a través del cual se pueden distinguir los aspectos anteriores y rastrear los procesos de mercantilización y singularización que caracteriza cada estado de las cosas: este modelo es el de las biografías culturales. Para Kopytoff, *“las mercancías pueden concebirse provechosamente como si tuvieran historias vitales”* (1986, pág. 33); bajo esta mirada, la configuración cultural de las

biografías de los objetos inicia con el planteamiento de preguntas similares a las que se harían con relación a una persona:

“¿De dónde proviene y quién hizo la cosa? ¿Cuál ha sido su carrera hasta ahora y cuál es, de acuerdo con la gente, su trayectoria ideal? ¿Cuáles son las ‘edades’ o periodos reconocidos en la ‘vida’ de la cosa, y cuáles son los indicadores culturales de éstos? ¿Cómo ha cambiado el uso de la cosa debido a su edad, y qué sucederá cuando llegue al final de su vida útil?” (Kopytoff, 1986, pág. 92)

Tomando en cuenta las preguntas biográficas como una estrategia de aproximación a los objetos (y los procesos que atraviesan en su vida social), el autor sostiene que la potencialidad de su modelo es que permite destacar aquellos aspectos que de otro modo permanecerían ocultos. Sin embargo, abordar la historia vital de las cosas implica la selección ciertos aspectos y el descarte de otros; en ese sentido, la biografía cultural como un método de aproximación supone una reconstrucción parcial de su vida social.

Esta aproximación es central en mi investigación pues asumo la reconstrucción de las biografías culturales como el método que sigo para analizar el proceso de construcción de valor de las cerámicas Kichwa lamistas. A su vez, los aspectos que destaco se vinculan al enfoque de la propuesta sobre los diferentes regímenes de valor por que transitan las cerámicas expuestas en el Museo de la Cultura Chanka y la diversidad lamista, el Centro Artesanal Waska Waska Warmi Wasi, y “El espacio del encuentro” de la edición XX de CasaCor Perú en donde presto particular atención a las relaciones materiales, sociales y económicas de cada conjunto de objetos.

Finalmente, las propuestas teóricas y metodológicas de Appadurai y Kopytoff fueron revisadas y re contextualizadas por Fred Myers en el libro editado *“El imperio de las cosas, regímenes de valor y cultura material”* (2001), fuente que también es relevante para la definición del concepto que aquí presento. Myers toma como punto de partida el enfoque de las trayectorias de Appadurai donde se revela la condición múltiple de los objetos que entran y salen de la condición de mercancía y don (vinculado a lo singular y la relación no mercantil implicada en el intercambio de esos bienes) a lo largo de su vida social. Sin embargo, Myers agregará que los regímenes de valor también se superponen entre sí, así sean diferenciados:

“En ‘La vida social de las cosas’, el punto central es que hay un cierto capitalismo en el don - y cierto don en el capitalismo; esto proporciona los principios para un diálogo sobre la tensión entre las producciones de valor en base a las diferenciaciones de los objetos y las opciones de ganancia económica que amenazan con desestabilizar a esas diferencias. Lo que se propone es visibilizar la existencia de múltiples, coexistente, y diversamente relacionados ‘regímenes de valor’; incluso incorporar los principios del intercambio en sistemas de producción de valor que abarquen más. En cualquier caso, el valor que poseen los objetos está sujeto al deslizamiento o la traslación y, por lo tanto, es problemático. En efecto, el contraste entre el valor como producto de la organización de la diferencia (valor cualitativo) y el valor como una medida del precio relativo de transacción (valor cuantitativo) puede cimentar dinámicas significativas dentro de las estructuras de la acción social” (Myers, 2001, pág. 6).

La cita anterior da cuenta de la complejidad que Myers añade al entendimiento previo de los regímenes de valor desde el planteamiento de Appadurai. Para él, expandir la teorización sobre el intercambio y los sistemas de producción de valor implica reconocer los procesos, etapas, niveles de relaciones y múltiples contextos en donde la cultura material se mueve y en las formas en que se transforma el valor a través del mismo movimiento entre estos contextos. Este énfasis conlleva a que el análisis de la vida social de las cosas asuma también el movimiento entre regímenes de valor con fronteras permeables, en cuya convergencia, negociación y yuxtaposición se define el valor.

Así, el valor es entendido como producto de una serie de dinámicas sociales y culturales sujetas a procesos y movimientos, mediados por el deseo y la demanda sobre los objetos y sus diferentes interpretaciones sociales. En ese sentido, los regímenes de valor, son sistemas de significaciones limitadas y localizadas bajo dimensiones históricas y espacio temporales donde los objetos ingresan (y salen también) y le es adscrita una valoración. Aplicar este concepto en mi investigación permitirá reflejar las maneras en que se negocia, legitima y re contextualiza el valor que se le atribuye a las cerámicas Kichwa lamista, en donde el movimiento, la desestabilización y las múltiples dinámicas son procesos altamente visibles en su vida social.

Pensar el valor a partir de los múltiples regímenes en que se sitúa en cada caso de aproximación, permite visibilizar aquellas instancias sociales –niveles

de relaciones y contextos variables- a través de las cuales los objetos circulan en sus biografías, adquiriendo o acumulando valores socialmente definidos.



Aproximación metodológica

La investigación se realizó siguiendo un enfoque metodológico etnográfico y cualitativo. Esta modalidad me permitió no solo dar cuenta de la construcción procesual del valor de las cerámicas, los espacios y dinámicas implicadas, sino también; por un lado, indagar en las relaciones que las artistas tradicionales Kichwa Lamas entablan con este quehacer y el lugar que ocupa en sus vidas, tanto en el plano doméstico, como laboral y de género. Por otro lado, el desplazamiento entre diferentes espacios y contextos donde se producen, exhiben y venden las cerámicas me permitió observar y registrar las particularidades y variaciones que toman estos objetos, así como los diferentes mandatos que guían estas transformaciones. La presencia prolongada en el campo, el acompañamiento y la participación en las actividades cotidianas de los sujetos de estudio, que implica el método etnográfico, hizo posible que entabláramos una relación de confianza y acercamiento que facilitó el desarrollo de esta investigación.

El planteamiento de la investigación implicó ciertas particularidades metodológicas que son relevantes de mencionar en tanto expresan otras formas de extensión del enfoque cualitativo:

1) Con relación al tiempo: esta tesis aborda la reconstrucción histórica de las biografías culturales de un grupo de cerámicas Kichwa lamistas, lo que implicó la indagación sobre contextos pasados en que eran producidos, intercambiados y usados estos objetos. Para ello, desarrollé algunas técnicas de recolección de la información que comentaré más adelante.

2) Con relación al espacio: en tanto abarca la interrelación y comparación de tres escenarios diferentes conjuntados en el mismo contexto: el del Museo Chanka y la diversidad Lamista, el Centro Artesanal de la Comunidad Kichwa Wayku y “El espacio del Encuentro” de la feria CasaCor. Es oportuno anotar que, conforme a los distintos espacios donde se desarrolló la investigación, el método etnográfico cobra otra dimensión de acuerdo a la aproximación multilocal o multisituada del trabajo de campo (Marcus, 2010). La etnografía multisituada implica asumir, como investigadora, un posicionamiento múltiple durante la

etnografía que conlleva a reconocer y analizar críticamente las diferentes posiciones involucradas en el tema de estudio; pero, además, a comprender la yuxtaposición de estos escenarios asumidos como unidades ajenas:

“En la etnografía multilocal, la comparación se efectúa a partir de plantear preguntas a un objeto de estudio emergente, cuyos contornos, sitios y relaciones no son conocidos de antemano, pero que son en sí mismos una contribución para realizar una descripción y análisis que tiene, en el mundo real, sitios de investigación diferentes y conectados de manera compleja. El objeto de estudio es en última instancia móvil y múltiplemente situado. Cualquier etnografía de tal objeto tendrá una dimensión comparativa que le es constitutiva en la forma de yuxtaposición de fenómenos que convencionalmente han parecido (o, conceptualmente, han sido mantenidos como) ‘mundos aparte’” (Marcus, 2001, págs. 115-116).

Esta aproximación implicó una serie de dificultades y retos. Sin embargo, el movimiento que mantuve -de un lugar al otro, de entrada y salida- responde al mismo movimiento que realizan los objetos a través de las redes de sujetos y prácticas que articulan. Considero que asumir este reto me permitió comprender mejor el carácter dinámico y procesual de la construcción de valor, así como las diferentes posicionalidades y encuentros de cada contexto.

3) Con relación a los sentidos: pues uno de los ejes centrales de la investigación es el análisis de la materialidad de las cerámicas Kichwa lamista, así como de los espacios donde se presentan estos objetos. Como presenté en el marco teórico, esta mirada sobre la materialidad comprende dos dimensiones. Por un lado, las relaciones implicadas en el abastecimiento y utilización de los materiales, los procesos de producción y tecnologías implicadas en el hacer de las cerámicas, y los conocimientos de las artistas tradicionales que son materializados en estos objetos. Por otro lado, los marcos de interacción que conducen la experiencia de los públicos en cada caso de aproximación.

En ese sentido, la metodología que planteo toma en cuenta cuestiones como la sensorialidad y la percepción que he buscado abordar a través del registro audiovisual y mi propia participación en la elaboración de cerámicas. Este último proceso fue muy importante pues me permitió experimentar, con el cuerpo, la relación que se entabla al hacer cerámicas, como una manera de aprender y conocer el objeto de estudio.

El trabajo de campo tuvo una duración aproximada de 11 semanas: un pre campo de una semana el año 2015; 8 semanas entre julio y setiembre del año 2016 en la ciudad de Lamas; y 2 semanas entre setiembre y octubre del mismo año en la ciudad de Lima.

Durante el periodo más largo que comprendió el trabajo de campo, opté por dividir mi estadía en dos etapas vinculadas a los espacios de residencia. Las primeras 4 semanas viví en una pensión para estudiantes en la zona urbana de Lamas; y las siguientes 4 semanas me mudé a la casa de la familia Cachique Sangama en el barrio nativo Kichwa Wayku. Esta elección se debió a que en ambas zonas se encontraban dos de los espacios de aproximación etnográfica: el Museo Chanka en el centro de la ciudad; y el Centro Artesanal en el barrio el Wayku, lo que me permitió concentrarme en esos escenarios y estar involucrada en las rutinas cotidianas de cada uno. Cabe señalar que la distancia entre ambos sectores es, solamente, de 10 minutos por lo que me movilizaba con bastante frecuencia entre un lugar y otro. Considero que añadió mucho valor a la investigación el hecho de vivir con la familia de una de las ceramistas independientes de la comunidad, pues entablamos una relación de mucha confianza que me permitió conocer mejor la complejidad de su contexto.

Las siguientes dos semanas del trabajo de campo las desarrollé en la ciudad de Lima donde se estaban llevando a cabo los preparativos para la inauguración de la vigésima primera edición de la Feria CasaCor Perú. En ese contexto, la primera semana acompañé algunos de los procesos logísticos y de acondicionamiento de la feria. La segunda semana, asistí a la feria ya inaugurada para conocer los ambientes expuestos, los tipos de públicos que asistían a ese evento y las diferentes interacciones o dinámicas que ocurrían ahí. Además, en ese lapso de tiempo realicé una visita al estudio de uno de los diseñadores que participó en la edición anterior y que fue responsable del ambiente “El espacio del encuentro”; así como a los talleres de diferentes artistas y gestores que habían desarrollado proyectos con las ceramistas de la Comunidad Nativa Wayku.

En este trabajo de campo combiné cuatro tipos de técnicas de recolección de la información: la entrevista, la observación, el registro audiovisual y la catalogación de objetos.

La primera técnica fue la entrevista semiestructurada que apliqué a 34 personas, en total. Con relación a las artistas tradicionales de la comunidad Kichwa Wayku, entrevisté a 7 ceramistas de la Asociación Yuyay Llakta y 6 ceramistas independientes. Del Museo Chanka, apliqué entrevistas a 7 personas; eso incluye a los 2 propietarios del museo, el administrador, 2 investigadores/curadores y 2 guías permanentes. En el caso de la feria CasaCor Perú, entrevisté a 2 diseñadores, ambos del equipo a cargo del ambiente “El espacio del encuentro”. Adicionalmente, apliqué 4 entrevistas a autoridades locales, eso incluye a las 2 autoridades de la comunidad (el apu y el alcalde del centro poblado) y 2 funcionarios públicos de la Municipalidad Provincial de Lamas. También entrevisté a 4 investigadores y especialistas en general; 2 del rubro del turismo y la gestión cultural, y 2 artistas enfocadas en la cerámica y la escultura. Finalmente, apliqué 4 entrevistas a propietarios de tiendas de artesanías en Lamas.

Opté por plantear las entrevistas de acuerdo a cada actor/escenario. Diseñé 4 guías de entrevista semiestructurada: una para las ceramistas, otra para los miembros del museo, otra para el equipo de la feria y la última para la población en general; sin embargo, eran guías abiertas que me permitieron añadir información conforme se iba desarrollando la conversación. De manera general, estas herramientas apuntaban a obtener información sobre temas como: 1) los conocimientos y procesos de producción de las cerámicas kichwa, los cambios y continuidades en el quehacer, 2) las prácticas, significados y discursos que se articulaban en torno y a través de estos objetos, y 3) los mecanismos y estrategias que se empleaban para producir, intercambiar y vender/consumir estos objetos.

La segunda técnica que utilicé fue la observación en tres modalidades: 1) La observación participante en la convivencia cotidiana con las ceramistas en sus espacios de trabajo, con el personal del museo en sus instalaciones, y con

la familia Cachique Sangama en la comunidad y la chacra. 2) La observación estructurada por medio de los recorridos guiados de los tres casos de aproximación, pues cada uno contaba con un recorrido diseñado y dispuesto para los públicos que reciben. 3) Por último, la observación semiestructurada, que diseñé a través de una guía con la finalidad de analizar los montajes de exhibición de cada espacio. Estas técnicas me permitieron recoger información sobre el contexto de la comunidad El Wayku y la ciudad de Lamas, así como del funcionamiento y organización de los espacios de aproximación etnográfica.

La tercera técnica que utilicé fue el registro audiovisual. Por medio de fotos, audios y videos registré diferentes situaciones y eventos. La mayoría del material de archivo que obtuve corresponde a fotos y videos de los procesos de producción de las cerámicas. Desde la recolección de los insumos y materias primas para la elaboración de las cerámicas; hasta las etapas de fabricación, decoración, quema y acabados de las piezas. Así como también de contextos donde son usadas o exhibidas las cerámicas, como los espacios domésticos, las chacras, o las celebraciones y eventos donde se incluyen estos objetos. Finalmente, registros sonoros del entorno natural, de los ambientes de trabajo y de las melodías que tocan los miembros de la comunidad en la plaza y en las tiendas de artesanías. De manera general, estos registros me permitieron revitalizar el recuerdo, las experiencias y la imagen de los procesos y escenarios que investigué.

Finalmente, la cuarta técnica que empleé fue la catalogación de objetos por medio de una herramienta (tipo ficha técnica) que diseñé para reconstruir las biografías culturales de las cerámicas Kichwa en cada espacio de aproximación. Con esta herramienta semiestructurada busqué recoger información enfocada en tres ejes: 1) las condiciones o cualidades materiales y estéticas de las cerámicas, 2) las transacciones económicas implicadas en su cadena de producción y consumo, y 3) las relaciones sociales articuladas en la circulación y apropiación de las piezas. Esta herramienta me permitió ver las interacciones y desplazamientos de las cerámicas en sus dimensiones sociales y espacio temporales. Una vez que completé la información de las fichas, sintetice los

resultados en esquemas o líneas de tiempo donde mantuve los tres ejes transversales.

Lugar de estudio

Como mencioné antes, la investigación se llevó a cabo en dos ciudades: en Lima y en Lamas. Con relación a la locación puntual que estudié en Lima, lo he detallado en el capítulo 3.

Con relación a Lamas, esta ciudad se encuentra ubicada al norte del país, en la región San Martín; es la capital de la provincia de mismo nombre y tiene una población aproximada de 13 mil habitantes⁵. Esta ciudad ha crecido emplazada a una pequeña cordillera entre los 300 y 900 metros sobre el nivel del mar, lo que le hace tener un clima fresco-tropical la mayoría del tiempo; además, está rodeada por abundante vegetación y se encuentra a 20km de distancia de Tarapoto.

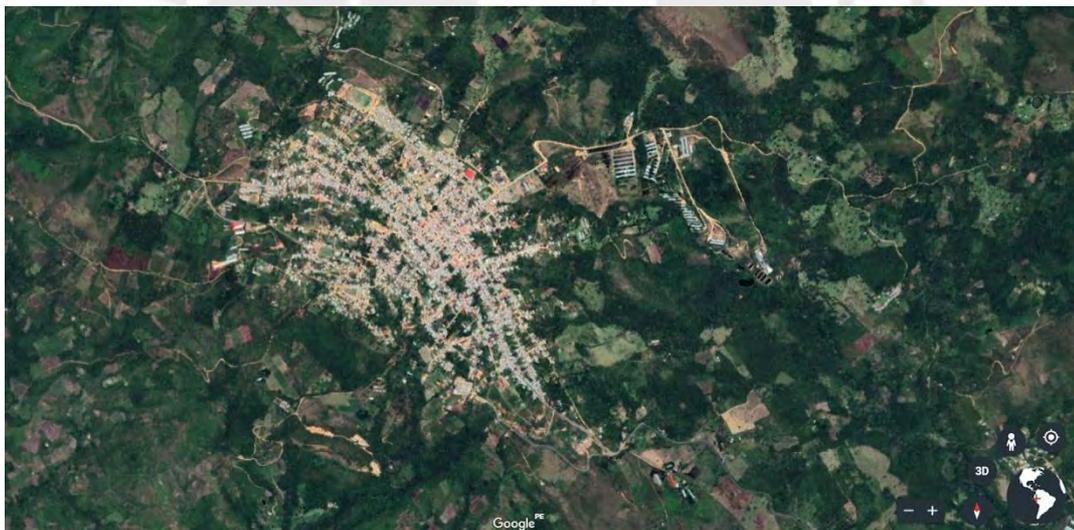


Imagen 6: Vista satelital de la ciudad de Lamas (Google Earth, 2019)

Según la historia local, en los siglos XVII y XVIII existían alrededor de doce pueblos de la selva alta, grupos indígenas que no constituían una unidad política, que habitaban en la zona que actualmente es Lamas. Las crónicas indican que fue el corregidor de Cajamarca, Martín de la Riva Herrera, quien condujo las

⁵ Según el Reporte del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social (Midis). El documento recoge indicadores del centro poblado urbano de Lamas, con base en información del empadronamiento de población y vivienda 2012-2013 del SISFOH.

expediciones para la conquista de esta población a quienes los españoles llamaban Motilones y Tabalosos. Tras una epidemia de viruela que diezmó a gran parte de la población, De la Riva Herrera funda la ciudad San Joseph de Lamas; sin embargo, al poco tiempo, estos pueblos se levantaron en contra lo que generó un enfrentamiento que termina en la conquista y refundación de la ciudad con el nombre de “Ciudad de la Santa Cruz del Triunfo de los Motilones”. La población que sobrevivió a las guerras y a la enfermedad fue integrada a la reducción a cargo de los jesuitas, quienes fueron distribuyendo a cada pueblo en un barrio de la nueva ciudad (García, 2017, pág. 110) (Belaunde L. E., 2017, pág. 9) (Santos Granero, 2003, págs. 22-31)

Hasta el día de hoy esta historia forma parte fundamental de las narrativas locales sobre la identidad y las características de este territorio. La propia distribución y patrones de ocupación de Lamas dan cuenta de la complejidad cultural que caracteriza a esta ciudad. Lamas se organiza alrededor de 8 barrios y el centro poblado menor El Wayku. El Wayku es el barrio en el que viven la mayoría de familias del pueblo indígena Kichwa lamista, quienes se asientan en la parte baja de la ciudad; mientras que en la parte central y alta se localizan las familias mestizas. Pese a que el Wayku no concentra a la totalidad de la población Kichwa lamista, es el corazón ceremonial del pueblo que reúne a todas las comunidades de los alrededores durante la celebración de las fiestas; razón por la que fue declarado centro poblado adjunto y reconocido como pueblo indígena en año 2008 (Belaunde L. E., 2017, pág. 10).

Capítulo 1: “Todas embarramos, el metu modelado”⁶

En esta primera parte me centraré en presentar a las productoras de los objetos y a los objetos mismos con la intención de entender dónde y cómo se producen las cerámicas de esta investigación. ¿De dónde vienen y de quiénes son las manos que dan forma a sustancias y materiales? ¿Cuáles son esos materiales? ¿Dónde y cómo se encuentran? ¿Cómo se aprende a fabricar los objetos y a familiarizarse con los materiales y sus procedimientos? ¿Qué dicen estos objetos de sus productores? Son algunas preguntas que conducen el desarrollo de este capítulo. Principalmente, busco presentar el encuentro entre las cerámicas y sus hacedoras para entender cómo y hacia dónde mueven los objetos, en relación con otros sujetos y contextos a su alrededor.

Este capítulo está organizado en dos subcapítulos. En el primero presento a las productoras de las cerámicas. Presentar quiénes son implica conocer cómo aprendieron a fabricar estos objetos y los contextos en que son utilizados en la comunidad. Contextualizo el lugar de la cerámica en la vida cotidiana de las familias del Wayku, espacio donde este quehacer es practicado y sostenido por una larga tradición de transmisión de conocimientos entre mujeres de diferentes generaciones. En el segundo subcapítulo presto atención sobre las relaciones y materiales involucrados en la producción de las cerámicas, donde hago referencia a las técnicas y tecnologías que se utilizan para elaborarlas.

Mi intención es presentar que hay detrás de estos objetos, ligado los conocimientos objetivados, habilidades y capacidades corporizadas adquiridas por la experiencia. De modo que este capítulo gira en torno a las productoras, los materiales, el trabajo y los objetos como síntesis.

1.1. La cerámica en la vida cotidiana

“Aquí todas embarramos, desde chiquita aprendí hacer, como las demás mujeres de la comunidad” (Herminia, julio 2016).

⁶ “Embarramos” es un concepto que manejan en la comunidad, tanto las artesanas que se dedican a la cerámica como el resto de la comunidad. Hace referencia el proceso de trabajar el barro. Metu significa barro o arcilla en quechua lamista.



Imagen 7: Las manos de Herminia (Archivo personal, 2016)

1.1.1. Mujeres ceramistas

Recuerdo que la primera vez que llegué a la comunidad nativa Wayku conocí a Herminia. Ella estaba sentada entre la puerta que conecta su casa con la calle. Estaba puliendo unos tiestos que se le habían juntado de la semana. Me acerqué a ella para contarle a qué había llegado: quería conocer de la cerámica. Me invito a sentarme con ella y, mientras íbamos conversando, se percató que no tenía prisa por lo que se animó a darme unos tiestos para ayudarla mientras se nos iba la tarde. Herminia fue la primera alfarera que conocí, ella me presentó a su familia: sus dos hijas, Sonia y Nancy, que vivían en el barrio y también se dedicaban a la cerámica. Poco a poco, conforme iba conociendo a más personas, siempre me decían que “todas saben hacer” cerámicas y que aprendieron de sus abuelitas porque antes no había ni aluminio ni losa donde comer.

Precisamente es en el barrio del Wayku donde se localiza la producción de las cerámicas que conforman el objeto central de esta investigación. Quienes las producen, son todas mujeres de la Comunidad Nativa Kichwa el Wayku, nacidas ahí o en los caseríos cercanos donde viven junto a sus familias. Cada que me refiera a las productoras estoy hablando de las mujeres ceramistas de la comunidad, quienes se desempeñan (parcial o completamente) en el oficio del

barro. Este oficio involucra la puesta en práctica de los conocimientos y procesos técnicos y tecnológicos que conforman las etapas de elaboración de las cerámicas Kichwa lamista, objetos hechos a base de arcilla -como materia prima- y que abarcan tanto aquellos repertorios “tradicionales”⁷ - como las tinajas, tiestos y ollas-, así como de los “nuevos” objetos que complementan la producción diversificada de la cerámica local.



Imagen 8: Preparación para una celebración en el Wayku (MP Lamas, 2016)

Como mencionaba antes, el espacio público de la ciudad de Lamas se caracteriza por presentar distintos tipos de referentes sobre la cerámica Lamista. De la misma manera, cuando uno tiene acceso al ámbito privado de las familias del Wayku, uno puede notar que a su alrededor siempre habrá distintas piezas de cerámica esparcidas por la casa. Esto me ocurría en todos los espacios – viviendas, chacras, locales comunales, festividades- de las familias del Wayku

⁷ Con relación a lo “*tradicional*”, no se busca referir a una situación estática sino más bien viene ligado a aquellos detalles o características que permiten reconocer que algo como propio o perteneciente a un lugar. Hacer la precisión sobre los objetos “*tradicionales*” se debe a que el concepto surge como una categoría de la práctica donde las mismas productoras y usuarios de los objetos manejan la referencia. Así mismo, se el uso de este término está relacionado con que estos objetos han acompañado el entorno familiar y doméstico de las familias del Wayku siendo producidos para autoconsumo, cumpliendo funciones utilitarias que más adelante desarrollaré.

donde estuve. Tinajas llenas de agua, ollas y tiestos a la hora de comer, grandes tinajones como roperos o armarios de las mujeres, incluso algunos tinajones que se habían convertido en tinas donde los hijos pequeños podían jugar mientras sus madres los bañaban. La multiplicidad de los usos que se daba a estos objetos de cerámica era algo que me llamo mucho la atención, además de que no llegaba a un lugar en donde no estuvieran presentes o representadas.

“Eso es nuestra costumbre de nosotros (sobre la presencia de la cerámica en la comunidad), desde antes, la costumbre que tenemos en la comunidad. Antes no había esos aluminios, ¿di? no se compraba nada, todo era lo que usábamos haciendo con las manos, nuestras tinajas, nuestras ollas, tiestos. Todo. Cucharones de palo, las batidoras, todo era eso. Pero ahora ya tenemos para usar ese aluminio. Todo mezclado, tinajas y también tenemos baldes. Antes todo era lo que hacíamos nosotros.” (Margarita, julio 2016)

En la vida cotidiana, las personas han ido creando objetos o artefactos para hacerle frente a los problemas o dificultades con que se encuentran. Ante eso, las necesidades surgidas se han visto resueltas en situaciones o contextos determinados. Estas respuestas han estado ligadas a los recursos o materiales que se disponen a su alrededor, como el caso de la arcilla. Y a su vez, ligados a los conocimientos sobre las cualidades físicas y de transformación de estos materiales, aprendizajes que han ido desarrollando en la práctica y transmitiendo entre generaciones.

Vinculado a esa lógica de satisfacción de necesidades, el caso de la cerámica lamista responde al mismo proceso de articulación entre objetos, medios y usuarios-productores, en donde el producto –objeto, artefacto- es creado para un fin práctico-utilitario, de modo que la producción –inicialmente- estaba orientada para el autoconsumo.

Conforme iba acercándome a las mujeres que trabajaban el barro, ellas siempre hacían referencia a la familiaridad que sostenían con la actividad. Mencionaban que sus madres, abuelas y las madres de ellas, hacían y usaban la cerámica. De esa manera, las mujeres –quienes se especializan en la actividad- forjaron un dominio (técnico y del material) que atendía a los fines prácticos para los que la comunidad necesitaba los objetos.

Estos fines prácticos concernían (en la mayoría de familias se mantienen vigentes) al almacenamiento de alimentos y bebidas y a la cocción en la

preparación de los alimentos, principalmente. Principalmente, se crearon tres tipos de objetos básicos⁸: tinajas, tiestos y ollas. Cada uno de ellos tenía –y en la mayoría de los casos aún mantiene- variaciones de acuerdo a 1) los usos y proporciones del contenido. Por ejemplo⁹, las tinajas -utilizadas para recoger agua de los pozos, transportarla y almacenarla en el hogar-, también cuenta con sus variaciones de acuerdo al líquido que va en su interior: tinajas chicheras y tinajas mazateras. Y 2), de acuerdo al contexto de su uso: tinajones o tinajas de alrededor de 1 metro de altura a más los cuales se fabricaban especialmente para el contexto festivo como matrimonios o la celebración de la fiesta patronal de la comunidad. Estos recipientes se hacen en esos tamaños para contener grandes volúmenes de los distintos líquidos que se colocara en su interior, de modo que podía rendir para todos los asistentes.

Por otro lado, con relación al asunto de la continuidad, ligado a la vigencia de producir y usar los objetos llamados tradicionales, las artesanas reconocen que ahora se tiene acceso a otros objetos que pueden cumplir las mismas funciones que sus cerámicas utilitarias; sin embargo, estos objetos forman parte de la cotidianidad de la comunidad por lo que no son arbitrariamente sustituidos o intercambiados por otros. Por el contrario, se mantienen por la razón de que son suyos, y esto a su vez se refuerza con la distinción que se establece entre los objetos que producen con las manos, de los que se comprar. El mantener sus cerámicas -y complementarlas con otros objetos de aluminio o loza- se basa en identificar y proteger aquellas expresiones materiales propias de su cultura¹⁰. La cotidianidad de la circulación y uso de las cerámicas está mediada por la relación de pertenencia –o propiedad- que usuarios y productores asumen sobre los objetos que sus antepasados crearon, esto está a su vez ligado con el entendimiento sobre lo *tradicional*. De modo que los objetos están adscritos al

⁸ Vinculado a dos tipos de necesidad en su uso.

⁹ Acerca de los objetos, más adelante se presentará cada uno de ellos con mayor detalle y profundidad; en este punto se ha presentado la tinaja para ejemplificar la relación entre la creación de los objetos y las necesidades práctico-utilitarias que satisfacen.

¹⁰ Este aspecto se abordará en el capítulo 3, donde problematizo en torno a la mercantilización de la cultura y la producción de objetos para su comercialización.

tejido cultural del grupo que le dio origen, razón por la cual “resguardan” su existencia a partir de la continuidad de las técnicas de producción de los mismos.

En ese punto entra a tallar el aprendizaje y la enseñanza sostenida de madres a hijas, sobre los procesos de producción, así como de los significados y valores contenidos en los objetos y las destrezas de sus productoras.

1.1.2. Conocimientos que se transmiten



Imagen 9: Yeril y Herminia, nieta y abuelita (Archivo personal, 2019)

La predominancia de la cerámica en la vida cotidiana de la comunidad nativa del Wayku se debe, en parte, a la *costumbre y tradición* anclada sobre estos objetos. Por un lado, es una actividad sostenida o habitual entre generaciones de alfareras quienes las producían para el autoconsumo. Por otro lado, denota una herencia cultural de los objetos en base a la transmisión de conocimientos que perduran. Esta interpretación de los objetos se cimienta en la forma en que son aprehendidos en el entorno familiar como parte de los conocimientos que transmiten las mujeres a sus hijas.

“De 6 años he aprendido a embarrar con mi mamita. Mi abuelita, tías, todos eran ceramistas. Cuando era chiquita las encontraba haciendo y me decían que me sienta a aprender a hacer. Después yo seguí por mi cuenta. Yo

les enseñe a mis hijas, pero ellas no se dedican. Se aprende entre mujeres por generaciones.” (Manuela, julio 2016)

“Hago cerámica desde la edad de 10 años cuando he sido con mi mamita. Con mi mama aprendí, ella sigue trabajando. Mi mama también aprendió con su mama (...) Me parece que la bebe va a hacer, porque a ella le veo lo que hace, en cambio la otra grande no hacía. Me gustaría inculcarle, enseñarle que siga; su papá le riñe cuando coge el barro “te vas a ensuciar la ropa” le dice, pero a mí me han dicho que a ella no le debo mezquinar para que aprenda. Si me gustaría mantener la artesanía mientras viva, solamente cuando muero ya voy a terminar de hacer la artesanía. Como mi mama voy a hacer hasta viejita.” (Nancy, julio 2016)

“Yo hacía con mi mama cuando era de 10 años, cuando ella me enseñaba yo aprendía hacer mis cerámicas. No sabía tanto de la cerámica, pero mi mama me enseñaba a hacer. Mi mama me decía “ven a aprender para que algún día hagas solita”. Después ya he ido aprendiendo. Hacía bien feitas y después ya mi mama me las arreglaba y me enseñaba. Deje de hacer cuando me retiraron de mi mama. Un tiempo no me interesaba nada hacer nada, pero recién cuando ya he tenido mi marido he empezado otra vez a hacer mi cerámica en las chacras.” (Margarita, agosto 2016)

Como refieren los testimonios, la alfarería en el hogar. Quienes conocen y enseñan son las mujeres adultas; suele ser un conocimiento que se transmite de madres a hijas. La etapa en que se comienza a aprender es cuando una es todavía niña: alrededor de los 6 y 9 años es cuando, por primera vez, ponen las manos sobre el barro. Antes –cuando son más pequeñas- pueden ver a sus madres trabajando, pero ellas no les permiten tocar o acercarse mucho puesto que son objetos frágiles y, mientras están frescas su plasticidad es alta, por lo que deformar las piezas a medio hacer implica comenzar de cero e invertir más tiempo y esfuerzo.

Cuando las hijas ya han crecido un poco y se muestran interesadas o curiosas por el trabajo en la cerámica, sus madres –o hermanas mayores, tías o abuelas- las invitan a sentarse con ellas y se les entrega un poco de arcilla para que vayan intentando armar sus cerámicas. Es importante que esta actividad se realice dentro del hogar y que sean las madres (o mujeres de la familia nuclear) de quienes se aprenda. A partir de esa cercanía, el encuentro entre las niñas y el barro se hace familiar, cotidiano, y quizás natural. Así mismo, la relación con quienes enseñan y el contexto donde se aprende permite que este proceso sea voluntario o intencional: se inicia cuando uno quiere, se deja de hacer de la

misma manera y se retoma igual. De modo que el proceso de aprendizaje se torna en un continuum de encuentros, ensayos, errores y aciertos:

“Aunque no sabía hacía, cada vez un poco mejorcito; viendo y haciendo al diario aprendía a mejorar mis cerámicas; hacía ya su mejoramiento, más bonitas ya. Yo solita aprendí practicando.” (Guillermina, Julio 2016)

Al comenzar, quien enseña no pretende que el objeto sea logrado a la perfección, sino más bien que se vayan conociendo o familiarizando con los pasos como se *hace crecer*¹¹ la cerámica. Lo primero que se enseña –tal como me lo enseñaron a mí- es a amasar el barro. Esa actividad se realiza como jugando y suele ser muy entretenido, sobre todo cuando no se está familiarizado con el material. Una vez amasada la arcilla se arman los rollos o chunchullis – como ellas le llaman-, a partir de ahí, desde una bola de arcilla se forma la base y los rollos son colocados alrededor de esta, uno sobre otro. Mientras las aprendices se encuentran haciendo eso, las mayores siguen haciendo su trabajo y ocupándose intermitentemente del resto de sus actividades.

Muchas ocasiones acompañé a las ceramistas de la comunidad mientras hacían las piezas en sus casas. La mayoría de ellas tienen más de tres hijos (entre hombres y mujeres) y son ellas las responsables de su cuidado. Además de las actividades domésticas de las que se ocupan al interior del hogar –como preparar los alimentos, alimentar a los animales, atender a los hijos y llevarlos a la escuela, el aseo de la casa, lavar la ropa, etc.; la mayoría de las artesanas entrevistadas tienen o –se proyecta a tener- sus chacras. En estas chacras cultivan maíz, cacao, yuca, plátano, etc. Trabajan con sus esposos e hijos la tierra -aunque, esta actividad es sobre todo masculina, las familias enteras suelen participar del trabajo. Las mujeres se encargan, principalmente, de alimentar a los animales de corral que se crían y de ayudar en la limpieza de las plantaciones o huertos. Además, otras artesanas también participan de las instituciones de la comunidad, forman parte de los comedores o tienen otros oficios externos al hogar. Estos factores también influyen el tiempo que inviertan o dediquen a la actividad artesanal.

¹¹ *Hacer crecer* fue como se me explicó el proceso de armado del cuerpo de la pieza. Se trata de ir estirando hacia arriba y hacia afuera los rollos de arcilla colocados sobre la base en su altura media.

“Cualquiera persona puede ser artesana. De la comunidad si son así. Pueden ser enfermeras, pero también saben de su cerámica. Pero ya más se dedican a su trabajo porque ya no tienen tiempo y prefiere.” (Sonia, agosto 2016)

Queda claro que la cerámica no es lo único a lo que se dedican, sino más bien es una actividad de carácter complementario, articulado a los otros oficios del hogar y la familia. En el entretiempo de estas actividades pueden dedicarse a la cerámica. Sobre todo, cuando ya los hijos están más grandes y ellos mismos pueden colaborar con las actividades del hogar ya mencionadas. Estas condiciones también hacen que el proceso de la enseñanza no sea una actividad muy demandante, sino que más bien sea un proceso sobre el que se da acompañamiento; hijas y madres compartiendo el espacio del hogar y el hacer de la cerámica, varias actividades se realizan en paralelo y en compañía de la otra.

Las que aprenden, siendo niñas de alrededor de 10 años cuando inician, comienzan observando cómo las grandes hacen, pero ya no desde lejos, sino con la greda en las manos, intentando imitar el proceso. Esto es realizado para incentivarlas, como dice Nancy (Artesana de 40 años, 2do testimonio) se trata de no “mezquinar” o reprimirles el impulso, la iniciativa o el interés de acercarse a la arcilla y embarrar. Poco a poco, mientras las hijas permanezcan dentro del hogar de sus padres, se mantendrán en contacto con sus maestras, y, por lo tanto, con el acceso a la fuente de conocimientos que necesitan para desarrollar esa destreza.



Imagen 10: Nancy y Yeril (Archivo personal, 2016)

Los años que las hijas permanecen en el hogar son fundamentales para recoger estos conocimientos y habilidades con la cerámica. Una vez que las hijas llegan a la juventud, sus padres -o ellas mismas, como suele ser en la actualidad- escogen a sus parejas. Una vez que ambas partes han aprobado la relación, se fija una fecha para el matrimonio y -recién cuando este se ha concretado- ellas se mudan con el marido.

Durante la investigación me contaban que antes se acostumbraba que los hombres “robaran” a las mujeres. Durante la época de la celebración de la patrona de la comunidad, las parejas tenían permiso de cortejarse y celebrar la fiesta acompañados. El último día de la fiesta ocurría el hurto. Si las hijas no regresaban a sus casas era porque habían aceptado la propuesta de sus pretendientes de comprometerse con ellas. Así, ellos huían a la chacra de los padres del hombre y la madre de él la ponía a prueba como esposa. Esto podía durar alrededor de un mes o prolongarse hasta los 6 meses. Durante ese tiempo, la novia no tenía autorizado visitar a su familia hasta que se la hubiera validado como esposa. Una vez que finalizado este periodo, la nueva pareja, acompañados de los padres del novio, iban a la casa de la novia y se presentaban ante ellos pidiendo permiso para celebrar la unión. Cuando era aprobado, los padres de ambos novios realizaban el “aconsejamiento” que consistía en darles golpes en la espalda mientras se les indicaba las obligaciones de cada uno de ellos dentro del hogar. De esa manera ellas abandonan la casa de sus padres y las enseñanzas que recibieron de sus madres las comenzaban a aplicar en su propio hogar.

Es así que cuando las hijas jóvenes dejan el hogar de sus padres, son ellas las que deciden si mantener o no la producción de las cerámicas. Mientras estuvieran en el hogar bajo la tutela de sus madres, ellas deberían apoyar –si no decidían dedicarse- en la actividad artesanal, ya sea puliendo, decorando, ayudando a cargar o quemar las piezas. Pero una vez que se retiran pueden abandonar o mantener la práctica de este proceso. Principalmente, las que continúan haciendo cerámicas lo hacen de manera conjunta con sus madres o familiares para su comercialización. Así, el mantener la práctica consiste en una

elección personal, voluntaria y estratégica pues la familiarización con la fabricación de los objetos es un aprendizaje con el que se sale del hogar:

“Entre mis hermanas, ellas no hicieron, las menores tuvieron sus maridos y sus hijos, solamente yo. Ellas también aprendían, sabiendo han salido, pero no han querido seguir; no nos enseñaban cuando no estábamos en nuestras casas” (Elinda, agosto 2016)

“Empecé a hacer otra vez por querer comprar mis pollitos, eso vendía en la chacra (vivíamos en Palmiche cuando me mudé con mi esposo). Ahí vendía en pollito mis tinajitas, ya empecé a hacer bastante. Recién así he empezado a hacer, de lo que había aprendido con mi mamá. Cuando me mudé acá, ya vuelta comencé a embarrar ya cuando íbamos menos a la chacra y empecé a hacer mi cerámica, empezaron a estudiar mis hijitas y con eso ya se podía, empecé a poder ayudarle a mi marido. Cositas lo que quiero hacer así vendía mis tinajitas.” (Margarita, agosto 2016)

Cuando las mujeres son aún jóvenes y se independizan, comienzan a constituir su propio hogar e ingresan a un periodo en que la producción cerámica pasa a un segundo plano. Una vez que tienen hijos y estos van creciendo, comienzan a surgir nuevas necesidades y gastos que solventar. Es a partir de esa necesidad como -en la mayoría de los casos que pude conocer- se retoma la actividad artesanal. Pasa a ser un recurso con que hacer frente a los costos de vida (educación, salud, etc.).

En ese contexto, se da una redefinición del trabajo artesanal, (que a su vez está ligado a los cambios en las demandas del mercado nacional e internacional); si antes era producido para la utilización en el ámbito doméstico, ahora se ve como un negocio potencial o una actividad complementaria a la que dedicarse. Además, se vuelve una alternativa para que las mujeres generen sus propios medios de producción y contribuir con la familia y el hogar o para no depender económicamente de la pareja. El haber aprendido y poder trabajar la cerámica adquiere un nuevo sentido, producirlo no solo se liga al gusto o a las destrezas adquiridas que se practican cuando uno desea, ni a la necesidad, sino que se alinea con la posibilidad de volverse una práctica constante y continúa debido a su potencial para generar recursos y cierta independencia económica.

A partir de estos factores no solo las artesanas, sino que junto con ellas sus familias, asumen la importancia o el valor de asegurar la continuidad de esta actividad. Ello se refleja en el involucramiento o participación de los miembros

de la familia alrededor de las distintas etapas o proceso de la producción de los objetos de cerámica.

Trabajar el barro –o embarrar- es una tarea que ocupa días enteros de trabajo. Cuando se inicia la producción¹² de un lote de piezas, este no se puede suspender abruptamente debido a las propiedades de los materiales con que se trabaja. Desde preparar la greda hasta tener los objetos acabados y quemarlos, se emplea alrededor de 4-5 días, de acuerdo al volumen de objetos que se estén realizando. Además, cada día de trabajo se comienza alrededor de las 5-6am y, con ciertos intervalos, se finaliza la jornada a las 5pm. Estas rutinas, (en épocas donde la producción es alta: de junio a diciembre), se mantienen semana tras semana, donde el clima y las estaciones condicionan los ritmos de la producción, además de la disponibilidad de los materiales y tiempo con que las productoras cuenten.

Frente a estos ritmos y demandas del trabajo, la presencia de la familia es fundamental. Desde muy jóvenes los hijos asumen responsabilidades al interior del hogar como atender o supervisar a los hermanos más chiquitos, limpiar u ordenar ciertas cosas, ayudar con la preparación de la comida, etc. Además, las hijas mayores participan o apoyan a sus madres en algunas etapas de la producción –como cargar o preparar los materiales, pulir y decorar las piezas, supervisar la quema, principalmente. Esto es algo que las madres y sus esposos inculcan y reciben al interior de sus familias. En muchas ocasiones fue mencionado durante las conversaciones que mantenía con las artesanas, además de compartirlo cuando me encontraba ahí días enteros.

En ese sentido, las ceramistas perciben que sus hijos (hombres y mujeres) y esposos cooperan con el desarrollo de su actividad artesanal pues conocen y pueden atender ciertas necesidades básicas que surgen al interior del hogar, e incluso con misma actividad artesanal. De manera complementaria, la transmisión de estas enseñanzas entre mujeres de la misma familia -madres, hijas, tías abuelas- incentiva que se reúnan para trabajar y apoyarse

¹² Más adelante, en el apartado correspondiente al trabajo, detallo las etapas del proceso de producción de las cerámicas.

mutuamente. Así, cuando alguna de las ceramistas cuenta con una cantidad considerable de barro preparado, opta por recurrir a sus pares más cercanas para trabajar en grupo y producir volúmenes mayores de piezas. De modo que las redes de apoyo familiares permiten economizar el tiempo y el esfuerzo, así como optimizar los recursos en estas faenas. Las dimensiones mencionadas denotan una valoración positiva del entorno de las ceramistas, tanto con la disposición para apoyarlas durante el trabajo, como con los beneficios que genera sostener la actividad.

Sin embargo, existe también una contraparte relacionada a la pérdida o el abandono de este conocimiento y su puesta en práctica. Una evidencia de ello es que durante el trabajo de campo que realicé para escribir esta investigación, la mayoría de las artesanas que conocí -y que participaron en esta investigación- tienen entre 30-80 años de edad; además de ellas, dos jóvenes de 20 y 23 años. Ligado a esto, durante el primer mes de mi estadía me dispuse a aprender a hacer la cerámica en la casa de una de las artesanas. Algo que me llamo la atención -y que también llamó la atención de las artesanas y de las distintas personas de la comunidad que me conocieron embarrando- fue que era algo extraño que una chica de mi edad estuviera trabajando la cerámica. Claro que también llamaba la atención el hecho de que fuera de otro lugar (no de la comunidad) y me encontrara practicando cotidianamente con ellas; aun así, en muchas ocasiones las vecinas o familiares de la artesana donde aprendía señalaban: *“hace mejor que tus hijas, acá ya muchachas no embarran”* (Alberto, Julio 2016).

De la misma manera, cuando iba a visitar y realizar entrevistas en otras familias, los adultos solían hacer referencia sobre que sus hijas (de las artesanas) ya no están interesadas en producir la cerámica. La mayoría de las jóvenes de la comunidad optan por estudiar una carrera técnica o universitaria, o mudarse a Tarapoto y conseguir trabajo. En otros casos, contraen matrimonio y se mudan con las familias del esposo, algunas se quedan dentro de Lamas y

otras incluso salen de la región San Martín, dejando de tener la presión o el compromiso de apoyar a sus madres en la actividad artesanal¹³.

En la mayoría de los casos se debe a que la actividad demanda la inversión de mucho tiempo, además del esfuerzo que involucra (tanto de la mano de obra como de los gastos para cubrir el flete de la greda y leña); una de las razones por que las jóvenes optan por otros tipos de trabajo para tener ingresos y cubrir sus gastos. Otra razón primordial tiene que ver con el contexto de modernización de la comunidad. El hecho de que la comunidad esté dentro de la capital provincial de Lamas y se tenga acceso a otros espacios de aprendizaje (universidades, institutos, escuelas técnicas), actividades u oficios, opciones de desarrollo en general, modela también la atención que las mujeres jóvenes prestan a la cerámica frente a las demás posibilidades u oferta económica que ofrece su entorno.

A manera de contraste con lo mencionado antes, conocí dos casos en que las hijas de artistas tradicionales continúan la fabricación de cerámicas. Ambas jóvenes siguieron la carrera técnica de diseño gráfico en la provincia y aún viven en la casa de sus padres, sin embargo, ellas me comentaban que desde pequeñas estuvieron interesadas en el trabajo artesanal, razón por la que se vieron motivadas por integrar la producción cerámica en sus proyectos personales.

Una vez que ellas terminaron la escuela primaria-secundaria tuvieron la posibilidad de seguir estudios superiores y vieron en la especialidad de Diseño Gráfico una posibilidad de articular estos estudios con su afinidad al trabajo artesanal. En ambos casos, las jóvenes trabajan la cerámica junto con sus madres, aunque en estas dos familias los procesos de enseñanza y aprendizaje vienen dándose de manera bidireccional.

¹³ Esta información surge de las conversaciones que mantenía con las artesanas y aunque no estoy citando directamente a las personas, es un balance que puedo establecer de los casos de 18 artesanas entrevistadas durante mi estadía en Lamas.



Imagen 11: Margarita y sus hijas embarrando (Archivo personal, 2016)

Cada una de ellas, madre e hija, ha desarrollado una destreza única en distintas etapas de la fabricación de la pieza: las madres en el armado del objeto, y las hijas en el diseño y elaboración de las decoraciones, respectivamente. En el caso de la familia de Margarita (artesana de 37 años), su hija mayor, Leidy (20 años), y ella producen juntas semanalmente. Margarita se encarga de armar o construir las piezas y Leidy elabora los diseños que decoran esos objetos. Además, cada cierto tiempo desarrolla nuevos diseños para los objetos que enseña a su madre –a partir de fotos o dibujos como referentes- para intentarlos hacer juntas. Ambas complementan las habilidades y recursos con que cuenta la otra, logrando objetos acabados que tienen mucha popularidad en la comunidad -y en el centro artesanal donde son los primeros en venderse.

“Señorita, yo a lo menos, cuando he empezado a hacer mis trabajos en cerámica, yo antes usaba solamente para mí, para cocinar, traer agua. Pero hubo un momento para mí tan difícil en mi vida que no sabía cómo solventar y ayudar a mi familia. Mi misma necesidad me ha metido a trabajar más con la cerámica, con lo cual, gracias a la cerámica, he podido salir adelante, por mis hijos. Ahora que mis hijos ya no están conmigo, ya están trabajando y en sus familias, igual yo sigo trabajando en la cerámica, ya no tan conforme como hacía antes, ya no, ahora ya siquiera tengo descanso, pero de todas maneras hay a veces que me falta mi platita y pienso que debería estar haciendo más cerámica. Porque la agricultura es para paciencia. Mira este cacao, hace un año lo cuido,

pero me dicen que va a producir todavía a cuatro años. Y entonces, yo pienso, a mi esposo le he dicho “mientras cuides usted la chacra, yo voy a trabajar con mi cerámica”, aunque quizás no chorrea, pero gotea algo de platita. Y a veces no tengo ni para mi pasaje, señorita, y pienso hasta cuando voy a estar así. Le digo a mi esposo eso, de mi preocupación; mi esposo me dice que hasta medio setiembre él va a trabar y de ahí ya va a ir a la chacra y yo me voy a poder dedicar a trabajar mi cerámica. Porque eso, señorita, dos semanas, 8 días ya estoy quemando. Diario sale, poco poco.” (Manuela, agosto 2016)

“Saber hacer”, haber aprendido y conocer las técnicas, los procedimientos y los materiales involucrados en la producción de los objetos de cerámica es considerado un medio para salir adelante. Aunque en la actualidad la producción de estos objetos para el autoconsumo ha disminuido considerablemente (debido al acceso a otros productos de aluminio, loza o plástico, principalmente), todavía hay una demanda regular sobre los mismos. Esto se debe a que dentro de la comunidad aún se usan los artefactos en la vida cotidiana, pero además porque el consumo ha crecido a partir del ingreso del turismo y la demanda del mercado¹⁴. De modo que quienes ahora compran tinajas, tiestos y ollas no son solo los vecinos de las artesanas, miembros de la comunidad o de distritos cercanos, sino también turistas locales e internacionales que llegan a Lamas, comerciantes de tiendas de artesanías u otros intermediarios. De esa manera, aún las madres incentivan que sus hijas se involucren en los aprendizajes, al mismo tiempo que ellas continúan produciendo. Finalmente, aprender es gratuito y cuando haga falta podría ser un recurso con que paliar las necesidades del día a día.

Otro de los conocimientos que se transmite en la enseñanza de la cerámica tradicional es aquel ligado a las fases de la luna y su relación con el barro. Este conocimiento, está vinculado a las historias que contaban las

¹⁴ Alrededor de este tema se discutirá en el siguiente capítulo. Es importante precisar que Lamas ha atravesado una serie de transformación a partir del incremento de la actividad turística promovida desde la municipalidad provincial; uno de los ejes de este proyecto de desarrollo se enfoca en el rubro de las artesanías, lo que influenciado la circulación y consumo de estos bienes y la adaptación de las ceramistas a ese contexto. En ese sentido, se han ido introduciendo otros objetos a sus repertorios con la finalidad de comercialarlos. Sin embargo, sobre la adaptación a la que hago mención, no pretendo decir que haya sido impuesta, sino que más bien se trata de un encuentro y convivencia entre el autoconsumo y la inserción al mercado donde la producción de objetos “tradicionales” y “nuevos” se deben a los propios cambios de la sociedad.

abuelitas o las alfareras más experimentadas de la comunidad, quienes enseñan aún que la luna es importante. Como conocemos, la luna tiene varias fases que refieren al cambio aparente de la parte visible o iluminada de la luna que podemos ver desde donde nos encontramos en la tierra. Para la mayoría de las ceramistas, siempre hay que estar atentos a la luna que tocará cuando se va a comenzar a producir las piezas.

El principal indicador que se toma en cuenta es si habrá luna llena o luna nueva. A la luna llena se la conoce como *sumakilla*¹⁵ o luna vieja; mientras que a la luna nueva se la llama *llullukilla*¹⁶ o luna verde. Cada una de estas lunas está asociada con una serie de cualidades que otorgará al material con que se trabaja. En el caso de la luna llena, esta indica que es buen tiempo para extraer la greda, pero no cualquier tipo de greda, únicamente la greda amarilla y la rojiza, y para realizar la quema de las piezas. En cambio, la luna nueva indica que no es buen tiempo para quemar las cerámicas, pero sí para extraer la tierra blanca.

"A veces en la mengua me voy yo". (¿De qué manera influencia la luna?) "Esta greda se lo saca en mengua para que así cuando se hecha agua no sale el líquido, gotea. Lloro cuando se lo saca en mala luna. Aunque es quemado sale el agua de ahí, eso es porque es hecho en luna verde, así dicen cuando se lo trae en luna verde, por eso llora mucho las tinajitas cuando se le hecha agua. Pero cuando se le hace en luna llena no; a veces en luna verde es muy delgadita, mucho se rompe también en luna verde; en mengua ya vuelta se hace duro." (Nancy, agosto 2016)

"(Cuando tú trabajas, ¿tomas en cuenta eso de la luna?) "Sí, si me doy cuenta." (¿Eso solo sirve para sacar la greda o cuando más?) "Cuando se quema también tienes que quemar en luna buena, en la mengua, pero en luna verde no." (Sonia, agosto 2016)

Aunque no en todos los casos las alfareras que participaron de esta investigación mencionaron este factor, la gran mayoría sí lo toma en cuenta, pues consideran que aplicar este conocimiento en su práctica les permite evitar que se dañen las piezas que con tanto esfuerzo han trabajado. Así, la fase lunar

¹⁵ *Sumak* significa, en quechua lamistas, muy bueno, muy bonito, maravilloso. *Sumakilla* significa, en la misma lengua, luna llena.

¹⁶ *Llullu* significa, en quechua lamista, tierno, verde, no maduro. Y *killa*, en la misma lengua, significa luna. Ambas definiciones fueron extraídas del Diccionario del Quechua de San Martín, elaborado a cargo del prof. Jaime Doherty, el año 2007; por el auspicio de la Academia Regional de Kechwa de San Martín.

está directamente ligada con los tiempos –el inicio y culminación- de la producción alfarera, y con la humedad de la arcilla, antes y después de la quema.

Cuando intentaba reconstruir el calendario para entender cómo ellas organizan su trabajo, me comentaron que no basta con mirar la luna, una tiene que tener siempre su calendario, de modo que anticipan los días previos y posteriores a la luna que necesitan de acuerdo a la etapa en que se encuentre su proceso, o los materiales que van a recoger:

“Después de la luna verde ya se empieza a producir, cuando pasa 5 días la luna verde ya empiezas a hacer tus cosas. Ahorita ya ha pasado, así pues, no se puede hacer las cosas ahí. Porque lo que dicen las viejitas “¡lullay los productos”, llora y se hace blando la tinajita.” (Nancy, agosto 2016)

“El 3 (de agosto) ha sido luna verde, ahorita ya va a ser lindo para quemar. (¿Cómo se calcula eso?) Por el calendario, señorita, ahí te dice cuando es luna verde, después ya miras en su tamaño.” (Elinda, agosto 2016)

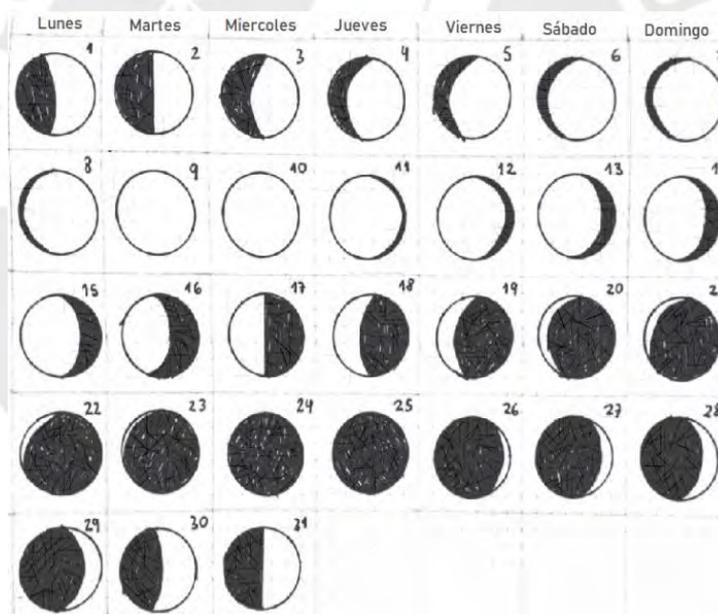


Ilustración 1: Calendario lunar (Elaboración propia, 2017)

Preparé un calendario con el cual les pedía a las alfareras que me enseñaran a contar. La imagen anterior ilustra un mes, que elegí de manera aleatoria, para que ellas mismas me enseñaran cómo se identifica la luna verde y la luna vieja, y con ello los días que se toman en cuenta para preparar sus insumos, iniciar su producción y finalizarla con la quema.

Las respuestas que me dieron tanto las alfareras como otras personas, hombres y mujeres de la comunidad, eran muy similares entre sí. Vale mencionar que no solamente las alfareras toman en cuenta las fases lunares, para la agricultura es también un indicador importante que pauta las fechas de plantación o siembra y de la cosecha, pues tiene que ver con su efecto sobre la humedad de la tierra.

En el caso de la cerámica, la mayoría coincidió en que primero se identifica, con ayuda del calendario, el día que será luna nueva y luna llena de cada mes. Una vez que se ha marcado en el calendario, en el caso de la luna nueva, hay que contar alrededor de 6 días antes y 7 días después de que la luna está entre la tierra y el sol. En el lapso de estos días, principalmente en el día central, las alfareras suelen extraer la greda blanca. Ellas consideran que en este día la tierra blanca sale sin mancharse, el color se ve más puro, sin otras combinaciones de tierras o impurezas.

Sin embargo, la luna nueva también implica un tipo de restricción sobre la extracción de las gredas de color amarillo, rojizo y gris. Las alfareras consideran que en estos días la greda sale “húmeda” o llena de agua (Belaunde, 2017:19), lo que está asociado con que esta fase lunar pone “sentimental” o “llorona” a las cerámicas. Muchas veces me hicieron comentarios como “mira como llora la tinajita”, refiriéndose a las cerámicas que gotean el líquido que contiene. Según ellas, esto ocurre porque la greda con que se preparó la pieza fue sacada en la mala fecha, días de luna verde.

Otra restricción que impone la luna nueva tiene que ver con el día de la quema. La quema suele realizarse ya llegada la tarde y se recomienda que no sea en día de luna nueva porque, del mismo modo que con la extracción de la arcilla, esta luna penetrará la pieza y la vuelve frágil, la deja “tierna” o “verde”, por lo que después, cuando sea usada, se quiebra o drena.

En el caso de la luna llena, se cuenta desde 4 días antes hasta 8 días después del máximo esplendor de la luna. Cuando se puede ver el círculo completo de la luna, habrá sido el mejor día para sacar las arcillas amarillas y rojizas, así como cocer las cerámicas. Las alfareras consideran que en estos días la humedad de la arcilla está en su punto, o cantidad correcta.

Para ambas lunas, el conteo varía según el número de días que tenga el mes y de las elecciones personales o conocimiento que maneja cada alfarera. Por ejemplo, en lugar de contar 4 días antes de la luna llena, algunas empiezas a extraer la greda y quemar las piezas desde el cuarto menguante o la “mengua” como le dicen, que suele ser una semana antes de luna llena.

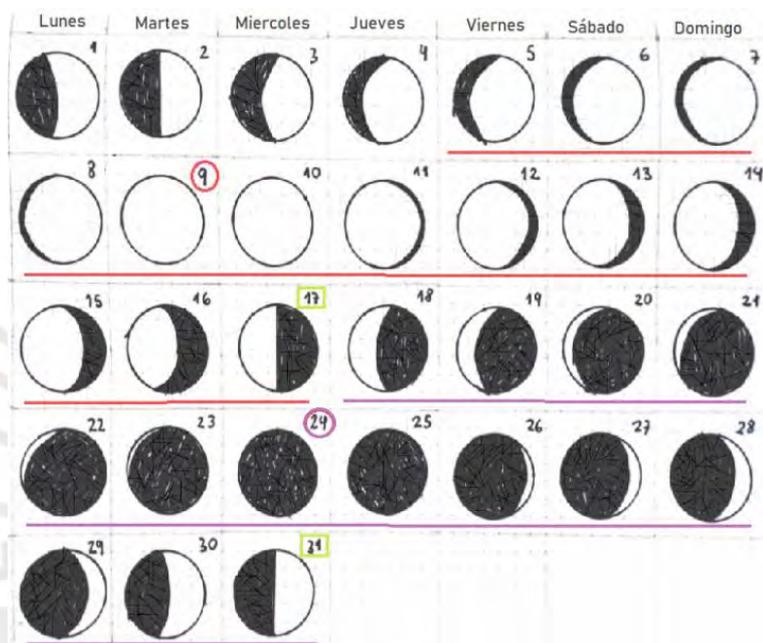


Ilustración 2: Calendario lunar con el conteo de días (Elaboración propia, 2017)

También es interesante lo que dice el nombre de cada tipo de luna en su significado en quechua lamista: “*lullu*” significa tierno, joven, que no ha madurado; se suele usar este término para referirse a los bebés o niños pequeños y se asigna el mismo concepto a la luna cuando no la vemos, cuando está aún verde, creciendo. Por otra parte, “*sumak*” significa muy bonito, maravilloso y, en este caso, se asocia al tiempo en que la luna es más visible y brilla más. Esta luna penetra en la arcilla aportándole esas mismas características, dejándola más bonita también: “*Como la luna, más bonito se quema y más duro queda, no se rompe la tinajita.*” (Ermiña, agosto 2016).

Finalmente, quiero regreso a una de las citas anteriores: “... *cualquiera persona puede ser artesana. De la comunidad si son así, ya cada uno ve cómo se dedica.*” Ser artesana -como ellas mismas se denominan- es una elección

individual que cada mujer toma según las condiciones y necesidades de su propia vida y la de su familia. Implica no solo dedicarse a la elaboración de cerámicas; sino, además, resguardar y valorar los conocimientos y relaciones entre este oficio y su identidad. Puede que muchas mujeres no practiquen la alfarería de manera regular; sin embargo, disponer de estos conocimientos técnicos, le genera una alternativa con la que hacer frente a las condiciones de precariedad o adversidad del día a día.

1.2. Técnicas y tecnologías de la cerámica Kichwa lamista

Las mujeres fabrican las cerámicas con la técnica del chunchulli o rollo. Para su elaboración utilizan tecnologías manuales que aprendieron de sus madres y se ayudan con instrumentos que obtienen del entorno local: como plumas, pates, cáscaras de plátano o de yuca, por ejemplo. En este acápite presento las técnicas y tecnologías que caracterizan el estilo de cerámica Kichwa lamas. Al hablar de las técnicas y tecnologías, me refiero a las capacidades corporizadas y conocimientos que tienen las mujeres ceramistas para transformar y usar los materiales del entorno. Estas destrezas se adquieren a través de la experiencia directa (aciertos y errores), el compromiso práctico y la interrelación con materiales y sustancias del entorno. Estas definen el estilo de las cerámicas y son resultado de procesos históricos y culturales que llevaron a esas prácticas y representaciones en concreto.

1.2.1. Materiales e instrumentos

Este apartado presenta los materiales y herramientas necesarias para la producción de los objetos de la cerámica. A partir de la presentación de estos materiales busco generar una imagen más clara de cómo son técnicamente producidas las piezas, cómo están vinculados al medio o entorno desde donde se dispone de estos insumos, las maneras como los transforman, así como las características de los procedimientos involucrados en el hacer de la cerámica Kichwa lamista.

a. Los materiales de la arcilla

El insumo principal para la fabricación de las cerámicas es la arcilla, que se deriva de la combinación de tres sustancias: el barro, la arena y el agua. Cada ingrediente tiene su propia fuente, una proporción distinta, y propiedades específicas que hacen posible obtener la arcilla y producir cerámicas. Para tener la arcilla se inicia con la extracción de la greda. Cuando la greda ha sido remojada se obtiene el barro. Una vez que el barro está en el punto ideal, se lo combina con shaño, el polvo de cerámica cocida, para obtener el metu. El metu es la arcilla con que se forman los rollos para construir las piezas; recién cuando la pieza ha sido quemada, llega la cerámica. En este acápite, presentaré los materiales que conforman las cerámicas Kichwa lamista.

i. El barro y las minas de greda

“La greda eso dura harto. Eso se deja secando, no pasa nada. Una vez que ya lo taloneas, lo mezclas con el shaño, ahí ya lo tienes que utilizar porque si no se endurece. Y si se endurece de nuevo le tienes que echar agua y otra vez talonear, es doble trabajo. Y la greda sin shaño, eso te dura años de acuerdo a como lo cuidas. Hay varios tipos de greda, se usa conforme lo que vas a hacer. La greda amarilla, quilloachpa se saca cerca, hay mina cerca al cementerio. Greda blanca ya no hay mucho. Últimamente se trae de lejos, de Aguanumuyuna, bajando por Yurimaguas. Esto si nos ha costado caro. Antes había este barro en Lamas, ahora ya no hay (...) porque la gente ha construido sus casas, han cerrado sus terrenos. Ya no nos quieren dejar sacar. Antes había todo acá. Ahora nos hemos ido lejos, un día y una noche. Hasta Yurimaguas nos apoyó la municipalidad, desde ahí ya hemos ido nosotros con nuestros propios recursos.”
(Manuela, agosto 2016)

El barro –metu, arcilla o greda- es el material primordial para la fabricación de las cerámicas lamistas. El tipo de barro será un factor determinante para definir las características de los objetos. Hacer referencia al barro considera tanto la materia prima proveniente de la naturaleza, como la pasta preparada para la elaboración de las piezas. Las artesanas obtienen este insumo de los yacimientos o minas de barro naturales, dispersos en la provincia y está constituida por los sedimentos que afloran cerca de puquios o ríos, en la mayoría de los casos. Los depósitos o yacimientos se hallan a la intemperie o aparecen bajo los terrenos que quedan al descubierto por efectos naturales o la acción humana.

Se pueden encontrar diferentes tipos de greda que se diferencian a partir del color y las propiedades del material. Estas propiedades o cualidades físicas del barro son 1. Plasticidad, 2. Tenacidad y 3. Porosidad. Además, posee otras propiedades químicas que se activan en el proceso de la quema e influyen en la temperatura, la consistencia y durabilidad del objeto¹⁷. Los barro más plásticos se suelen presentar en terrones o piedras de barro medianas, difíciles de romper y semi húmedos. Mientras los barro más flojos salen pastosos, se pegan en las manos y presentan un color mate; suelen aflorar en terrenos cultivables.

En Lamas, las artesanas trabajan con más de un tipo de greda; los objetos que realizan y la función para lo que están pensados determinan el tipo de greda que se necesita. De ese modo, reconocer las ubicaciones de los yacimientos y las cualidades de esos barro es fundamental en la actividad artesanal. Principalmente las artesanas extraen la arcilla de las siguientes minas: Urku¹⁸ meto, Mayo¹⁹ meto, Centro meto, Sanango²⁰ meto, Pukacho²¹ meto.

¹⁷ Acerca de las propiedades del barro se realizó entrevistas a las artesanas de Lamas y también a otras profesionales del barro en Lima. Una de ella es profesora de un taller y me explico acerca de la composición del barro y su producción industrial.

A continuación, se presenta el significado en español de las palabras en quechua lamista que nombran a los yacimientos de barro:

¹⁸ Urku: loma o cerro.

¹⁹ Mayo: río.

²⁰ Sanango: especie de planta que da nombre a la zona por su abundancia.

²¹ Pukacho – pukacha: enrojecer. Derivado de Puka: colorado, rojo.

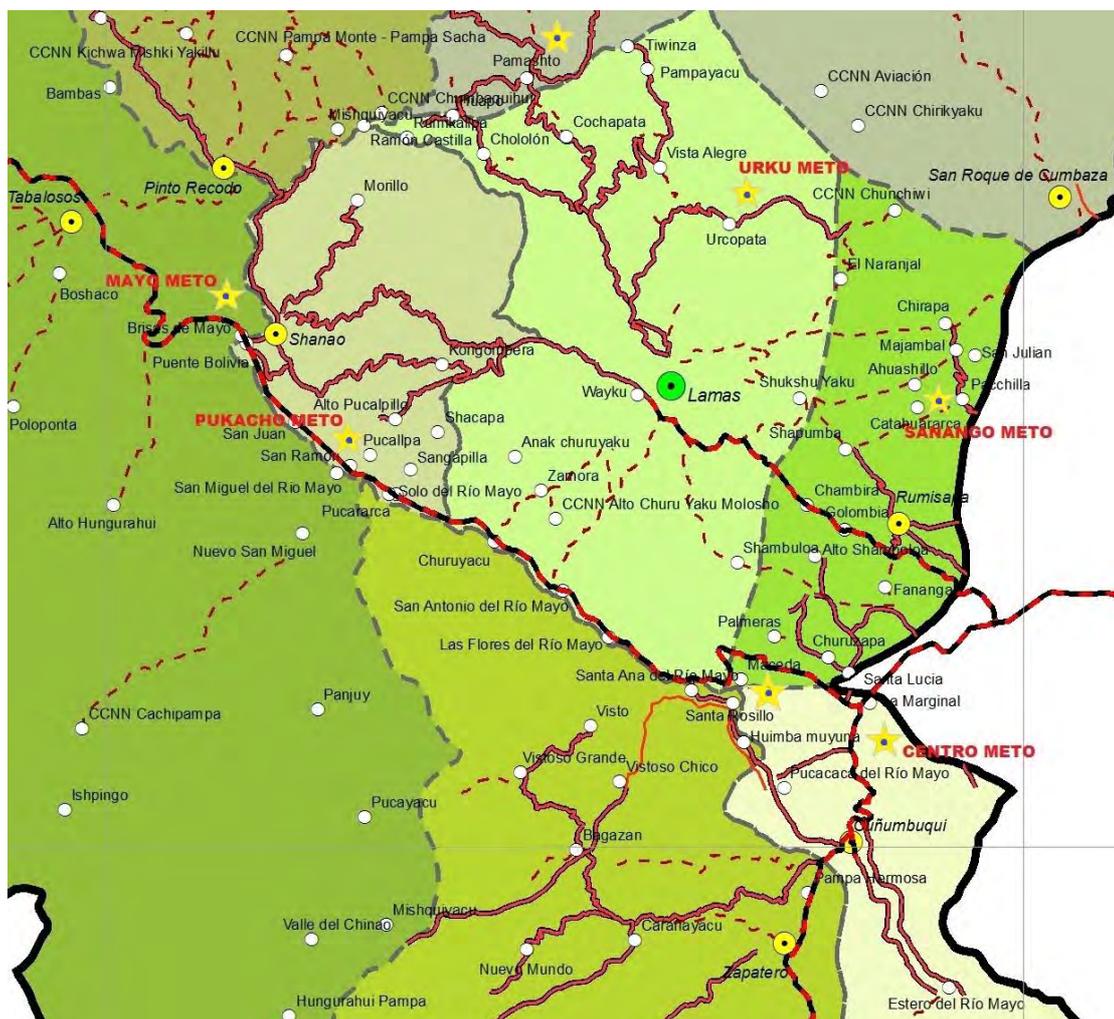


Imagen 12: Puntos de greda en Lamas (MP Lamas, 2016)²²

La distancia de Lamas a los diferentes puntos donde se encuentran los terrenos de las minas de barro oscila entre dos horas de viaje y 8 horas de acuerdo a donde se ubiquen. A algunos puntos se puede llegar a pie, pero a la mayoría de ellos se llega en movilidad ya que se regresa a Lamas con cargas de 2-7 sacos por persona sería muy difícil. A su vez, esto depende de si se va a extraer el material en grupo (por lo que se contrata un auto o camioneta), o si se va solo (acompañando de un peón quien ayude a extraer y cargar los sacos) en moto taxi. Los viajes para traer la arcilla se hacen generalmente los fines de semana saliendo a las 4 o 5 de la mañana –sobre todo cuando se va a las minas

²² El siguiente mapa (se ha recortado una sección de la provincia de Lamas) se han colocado estrellas amarillas donde están ubicados los terrenos de las minas de greda de donde las artesanas extraen su materia prima. Para localizar los puntos se partió de las entrevistas realizadas en campo, así como de algunos acompañamientos a las minas cercanas donde se realizó la extracción del barro.

de Sanango, y Maceda que quedan a dos y tres horas de viaje- para que de esa manera puedan retornar al Wayku alrededor del mediodía.

De acuerdo a las artistas tradicionales, en los tiempos de sus abuelas, los distintos tipos de barros que usaban los obtenían de depósitos dentro del distrito de Lamas. Estas minas se identificaban en los recorridos diarios que las familias hacían para llegar a sus chacras o en las rutas por donde se movilizaban a pie.

Para comprobar si es una buena greda, algunas llevan una pisca a los labios para reconocer si tiene presencia de sales y, a su vez, tantear la cantidad de impurezas. También se la frota con los dedos para ver el color que deja y qué tan fácilmente se deshace o no. Otras, lo reconocen a simple vista en base al aspecto compacto y la sensación de dureza de los terrones de barro. Finalmente, algunas optan por compactar una bola que se deja secar al sol para ver cuánto encoge al endurecer.

De diferentes maneras las ceramistas fueron identificando las minas de greda y los tipos de barros que emplearían en su actividad. Cualquiera podía tener acceso a los yacimientos pues estos eran recursos naturales ilimitados (en el imaginario local, según los testimonios recogidos). Sin embargo, conforme fue creciendo el distrito y la población en general, los terrenos empezaron a titularse y cada propietario cercaba o iba imponiendo restricciones de distintos tipos para el acceso a los yacimientos que ahora iban quedando dentro de sus terrenos.

Urku Metu, una de las minas de barro localizada a 8km. de la ciudad de Lamas -en la margen derecha de la carretera que conduce a la comunidad nativa de Aviación-, es actualmente un terreno privado. Este terreno se encuentra dentro de la propiedad de los esposos José y Elvira Sangama, fue heredado por los padres de la señora, quienes antes vivieron ahí. Esta familia se dedica principalmente a la agricultura y la producción de cerámica que mantienen es para el autoconsumo, por lo que no emplean grandes cantidades de la materia con que cuentan. Sin embargo, contar con la mina dentro de su chacra les ha generado oportunidades para tener ingresos. En la actualidad, la familia cobra 5 soles para que otros puedan ingresar a su chacra y extraer la greda.

Como me comentaban, en el pasado las ceramistas no tenían que pagar para extraer el barro; tampoco tenían que movilizarse distancias muy largas o invertir en flete para traer sus cargas de greda. Sin embargo, hoy todas tienen que prever un presupuesto de dinero con que cubrir esos gastos. Las artesanas que conforman la asociación Yuyay Llacta reciben apoyo de la municipalidad, una vez al año alquilan para las socias un camión que pueda llevar de 10-12 sacos por socia. Cada una de ellas, con ayuda de personas contratadas, extrae los sacos que usarán en su producción anual (aunque algunas van más de una vez al año dependiendo de la regularidad en que fabrican y venden sus piezas). En cambio, las artesanas independientes deben ir por sus propios medios y cargar con los sacos que la movilidad que rentan les permite.

“Traigo de Sanango. De Lamas a dos horas en carro. Ahí voy cada año, de un año en año traemos a veces 6-7 sacos cuando nos lleva la muni. Vamos todos los asociados, solamente a los que trabajamos de ahí, de otros sitios no. 10-12, a veces todos y otras veces no se van todos, cada uno saca sus 7 sacos. Cuando no está nuestro marido ahí nos ayudan otros peones (...) otras veces me voy sola, por mi cuenta. Por acá por Pamashto, ahí me voy sola con mi hijo. De ahí traigo una greda bien coloradita, rojita. Ahorita no tengo porque ya se terminó, voy a ir a traer uno de estos días.” (Margarita, agosto 2016)

Para la extracción de la greda las artesanas suelen ir acompañadas; como mencioné, ya sea en grupo, o con sus parejas y en caso estas no puedan, con un “peón” -persona que va contratada-, quien suele ser el mismo que presta el servicio de la movilidad. Para obtener la greda primero se prepara una estaca de árbol que se entierra en el suelo sedimentado, este se va clavando y comprobando la dureza y profundidad dentro del agujero de barro. Luego, con un machete se comienza a remover la greda. Terrones medianos y grandes son recogidos con un pate (recipiente hecho a base de una calabaza) y colocados al interior de un costal que posteriormente se cierra y carga de regreso al Wayku. Una vez que están de regreso en la comunidad, se amontona la arcilla y se la extiende sobre un costal o cuero de animal para que termine de secar al sol. Es sencillo distinguir donde vive una artesana por las piedras de barro que dejan secando en las entradas de sus casas.

Sobre las variedades de gredas, principalmente se diferencia en tres tipos: Greda colorada, greda amarilla y greda cenizo. La greda que se encuentra en mayor cantidad es la greda cenizo. Las artesanas del Wayku extraen esta greda de Sanango, principalmente.

La greda más común o que se haya en mayor cantidad es la greda cenizo. Esta se extrae de Sanango meto, Pukacho meto y Urku meto. Tal como refiere su nombre, el color de esta greda es cenizo, entre plomo y marrón. Se caracteriza por ser un tipo de barro plástico, no muy tenas. Este tipo de barro se usa para tinajones grandes y medianos, tiestos, mocagua, floreros y maceteros. La mayoría de los de objetos se hacen a partir de esta greda color cenizo. Además, se puede combinar con la greda amarilla que también se encuentra en Sanango. Esta es la greda que mayormente usan las artesanas: *“Nosotras más bonito lo vemos a la greda de Sanango, su colorcito fácil agarra el engobe y de todo hacemos. De esta hay cantidad de greda.”* (Nancy, agosto 2016).

Por otra parte, en las minas de barro Mayo meto y Centro Meto se extrae la greda colorada. Esta greda presenta una mayor densidad y tenacidad por lo que se dispone su uso para ollas y tostadoras, principalmente. Esto se debe a que la tierra colorada es considerada un barro fuerte, no es tan plástica como la greda amarilla o ceniza, tiene menor humedad. Al ser quemada la pieza -hecha de greda colorada- la resistencia es mayor, aunque la temperatura de madurez (ligado al tiempo en que se quema el objeto y deja de estar crudo) es más alta, esto influye en la durabilidad del objeto cuando sea usado para cocinar. De acuerdo al uso, del color rojizo-colorado se irá tornando negro, esto es una buena señal respecto al material.

i. El shaño

El shaño es el polvo de la cerámica cocida. Para obtener este material las artesanas reciclan las piezas de cerámica que se quebraron durante el proceso de la quema, aquellas que solían usar y ya no están en buenas condiciones u otras cerámicas ya quemadas que fueron desechadas. Para producir este polvo, los trozos de las cerámicas son molidos en una batea con ayuda de una piedra

-“rumi maki”²³-. A partir de movimientos pendulares de la piedra, los trozos se trituran hasta que se asemejen a un polvo o arena fina. El shaño, al igual que la arena “es un material cerámico que reduce la plasticidad del barro, evita el encogimiento de la pasta arcillosa y le comunica mayor dureza tanto para el fuego como para el uso, en la elaboración de ceramios” (Sosa, 1984, pág. 21).

Obtener el shaño se logra mediante un procedimiento que consta de tres pasos: 1ro. Se muelen los trozos de cerámica hasta desintegrarlos al nivel de polvo. 2. Posteriormente, con ayuda de un cedazo se cierne varias veces el insumo. 3. Por último, con ayuda de las manos se comprueba la textura del shaño y se termina de extraer las últimas impurezas.

La cantidad de shaño que cada artesana agrega a la mezcla del barro varía de acuerdo al volumen de material que se tenga pensado trabajar. Como se mencionó anteriormente, cuando se agrega el shaño a la mezcla del barro este comienza a endurecer conforme pasan los días. De modo que se debe acabar el material rápidamente para no tener que volver a humedecer y amasar. A pesar de la variabilidad en la cantidad de shaño que tienen las mezclas de barro, la mayoría de las artesanas dice este representa el 30% de la pasta. En la práctica, las artesanas no toman control de los porcentajes de su mezcla. Agua, greda seca y shaño se añaden indistintamente hasta que ellas consideren que se ha logrado la consistencia buscada. Debido a la práctica que tienen sobre estos procesos, diría que cada una de las artesanas ha adquirido la sensibilidad para reconocer cuando su arcilla está lista.

ii. El agua

El agua constituye el segundo elemento fundamental en la composición de la arcilla. Este líquido es indispensable puesto que permite transformar la piedra de barro bruta en una sustancia moldeable, dúctil. Además, constituye uno de los pasos principales para obtener la pasta de arcilla: el proceso de remojo. Etapa en que se cohesionan entre sí las partículas arcillosas volviéndose

²³ Rumi maki: piedra para moler.

una pasta maleable (Sosa, 1984, pág. 22). El agua que utilizan las artesanas la obtienen de aquellas viviendas donde se cuenta con agua potable dentro de la comunidad, o en todo caso de los puquios o fuentes de agua natural, de acceso común, que hay en el Wayku. Puesto que no todos cuentan con accesos a agua en sus casas, la mayoría de las familias de la comunidad almacena este recurso en tinajas, baldes o bidones que conservan al interior de su vivienda. El agua que usan para trabajar el barro no recibe ningún tipo de tratamiento.

La arcilla es el producto de la mezcla de los tres insumos presentados: 1) un barro fuerte (greda amarilla, cenizo o colorada), 2) desengrasante –polvo de cerámica o shaño- y 3) agua. Para conseguir la mezcla con que se producen los objetos cerámica, los materiales se procesan de la siguiente manera:

Una vez que la greda se ha soleado durante un buen día de sol, se la recoge y coloca en una batea donde se añade agua y se la deja remojar por 24 horas aproximadamente. En el transcurso de ese día, cada cierto tiempo se la supervisa y con la mano se van desmenuzando los bloques y quitando las impurezas para que se hidrate de manera uniforme. De manera paralela, se trituran las cerámicas rotas y se la cierne hasta obtener el shaño. Cuando ya se desarrollado ambos pasos se pasa a realizar la taloneada.

La taloneada o talonsaruy –en quechua lamista- es la técnica de amasado o mezcla del barro, shaño y agua. Esta se realiza con los talones (de ahí proviene su nombre) sobre un cuero de ganado o sobre un costal abierto. Para llevar a cabo este proceso y conseguir una mezcla homogénea primero se agrega una capa de shaño sobre el cuero. Esta se extiende de manera uniforme sobre el soporte y se vierte una capa de greda humedecida. Posteriormente de agrega otra de shaño, de modo que quedan tres capas intercaladas de barro húmedo y polvo de cerámica. La proporción de barro ocupa dos tercios de la mezcla. La artesana se coloca sobre el cuero y comienza la taloneada que consiste en alternar la pisada de ambos talones sobre la mezcla. Se van incorporando las capas conforme las pisadas deshacen la estructura pastosa del barro anexándola a los desengrasantes. Cada cierto tiempo se va doblando el cuero hacia adentro para integrar la mezcla en los tres niveles uniformemente.

Esta acción se repite varias veces; generalmente el proceso de taloneada toma alrededor de 2 horas.

Para comprobar que la mezcla es adecuada se hacen dos cosas: 1. Se prueba con la lengua una pequeña porción del barro recién amasada y si esta raspa está a buen punto. 2. Se comprueba con los talones; si la mezcla deja de adherirse a los talones eso indica que se ha conseguido una mezcla de barro uniforme.

Una vez realizada la mezcla por taloneada, se separan bloques en forma de bolas de las mismas proporciones que se terminan de amasar a mano. Este proceso se hace para eliminar las bolsas de aire y poder conservar mejor el barro. Posteriormente, los bloques bien amasados se suelen guardar en bateas cubiertas de plástico para que no pierda la humedad y endure.

Para comenzar el trabajo de fabricación de las piezas, las bolas de arcilla separadas que fueron almacenadas se las humedecen un poco y se las continúa separando en otras más pequeñas a las cuales se les dará la forma de rollo o tiras largas de barro. Estas tiras de barro o chunchullis –en quechua lamista– serán luego apiladas, unas sobre otra, al construir la pieza.

Finalmente, cabe añadir que el barro taloneado se puede reservar por un tiempo, si es correctamente almacenado en bolsas de plástico a las que se quita todo el aire posible verificando que queden bien cerradas. Aunque es preferible utilizar la mezcla en un periodo de entre 3 y 4 semanas aproximadamente. Por otro lado, cuando la greda permanece tal como fue extraída de las minas, en terrones guardados en costales, pueden conservarse por años sin problemas.

b. Los materiales para el engobe, decoración y brillo

En esta sección incluiré la descripción de los materiales que se emplean para realizar el acabado y decoración de los objetos. Estos son básicamente tres: tierras de color, resinas de árboles y el achiote.

i. Tierras y piedras de color

Las tierras y piedras de color corresponden a los minerales con que se produce el engobe o pintura que cubre los objetos y le da el color base a la pieza.

Las tierras de color se obtienen de las mismas minas de greda de donde se recoge el barro. Estas tierras, la gran mayoría de veces, se seleccionan de los costales de la greda recién extraída. Se la solea y posteriormente se desmorona con las manos o con ayuda de una piedra para triturarla y obtener un polvo de color. Los colores que se usan son el blanco y el amarillo. La tierra amarilla es la más fácil de conseguir, se encuentra muy cerca de Lamas (Pamashto) y hay en gran cantidad. Incluso Lamas es conocido por otros poblados de artesanos, como Chazuta, por contar con este tipo de tierra, indispensable en la decoración de las cerámicas. Por el contrario, la tierra blanca ya no se encuentra muy fácilmente. Según me contaban las artesanas, antes podía extraerse cerca o en el mismo Lamas, en cambio ahora solo se consigue a un día y una noche de viaje saliendo de Lamas, pasando Yurimaguas.

Como mencionaba, estas tierras son utilizadas –blanca y amarilla- para el engobe. Previamente a la quema de las cerámicas, se agrega el engobe sobre la pieza endurecida. El engobe es una pasta semilíquida que se produce de la mezcla de agua y la tierra del color específico. No a todas las piezas se les coloca el engobe. Las ollas y tostadoras se mantienen del color de la greda colorada, así como los tinajones, a los cuales se agrega engobe amarillo solo en la boca o parte alta del cuerpo del objeto. Una vez quemadas las piezas, el color del engobe amarillo se torna rojo, y el color del blanco en crema. Más adelante hablaremos acerca de cómo se definen las decoraciones de acuerdo a los diferentes objetos que se producen y los usos que se les da a los mismos.

Por otro lado, en la decoración se elaboran dibujos a partir de las tierras anteriores y la piedra de color negro conocida como yanarumi. Esta piedra se extrae de los ríos y solo se usa para pintar los diseños de decoración de los objetos. Se raspa la piedra y el polvo obtenido se lo disuelve en agua. Una vez preparada la mezcla se pinta con ella. Cuando no se tiene piedra negra se utiliza la tierra amarilla disuelta en agua de caldo de plátano a la que se agrega Azul de añil, un producto que se usa para lavar la ropa: *“Cuando no tienes piedra negra, usas la tierra amarilla con el añil, lo mezclas. Pero tienes que echarle el agua del caldo de plátano para que lo hagas más oscuro”* (Guillermina, Julio 2016).

Es interesante que la mezcla no se disuelve en agua, sino en el caldo del plátano cocinado pues, según las artesanas, de esa manera queda más oscuro el color. Este producto se consigue en la mayoría de bodegas y cuesta 0.50 céntimos por lo que se ha vuelto más frecuente el uso de esta mezcla para pintar.

ii. Resinas de árbol y achiote

Para el acabado de los objetos se utilizan otros dos tipos de insumos: las resinas de árboles –como son el copal y lacre- y las pepitas del achiote. Una vez que se termina el proceso de quema de las cerámicas, estas son retiradas de la candela y se las deja enfriar unos minutos. Cuando aún las paredes interiores de la pieza siguen calientes se realiza el barnizado o lacrado de la pieza. El lacre es una resina natural que se extrae del árbol del mismo nombre. Esta resina es de color transparente y al frotarla sobre la pieza caliente desprende un bálsamo que da brillo al objeto. Esta resina es utilizada por las artesanas como el barniz natural de sus objetos.

De la misma manera que el lacre, el copal se extrae de la corteza del árbol Copal Kaspi. A diferencia del lacre, el copal se aplica al interior de las cerámicas, únicamente en las tinajas aguateras. Para ello, primero se tritura el copal sobre una batea hasta obtener pedazos pequeños, semi pulverizados, de la resina. Esta tiene un color negro brillante y se utiliza para impermeabilizar el interior de las vasijas, aplicándolo cuando estas están aún calientes. Con la ayuda de un tronco o una vara de caña se lo esparce el lacre derretido, de manera uniforme, por las paredes internas de las tinajas. Este procedimiento es muy importante para la finalización de las piezas puesto que además de impermeabilizar las tinajas, el copal ya seco contribuye a mantener la frescura del líquido que contiene.

El achiote o shambu es un arbusto de pequeña estatura con flores rojizas que dan un fruto redondo, en cuyo interior se encuentra una pulpa rojiza y semillas. Este fruto se parte a la mitad y las semillas quedan expuestas, estas son usadas para pintar de rojo las bocas o labios de las tinajas. La tintura del achiote es característica de la cerámica Kichwa lamas, todas las artesanas aún lo usan para sus objetos puesto que los árboles se encuentran dispersos en la

comunidad y son de fácil acceso. El achiote también se utiliza para tintar las lanas, e incluso para maquillaje.

c. Los materiales para la quema

Para quemar las piezas de cerámica se realiza el proceso de quema a cielo abierto (al aire libre), la leña que se utiliza proviene del árbol setica o topa, más conocido como palo balsa. Las cualidades de esta leña es que presenta un peso liviano pero una alta resistencia. Además, al ser una madera tropical se la encuentra con facilidad en la provincia por las condiciones climáticas del lugar. Es utilizado por las artesanas para la quema pues es una leña absorbente que se prende con facilidad y no se consume tan rápido.

Aunque las artesanas solían salir a sus chacras a traer la el palo balsa, ahora la mayoría de ellas compra la leña en tercios a campesinos que llegan a ofrecerles a la comunidad. Es entendido que ha comenzado a disminuir la cantidad de árboles cercanos, y donde aún hay bastante ya no son terrenos de acceso libre, esto se debe a que en la actualidad los bosques están siendo depredados a un ritmo acelerado. Las artesanas no contribuyen en esto pues la leña que utilizan para la quema son básicamente pedazos de troncos o ramas pequeñas cortadas de la parte baja del árbol, o ramas secas que encuentran en el suelo.

Por otro lado, ir a recoger la leña involucra contratar movilidad – mayormente van en moto taxi- para poder llegar y volver con la carga. Ellas consideran que esto ya no les conviene porque el gasto en movilidad es entre s/. 60 y s/. 90 de acuerdo a la distancia y cantidad de leña a transportar.

“También se gasta para comprar la leña. Eso cuesta 15 soles el tercio. Para quemar regular a lo menos necesito 6 tercios, ahí hay 90 soles que se gasta. Para ir a recoger ya no sale porque el pasaje también te gasta así también. Me conviene comprar más porque al sitio que quiero ya lo ponen mi leña. A veces me vienen a ofrecer o sino yo mismo busco a la persona que vende la leña. Lo que más hace falta es la leña, si no hay no puedo quemar.” (Marga, agosto 2016)

En cambio, optan por recurrir a los vendedores de leña en Lamas, de modo que estos les facilitan el trabajo de movilizar el material al sitio donde se realizará la quema. Sin embargo, es importante mencionar que escoger comprar la leña

tiene también sus defectos. En ocasiones, sobre todo cuando es época de alta producción (de junio a diciembre), las artesanas no siempre tienen la seguridad de encontrar la leña cuando la necesitan. Puesto que en esas fechas todavía es época seca, la leña está en buenas condiciones para ser usada y esta se necesita no solo para quemar la cerámica, sino además para el uso dentro de los hogares, de modo que hay alta demanda para adquirir leña. En esos casos, algunas artesanas prefieren ir a las chacras y recoger una ruma de leña de los terrenos donde hay la topa. Por ruma se gasta alrededor de s/. 150 (que es lo que cobran los propietarios del terreno), y además s/. 100 de transporte.

Sin embargo, con relación a estos precios se contempla que los insumos sirvan para abastecer la quema durante todo el año. En otros casos, en cambio, algunas ceramistas prefieren pagar un dinero por adelantado a los vendedores de leña para asegurar que les llegue su material a tiempo y así la quema no tenga que estar sujeta a la disponibilidad de leña. En ese sentido, tanto el barro como la leña son fundamentales para producir las piezas y no dependen, únicamente, de la capacidad adquisitiva de las artesanas, sino también de la disponibilidad de los recursos en el entorno natural.

d. Las herramientas

En cuanto a las herramientas que las artesanas utilizan para producir sus objetos, la mayoría de ellas –sino todas- son fácilmente obtenibles –de la naturaleza- o fabricadas por ellas mismas. Podemos separar en dos los tipos de herramientas que se emplean: 1. Las herramientas para construir, moldear y alisar. Y 2. Las herramientas para brillar y decorar las piezas. Por último, algunas herramientas extras; no son indispensables, pero en varias ocasiones son empleados por las artesanas.

Herramientas para construir, moldear y alisar:

La primera herramienta que se emplea es la batea. Este es un tipo de recipiente que se fabrica del árbol de la machinga, generalmente es de forma circular o rectangular con un fondo y se usa para lavar la ropa, amasar las roscas

y el pan, u otros usos similares. Uno de los otros usos que se da en la comunidad es como soporte para amasar los rollos de arcilla y ser la superficie sobre la que se coloca la base y comienza a construir la pieza. Para esto, la artesana se sienta en el piso y coloca la batea de manera invertida, con la base hacia arriba, de modo que utiliza esta herramienta para trabajar la pieza en sobre una superficie rígida y plana a una altura mayor que el suelo. Todas las artesanas que participaron en esta investigación mencionaron la batea dentro de las herramientas necesarias para producir la pieza. Durante todo el proceso de su construcción, la batea es el soporte del objeto que se trabaja. Las manos son el medio que moldea y da forma a la sustancia que es el barro.

La siguiente herramienta que se utiliza es la llunkuna. Este es un tipo de raspador hecho de un trozo de winku que sirve para alisar y moldear la pieza. El winku es un tipo de calabaza de la zona también llamada pate; tiene una forma globular, de modo que los trozos o pedazos que se obtienen al romper el fruto son formas cóncavas, lisas. La llunkuna o yunguna, por su forma, es la herramienta que moldea, extrae impurezas, raspa y alisa la superficie de la pieza -con ayuda de las manos y el agua- una vez que va creciendo. El uso de esta herramienta es fundamental pues la forma cóncava del instrumento permite moldear la barriga de la vasija desde adentro, con el movimiento que se realiza para alisar las paredes de la pieza, al mismo tiempo expande y da la forma globular característica del objeto. Al igual que la herramienta anterior –la batea-, el winku es utilizado en casi todas las familias de la comunidad. Este se utiliza para tomar el agua, la chicha o el masato. Una vez que se ha desgastado, se quiebra el winku (o pate) y así se obtiene la llunkuna.

La tercera herramienta que se utiliza en esta etapa del proceso es la cáscara de plátano maduro. Esta se utiliza para dar un alisado fino a la superficie de la pieza. De la cáscara del plátano se recorta un rectángulo pequeño al que las artesanas llaman llunchina. Este pedazo de cáscara se remoja en agua; con la parte interior de la cáscara humedecida se pasa la llunchina alrededor de las paredes de la pieza para darle un mayor acabado.

Herramientas para brillar y decorar:

Las herramientas que se usan para brillar y decorar los objetos de cerámica son: las piedras de río y el pincel de pelo. Las piedras de río son la herramienta que se usa una vez que la pieza de barro ha “endurado” y el engobe ha secado. Se usa la piedra para pulir o alisar las paredes externas de la pieza. Frotar suavemente la piedra contra la superficie alisa y añade brillo a la pieza; este proceso se hace antes de la decoración y la quema. Las piedras se recogen de las laderas de los ríos o en ocasiones solo se encuentran en los recorridos cotidianos de las artesanas.

El pincel de pelo es el instrumento que se utiliza para realizar el pintado de diseños al exterior de las piezas. Este pincel se fabrica de las puntas de los cabellos de las artesanas. Se recorta un mechón pequeño de cabello el cual se amarra con hilo a un fosforo o astilla de caña. También se utiliza como pincel las plumas de las gallinas o mechones de cabello de gato en algunos casos.

Otros instrumentos o herramientas que a veces son empleados pueden ser tablas de madera pequeñas, esponjas o algodón y cuchillos. Estos se suelen usar para reemplazar alguna de las herramientas anteriores. La tabla de madera cuando las bateas están ocupadas, la esponja o algodón para aplicar el engobe y el cuchillo para raspar y quitar impurezas.

El hecho de que los materiales y las herramientas que las artesanas emplean sean tan sencillos y al alcance de todos, es un aspecto que produce uniformidad entre las artesanas. *“Cualquiera puede ser artesana”*, sin embargo, para ello hace falta aprender a usar las herramientas y, en base a la práctica, desarrollar la destreza para conseguir con ellas y los materiales, la forma deseada.

1.2.2. Espacios y procesos de producción

Para esta sección presentaré la descripción de la casa como taller o lugar de trabajo de las ceramistas; la rutina de trabajo que se sigue para producir las cerámicas, de acuerdo al proceso organizado en días y etapas; las relaciones

de apoyo alrededor del trabajo, entre miembros de la familia, y entre mujeres ceramistas; y los factores condicionantes.

a. Espacios de trabajo: la casa o el taller



Imagen 13: Casa de Sonia (Archivo personal, 2019)

Como ya había mencionado anteriormente, el trabajo artesanal se realiza al interior de la casa de las artesanas donde se conforma el hogar. Es dentro del espacio doméstico donde son transmitidas las enseñanzas del trabajo artesanal en una rutina directamente ligada a las obligaciones familiares de la artesana. Las casas de las familias de la comunidad del Wayku son –casi todas– “construcciones de un único nivel, con piso terrado y paredes de tapial (tierra cruda). Las cubiertas o techos están fabricados en combinaciones de madera, caña y palmera terminadas con tejas cerámicas o de calamina (que ha comenzado a hacerse popular en los últimos años) siempre inclinadas” (Scaletti, 2014, pág. 12).

Estas viviendas se caracterizan por estar conformadas por un único ambiente principal -y, en ocasiones, de una habitación separada para la cocina. La única separación que se identifica al interior de este ambiente es el lugar que ocupan las camas, alrededor de la cual se suele colocar una cortina o

mosquitero; el resto de la habitación es una amplia área común. Este ambiente cuenta con dos puertas que conectan directamente a la calle, por un lado; y al patio interior o terreno libre –pensado para la cría de animales de corral o la siembra de algunos productos, por otro lado. Otra característica de las viviendas es que no cuentan con ventanas. Por lo que las puertas son los únicos puntos de ingreso de ventilación y luz natural. Además, debido al material del techado y la altura de las habitaciones, estas se mantienen frescas al interior, incluso en días soleados.

Así, una vez descrita la arquitectura de la casa, el espacio que las artesanas utilizan para trabajar la cerámica es precisamente el único ambiente que conforma la casa. Este es un espacio amplio con piso de tierra. Al ser el único ambiente, siempre hay personas circulando al interior; tanto los miembros de la familia, vecinos, visitantes, etc. No hay otro tipo de “mueblería” al interior además de la tuchpa (también suele haber cocina a gas de una o dos hornillas), las camas y alguna banca o asiento. Además, una serie de objetos dispersos como tinajas con agua, tinajones roperos, costales y colgadores. Generalmente se reconoce donde vive una artesana porque en la vereda de sus casas suele haber greda amontonada soleándose. Además, muchas de las actividades que forman parte del proceso de elaboración de las piezas se lleva a cabo al exterior de la casa como el soleado de la greda, molido del shaño, la taloneada y la quema. El resto de etapas que conforman el proceso se realizan al interior de la vivienda.

Al ingresar a las casas de las ceramistas, es habitual encontrar piezas en proceso de trabajo cubiertos de plásticos, costales de greda, herramientas dispersas y objetos acabados listos para la comercialización y otros que son utilizados por ellas mismas. Son espacios ventilados y donde ingresa poco sol. Estas condiciones son favorables para el trabajo del barro puesto que si no hubiera ventilación las piezas se secarían más rápidamente y demandaría mayor velocidad o prisa de las artesanas sobre el tiempo que invierten en cada objeto. Además, si ingresara mucho sol, los materiales como las pastas para el engobe endurecerían y las piezas se cuartearían o rajarían fácilmente. Sin embargo, las artesanas necesitan de la luz natural para observar mejor las piezas mientras las

arman, engoban, pulen y decoran, por lo que realizan estas actividades durante el día sentadas en el suelo de la habitación, con las piernas cruzadas, siempre cerca de una de las puertas donde se coge buena luz y ven mejor.

El 100% de las artesanas entrevistadas trabajan en sus casas, aunque un pequeño porcentaje de ellas también trabaja en otros espacios –como el Centro Artesanal-; esto suele estar vinculado con que en sus casas hay niños pequeños que pueden dañar los objetos o porque prefieren tener el espacio libre para las visitas u otras actividades relacionadas con el almacenamiento de las piezas.

Con relación al Centro Artesanal, dentro hay un espacio que debe cumplir la función de taller de cerámica. Aunque este solo tiene repisas para almacenar los objetos y herramientas o materiales que las artesanas socias de la asociación pueden utilizar. De modo que el taller del centro artesanal es más bien un espacio de almacén que un espacio de producción. Sin embargo, muchas ocasiones las socias van al Centro Artesanal a trabajar en grupo y cada cierto tiempo se organizan para ir a realizar distintas actividades, tanto de producción, como de mantenimiento del lugar.

La mayoría de las veces que se produce en estas instalaciones es cuando están trabajando para pedido o cuando un grupo grande de visitantes ha avisado que llegará al centro, por lo que se les pide a las artesanas que se encuentren presentes para exhibir el proceso de producción de sus cerámicas. En estas oportunidades ellas se ubican afuera del taller de cerámica, frente a los hornos.

Es interesante hacer mención que al preguntarles a las ceramistas sobre los lugares donde producen las piezas de cerámica, todas refieren en, primer lugar, sus casas. En segundo lugar, las casas de otras ceramistas. Esto se debe a que entre ellas se establecen sistemas de trabajo y apoyo, ya sea entre familiares o amigas, a partir de vínculos de fraternidad. Aunque sobre este último aspecto lo desarrollo más adelante, cuando las ceramistas van a trabajar a las casas de otra persona, ellas no llevan ningún material, herramienta o suministro, sino que van a trabajar para alguien más a cambio de un pago de dinero o a cambio de un compromiso de devolución del mismo esfuerzo.

“Yo hago en mi casa. Salgo también a trabajar a veces cuando me buscan, trabajo en sus casas, me voy a hacer allá. Cuando me buscan hago en otros lugares, me buscan para ayudarles. (...) A veces tengo que ir a esperar a los turistas al Waska Waska cuando se van, nos toman fotos. Así a veces nos dicen para que nos hallen trabajando, por eso quieren que vayamos a hacer ahí. (...) Yo prefiero en mi casa. En tu casa tienes todo, cuando te vas a otro lado quizás no tienes y tienes que llevar las cosas que quieres tener, lo más importante para poder ponerlo en tu cerámica. En tu casa en cambio haces solita, nadie te molesta, tú estás haciendo nomas. Acá te puedes levantar a hacer tu almuerzo; en cambio yendo allá no es así, no es tanto cómodo.” (Margarita, agosto 2016)

Finalmente, la casa es tanto el lugar privado –doméstico-, el lugar de trabajo –productivo-, el lugar de exhibición y venta de los productos –comercial, y el lugar de la transmisión de la actividad artesanal –tradicional-. Se trataría entonces de un espacio o marco donde converge lo doméstico, productivo, comercial y tradicional. Todo esto ligado a las actividades en que se ha especializado la mujer dentro de este contexto: su dominio como madre/esposa y artesana.

b. La rutina de trabajo: El proceso por etapas y días

El proceso de fabricación de las cerámicas lamista consta de 5 etapas fundamentalmente. La primera etapa corresponde a los “pasos previos” de la elaboración misma de los objetos; esta etapa concierne a la preparación de la arcilla, la cual inicia en la extracción de la greda, pasando por una serie de pasos que culminan en la obtención de la arcilla a partir de la mezcla de: barro, agua, y polvo de cerámica o shaño. Las siguientes etapas atañen a los pasos básicos para construir las piezas: armado, pintado o engobe, pulido y decorado, y finalmente la quema donde se suelen agregar algunos detalles o toques finales.



Esquema 1: Etapas generales de elaboración de la cerámica Kichwa lamista (Elaboración propia, 2019)

Respecto a la etapa inicial –preparación de la arcilla-, esta no se puede cuantificar en a un número exacto de días de trabajo invertido por artesana– a diferencia de las otras etapas del proceso sobre las cuales ellas asignan un número mínimo/máximo de tiempo invertido-; sino que -a lo largo de este

proceso- manifiestan que diversos factores condicionan el tiempo que se requerirá para culminar la preparación de la mezcla. Más adelante detallaremos cuáles son los pasos que conforman esta etapa en el proceso de elaboración de la cerámica Kichwa lamista.

A su vez, es importante señalar que, aunque hay un proceso reconocido y compartido por las artistas tradicionales para la elaboración de las cerámicas, este proceso no se realiza de manera uniforme, estática u homogénea en todos los casos. Por ejemplo, aunque sean reconocidas las canteras de donde se extrae la greda, cada artesana maneja sus propios “términos” o “referentes” para identificar la greda -o el estado ideal en que se encuentra la greda- con la que desean y pueden trabajar.

Como mencioné anteriormente, hay diferentes tipos o variaciones de gredas con que trabajan las ceramistas; estas se diferencian entre sí por el color, la plasticidad y porosidad, principalmente. Para el caso de la extracción de la greda, algunas ceramistas extraen rocas duras, muy secas y difíciles de romper; otras optan por piedras que se desmoronen fácilmente; algunas solo extraen un solo tipo de greda y otras –en cambio- diferentes calidades las cuales mezclan, etc. Mayormente esta elección se ve influenciada por factores como la premura que tenga cada artesana en iniciar el proceso; o sobre las facilidades con que cuenten para extraer la greda y trasladarla; sobre si disponen de un presupuesto para comprar la materia prima o pagar la mano de obra; o a que han desarrollado su propia mezcla “mejorada”, son algunos ejemplos que se recogieron de los testimonios de las artesanas.

Del mismo modo, una vez extraída la greda, la manera en que se obtiene la mezcla de arcilla para iniciar la elaboración de las piezas responde a tres pasos básicos: soleado, remojo y taloneada. Pasos que las artesanas repiten en el mismo orden cada vez, aunque los tiempos y cantidades variarán indeterminadamente cada ocasión. Es decir, no hay una “fórmula” exacta que se respeta o a la cual se ciñen uniformemente; por el contrario, el proceso de la mezcla para obtener la arcilla está directamente ligado a las preferencias individuales de cada artesana sobre la consistencia ideal del material con que

van a trabajar; al mismo tiempo que la función para la cual está destinado el objeto que se va a producir con ese material.

Otro ejemplo que refleja la heterogeneidad en el proceso, puede identificarse en la posición de las artesanas al realizar el trabajo, variará según la etapa del proceso en que se encuentre el objeto, el tamaño del mismo y según el estilo de cada una de ellas. En la mayoría de los casos, las artesanas que conocí mantienen la preferencia de trabajar sobre el suelo, en cuclillas o con las piernas cruzadas, utilizando de soporte una batea o una tabla cuadrangular de madera sobre la que se empieza a elaborar la pieza. En otras ocasiones (muy específicas), hay artesanas –sobre todo las más jóvenes que tienen acceso al Centro Artesanal- que prefieren utilizar de soporte una mesa, sentándose en bancas para ubicarse a la altura ideal. Sin embargo, esta modalidad fue introducida por los diversos agentes del estado que llegaban al Centro Artesanal a capacitar a las artesanas en nuevas técnicas y formatos para sus objetos. Con relación a lo mencionado anteriormente, más adelante se discutirá sobre cómo ha influenciado –sobre la producción y los estilos de los objetos- la aproximación de nuevos actores en el contexto de producción de las artesanas nativas del Wayku. Cabe mencionar que algunos de estos conocimientos que “llegan de fuera” han sido apropiados por las artesanas, influenciando los “estilos de hacer” la cerámica Kichwa lamista.

A continuación, presento las etapas y pasos generales que se siguen para la elaboración de las cerámicas, según el estilo de las ceramistas de la comunidad nativa El Wayku, Lamas:

I. Pasos previos:

La primera etapa corresponde a los “pasos previos” a la elaboración misma de los objetos de cerámica. Como mencioné en la introducción de esta apartado, a esta etapa concierne la preparación de la arcilla. Para ello, primero se extrae la greda; luego, se sigue –en orden- los siguientes pasos: soleado, remojo y mezcla o taloneada.

1. Extracción de la greda

Para realizar la extracción de la greda, las artesanas necesitan ir acompañadas pues es un proceso arduo para el que –la mayoría de las veces- hay que desplazarse distancias largas y movilizar un cargamento pesado conformado por costales llenos con rocas de barro seco. Por esa razón las artesanas van con sus familiares, hijos o esposo -preferentemente, o con las hijas; y, en caso no estén disponibles los anteriores, se contrata peones para asistir el proceso.

Para llegar a las minas de barro necesariamente se recorre una distancia considerable a pie. Como presenté antes en este capítulo, la mayoría de las minas de barro a las que acuden las artesanas se encuentran entre 30 minutos y dos horas de distancia (como mínimo, puesto que hay minas que están a distancias aún mayores), a las cuales se puede acceder a pie o –en el mejor de los casos- recorrer cierta distancia en vehículo y luego caminar el tramo restante. En este tramo a pie, las artesanas -con sus ayudantes- aprovechan el camino para recoger uno de los implementos elementales para extraer la greda: un tronco delgado de árbol (como el ocuera, por ejemplo). A partir de este tronco, con ayuda de un machete, se prepara una estaca de madera que se utiliza para facilitar la extracción de la greda.

Una vez que se ha llegado al yacimiento de barro se procede a la extracción. En algunos casos aún se mantiene la costumbre de realizar un pequeño pago a la tierra; este normalmente suele ser realizado por los hombres, esposos de las artesanas, y consiste en prender un cigarro mapacho cuyas cenizas son enterradas como ofrenda y agradecimiento a la tierra, muy cerca al yacimiento. En una de las oportunidades en que acompañé a una artesana y su marido a extraer la greda, pude presenciar este tipo de pago. Al consultarle si todas las artesanas solían hacer lo mismo antes de extraer el barro, ella me respondió: *“ya casi nadie mantiene la costumbre, pero los tiempos han cambiado y la buena greda escasea”* (Manuela, agosto, 2016).

Razón por la que cuando tiene la oportunidad de ir con su marido, este se encarga de realizar el pago. En otras oportunidades, consulté sobre la ofrenda a

otras artesanas de la comunidad; en la mayoría de los casos ellas respondían que no se hace, algunas recordaban que los abuelos de ellas quizás lo hubieran hecho antes, pero que en la actualidad se veía muy poco, lo que – aparentemente- sugiere poca relevancia.

La manera en que se extrae la greda, básicamente, requiere el uso de 3 herramientas: un machete, una estaca de árbol y un pate o recipiente hecho de la calabaza seca. Las dos primeras herramientas sirven para remover las rocas de barro seco y la tercera herramienta sirve para recoger la greda removida.

La secuencia que se sigue es la siguiente: Primero, se localiza la sección de tierra donde se encuentra la greda a extraer. Dependerá del tipo de tierra que se esté buscando, pero una de las características fundamentales que se busca es que la tierra se encuentre lo más “pura” posible. Esto quiere decir que no se perciba la presencia de impurezas como ramas, piedras u otros restos propios del monte. Naturalmente, no hay minas de barro completamente puras, pero justamente por esa razón es que se utiliza el machete y la estaca, para escarbar la tierra en busca de la porción menos contaminada por estas impurezas. Otra característica que se busca en la greda antes de extraerla es el sabor y su textura; además de palpar la consistencia de la greda, se prueban un poquito de la tierra para reconocer si es una tierra muy salada o no. Estas cualidades son útiles para reconocer las propiedades del material y se consiguen a través del compromiso prácticos de las mujeres ceramistas y los materiales a lo largo de los años.

2. Soleado de la greda

Una vez extraída la greda y transportada la carga a la casa de las artesanas, se procede a extender forros de plástico, costales o telas amplias sobre las veredas de las casas de las productoras. Se realiza –necesariamente- al exterior, pues se busca que el sol pueda caer directamente a la greda de modo que esta se seque lo más rápido posible. El tiempo que se le suele dar a este paso dependerá de la intensidad del sol durante ese día; en la mayoría de los testimonios que recogí, el soleado de la greda toma alrededor de 4 horas.

Este paso es muy simple y básicamente consiste en extender la greda recogida sobre estas superficies de plástico o tela y dejarla reposar al sol por unas horas hasta que las rocas puedan desmenuzarse con la mano, sin la necesidad de ejercer mucha presión.

3. Remojo

Posteriormente, la greda soleada se recoge y se coloca dentro de grandes bateas de plástico, aquellas donde se suele lavar la ropa. Estas bateas se llenan en sus 2/3 de rocas secas de barro y el resto se cubre con agua. Inicialmente, con las manos se mezcla las rocas y el agua buscando que esta pueda permear todo el contenido. Posteriormente, se desmenuza con las manos las rocas más grandes y se procede a retirar las impurezas que saltan a la vista. La mayoría de las veces las artesanas mencionaron que se remoja la greda por 24 horas, aproximadamente. Lo más importante de este paso es que las rocas se descompongan y se forma una especie de pasta.

4. Preparación del shaño

Para obtener el shaño las artesanas reciclan las piezas de cerámica que se quebraron durante el proceso de la quema, aquellas que solían usar y fueron descartadas por no estar en buenas condiciones u otras cerámicas ya quemadas que fueron desechadas; es decir, siempre se utilizan cerámicas recicladas para obtener el polvo de arcilla.



Esquema 2: Ciclo de producción y reciclaje de las piezas (Elaboración propia, 2019)

Obtener el shaño se logra mediante un procedimiento que consta de tres pasos: 1. Se muelen los trozos de cerámica con ayuda de una piedra conocida como rumi maki. Para esto se colocan los trozos de cerámica sobre el suelo, a partir de movimientos pendulares del rumi maki sobre las cerámicas se machacan o trituran los pedazos hasta que lleguen a la consistencia de arena, por así decirlo. 2. Posteriormente, con ayuda de un cedazo se cierce varias veces el insumo. 3. Por último, con ayuda de las manos se comprueba la textura del shaño y se termina de extraer las últimas impurezas. El shaño, al igual que la arena es un material cerámico que reduce la plasticidad del barro, evita el encogimiento de la pasta de arcilla y con eso le aporta mayor dureza.

5. Taloneada o mezcla de materiales para obtener la arcilla

La taloneada o talonsaruy –en quechua lamista- consiste en el amasado o mezcla del barro, shaño y agua. Esta se realiza con los talones sobre un cuero de ganado o sobre un costal abierto. Para llevar a cabo este proceso y conseguir una mezcla homogénea primero se agrega una capa de shaño sobre el cuero. Esta se extiende de manera uniforme sobre el soporte y se vierte una capa de greda humedecida. Posteriormente se agrega otra capa de shaño, de modo que quedan tres capas intercaladas de barro húmedo y polvo de cerámica. La proporción de barro ocupa dos tercios de la mezcla.



Imagen 14: Taloneada (Archivo personal, 2016)

El procedimiento consiste en que la artesana se coloca sobre el cuero y comienza a talonear: alternar la pisada de ambos talones sobre la mezcla de manera que integre las tres capas. Se van incorporando las capas conforme las pisadas deshacen la estructura pastosa del barro anexándola a los desengrasantes. Cada cierto tiempo se va doblando el cuero hacia adentro para integrar la mezcla en los tres niveles uniformemente. Esta acción se repite varias veces; generalmente el proceso de taloneada toma alrededor de 2 horas. Posteriormente, se separa la mezcla en bloques uniformes y se los termina de amasar con las manos, comprobando que se no quede aire dentro de la mezcla.

II. Día uno:

6. Armado

Una vez que se va a comenzar el armado de las piezas, las bolas de arcilla que fueron reservadas son humedecidas con unas gotas de agua. Esto permite que se afloje la arcilla y se pueda separar en pedazos más pequeños y trabajables. De estas porciones se va extrayendo bolas pequeñas a las cuales se les dará la forma de rollo o tiras largas de barro. Estas tiras de barro son denominadas “chunchullis” y constituyen la principal característica de la técnica de fabricación de la cerámica quechua lamista.



Imagen 15: Disposición y materiales para el armado (Archivo personal, 2016)

“Primero, mi batea. Eso en primer lugar para poder hacer mis rollos o chunchullis. Ahí primero lo formo, cuando ya alistas regular de estos, ahí ya recién empiezas a pegar las cositas, lo que vas a querer hacer. Después ya le pegas todo y empiezas a pulirlo con tu yunguna (pate), con eso le pulimos; con nuestro madurito, la cáscara del platanito, así.” (Margarita, agosto 2016)

Para iniciar con la elaboración de las piezas, las alfareras se sientan sobre el suelo con la batea volteada, las piernas entrecruzadas alrededor de esta y los materiales y herramientas a su lado. Es fundamental disponer de las bateas pues estos instrumentos son la base donde se amasan los rollos de barro, la superficie lisa y amplia les permite presionar la greda hacia atrás y delante de modo que se vaya extendiendo la arcilla hasta lograr el grosor adecuado para el tipo de pieza que se va a fabricar.

Posteriormente, una vez que se han alistado una cantidad considerable de rollos (ligado a la altura o dimensiones que se desea para la pieza), se toma un pedazo de arcilla, se hace una bola pequeña con ella y luego se aplasta con la palma de la mano sobre la batea. Esta masa redonda y de un grosor intermedio constituye la base –o pote- de la pieza o enilla. El siguiente paso consiste en extender los bordes sobre los cuales se irán colocando los rollos de arcilla, construyendo así las paredes de la pieza. El procedimiento en que se une el chunchulli con la base se logra con la presión de los dedos que va enroscando y apretando la arcilla de manera circular. Se coloca un rollo y posteriormente se continúan agregando más rollos, uno sobre otro, de manera circular y repetitiva.



Imagen 16: Armado de tinaja (Archivo personal, 2016)

A medida que se agregan los rollos, con ayuda de la herramienta de pate, llamada *llunkuna*, se va raspando, adelgazando y alisando la superficie o pared de barro que se va formando. A su vez, este procedimiento requiere mucha atención y cuidado de parte de las artesanas puesto que la presión que se imparte a la *llunkuna* genera que la pieza vaya tomando la forma cóncava que las caracteriza. Si se presiona muy fuerte se puede traspasar la pared de arcilla o se puede deformar la pieza. El raspado se realiza tanto por el interior como exterior de la pieza, lo que genera las diferentes curvaturas del objeto –desde la base, la barriga y el cuello de la pieza-. Es muy importante la disposición del cuerpo de la artesana durante esta etapa, principalmente, de la fabricación puesto que necesita poder calcular o mirar desde todos los ángulos cómo va creciendo la pieza.

Dependiendo del tipo de objetos que se está produciendo, de la cantidad y del apoyo o manos a disposición, las piezas pueden ser dejadas a medio hacer para que sequen y se retome la actividad al día siguiente. En el caso de las tinajas chicheras, que son las más altas o grandes, es necesario construirlas en dos pasos puesto que la primera mitad de la pieza debe secar, de modo que resista el proceso de fabricación de la segunda mitad y no se rompa en el transcurso.

Así mismo, conforme las piezas se van avanzando en su “crecimiento” – me refiero al armado de la pieza con los rollos hasta que toma la forma deseada- no son solo raspadas o adelgazadas por la *llunguna*, sino también van siendo alisadas y humedecidas con la cáscara de plátano o *llunchina*. Esta herramienta, como mencioné antes, es un retazo de cáscara de plátano verde con el que se alisan las partes más delicadas de la pieza: bordes exteriores, cuello y boca de la cerámica. Dependiendo del tipo de cerámica que se está produciendo, se crean diferentes texturas con la cáscara de plátano. En el caso de las tinajas aguateras, se busca lograr superficies más lisas; en cambio, para las ollas o tinajones, se opta por un acabado más burdo sobre la superficie, incluso una especie de grecas o punciones que se hacen con las mismas herramientas. Una vez que se ha terminado de hacer el acabado de la superficie, se dejan secar las

piezas por uno o dos días dependiendo de la premura con que se están produciendo las cerámicas.

III. Día dos o tres:

7. Engobe

En este caso, los objetos que reciben el acabado de pintado o engobe solo corresponde a las tinajas aguateras, tiestos y otros objetos que no se utilizan para cocinar alimentos; quedando sin engobe las ollas, por ejemplo. El engobe consiste en aplicar la mezcla de agua con tierras de color sobre la superficie externa de las piezas. Con la ayuda de esponjas se cubre la superficie – en el caso de las tinajas, se aplica engobe blanco o amarillo en la mitad inferior de la pieza, dejando el resto en su color natural; y en el caso de los tiestos, se aplica engobe únicamente a la parte interna del recipiente. Una vez que se ha aplicado el engobe en el área deseada, se la deja secar, cubierta con un plástico para agilizar el proceso, durante unas 6 horas aproximadamente.



Imagen 17: Tiestos con engobe y otros por aplicar (Archivo personal, 2016)

IV. Día cuatro o cinco:

8. Pulido

Una vez que ha secado el engobe aplicado, las piezas son pulidas con ayuda de las piedras de río. Este procedimiento consiste en retirar los excesos del engobe aplicando, raspando suavemente la piedra de río sobre las paredes de la cerámica. Deja como efecto un brillo y suavidad en la superficie de la pieza. El pulido de las piezas se suele hacer en bloque. Una vez que se han terminado de producir todos los objetos, se pasa a pulir aquellos que lo requieren; este procedimiento depende del volumen de objetos producidos, pero toma alrededor de una tarde o un día entero en la mayoría de los casos.

9. Decorar

Después del pulido toca el decorado de las piezas. Este consiste en aplicar motivos decorativos sobre las cerámicas, pueden ser flores, líneas, círculos, palabras, u otras decoraciones que va desarrollando cada artesana. Para la decoración se utilizan nuevamente las tierras de color combinadas con agua que, en este caso, se aplican con los pinceles de cabello que permiten un trazo más fino y mayor control sobre el diseño representado. De la misma manera como pasa en el pulido, este procedimiento depende del volumen de objetos producidos, pero toma alrededor de una tarde o un día entero en la mayoría de los casos.

V. Día seis o siete:

10. Quema

La quema es, oficialmente, el procedimiento final en la producción de las cerámicas. Este es un proceso delicado pues depende directamente de las condiciones climáticas, asociado a la fuerza del viento y la posibilidad de que haya precipitaciones. Además, depende del tipo de leña que se disponga y la calidad de la misma, que no esté humedecida por el clima o que esté muy seca y genere mucho humo que manche las piezas. Para quemar las cerámicas suelen precalentarse colocando pedazos de carbón al interior de las piezas, esto facilita que la cocción se realice de manera uniforme, no dañando o quemando demás las cerámicas.



Imagen 18: Acomodando los tiestos durante la quema (Archivo personal, 2016)

Una vez que se ha adelantado la cocción por el interior, se organizan las piezas de modo circular, agrupándolas y colocando alrededor los trozos de leña de manera que se va formando una especie de pirámide o pira a la que suele denominarse *urku*. Una vez que está correctamente dispuesta la leña rodeando las cerámicas, se enciende formando una llamarada que se deja consumir controlando que se concentre el fuego por un solo lado, sino siempre intentando que se mantenga en el centro.

Cuando ya se ha consumido casi toda la leña, en dos horas aproximadamente, con ayuda de una vara de hierro, se va retirando las piezas y comprobando la cocción correcta en base al nuevo color que adquiere la pieza. Estas se dejan enfriar por una o dos horas más y luego se limpian los restos de ceniza con ayuda de un trapo con el que se les va dando golpecitos.

11. Pasos extra

De manera complementaria a los procedimientos descritos, la mayoría de las artesanas suelen aplicar otros dos pasos más que son el abrillantamiento e impermeabilización como acabados finales de las piezas. Para esto se utilizan dos insumos: las resinas de árboles –copal y lacre- y el achiote. Una vez que se

termina el proceso de quema de las cerámicas, estas son retiradas de la candela y se las deja enfriar unos minutos. Cuando aún las paredes interiores de la pieza siguen calientes se realiza el barnizado o lacrado de la pieza. En el caso del lacre, esta resina natural es de color transparente y al frotarla sobre la pieza caliente desprende un bálsamo que da brillo al objeto. Esta resina se utiliza como el barniz natural de las cerámicas.

A diferencia del lacre, el copal se aplica al interior de las cerámicas, únicamente en las tinajas aguateras. Para ello, primero se tritura el copal sobre una batea hasta obtener pedazos pequeños, semi pulverizados, de la resina. Esta tiene un color negro brillante y se utiliza para impermeabilizar el interior de las vasijas, aplicándolo cuando estas están aún calientes o sino calentando las bases con pedazos de carbón prendidos. Con la ayuda de un tronco o una vara de caña se lo esparce el lacre derretido, de manera uniforme, por las paredes internas de las tinajas. Finalmente, se frota con las pepitas del achiote la boca de las cerámicas o el cuello de las tinajas, aportando a la pieza un color rojizo brillante.

Así, estos son los 11 pasos básicos que conforman el proceso de elaboración de las cerámicas. A estos 11 pasos los agrupé en 5 etapas que generalmente se desarrollan en un lapso de entre 6 y 7 días, aproximadamente. Como traté de presentar, existe una secuencia que se sigue -entre pasos y etapas del proceso- que manejan todas las artesanas; sin embargo, este proceso no se realiza de manera uniforme, como una secuencia obligada a repetir de la misma manera en cada oportunidad. Puedo decir que el proceso de elaboración de las cerámicas – en lo que concierne a las etapas y modalidades de trabajo por cada artista tradicional: las cantidades de shañu, arcilla y agua; la forma de quemar las piezas, el tiempo que tardan cada etapa, son ajustados o pueden verse modificados por cada una de ellas y eso, justamente, es lo que define las características individuales de sus destrezas.

Es importante señalar que las ceramistas son muy respetuosas entre sí, reconocen las exigencias de su labor y el esfuerzo que concierne a su trabajo; en ese sentido, aunque anotan la diferencia entre unos trabajos y otros, no lo

desmeritan: *“somos muchas artesanas y cada una tiene su forma, no es igualito siempre y ahí cada una se sabe hacer bonito”* (Ermiña, agosto, 2016).

Recalco que aunque he detallado las etapas del proceso -las cuales son generalmente semejantes-, es importante enfatizar en que cada ceramista tendrá *“una manera suya de hacer”*, tanto para elegir la manera suya en que posiciona o dispone su cuerpo para elaborar la pieza, la manera suya de amasar el barro, la manera suya en que sostiene la tinaja mientras las tornea, la manera suya en que pinta los diseños, la manera suya de quemar sus piezas, la manera suya de elegir el tiempo ideal para empezar y finalizar la elaboración de las piezas.

c. Redes de ayuda mutua y trabajo

Como presenté antes, trabajar el barro es una tarea que ocupa días enteros de dedicación. Aunque el tiempo con que disponen las ceramistas está condicionado por las labores domésticas y de la chacra, alrededor de la actividad artesanal se articulan una serie de relaciones de cooperación y apoyo entre alfareras, miembros de la familia y allegados. Es importante señalar que la actividad artesanal implica colectividad. Desde el abastecimiento de los materiales, hasta la manera como se trabaja en grupo al interior de la casa y el centro artesanal, el apoyo al realizar la quema, entre otros, se ve reflejado que el arte tradicional teje una serie de redes de relaciones donde mujeres –y sus allegados- dedicados a la alfarería comparten esfuerzo, recursos, espacios y tiempo.

En ese sentido, en base a las entrevistas realizadas y la observación en el campo identifiqué tres modalidades de apoyo y cooperación alrededor del trabajo de la cerámica: 1. Aquel que se mide y es retribuido con la misma inversión de esfuerzo, 2. Aquel que es remunerado con un salario o pago económico, y 3. Aquel que es gratuito e involucra a los miembros de la familia nuclear.

Sobre la primera modalidad, se puede identificar –sobre todo- alrededor de las ceramistas que conforman la asociación Yuyay Llakta. Como presenté en la sección correspondiente al lugar de trabajo, en muchas ocasiones las artistas

se organizan para ir a trabajar en grupos al centro artesanal. Otras veces, se reúnen en grupos más pequeños (suele ser de a dos o tres) en la casa de alguna de las artesanas quien pide apoyo a sus compañeras. Este sistema consiste en “apoyo por apoyo” (como ellas le dicen) y básicamente se trata de un contrato bajo la lógica de reciprocidad en el trabajo artesanal. Puesto que comenzar a fabricar un lote de piezas toma alrededor de 7 días, como mínimo, las ceramistas prefieren producir en cantidad para aprovechar el material y tiempo invertido. Para ello, recurren a sus compañeras de la asociación con quienes se tiene la confianza y seguridad sobre dos cosas principalmente: 1. Que las ceramistas cumplirán con llegar a la hora acordada a donde se realizará la faena, y se retirarán una vez finalizadas la cantidad de piezas que se pautó por persona (puntualidad y responsabilidad). Y 2. Que las ceramistas tienen las destrezas para realizar piezas de buena calidad y acabados (habilidad).

De esa manera, las ceramistas recurren a sus pares, quienes son avisadas o consultadas con un tiempo de anticipación en donde el compromiso que se establece es el de brindar el apoyo para luego devolverlo. Llamo “*apoyo*” al tiempo y esfuerzo invertidos en la producción de objetos de cerámica de manera “*gratuita*” de una artesana para con otra. Aparentemente es gratuito, sin embargo, hay una garantía implícita en este compromiso que tiene que ver con la devolución del mismo servicio (mano de obra).

“Ella está queriendo que me vaya a ayudarle. Con ella siempre nos apoyamos. Así con ella, con la manuela también. Así ella para que me ayude, yo para ayudarle.” (Margarita, agosto 2016)

“Cuando nos vamos a poner a trabajar ahí en Waska Waska nos vamos toditos a ayudarnos. Con la persona que quiere nos apoyamos. Un día para uno, otro día otro, otro día otro. Así nos apoyamos. Primero estábamos trabajando (antes) pero hemos tenido un poco de fallas en el Waska Waska. A veces problemitas que tenemos entre nosotros. Por eso ya no nos queremos ir a trabajar ahora.” (Guillermina, agosto 2016)

Bajo este sistema, las artesanas se reúnen ya sea en una casa o en el centro artesanal donde se trabaja por días o por semanas. Una semana, todas trabajan para una, a la siguiente para la otra ceramista y así sucesivamente hasta que todas las que participaron se hayan visto igualmente beneficiadas. En ese

caso, el esfuerzo y tiempo invertido por cada ceramista es devuelto en esos mismos términos, como una especie de contrato moral.

La segunda modalidad, sobre la remuneración del trabajo o el contrato de mano de obra es empleado, principalmente, por las ceramistas independientes. Este sistema consiste en buscar un “peón” -como ahí le llaman- a quién se contrata por día. Quien es contratado puede ser una ceramista parienta (hermana, madre, cuñada) o una amiga cercana de la comunidad. De manera similar que la modalidad anterior, la ceramista que contrata debe tener confianza sobre quien le vaya ayudar y cumplir con la tarea para la que se le solicita. Normalmente se paga s/. 20 por día y puede incluir el almuerzo. Estas faenas suelen iniciar a las 7 am y terminar a las 5-6pm. En el lapso de 12-1pm se suelen tomar un espacio para encargarse del almuerzo y de acuerdo a como ellas prefieren pueden separarse para que cada una coma con sus familias en sus propias casas. Además, los hijos de las ceramistas siempre las acompañan y mientras ellas se encuentran produciendo las piezas, ellos están alrededor.

La tercera modalidad, que ya presenté en acápite anteriores, corresponde al apoyo e involucramiento activo de los miembros de la familia nuclear en el trabajo de la ceramista. Esposos e hijas apoyan de manera gratuita, no se paga ni se devuelve con ningún interés. Por el contrario, los hombres se involucran en la actividad de la cerámica, que suele ser exclusiva de mujeres, para apoyar recogiendo y transportando la greda y la leña, o taloneando la mezcla de arcilla. Actividades que requieren de mayor fuerza y esfuerzo es en las que ellos pueden involucrarse.

“Mi esposo me ayuda a talonear, cuando no tengo leña partida, el me parte mi leña. O si me ve preocupada él me dice que me ayuda haciendo el almuerzo, aunque sea haciendo un mingado, pero hace. Si me apoya. No ves que yo estoy trabajando para todos. Así yo le digo a mi nieto, le enseño y el mismo me ayuda. Sobre todo, cuando quemo la cerámica, no tengo tiempo para otra cosa.” (Manuela, Julio 2016)

Por otro lado, si las hijas no están interesadas en mantener la práctica de la cerámica, igual se ven comprometidas en participar mientras estén en la casa de sus padres. Ellas se encargan de ayudar a sus madres a pulir, pintar o cargar las piezas para quemar.

“La menor me ayuda a pulir y mi hijita mayor ayuda a pintar, después me ayudan a llevar para quemar al horno. También cuando hay las cosas de la casa ellas hacen mi comida. Cuando embarro ellas hacen comida, me llaman a comer y me levanto de frente a sentarme. Ellas me apoyan bastante. Pero cuando ya salen mis hijitas (se van de la casa) yo voy a tener que esperar a mi marido haciendo su comida, cuando me dejen mis hijas. Quiere salir a trabajar, es que ahorita porque no tiene trabajo está a mi lado. Verdaderamente yo a veces resiento con mi hija porque cuando va a salir, bastante voy a resentir de mi hija cuando me deja. Le voy a extrañar bastante porque ella siempre me ayuda. Incluso cuando estudiaba me apoyaba con esto, haciendo mis trabajitos; si no me levantaba a hacer, ella hacía mi comida.” (Marga, agosto 2016)

Finalmente, el esposo y los hijos, sean mujeres u hombres, apoyan a su madre cuando estas se encuentran trabajando la cerámica. Según me contaban, cuando ellas se sientan a trabajar, ya dejaron haciendo el desayuno para los hijos y el esposo. Pero luego, para preparar el almuerzo o para llevar a los hijos chiquitos al colegio, los hijos medianos o mayores se hacen cargo de eso. No solo se trata del apoyo en el quehacer de la cerámica, sino además en el resto de actividades o quehaceres familiares que deban ser atendidos o resueltos. Conforme iba conociendo más a las artesanas y sus familias pude notar que no toda ayuda es por obligación. La mayoría de las formas en que los miembros de la familia se involucran con la actividad artesanal refleja mucho respeto e incluso gratitud hacia la madre. Constantemente escuché decir –a los hijos y esposo– que el trabajo que la artesana realiza contribuye a que la familia salga adelante: “ese dinerito que sale su usa para todos, cómo no apoyar su saber de ella”. En base a ese entendimiento, los miembros de la familia participan para que la artesana pueda seguir sosteniendo su actividad.

Capítulo 2: “Del autoconsumo a la cerámica como negocio”

El capítulo anterior dio cuenta de la relación entre las mujeres alfareras del Wayku y las cerámicas Kichwa lamistas. Comencé presentando quiénes son estas mujeres y cómo se vuelven artistas tradicionales, de qué manera aprendieron y cómo continúan enseñando este quehacer. También presenté cómo se lleva a cabo el trabajo de la cerámica y se organiza entre las actividades domésticas de las que se hacen cargo las mujeres, así como en los espacios y responsabilidades que comparten con sus familias y la comunidad.

Estos aspectos reflejan la complejidad e importancia del quehacer de la cerámica para las mujeres Kichwa lamista. Por un lado, implica una actividad laboriosa con procedimientos técnicos y tecnologías que se desarrollan a lo largo de varios días de trabajo continuo. Actividad que, a su vez, viene atravesando una serie de cambios y dificultades con relación al abastecimiento y disponibilidad de los materiales y herramientas con que se producen los objetos; esto trae consigo que se revalore y reevalúe la continuidad de estos conocimientos y prácticas involucradas en el hacer de la cerámica tradicional. Por otro lado, implica una elección autónoma sobre una actividad a la que dedicarse de manera complementaria, a través de la cual las mujeres pueden contribuir a la economía doméstica familiar y adquirir una mayor independencia económica.

En ese sentido, el primer capítulo presentó los discursos, narrativas y prácticas alrededor del aprendizaje, uso y fabricación de las cerámicas Kichwa lamista en el ámbito de la comunidad nativa Wayku. A partir de ahí, en este capítulo me propongo desarrollar algunas ideas respecto al contexto que impulsa el tránsito de la cerámica producida para el autoconsumo a la incorporación de nuevos esquemas de producción y circulación de estos objetos destinados a su comercialización e ingreso en otras esferas más allá de la comunidad.

Como dará cuenta este capítulo, es a través de la influencia e intervención de diferentes actores que se comienza a gestionar este patrimonio cultural como un recurso o mercancía que se acopla a los imperativos del mercado. En ese escenario, la promoción de la actividad turística y la creación de la marca Lamas

como destino turístico, ecológico y cultural son procesos clave que voy a analizar con la intención de dar cuenta sobre las relaciones de negociación y re significación que se dan alrededor de las cerámicas Kichwa lamista, las productoras y prácticas que involucra.

En ese contexto, el capítulo se organiza de la siguiente manera: En primer lugar, presento un recuento de las transformaciones principales en la ciudad de Lamas a partir del auge de la actividad turística y su efecto sobre las dinámicas del pueblo Kichwa lamista que vive en la comunidad del Wayku. En segundo lugar, me enfoco en las intervenciones de diferentes actores y entidades gubernamentales sobre la gestión, promoción y difusión del arte tradicional, y en las respuestas de las mismas ceramistas frente a estas intervenciones. Finalmente, presento el contexto actual en que estas iniciativas y mandatos se han ido incorporando en las subjetividades de las familias del Wayku y, más específicamente, en el propio quehacer de la cerámica tradicional Kichwa lamista. Así, busco presentar el contexto y las principales implicancias que vienen motivando la diversificación y diferenciación de los objetos de cerámica que se produce en la comunidad y, con ello, los nuevos significados que estas adquieren.

2.1. Transformaciones en la ciudad de Lamas a partir del turismo

Cuando uno llega a la ciudad de Lamas, lo primero que llama la atención a una persona foránea es la diversidad de referencias visuales y materiales dispuestas en la ciudad que hacen alusión a la cultura Kichwa lamista y al paisaje ecológico local. Coloridos murales que cubren las fachadas de casas y hospedajes a lo largo de las avenidas principales y puntos turísticos, esculturas, ornamentos en la plaza y en los establecimientos comerciales, entre otros. Una serie de elementos que incorporan y visibilizan los referentes simbólicos característicos de la ciudad de Lamas.



Imagen 19: Plaza de armas de Lamas (Perú 21, 2018)²⁴

Como presenté en el lugar de estudio, Lamas es la capital de la provincia de mismo nombre y, a nivel de ciudad, tiene una población aproximada de 13 mil habitantes²⁵. A nivel distrital, según la proyección de población del censo del 2017 (INEI), a la fecha cuenta con 16 227 habitantes, de los cuales -un aproximado de -11 mil personas pertenecen al pueblo indígena Kichwa Lamas²⁶.

Estas cifras me resultaron muy interesantes pues, pese a que la zona urbana concentra en su mayoría población mestiza, a tan solo unas cuadras del centro de la ciudad se ubica el Barrio Nativo Kichwa Wayku, comunidad nativa reconocida por el Ministerio de Cultura el año 2008. El Wayku es la localidad del Kichwa más numerosa de toda la provincia y funciona como el corazón ceremonial del pueblo.

Estas características son relevantes de mencionar pues a lo largo de los años, ambos sectores -el de la comunidad Kichwa Wayku y de la población criolla y mestiza- han cambiado considerablemente a causa de las relaciones que emergen entre lo urbano y rural y que se manifiestan, por un lado, en la

²⁴ Enlace web: <https://peru21.pe/peru/premian-iniciativa-ecoturistica-lamas-region-san-martin-416279-noticia/>. Consultado el 19/09/19.

²⁵ Según el Reporte del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social (MIDIS). El documento recoge indicadores del centro poblado urbano de Lamas, con base en información del empadronamiento de población y vivienda 2012-2013 del SISFOH.

²⁶ Según la Base de Datos de Pueblos Indígenas del Ministerio de Cultura, con última fecha de actualización: octubre del 2019.

organización espacial y la evolución urbana de la ciudad; y, por otro lado, en las dinámicas socioeconómicas y políticas de sus habitantes.

A lo largo de este acápite haré referencia sobre diferentes sucesos y procesos que han intervenido en la transformación de Lamas y, con ello, en las dinámicas de la población, específicamente, de las mujeres Kichwa lamistas dedicadas a la alfarería. He optado por seguir una especie de orden cronológico que recorre los eventos más mencionados durante el trabajo de campo y que, según la población local, fueron claves en los cambios que llevan a la configuración actual de Lamas.

Quizás el acontecimiento que detona una de las transformaciones más recordadas de Lamas fue el terremoto del año 2005. El 25 de setiembre de ese año, un terremoto de 7 grados arremetió la ciudad, con su epicentro ubicado a 75km de distancia. El movimiento afectó gravemente a la capital provincial y, en menor medida, a los centros poblados que se ubican a su alrededor, dejando alrededor de 1025 familias damnificadas²⁷.

Para hacer frente a los daños, la Dirección Regional de Defensa Civil de San Martín, en coordinación con las instituciones del Comité de Operaciones de Emergencia (COE), la Municipalidad Provincial de Lamas y la Dirección Regional de Salud, iniciaron el proceso de emergencia y reconstrucción del distrito, canalizando la ayuda nacional e internacional a la ciudad de Lamas donde se concentraron los mayores daños (Junior, Municipalidad Provincial de Lamas 2016).

Según me comentaron los funcionarios de la municipalidad a quienes entrevisté, el movimiento afectó, principalmente, las viviendas de la parte más alta y del margen derecho de la plaza principal de la capital provincial. De acuerdo al diagnóstico que realizaron en esa gestión, la principal razón que provocó el colapso de las viviendas tenía que ver con deficiencias estructurales de las casas de barro compactado o tapial. Por la antigüedad y ante el fuerte movimiento sísmico, la mayoría de paredes de estas casas se cuartearon y

²⁷ Mapa de peligros de la ciudad de Lamas, Proyecto INDECI-PNUD, PER/02/051, en Ciudades sostenibles.

derrumbaron, generando daños irreparables sobre las estructuras. Ante los daños expuestos, el peligro de que siguieran derrumbándose y la escasez de refugios para los damnificados de ese suceso, se aceleró el proceso de reconstrucción de la ciudad de Lamas y se llevó a cabo con muy poca planificación.

Con relación a lo anterior, para reconstruir la ciudad después del terremoto se tuvo que terminar de demoler y remover muchas casas caídas y de ellas, un número considerable fue reconstruido con materiales nobles por los que optaron sus propietarios. Sin embargo, otro gran grupo de propiedades no fueron reconstruidas inmediatamente, sino que sus dueños y dueñas decidieron invertir en las propiedades como lotes vacíos para la venta o para negocios como hospedajes y restaurantes.

Este fue el caso de uno de los atractivos más importantes de Lamas en la actualidad, el famoso “Castillo de Lamas”. Según me contaron durante el primer periodo de campo, el terreno donde se ubica el castillo había sido una de las tantas casas que quedó destruida después del terremoto y sus propietarios, que ya habían migrado a Lima años atrás y aún contaban con parientes en Lamas a quienes visitar, optaron por vender su terreno a un empresario italiano que se manifestó interesado por el lote vacío.

De esa manera, el año 2006, un año después del terremoto, el empresario Nicola Felice adquiere el terreno sobre el cual, el año 2007, comienza a construir el castillo. La construcción de esta imponente estructura duró alrededor de 4 años. 5 pisos de piedra natural modelada a mano, la arquitectura semejante a la de un castillo medieval y las paredes del interior cubiertas con hermosas pinturas de aves realizadas por el artista tarapotino Geenss Archentti Flores; de todas maneras, generó un hito en la transformación de la ciudad.

El impacto de esta obra se vio reflejado inmediatamente. Pese a que en un inicio Nicola Felice utilizaba este inmueble como su vivienda, el interés de la población local y de los tantos visitantes que llegaron a conocer el castillo en persona, llevó a que el empresario decidiera abrirlo al público y hace una inauguración oficial el año 2010. Desde ahí el castillo recibe cientos de visitantes

al día y se ha convertido en el principal referente turístico de la ciudad. Consulté una entrevista realizada el año 2012 al empresario italiano en la que él comenta:

“La idea es que el castillo pueda convertirse en un centro de producción y exhibición permanente de arte, enfocado principalmente en los artistas locales ya que a veces no tienen la oportunidad de poder explorar su potencialidad” (Min00:02:27, video “El Castillo de Lamas reportaje de ATV”) (ATV, 26).

Lo anterior es interesante de considerar pues el castillo funciona como atractivo turístico para los visitantes nacionales y extranjeros quienes pagan una tarifa para ingresar y recorrer sus instalaciones, consumir en su restaurante y tomarse fotos; pero que, además, funciona como espacio de exhibición para eventos relacionados a las artes visuales y plásticas. Es, entonces, una iniciativa privada que articula su propósito empresarial con una especie de “servicio cultural” para el fomento, apoyo y desarrollo de artistas locales y para el intercambio o esparcimiento de la población en general.

Lo que me llamó la atención de este caso en particular, es que a partir de ese acontecimiento en que un empresario extranjero invierte en un proyecto de este tipo, que implica una gran inversión, una ejecución a largo plazo y un “riesgo” al estar ubicado en una ciudad que no era conocida por el turismo; se genera un precedente sobre las posibilidades y proyecciones empresariales que podían darse en esta ciudad. Rápidamente captó la atención de la prensa y de los sectores privados vinculados a los servicios turísticos, lo que hizo que Lamas comenzará a figurar con más fuerza en las agendas privadas y públicas durante los años siguientes. Considero que la resonancia que generó esta iniciativa y los siguientes proyectos que se instalaron en la ciudad fueron claves para considerar la inclusión de Lamas en el circuito turístico nororiental que, paralelamente, venía siendo impulsado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo y PROMPERÚ.

Paralelamente, el auge del turismo comienza a hacerse más visible en la ciudad vecina de Tarapoto y en las capitales regionales más próximas, como Moyobamba y Chachapoyas. Esto motiva a que el corredor turístico nororiental, integrado por las regiones de Amazonas, Cajamarca, La Libertad, Lambayeque y San Martín, se vuelva un proyecto clave en las agendas estatales en materia de gestión, promoción y posicionamiento turístico. Como me comentó Junior,

gestor de la Municipalidad provincial de Lamas, la importancia de este circuito radica en la necesidad de reequilibrar el espacio turístico nacional y poder conectar – a través de un corredor turístico- las ciudades de la costa hasta la selva.

Este escenario es fundamental para trazar una línea sobre la fuerza que adquiere el turismo en la ciudad de Lamas y en las propias subjetividades de la población y autoridades en torno a este modelo económico. Tomando en cuenta el interés del estado por posicionar el corredor turístico nororiental; el crecimiento de la demanda turística en Tarapoto y Moyobamba; y la presencia en Lamas de un sector privado emergente enfocado en el rubro turístico, se van generando las condiciones para que los partidos políticos y autoridades municipales comiencen a virar sus planes de gobierno hacia ese enfoque de desarrollo.

Es así que durante la gestión del ingeniero Fernando Del Castillo Tang (2011-2016), como alcalde de la municipalidad provincial de Lamas, se pone en marcha la elaboración del Plan Maestro para el Destino Lamas, sintetizado en el Plan Estratégico de Desarrollo Turístico al 2021. Este plan tenía como misión ser la herramienta de gestión que permitiera posicionar el “Destino Lamas” como un *“destino turístico capaz de brindar experiencias de visita diversas y adaptadas a la demanda del mercado”* (Plan Maestro de la Municipalidad Provincial de Lamas, 2011). A su vez, este plan promovía:

“...el manejo sostenible de los recursos territoriales de Lamas, en un marco de respeto por la identidad cultural, la conservación de la biodiversidad y el reparto de los beneficios del turismo, conciliando desarrollo turístico con la conservación ambiental y el desarrollo económico en acciones de colaboración entre todos los sectores de la sociedad local y particularmente en Asociación Público-Privada.” (Municipalidad Provincial de Lamas, 2011, pág. 12)

El principal reto de la municipalidad para alcanzar este propósito era que la principal actividad económica en la provincia es la agricultura, seguida en importancia por la ganadería, la caza y la pesca para subsistencia. Mucho más atrás que estas actividades, aparece el turismo cuya principal limitación es la escasa planta de servicios turísticos disponibles en la provincia. Frente a ello, el plan de la municipalidad buscó articular la agricultura, como actividad más importante para la subsistencia de las familias de la provincia; y el turismo,

reforzando aquellos puntos que hasta la fecha eran los más visitados por turistas: el barrio de la Comunidad Nativa Kichwa Wayku, el restaurante turístico El Mirador de Lamas, el Castillo de Lamas y la Plaza Central.

De manera complementaria se consideraron otros dos elementos que serían fundamentales para el modelo turístico. Uno de ellos fue el de la biodiversidad y paisaje ecológico de la provincia, enfocado en un aprovechamiento racional y sostenible de recursos naturales con los que disponen, como las cascadas, bosques naturales, chacras de cultivos y demás.

El segundo elemento fue la cultura que, según el planteamiento del Plan, comprende todas aquellas manifestaciones culturales exclusivas de los dos “sectores” socioculturales que conforman Lamas y que se sitúan en la capital provincial: el del pueblo indígena Kichwa lamista, ubicados en el barrio nativo Wayku, y el de la población mestiza, ubicados en la parte alta de la ciudad. Según el planteamiento del Plan, esta diversidad cultural constituye un potencial atractivo turístico muy importante de explotar y destacan la continuidad y articulación entre ambas “tradiciones”:

“Lamas es conocida como la capital folklórica de la amazonia peruana y está dividida socioculturalmente en dos zonas [...] Específicamente el C.P.C Kichwa Wayku, se caracteriza por preservar y conservar intactas sus antiguas costumbres, vestimenta, trajes típicos que son confeccionados por ellos mismos y teñidos con tintes naturales de cortezas, raíces y frutos. Esta etnia celebra la fiesta tradicional de Santa Rosa Raymi, Carnaval Quechua y los mestizos de la parte alta celebran la Santa Cruz de los Motilones, Semana Santa, Carnaval Lamista, Corpus Christi y Aniversario de la Ciudad”²⁸ (Municipalidad Provincial de Lamas, 2017, pág. 8)

Es así que tomando en cuenta las actividades económicas que se buscaba privilegiar - la agricultura y el turismo-, y las características específicas de la provincia en cuanto a la biodiversidad y la cultura, se planteó el Plan de desarrollo turístico de la Lamas (2011-2016), con énfasis en la capital provincial. Este modelo implicó, a su vez, que se optara por considerar un enfoque intercultural debido a la presencia y relevancia de las comunidades indígenas Kichwa lamistas, con la intención de que se incorporaran a los procesos y actividades a desarrollar y participaran activamente en estas.

²⁸ Documento actualizado para el periodo 2017-2025. Elaborado por la Municipalidad Provincial de Lamas.

Así mismo, con la intención de buscar apoyo y asesoramiento en la ejecución de este plan, la Municipalidad Provincial de Lamas postula a una convocatoria del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) y PromPerú para ser parte del programa “De mi tierra un producto”. Este programa consiste en una propuesta de desarrollo turístico inclusivo a la que pueden postular aquellas localidades que cuenten con un “producto emblemático basado en la identidad”. Tal como presentan en su página institucional, “De mi tierra un producto” es: *“una propuesta de desarrollo de turismo inclusivo en la que el ministerio apoya a los pueblos que cuenten con recursos turísticos y productos característicos, con potencial exportador a fin de articularlos al mercado interno y externo”* ²⁹.

El mes de abril del año 2012, Lamas, junto con otras 10 localidades urbanas y rurales del país, es seleccionada ganadora del concurso e inicia un proceso de cuatro años de financiamiento (con un presupuesto de 300 mil a 400 mil anual) y asesoramiento para el desarrollo de intervenciones públicas en los rubros de infraestructura y accesos, capacitaciones para fortalecer los servicios turísticos (orientado a empresarios y empleados de hoteles, restaurantes, museos, tiendas de artesanías, operadores turísticos, principalmente), iniciativas y emprendimientos de diversa índole. Las acciones que proponía el programa de turismo inclusivo buscaron trabajar de manera articulada entre el sector privado, los distintos niveles de gobierno y la población local.

A través de “De mi tierra un producto”, el ministerio garantizaba su respaldo y acompañamiento en el proceso de creación de la marca Lamas y su producto de bandera. El compromiso de los diversos sectores con el desarrollo social y económico de la ciudad de Lamas a partir del turismo se volvió el eje central de esa gestión municipal, buscó que todos se enfocaran en desarrollar el potencial de exportación en la oferta turística del destino, según como el ministerio y PromPerú planteaban. De modo que, en los cuatro años siguientes, se alcanzaran las condiciones necesarias para su articulación inicial al mercado y para garantizar su desenvolvimiento a futuro.

²⁹ Enlace para más información sobre el Programa “De mi tierra un producto”: <http://www.demitierraunproducto.gob.pe/index.htm>

Tomando en cuenta el asesoramiento de estas entidades y las características específicas de la ciudad desarrolladas en Plan de Desarrollo Turístico del distrito, se definió el destino Lamas como “*Pueblo de colores, tierra del cacao*” en torno a la producción del cacao nativo, la cultura Kichwa lamista y la biodiversidad del territorio. Se promovieron una serie de proyectos y acciones como el pintado de fachadas en más de 600 viviendas realizadas por los propios residentes de la ciudad; también se capacitó a agricultores mestizos y nativos en la producción de cacao orgánico; se capacitó a transportistas, restaurantes y alojamientos, y a las artistas tradicionales de la Asociación Waska Waska Warmi Wasi, sobre lo que comentaré más adelante. También se llevó a cabo proyectos de infraestructura como mejoramiento de caminos y veredas, del sistema de agua y desagüe, entre otros.

Es así que este periodo se caracteriza por una orientación que mercantiliza la cultura, el paisaje ecológico y la misma ciudad para intervenirlas como bienes que se gestionan, en lugar de solamente tratarlos como patrimonios que se preserva. Este modelo es conducido por el estado quien desarrolla diversas estrategias y formas de conceptualizar y organizar institucionalmente el patrimonio y los espacios públicos, generando agendas y presupuestos para la aplicación de políticas culturales sobre lugares, iniciativas y el patrimonio mismo. En esta figura, principalmente la cultura se invierte como atracción para el desarrollo del capital y el turismo; de modo que adquiere prioridad la gestión, la conservación, el acceso, la distribución y la inversión (Yudice, 2002, pág. 13) en torno a sus diversas manifestaciones, las cuales –en nuestro país y el caso de Lamas- son conducidas principalmente por entidades como PromPerú, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, Ministerio de Cultura y Unesco.

Pese a que autores como Cecilia Dinardi (2017) demuestran que la cultura, como instrumento del neoliberalismo, desata posibilidades de resistencia, eso no se ve reflejado en el caso de Lamas. La cultura es instrumentalmente incorporada en las subjetividades de la población y orientada hacia el turismo como una estrategia para la visibilidad y reconocimiento de la ciudad en torno a los ejes de la marca: diversidad ecológica, étnica y cultural. Es interesante destacar el papel que juega la “cultura” en la configuración y

contestación de los modelos neoliberales de marca ciudad. La marca ciudad – como concepto- hace referencia a aquellos modelos en que la mercantilización de la cultura ocupa un lugar central en la retórica local, cuyo objetivo es la atracción de negocios, promoción del turismo y revitalización de los espacios urbanos.

Esto se vio reflejado en diferentes escenarios y proyectos que surgieron a raíz del programa “De mi tierra un producto” en Lamas. Uno de ellos es el caso de la iniciativa “Lamas Ciudad Mural”, enmarcada en el contexto de promoción estatal y privada del Destino Turístico Lamas: “Pueblo de colores, tierra de cacao”. La iniciativa que propone la progresiva muralización de los espacios públicos se introduce como un nuevo enfoque turístico que es funcional a la mercantilización de la cultura que impulsa este modelo económico.

“#LamasCiudadMural es una iniciativa libre que creamos Rafael, Tomas y yo; surgió a partir de que los tres creemos que debe haber murales en el espacio público. Rafael desde su postura del turismo, de activarlo, de que a través del arte se genera un atractivo más para la ciudad que va a beneficiar a todos. Por el lado de Tomas, él es quien se relaciona con la gente y mediatiza Lamas desde el turismo, pero también desde lo cultural, vinculado a generar un impacto sobre la identidad. Y el mío, a partir de posicionar los murales como obras artísticas, de desarrollo elaborado, que generen algún tipo de movimiento y sensibilidad en la sociedad, y que lleve a la gente a preguntarse qué está pasando en Lamas.” (Daniel Cortez, Julio 2019)

Con el objetivo de fomentar la realización de murales artísticos que potencien la atención e interés sobre la ciudad de Lamas, Daniel Cortez (Decertor), Tomas Cotrina y Rafael Saavedra -un artista, un gestor cultural y un empresario turístico- ponen en marcha este proyecto que arranca oficialmente el año 2017. Cada uno con una agenda y un repertorio distinto que confluyen en la iniciativa para intervenir y transformar los espacios públicos de la ciudad con murales artísticos que conecten el turismo y la cultura local.

Los tres fundadores del proyecto me contaron que hubo un primer momento importante en Lamas dentro de la movida del arte urbano que se dio en el año 2013. Ese año se llevó a cabo la primera edición del festival de arte urbano EQUILIBRIO, evento que buscaba conjugar la acción y reflexión en torno al arte urbano, medio ambiente y espacios públicos desde la Amazonía. En esa primera edición del festival participaron destacados artistas internacionales

como Elio Mercado, Andrew Antonaccio, Filio Galvez, Charquipunk, Stiven Mera (Steep), y nacionales como Elliot Túpac, Decertor, Jim marcelo (Jimbo), Jade Rivera, RAF, y el colectivo Radio (Valentino Sidabón, y Diego Cornejo (Seimiek); quienes pintaron murales en las ciudades de Tarapoto, Lamas y Moyobamba.

En ese momento Decertor (Daniel Cortez) realizó un mural colaborativo con Elliot Túpac, el cual hasta la fecha se encuentra en el barrio del Wayku, y que tuvo muy buen recibimiento por parte de la población y los visitantes. Ese primer acercamiento del artista a la ciudad de Lamas, marco un precedente que luego continuaría llevándolo de regreso.

“Para ese momento yo hice un trabajo en colaboración con Eliot Tupac y nos gustó la idea que plantearon de ir a pintar al Wayku, a la comunidad indígena de Lamas. Pintamos paredes de barro, las casas y todo eso nos pareció muy bacán; la gente con una estética particular, un barrio quechua hablante en la selva, todo eso que lo hacía más interesante. Pintamos cerámicas con los artesanos, había una señora que estaba quemando su cerámica en la leña, íbamos y nos sentábamos con ella a conversar y a hacer diseños en las cerámicas que luego cocinamos. Todo de lo más natural, eso no surgió como parte del festival, sino que fue parte de la interacción que surge naturalmente cuando estás trabajando en el espacio público”. (Extracto de la entrevista a Daniel Cortez, Julio 2019)

Sin embargo, lo que buscó activar el festival tuvo mayor repercusión en Moyobamba y Tarapoto y no tanto en Lamas. Esto se debió a que la presencia de la Dirección Desconcertada de Cultura se localiza en Moyobamba y a través de ella se agenciaron la mayoría de los espacios y recursos para la realización de las actividades del festival (muralismo, graffiti, performances, poesía, video arte, fotografía, escultura reciclada, talleres libres, conversatorios y un concierto de clausura). Entonces, el compromiso que se buscó crear con artistas locales y ciudadanos para la apropiación y transformación de espacios urbanos no utilizados no se consolidó en Lamas en ese momento que recién se venía implementando el programa “De mi tierra un producto”, lo que llevó a que –una vez finalizado el festival- se perdiera de vista.

Pese a ello, para Daniel la experiencia en Lamas sí generó algo. Mantuvo contacto con Tomas, gestor cultural, que conoce durante el festival a quien le propone regresar para hacer un mural de manera individual. Tomás se contacta con Rafael, promotor y empresario turístico quien ofrece una de las paredes de

su establecimiento para este proyecto. Es así que el año 2016, volviendo de un festival al que lo invitan a participar en los emiratos árabes, realiza su segundo mural en la ciudad. En ese momento, ya con la propuesta de Lamas como destino turístico mucho más encaminada, este evento se mediatiza y logra abarcar muchos más alcances de los que buscaba. Es así que el 2017, varios empresarios hoteleros de Lamas y Tarapoto, lo convocan para pintar un mural de mayor formato en el mirador de la ciudad de Lamas –por el que le pagan una suma “simbólica” de 5 mil soles.



Captura de pantalla 1: de la publicación del artista David Cromwell. Aparecen los tres fundadores de la iniciativa junto a los artistas que se unieron al proyecto (Julio 2019)

Este tercer mural es el que daría inicio a la iniciativa #LamasCiudadMural de Daniel, Tomas y Rafael con la intención de volver a Lamas una ciudad referente del arte urbano y turismo cultural en la amazonia. A través de la alianza entre el sector privado –gestionado por Rafael como Presidente de la asociación para la Promoción del turismo (Protur) Lamas, el sector público – a través de una gestión cultural liderada por Tomas con miras a “crear una nueva economía creativa que reconozca la especificidad del mundo cultural”, y los artistas urbanos –a través de Decertor como intermediario para acceder a los artistas y dar credibilidad al proyecto, se pone en circulación el hashtag #Lamasciudadmural, iniciativa libre que convoca artistas nacionales e internacionales para realizar obras de arte urbano que logren:

“motivar e inspirar a los ciudadanos y visitantes, el amor por la vida, la naturaleza y la cultura que existe en Lamas” (Tomas, Julio 2019); “hacer de Lamas una ciudad con murales multicolores de todo los artistas locales,

nacionales e internacionales y que más gente se anime a venir y quedarse” (Rafael, Julio 2019), “marcar un precedente sobre arte urbano que inspire a los artistas locales y los llevé a desarrollar obras elaboradas bajo sus propios estilos; y, por qué no, hacer de la ciudad de Lamas un museo a cielo abierto” (Daniel, Julio 2019).



Mapa 1: Vista satelital de la ciudad de Lamas y los principales sectores donde se concentran los murales (Elaboración propia. Fuente: Google Earth, 2019)

A través del mapa se puede visualizar que la mayoría de murales se concentra en el “sector mestizo”, en las principales calles de la ciudad: el Jr. San Martín y las dos calles del cruce entre Zósimo Riva y Jr. Ramón Castilla. El Jr. San Martín es la vía que conecta la carretera que viene de Tarapoto a Lamas y que se extiende hasta la parte más alta, a unas cuadras del mirador turístico. En el caso de las otras dos calles, Zósimo Riva es una de las calles que rodea la Plaza de Armas, mientras que el Jr. Ramón Castilla es la calle en cuya esquina con el Jr. San Martín se ubica el restaurante y alojamiento “El abuelo Felipe”. Este lugar es importante de mencionar pues es propiedad de Rafael Saavedra, uno de los fundadores de la iniciativa “Lamas ciudad mural”, y principal promotor turístico del sector privado que estableció la alianza con las propuestas artísticas que hago referencia.

El tercer punto donde hay presencia de murales es el mirador Sheretere, este punto adquiere relevancia puesto que fue dispuesto para la venta de

artesanías y productos locales, además de que cuenta con otro importante negocio que es el restaurante turístico El Mirador, establecimiento que es propiedad y administrado por la Municipalidad Distrital. Frente a este establecimiento se encuentran una serie de alojamientos turísticos que han ido adquiriendo popularidad en los últimos años, a partir del mural que realizó Decertor en el mirador y que marcó el inicio de la iniciativa #LamasCiudadMural.

Al respecto, la población de Lamas manifiesta su aprobación a la iniciativa y hacen referencia a que estos murales aportan belleza a la ciudad, transmiten la cultura y mantienen viva la identidad. A su vez, valoran el hecho de que, a partir la iniciativa, Lamas se ha ido volviendo un referente más vinculado al arte y la cultura por el que los turistas llegan a la ciudad:

“Pues la verdad ahora la ciudad de Lamas está mucho más hermosa, con esos murales le da una imagen más turística”. (Anónimo. Respuesta a una entrevista de salida realizada a través de redes sociales digitales; Julio 2019)

“En lamas los murales transmiten un mensaje de concientización para la preservación de las costumbres, tradiciones, creencias, mitología etc.”. (Anónimo. Respuesta a una entrevista de salida realizada a través de redes sociales digitales; Julio 2019)

“Como profesional en turismo yo veo esta iniciativa como un gran potencial turístico, tomando como ejemplo los recorridos turísticos sobre murales que se desarrollan en la ciudad de lima. Pasa lo mismo en otros países como Colombia, cuba, Ámsterdam etc. Esta iniciativa aporta al turismo receptivo ya que estos murales cuentan historias, transmiten mensajes, muy aparte de ser llamativos estéticamente, incita a uno tomarse una foto y así se va difundiendo el mensaje y se va haciendo conocida la ciudad”. (Anónimo. Respuesta a una entrevista de salida realizada a través de redes sociales digitales; Julio 2019)

Otro de los casos que llamó mi atención porque refleja el uso instrumental de la cultura, es el emprendimiento de la familia Sangama Tapullima. Rubén Sangama y Guillermina Tapullima son una pareja de esposos de la comunidad nativa Kichwa Wayku. Ambos pertenecían a la Asociación de artesanos Yuyay Llakta donde Rubén se dedicaba a labores vinculadas con la organización y representación de la asociación y Guillermina a la alfarería y textilería. Ambos me comentaron que ser miembros de la asociación les permitió adquirir experiencia y conocimientos sobre cómo constituirse formalmente y administrar un negocio propio. Además, a través de la asociación pudieron participar en una serie de eventos y talleres en los que compartieron sus conocimientos con otros

artistas tradicionales y público en general, y a través de los cuales ellos también adquirieron aprendizajes nuevos para ellos, vinculados a las técnicas de fabricación y acabados de las cerámicas y a los rubros de atención al cliente.

Aproximadamente, desde hace 10 años, Rubén y Guillermina son propietarios de una tienda de artesanías que acondicionaron en su casa, ubicada en el barrio nativo Kichwa Wayku. Puesto que tanto las hermanas y madres de Guillermina y Rubén continuaron con la elaboración de textiles y cerámicas Kichwa lamistas, Rubén identificó ahí la oportunidad de reunir el trabajo de todas ellas para ponerlos en exhibición y ofrecerlos a la venta para los visitantes y los propios habitantes de la comunidad. Es así que la tienda de artesanías “El Pukunero” se hizo conocida en la comunidad y en Lamas pues tanto la población indígena y mestiza iban ahí a comprar los diferentes productos que ofrecían. Pese a que comenzaron vendiendo cerámicas y textiles, unos años más tarde comenzaron a diversificar sus productos y experiencias: bebidas alcohólicas locales, frutos y semillas que sirven de insumos para la fabricación de productos, suvenires turísticos traídos de Tarapoto y Lima, entre otros productos. Pero a su vez “experiencias culturales” que por primera vez se ofrecían en la comunidad, como fueron las exhibiciones de procesos de producción de las cerámicas y textiles locales, así como presentaciones de danzas y música “típica” del pueblo Kichwa lamista.

El caso de las exhibiciones de bailes me llamó mucho la atención. Estos se presentan de lunes a sábado, de 3-5pm en la parte exterior de la tienda. Rubén convoca a un grupo de músicos y niños de la comunidad quienes, acompañados de las flautas y tambores tradicionales, danzan utilizando los trajes que sus padres y madres usan en épocas de celebración. Mientras los niños danzan en ronda, invitan a los turistas a participar a bailar, les hacen bromas y les ofrecen tomarse fotos con ellos. Luego, cuando la música se detiene, ellos y ellas se acercan nuevamente a los turistas a pedirles una colaboración económica por haber participado como espectadores de esa experiencia. Además, las abuelitas de la familia, durante el día sobretodo, suelen sentarse en la puerta, mirando hacia la calle, a tejer sus pretinas de algodón y

cuando las fotografían, también sugieren que los espectadores aporten con una colaboración.



Imagen 20: Tienda de artesanía "El Pukunero" (Anne Zwiener, 2015)

Paralelamente, Rubén ofrece servicios turísticos y se presenta como el “único guía nativo de Lamas”; sus recorridos comprenden lugares como la comunidad nativa Kichwa Wayku, la comunidad nativa Kichwa de Pamashto donde él y Guillermina tienen su chacra y hay rutas de acceso a cascadas y al río Mayo, entre otros puntos. Él me comentó que ofrece paquetes que otros guías de Tarapoto no podrían tener, de modo que “no compite sobre esos circuitos con nadie”.

Por último, durante el periodo que realicé el trabajo de campo de esta investigación, la familia Sangama Tapullima estaba construyendo su propio Museo de artesanías “El Pukunero” en una de sus propiedades del barrio nativo Kichwa Wayku, a 5 cuadras de la plaza central de la comunidad. La pareja me comentó que este proyecto surgió a partir del legado que heredaron de sus familias. Desde las bisabuelas, abuelas y madres de Guillermina y Rubén se hacían y usaban cerámicas, muchas que aún conservan y que están intentando rescatar. Con el apoyo de otros familiares y vecinos han intentado recolectar y recuperar un gran número de cerámicas antiguas que “reflejan la continuidad y valor de este conocimiento”.

Para mí resulta muy interesante cómo toda la familia de Rubén y Guillermina se involucra y apoya este emprendimiento. Desde las abuelitas hasta los niños, cada quién cumple una función dentro del proyecto que, justamente para ellos, busca reflejar cómo las generaciones continúan con aquellas prácticas y conocimiento que los turistas están interesados por conocer y participar. Para Rubén eso es clave; en lugar que otros empresarios de la ciudad se beneficien de la presencia y cercanía de la comunidad, él mismo quiso tomar la iniciativa de hacer algo por su cuenta que le permita tener mejores condiciones para articularse al turismo. Esta familia y sus diversas iniciativas son un buen caso para entender cómo es apropiado e incorporado la performance de la etnicidad cultural en el contexto del turismo en la comunidad. Aunque ellos no se reconocen aún como “emprendedores”, dentro de los términos del proceso de neoliberalización de la economía promovida en Lamas, Rubén y Guillermina serían buenos referentes.

Entonces, tomando en cuenta ambos casos, el de la iniciativa “Lamas ciudad mural” y el del emprendimiento de la familia Sangama Tapullina, he buscado presentar cómo ambos sectores de la población lamista se vienen relacionando con el propósito que planteó el Destino Lamas y que ha ido evolucionando con el paso de los años. Poco a poco se fue componiendo el proyecto para la vigorización del destino, articulado a los diversos tipos de demanda turística predominante: arte, naturaleza, cultura e historia concentrada en un solo lugar. Estos esfuerzos planteaban que progresivamente se fuera consolidando el sector turismo como una actividad económica prioritaria para Lamas y sus pobladores; lo que a su vez trajera consigo la generación de empleo, mejora de ingresos y del nivel o calidad de vida de la población.

Los resultados de estas políticas y la mentalidad que impone comenzaron a visibilizarse rápidamente. De acuerdo a las conversaciones que mantenía con uno de los gestores turísticos de la municipalidad, él me comentó que para el año 2011 se registraba la llegada de 50 mil visitantes al año. Para finales del 2015, esta cifra cerró en 250 mil visitantes al año.

“Ocurrió un crecimiento exponencial. Crecimiento que a su vez ha generado la motivación de algunos empresarios con relación al crecimiento

económico. Por ejemplo, en temas de artesanías. Antes en la plaza del Wayko encontrabas 2. Ya ahorita hay alrededor de 8 a más. Y con relación a toda la ciudad, Wayko y Lamas, serán 15-16 tiendas de artesanías. Ese crecimiento se basa en eso. No solo el tema de artesanías ha tenido crecimiento, sino también el tema de restaurantes; de 15 que había, ahora hay 28 y creciendo. Hospedajes, de 6 hay ahora entre 12 y 13 que están siempre en capacitaciones. Este proyecto ha permitido a la población crecer y eso es lo que se quiere de la parte turística.” (Junior, agosto 2016)

Tal como refleja la cita, y los casos que presenté antes, el propósito de las intervenciones en el marco de “De mi tierra un producto” fueron incorporados, progresivamente, por la población. Sobre todo, en Lamas donde se concentró la inversión más fuerte de recursos y su administración y gestión. De modo que la producción del espacio cotidiano y la apropiación de los discursos –culturales, identitarios, de re valoración de lo lamista - se comienzan a materializar. Hablo de materializarse puesto que la ciudad se comienza a producir –o a adornar, vestir- incorporando los valores-atractivos de estos referentes culturales producidos para consolidar la oferta del destino turístico, desde los murales en las calles y en la estética de la ciudad que se uniformiza.

Si bien es cierto que esta producción se hace más visible en la parte alta de la ciudad de Lamas (por las fachadas de los servicios, el movimiento de flujo de gente, etc.), por la relación de proximidad que mantiene con el barrio el Wayku –los desplazamientos y la articulación económica-servicios-, estos efectos permean en la comunidad generando cambios e iniciativas que se van incorporando en sus aspiraciones y prácticas cotidianas de diversas familias, un reflejo de ello es el incremento de las tiendas de artesanía que se ha triplicado en los últimos 5 años. También pasa algo similar con el centro artesanal Waska Waska Warmi Wasi que antes se encontraba fuera de funcionamiento y que a raíz del programa es remodelado con la intención de generar unas instalaciones adecuadas con que las y los miembros de la asociación de artesanos Yuyay Llakta dispongan para la producción y comercialización de sus productos, y para que los turistas puedan acudir con más regularidad.

Es importante recalcar que esta lectura del turismo como oportunidades de desarrollo económico y bienestar para la población también genera nuevas necesidades y dispositivos de adaptación. Los costos de vida regulares de la

comunidad, ligados a transporte, alimentos, educación y salud, en muchos de los casos de las familias de la comunidad con las que me relacione en el campo, ahora habían asociado a otros gastos ligados a las comunicaciones (teléfono fijo y celulares), el uso de cocinas y balones de gas, la compra de televisores, y electrodomésticos, principalmente.

De acuerdo a como me contaban “ahora hay más plata, pero más rápido se acaba, ya hay que pagar otras cosas que no había antes y por eso hay que trabajar más duro”. Cotidianamente observaba que, en las narrativas de la población de Lamas, tanto de la comunidad como de la ciudad, percibían que el estilo de vida había cambiado considerablemente.

Algunas familias han tenido la posibilidad de involucrarse más y aprovechar las condiciones de este contexto, incluso se apropian de las ideas que promueven los modelos de emprendimiento turístico y encuentran en este escenario la oportunidad o el contexto ideal para desarrollar sus propios emprendimientos y beneficiarse con la demanda turística y el aparente crecimiento económico. Sin embargo, esto no pasa en la mayoría de los casos y frente a ellos deben optar por aquellas alternativas que más se adapten a sus estilos de vida y disponibilidad de tiempo. Como mencioné antes, incluso las y los niños y las y los abuelitos recurren a las exhibiciones de danzas en las plazas, tiendas de artesanías o el castillo a partir de la cual obtienen una suma mínima de dinero con que apoyar sus gastos familiares o personales. Esto es algo que no ha recibido mucha atención por parte de la población; incluso es la propia municipalidad y autoridades de la comunidad quienes motivan que se lleven a cabo estas presentaciones en ese contexto. Sin embargo, no se toman en cuenta las condiciones implicadas en este tipo de régimen laboral y en sus efectos sobre la identidad cultural.

2.2. Intervenciones y sus efectos sobre la cerámica Kichwa lamista

De la mano con los efectos de las políticas de mercado incentivadas desde la municipalidad y el gobierno central, la atención sobre las “industrias culturales” se enfatiza y vuelve una prioridad. El campo de las artes tradicionales, indígenas y populares recupera la atención de la sociedad nacional y,

nuevamente con fuerza, comienzan a aparecer e intervenir diferentes actores sobre los procesos de producción de estos objetos y su conceptualización como patrimonio cultural.

Las principales influencias vienen de dos lados: por un lado, las políticas culturales de reconocimiento y salvaguarda del patrimonio inmaterial de los pueblos indígenas y originarios, incentivadas por el Ministerio de Cultura y Unesco. Y, por otro lado, las políticas de mercado para el fortalecimiento y gestión de la producción artesanal como un vector para el desarrollo sostenible de los pueblos indígenas y originarios, impulsadas por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo y PromPerú. En ese contexto, la cerámica Kichwa lamista ingresa al paradigma del patrimonio y el desarrollo; se ubica en medio de dos esferas de poder gubernamental que se encargan de conceptualizar y organizar esta manifestación cultural.

Como parte de ese escenario, uno de los objetivos de la propuesta de turismo inclusivo de MINCETUR, con el programa “De mi tierra un producto”, fue el desarrollo de la oferta artesanal de la comunidad Kichwa lamista que incluyó tres ejes: capacitaciones en diseño de productos, gestión empresarial y articulación comercial. Es así que en el periodo que comprende los años del 2012 al 2016 se regularizan y lleva a cabo el “proceso de implementación, fortalecimiento y capacitación” a las y los artistas tradicionales de la comunidad nativa Kichwa Wayku, orientado bajo la siguiente consigna:

“Entre los objetivos del MINCETUR se encuentran el de contribuir al proceso de fortalecimiento de la identidad, el respeto a la diversidad cultural y al proceso de integración nacional y regional, fomentando la conciencia turística; promoviendo el desarrollo de la actividad turística como un medio para contribuir al crecimiento económico y al desarrollo social del país, propiciando las condiciones más favorables para el desarrollo de la iniciativa privada y la generación de empleo, y promoviendo el desarrollo de la actividad artesanal, través del incremento de la productividad y competitividad de sus agentes, fortaleciendo su identidad y su acceso al mercado nacional y de exportaciones” (Presentación de la iniciativa en el portal web oficial. Mincetur).

De acuerdo a como me comentaban las ceramistas de la comunidad, durante esos años se realizaron una serie de actividades donde eran convocadas a participar de manera regular, tanto a las ceramistas de la

asociación, como las independientes. Fue durante ese periodo que llegaron una serie de consultorías a realizar cursos y talleres para diversificar y “mejorar” la producción de cerámica Kichwa lamista. Se dieron capacitaciones en temas de formalización, ventas y atención al cliente; talleres de emprendedurismo y autoestima laboral; cursos y residencias artísticas en/con las comunidades indígenas; prácticas profesionales de estudiantes de turismo; proyectos de investigaciones académicas, entre otras tantas actividades que involucraban el relacionamiento y participación de la población y de las mujeres Kichwa lamistas que se dedicaban al oficio de la cerámica, en particular.

A su vez, los espacios que disponían para la exhibición y venta de las cerámicas, también fueron intervenidos como parte del proyecto. Se llevó a cabo la remodelación del Centro Artesanal Waska Waska Warmi Wasi y la uniformización de las tiendas de artesanías ubicadas en las calles principales de la comunidad y alrededor de la plaza. Específicamente el proyecto de remodelación del centro artesanal fue relevante para las ceramistas de la Asociación Yuyay Llakta, pues la nueva infraestructura incorporó una serie de elementos como mesas de trabajo, talleres de producción, hornos industriales y tornos, entre otros equipamientos a los que antes no tenían acceso. Sin embargo, a algunos de estos les dieron utilidad y otros, en cambio, fueron abandonados por su falta de practicidad y correspondencia con las técnicas y herramientas que emplean en sus procesos de producción cerámica.

Los efectos que estas intervenciones y presiones generan sobre las artesanas, los objetos y contextos de producción de las artes tradicionales se ven reflejados en diferentes escenarios que he optado por agrupar de la siguiente manera: El primer escenario corresponde al de las percepciones de las ceramistas sobre estos procesos. El segundo escenario corresponde al de la incorporación y diferenciación de repertorios técnicos y culturales de las cerámicas Kichwa lamistas. Y el tercer escenario, vinculado a la reorganización de la producción de las cerámicas Kichwa lamistas.

Desde mi punto de vistas, estos tres ámbitos o esferas se interrelacionan y dependen entre sí; por eso propongo prestar atención sobre ellos

independientemente con la intención de dar cuenta como un terreno modela al otro y definen el escenario actual de la cerámica Kichwa lamista.

2.3.1. Percepciones de las artistas tradicionales

El primer escenario que identifique corresponde al de las percepciones de las artistas tradicionales del barrio Wayku con relación a los cambios y valores que se inscriben alrededor de las cerámicas tradicionales a raíz de las políticas económicas y culturales impulsadas desde el estado.

En un principio, las artesanas, reconocen que la alfarería –como conocimiento heredado- era una actividad que se realizaba en esferas no capitalistas y su producción servía para el autoconsumo e intercambio.

“Antes siempre se usaba la cerámica; había para cocinar, guardar el agua, para tostar, para preparar ponche; todo eso hacíamos” (Marisol, agosto 2016).

“La cerámica es nuestra costumbre de nosotros. Desde antes es la costumbre que tenemos en la comunidad. Antes no había esos aluminios, ¿di? no se compraba nada, todo era lo que usábamos haciendo con las manos, nuestras tinajas, nuestras ollas, tiestos; también hacíamos cucharones de palo, las batidoras, todo era eso. En ese tiempo que mi mamá y mi papá pasaron la patrona, no teníamos ni aluminio ni nada, todito era de barro, grandes y chicos. Nuestra chicha también hacíamos en olla de barro y para que fermente se hacía un hueco profundo donde se sentaba la tinaja; hasta la mitad se la enterraba para que sea sentadito y la otra mitad quedaba afuera, porque cuando no se le pone así, se quiebra a la mitad la tinaja, por el peso, y se desperdicia ya la chicha; varias veces nos ha pasado, por eso le enterramos. Así era siempre, cuando las familias se preparaban para las fiestas, ahí se hacían grandes, pero cuando quieres usar en tu casa haces en tinajitas chicas y ahí pones tu chichita” (Margarita, agosto 2016).

“Para saber que se va a recibir la fiesta se enteran de 3-4 años, por eso se espera preparado ya toda la vajilla. Se hace ya más rápido faltando un año. Ahorita [que es época de fiesta] ya está hecho todo. Todavía se usó como se hacía antes en las fiestas. Ollas grandes para poner la presa, tinajas chiquitas y grandes, para poner polvo de maíz, para tostar” (Herminia, agosto 2016).

Como reflejan los testimonios anteriores, las cerámicas eran fabricadas y utilizadas en el ámbito cotidiano de la vida familiar y comunal. Las mujeres que integraban las familias Kichwa lamistas preparaban sus propias cerámicas que utilizaban para cocinar, servir y guardar los alimentos que cultivaban o intercambiaban con sus parientes y vecinos.

A su vez, la alfarería cumplía un rol muy importante en la celebración de las festividades. Cada pareja de anfitriones preparaba con antelación la vajilla que utilizarían para servir y alimentar a sus invitados. Principalmente en la celebración de la Fiesta Patronal Santa Rosa Raymi, alrededor de dos o tres años antes, “los cabezones” –como se denomina a la pareja anfitriona de la celebración- reunían a sus parientes mujeres: hijas, cuñadas, nueras, madres, para producir el arsenal de tiestos, tinajas, ollas, batidoras y demás que se debían tener listos para estrenar en la celebración (Belaunde L. E., 2017, pág. 11).

El uso cotidiano y festivo de las cerámicas al interior de la comunidad establecía cierta regularidad respecto al flujo de producción de estos objetos. Por ejemplo, una vez que culminaba la celebración de la fiesta patronal, un matrimonio o un bautizo, las cerámicas estrenadas quedaban disponibles para usar en el hogar, en la chacra o para intercambiarlas por productos con sus familiares y vecinos. Con relación a ello, muchas veces las cerámicas eran reusadas y se adaptaba su utilidad conforme a la necesidad del contexto. Por ejemplo, grandes tinajones que habían sido usados para fermentar la chicha, luego pasaron a servir como bañeras o lavaderos. En otros casos, tinajas medianas y grandes se usaban como roperos; además de los usos habituales para los que servían estos objetos: para recoger y almacenar el agua, fermentar la chicha, para cocinar, preparar y servir los alimentos. El resto de veces, cuando las cerámicas se dañaban, ya sea que se quebraban o quemaban, las cerámicas pasaban a ser recicladas en forma de shaño y reincorporadas a la mezcla de barro para la fabricación de nuevas piezas.

En ese sentido, el ciclo de vida de las cerámicas se originaba, transcurría, culminaba y volvía a empezar al interior del ámbito de la comunidad. Era en base a los propios conocimientos, necesidades y celebraciones de las familias Kichwa lamas que se organizaba la producción, intercambio y consumo de las cerámicas Kichwa lamistas. Sin embargo, a raíz de los procesos de articulación al mercado turístico y las transformaciones que ocurren en el plano económico y social, aparecen nuevas esferas de circulación donde ingresa el arte de la cerámica

Kichwa lamistas y, con ello, nuevos principios de autoridad y agentes que influyen o determinan este quehacer.

En este contexto, las mujeres ceramistas perciben un cambio sobre la racionalidad que se inscribe en la práctica cultural de la producción cerámica, pasa de una netamente cultural a una económica. Ocurre una reconfiguración de la actividad productiva alrededor de la cerámica que hace el tránsito de una lógica de autoconsumo, a una orientación comercial. Para ellas esto implicó nuevas maneras de entender y relacionarse con la práctica de la cerámica tradicional; con el contexto del país, de Lamas y la comunidad; y con los significados y potencialidades que articulan estos objetos.

“[¿Qué cambios has notado sobre cómo se producen y venden las cerámicas? En el tiempo de tu mamá o tu abuelita, ¿cómo era?] Antes casi nadie vendía, solamente hacían para utilizar. Antes no tenían para negocio, ahorita nosotros ya lo hacemos casi solamente para negocio y ya no casi para utilizar. Bastante ha cambiado” (Margarita, agosto 2019).

“Yo hago cerámica desde chiquita. Cuando niña hacía para uso, pero para negocio ya hago desde hace 8 años” (Guillermina, agosto 2019).

“[¿Cuántas mujeres se dedican al oficio de la cerámica?] En el Wayku la tercera parte se dedica. Todas saben hacer para su utilidad, pero la tercera parte si hace para negocio. Y toda la comunidad para su utilidad.” (Sonia, agosto 2019).

Como dan cuenta los testimonios, la opción del autoconsumo no desaparece al ingresar las cerámicas Kichwa lamistas en el ámbito comercial. Al contrario, se establece una suerte de especialización en cuanto a quienes pueden producir para la venta, vinculado a un tipo de consumidor o demanda extra local; y quienes pueden producir para su utilidad, vinculado al uso de las cerámicas dentro del ámbito doméstico y comunal.

A su vez, esta percepción sobre la diferencia entre una ceramista que se dedica a la alfarería como “negocio”, en contraste con una ceramista que no, implica que 1) se identifica aquello que estimula la demanda de cerámicas para que puedan comercializarse y 2) que se produzcan piezas que responden a estas necesidades y preferencias del consumidor. Esto está vinculado con la presencia de distintos actores, grupos de individuos e instituciones, con intereses y repertorios distintos que llegan a la comunidad con la intención de capacitar a

las artistas tradicionales y “fortalecer” las cualidades técnicas, tecnológicas y estéticas de estos productos.

En ese sentido, la suerte de especialización sobre la que hacía referencia líneas arriba, está ligada con la elección y posibilidad de acoplarse a la demanda y estándares que impone el mercado de artesanías y arte tradicional. Según la percepción de las propias artistas tradicionales, lo que comienza a suceder es que las mujeres que quieren y pueden dedicarse de manera regular a la cerámica y otras artes tradicionales, se comienzan a organizar y conforman la Asociación de artesanos y artesanas del Wayku Yuyay Llakta. La formalización de este conjunto de mujeres y hombres genera la posibilidad de que los socios y socias tengan mayor acceso a servicios, asesoramiento, capacitaciones, eventos y contactos que potencien la posibilidad de obtener ganancias económicas a través de este quehacer.

Así mismo, el tema de la formalización del arte tradicional a través de la conformación de la asociación recibe dos lecturas diferentes. Por un lado, para las ceramistas que conforman la asociación, este hecho les permite ingresar en una serie de esferas de oficialidad, reconocimiento y visibilidad como ocurre con el caso de los convenios con el estado a través de iniciativas comerciales como “Rurak Maki” o “De nuestras manos”, ferias de arte tradicional que se llevan a cabo en Lima y que cuentan con la presencia de esta asociación.

Sin embargo, por otro lado, para las ceramistas independientes, conformar una asociación implica mayores responsabilidades y obligaciones que cuesta sostener a la par con los compromisos y roles que ya cumplen dentro de su contexto familiar. En ese sentido, no a todas las ceramistas les resulta beneficioso o necesario pertenecer a la asociación. Recalcan que valoran más la flexibilidad y autonomía de trabajar independientemente ya que así articulan su vida doméstica y laboral. Es importante señalar que el hecho de que ser independientes no las excluye de la posibilidad de participar en eventos, talleres o capacitaciones. Muchas de ellas son ex socias o tienen conocidos en la asociación, y aprovechan estas redes de contacto para estar al tanto de algún evento o tema de su interés. Todas estas cuestiones son ponderadas en base a

las limitaciones y ventajas que tiene a su alcance y que definen su contexto en particular.

Finalmente, otro aspecto sobre el que las artistas tradicionales hicieron referencia tiene que ver con las percepciones sobre las características que hacen que algunos objetos se vendan más fácilmente que otros. Más allá de un tema de cualidades estéticas, esta idea se asocia al tipo de objetos según el repertorio al que pertenece. Este problema lo desarrollo con más profundidad en el siguiente acápite que corresponde a la incorporación y diferenciación de repertorios que dan cuenta de una separación entre lo tradicional y lo contemporáneo. Sin embargo, en este punto me interesa enfatizar en el hecho de que ellas perciben que es importante mejorar sus habilidades técnicas; pero más importante aún es mantener la continuidad de aquellos procesos y diseños que caracterizan el repertorio “tradicional” del pueblo Kichwa lamista.

“[¿Quiénes compran las cerámicas que produces?] Sobre todo, los turistas; pero a veces también me compran de la comunidad. De las comunidades de afuera de lamas nomas vienen a comprar tinajitas para el agua, eso compran. Los turistas llevan otras cosas, todo lo que saben para qué sirve cuando le dices, así tranquilos se llevan cuando les explicas. Por eso seguimos haciendo así, porque así es lo que usamos nosotros y eso quieren conocer” (Nancy, setiembre 2016).

“La cerámica es mi negocio. Yo hago diferentes clases de trabajos: tiestos, cantaros y todas las variedades que se deja hacer con la greda. Más de 11 años que trabajo con el barro. Trabajar con nuestra greda, arcilla, nos da plata, así he mandado a hacer mi casa. Eso nos ayuda y además es nuestra cultura de nuestra comunidad. Hay que seguir manteniendo y no perder lo que nuestros ancestros nos han dejado” (Guillermina, agosto 2019).

Al introducirse en la lógica comercial de la producción cerámica, las artistas tradicionales perciben los estándares de calidad que se impone sobre los objetos y la oferta que compite con ellas por este mercado. En ese sentido, principalmente encuentran un riesgo respecto a las cerámicas que produce las artistas tradicionales de Chazuta y las cerámicas traídas de ciudades como Lima y Tarapoto que ofrecen las tiendas de artesanías en la ciudad. En ese panorama, ellas destacan la importancia de la identidad étnica que contienen las cerámicas que ellas producen; pues a diferencia de otras, estas son hechas por artistas de origen Kichwa lamista, siguiendo los procedimientos técnicos, tecnologías y materiales que aprendieron de sus ancestros y que siguen vigentes en la

actualidad. Esto conduce a que se valore otra dimensión del arte tradicional que es la identidad étnica de esta manifestación y su lugar como protectoras y transmisoras de este conocimiento.

En conclusión, las artistas tradicionales perciben una doble potencialidad en el panorama actual de las artes tradicionales, particularmente sobre el contexto de la cerámica Kichwa lamista. Por un lado, la potencialidad vinculada al poder de enunciación y reivindicación de la identidad Kichwa lamista a través de las cerámicas como manifestación cultural y patrimonio colectivo; y, por otro lado, la potencialidad económica que implica el comercio de las cerámicas en un mercado que se abre para ellas y les permite la posibilidad de generar mejores ingresos en sus economías familiares.

2.3.2. La incorporación y autenticación de repertorios

El segundo contexto en el que se reflejan los efectos de las intervenciones y políticas culturales y económicas sobre el arte tradicional de la cerámica Kichwa lamista tiene que ver con la incorporación y autenticación de los repertorios de la cerámica. En este caso, tomo atención sobre algunas experiencias y temas sobre los que me comentaban las ceramistas del Wayku; pero también, algunas diseñadoras y ceramistas limeñas que desarrollaron consultorías y proyectos en colaboración con las artistas tradicionales de la comunidad.

Lo que me interesa destacar en este apartado es la manera como las ceramistas de la comunidad entienden y definen aquello que pertenece a sus repertorios patrimoniales³⁰ y aquello que diferencia a la cerámica Kichwa lamas de otros estilos y maneras de hacer. Este proceso da cuenta de cómo se establece la autenticidad de sus prácticas y formas culturales en un contexto de transformación e incorporación de nuevos diseños, técnicas, materiales y

³⁰ En la mayoría de los casos las ceramistas de la comunidad Kichwa Wayku hacen referencia a lo “tradicional” en lugar de lo patrimonial, pero, en ambos casos, se refieren a aquellos conocimientos y prácticas que han sido transmitidos de generación en generación y que remiten a una identidad étnica y local que enuncian como propia.

agentes que exigen la constante diferenciación y enunciación de la cerámica Kichwa lamista como propia de la comunidad.

El concepto de autenticidad lo recojo de los planteamientos de Gisela Cánepa en *“Poéticas y políticas de la identidad: el debate por la autenticidad y la creación de diferencias étnicas y locales”*; en este artículo la autora plantea que *“en la definición de lo que es auténtico y lo que no lo es, los grupos logran adscribirse prácticas y formas culturales que los constituyen y naturalizan como diferentes”* (Cánepa, 2002, pág. 274).

En ese sentido, he identificado tres momentos que ayudan a entender el contexto y los argumentos a los que recurren las artistas tradicionales del Wayku para establecer la autenticidad y diferencia de los repertorios que constituyen la cerámica Kichwa lamista.

El primer momento está asociado a las diversas intervenciones y proyectos que se dieron entre el año 2014 y 2018 en la comunidad nativa Kichwa Wayku. A lo largo de ese periodo, se llevaron a cabo una serie de talleres, capacitaciones, proyectos colaborativos, concursos y ferias artesanales en las que participaron las ceramistas del Wayku bajo la invitación y dirección de diversas instituciones. Tomando en cuenta el contexto del programa “De mi tierra un producto”, el MINCETUR, a través de la Dirección General de Artesanía, fue el principal promotor de estos procesos en los cuales se convocaba a todas las ceramistas de la comunidad.

La mayoría de las artistas tradicionales que entrevisté durante el trabajo de campo habían participado más de una oportunidad en estas actividades, principalmente en las capacitaciones. Ellas recordaban que durante un periodo de tiempo se llevaron a cabo muchas de estas capacitaciones y la mayoría de ceramistas que asistían conformaban la asociación, pese a que la convocatoria se hacía de manera general, las ceramistas independientes muy rara vez concurrían.

“Cuando viene una capacitación invitamos a todas las artesanas. La última capacitación que tuvimos fue “De mi tierra un producto”, una capacitación de 18 días. Hemos andado casa por casa invitando a todas, eso fue el año pasado. Nadie quiso venir porque no tienen tiempo, muchos compromisos dicen y eso nos da pena. La capacitación se da con 20-30 personas, pero nosotros solo éramos los socios, 12 personas, el resto nada y después se quejan. Pero

no es así, hay que dejar de nuestro tiempo para capacitarnos. Por eso puedes ver el trabajo de Margarita, bien lindo es porque se capacita” (Guillermina, agosto 2016).

“He participado de las capacitaciones y talleres. Harto ha habido. De Tarapoto vienen de la universidad o de Lima a hacer sus capacitaciones de qué cositas para hacer, de diseños nuevos. El año pasado hemos parado en capacitaciones, aprendiendo a mejorar nuestro trabajo, a decorar, todo eso. Pero este año nos hemos dispersado un poco” (Eleonor, agosto 2016).

Otra de las cuestiones que me señalaban continuamente tenía que ver con el contenido de estas capacitaciones y talleres. En la mayoría de los casos el objetivo era enseñarles a utilizar nuevas herramientas y utensilios, como tornos, moldes, hornos industriales, pinceles, entre otros, que les permitiera lograr mejores acabados en las piezas finales. Y a implementar el diseño y desarrollo de nuevos productos que, en muchos casos, implicaban la utilización de las herramientas y materiales que traían estos profesores y profesoras.

“De todo hemos visto, nuevos productos y nos ha enseñado como quemar en el horno. El primer horno tiene 5-6 años. Después los hornos medianos tendrán 3 años ya; eso es del Mincetur que nos puso y recién aprendimos a usar” (Marisol, agosto 2016).

“A veces no se sabe hacer el acabado, cómo también le harán. En eso sí yo he aprendido bastante el acabado. [¿Cómo has aprendido? ¿Por ti misma o te vinieron a enseñar?] Sí, a mí también me han enseñado. El profesor de Pirua que venía, él nos ha enseñado tiempo, nos ha capacitado tres meses. A cada rato viene a enseñarnos cuando le dicen; parece que Mincetur lo invita, no la municipalidad. Él nos ha enseñado a hacer bien bonito los acabaditos, entonces nosotros llevamos eso a vender”.

“Mi mamá me enseñó a hacer las tinajitas, pero de ahí cuando ya me he capacitado más aprendí a hacer de todo. Una profesora de Chazuta me ha capacitado en el centro artesanal, eso fue cuando ya estaba grande, con tres hijos. Teníamos tres meses de capacitación” (Sonia, julio 2016).

Ellas recordaban que de lo que se venía fabricando, casi únicamente, tinajas, tiestos, ollas y otros artefactos para autoconsumo, se comenzaron a producir otros objetos como tazas, jarras, maceteros, porta lapiceros, porta velas, porta servilletas, máscaras, figuras de animales, entre otros objetos que fueron aprendiendo a lo largo de este periodo. Así mismo, se buscó también masificar la producción por lo que se implementaron herramientas que agilizaran las etapas del proceso de producción, como fue el caso de los moldes y tornos;

y de materiales para dar los acabados finales a las piezas como pinceles y acuarelas, barniz y ceras.

Así, este contexto se caracterizó por la introducción de herramientas, materiales y diseños que fueron siendo incorporados y asimilados como “mejoras” en las técnicas de producción y repertorios de la cerámica Kichwa lamistas. El principal aspecto que me comentaban las ceramistas era cómo estas capacitaciones y nuevos aprendizajes contribuían a la venta de sus artesanías. Las ceramistas identificaban que los conocimientos que habían recibido de sus madres no lograban igualar la “calidad” o el “acabado” que los turistas demandaban y, en cambio, a partir de estos talleres, ellas habían logrado entender y aprender cómo hacer cerámicas “que salieran rapidito”.

“Con mi mama no había aprendido a pintar con pincel, cuando era con mi mama con algodón o de pelo hacíamos el pincel. Y cómo también hacia mi mama los acabados, porque no tenía capacitación. Pero yo cuando me he capacitado he mejorado en cómo hacer el acabado. Cuando más haces un buen acabado, la venta te sale más, la artesanía sale más rápido. Si haces feito pues demorado sale” (Nancy, julio 2016).

“La que sabe entender, se entiende; pero la que no sabe entender sigue haciendo la misma cosa. Algunos no lo saben hacer caso, se molestan cuando se les dice, no les gusta que se les enseñe: “No, así no, cómo también he de hacer mis tiestos”. No les gusta cuando se les dice, para eso pues hay que saber entender las cosas, si no sabes entender sigues haciendo mal y tener gana también para hacer bonito. Así les digo yo cuando me preguntan las socias, porque al final es tuyo y si quieres vender hay que sacar más mejoradito. Yo no hacía antes así mis cositas, hacía bien feito, bien malogradito. [¿Eso también te hace sentir orgullosa?] Sí, me da gusto verlo bonito. En la mañana han venido dos personas, todas mis tasas han querido llevar, pero como no era quemado no lo puedo vender. Esas ollas, tinajas, todo eso han querido llevar” (Margarita, agosto 2016).

Otra característica importante de este periodo se relaciona con las distintas oportunidades y condiciones que se abrieron para las ceramistas de la comunidad. Principalmente fueron las ceramistas de la asociación Yuyay Llakta quienes tenían mayores facilidades para acceder a las capacitaciones, concursos y ferias. Razón por la que fue este grupo quien aprendió a realizar una variedad mayor de diseños y técnicas de acabados que continúan implementando hasta la actualidad.

“Cuando somos una institución si nos capacita Dircetur. Tenemos proyectos ahorita de “De mi tierra un producto” y el Plan Copesco para la

renovación de los tambos. Es importante esa situación, porque si nosotros seríamos individuos entonces no habría esto. Después también nos han construido hornos, hemos tenido la oportunidad de ir a ferias a nivel nacional. Así nomás no te vas a una feria. A veces yo no he logrado ir, pero he mandado a otras socias para que se vayan a aprender” (Manuela, setiembre 2016).

“Yo quisiera que sigan apoyando con las capacitaciones. Que no se cansen porque tarde o temprano, quizás no todas, vamos a quedar alguien que quiera seguir trabajando, dale y dale, y quieran mejorar” (Manuela, setiembre 2016).

En cambio, en el caso de las ceramistas independientes, algunas de ellas llegaron a participar de los eventos por invitación de las asociadas u organizadores y, de esa manera, se familiarizaron con los repertorios y contenidos que impartían. En ese caso, las ceramistas independientes también manifiestan haber incorporado algunos nuevos diseños de productos como son las gallinetas y maceteros.

Es importante destacar que la presencia de actores externos a la comunidad como fue el caso de los y las diseñadoras, ceramistas de otras ciudades y gestores culturales que llegaron al barrio del Wayku, marcó un punto de inflexión respecto de quienes eran las voces autorizadas para influir en los conocimientos y prácticas de la cerámica tradicional. Debido a que estos sujetos encarnaban los principios de especialización y acceso al plano social y económico del mercado de artesanías, sus protocolos y valores fueron aceptados e incorporados progresivamente por las artistas tradicionales de la comunidad. Principalmente el tema de la formalización, los estándares de calidad e innovación de productos tuvieron mayor repercusión sobre las prácticas y formas culturales de la cerámica Kichwa lamista. Esto es clave pues, a partir de ahí, para las artistas tradicionales de la comunidad fue mucho más importante la posibilidad de adaptarse e incorporar estos procesos y valores que les permitieran competir en el mercado laboral y mantener su reconocimiento social.

Lo anterior me lleva a comentar el segundo momento importante del contexto en que se establece la autenticidad y diferencia de los repertorios que constituyen la cerámica Kichwa lamista. Mientras que el primer momento estaba vinculado a la introducción de estándares de calidad y diversificación de

productos; este se vincula con los procesos de incorporación y depuración de estas enseñanzas, que conducen a que las artistas tradicionales de la comunidad distingan repertorios tradicionales y contemporáneos que dan sentido a su quehacer en la actualidad.



Imagen 214: Cerámicas antiguas recuperadas (Archivo personal, 2016)

La diversificación de la cerámica kichwa implica un proceso de transformación de la cultura material. Esto se vincula con la creación de nuevos objetos y la re-creación de objetos tradicionales a partir de materiales, objetos, herramientas y agentes que dan legitimidad y vigencia a las prácticas y formas culturales de la cerámica Kichwa lamista. El hecho de que a través de las intervenciones del MINCETUR, las artistas tradicionales de la comunidad tengan acceso y capacitación sobre nuevos procedimientos de aprendizaje y producción de las cerámicas, implica que se reconfiguren y establezcan los elementos que conforman la identidad de este repertorio en específico.

Esto se vincula con el tercer momento que da cuenta de los marcadores de identidad y diferencia cultural que configuran la autenticidad del repertorio de la cerámica Kichwa lamista para sus hacedoras. Al respecto, les preguntaba a

las ceramistas sobre lo que caracteriza y diferencia las cerámicas Kichwa. Principalmente, sus respuestas identificaban que los productos que ellas fabrican poseen una identidad cultural que las determina y que se asocian a las técnicas y materiales que utilizan.

“[¿Usas otras tecnologías, como el torno?] Yo no lo uso. Todo es con el rollo, se le llama chunchulli o rollo. Yo hago mi pincel de pelo para la decoración o con pluma de gallina. No quiero usar el pincel porque veo que sale ancho, me han dicho que es por falta de costumbre, debo de acostumbrarme a manejar, pero no puedo. Prefiero esto porque así estoy cuidando mi identidad cultural, si alguien me visita y encuentra un pincel eso ya no es identidad. Yo hago mi pincel. [¿Y para la decoración, solo dos colores?] Rojo y negro. Si quieres puedes usar pigmentos, pero eso ya no son originales. Nosotros cuidamos la originalidad porque mira, yo tengo unas amigas que hacen tinajas en sus casas, pero le pintan con temperas. ¿Has ido al castillo? Ahí pintan con tempera. Pero eso no es originalidad, nosotros usamos lo que es tradicional de acá.” (Margarita, agosto 2016)

“Nosotros tenemos una blusa nativa donde llevamos el bordado, esas flores las dibujamos en nuestras tinajas, en eso también se caracterizan. También todo es natural, como los productos de antes. Ollas, tiesto y variaciones un poco. Antes no hacíamos maceteros o jarrones, ahora ya si hacemos, pero lo hacemos como es nuestra costumbre” (Nancy, agosto 2016)

Como dan cuenta los testimonios anteriores, las ceramistas manifiestan la diferenciación entre lo que es auténtico, de lo que no lo es. Pese a que muchas veces ellas se referían a lo “original”, en lugar de “auténtico”, esto no tenía que ver con la creación de productos innovadores o nuevos, sino más bien con el hecho de mantener las técnicas y materiales tal como se hacía antes. A su vez, la asimilación de nuevos diseños y acabados se asociaba, más bien, a la diversificación de los repertorios, como si se tratase de repertorios tradicionales –tinajas, tiestos y ollas; y repertorios contemporáneos –maceteros, jarrones, tazas, entre otros. En ambos casos, la autenticidad de estos productos se encuentra indexada en la técnica y los materiales que constituyen la identidad cultural de sus repertorios.



Imagen 22: Cerámicas contemporáneas Kichwa lamista (Archivo personal, 2016)

Otra cuestión que entra a tallar -y que va de la mano con lo anterior- es la presencia de tiendas de artesanías en la comunidad nativa Kichwa Wayku y la ciudad de Lamas que se dispara en los últimos 6 años. Lo que ocurre es que estas tiendas se hacen muy populares; muchos visitantes llegan diariamente y consumen los productos que estas ofrecen, pero el 80% de las artesanías que se venden son traídas de otros lugares, a los que se añade la inscripción “Lamas - Wayku”, sobre todo cuando se trata de piezas de cerámica. Vi muchos casos de tiendas donde se vendían cerámicas de Catacaos, de Lima o Tarapoto y que presentaban otras formas, diseños, acabados y técnicas, y a la vista resultan muy diferentes de las que se producen en la comunidad. Sin embargo, para las artistas tradicionales de la comunidad, el hecho de que tengan la inscripción del Wayku, les genera rechazo y malestar pues compiten con ellas en el mercado de artesanías y, además, atentan contra la identidad del repertorio que reconocen como propio de su comunidad.

En ese sentido, la diferenciación y autenticación de la cerámica Kichwa Lamas se configura en términos de la coherencia entre la identidad de repertorio, el contexto de presentación y el lugar de procedencia (étnico y local) (Cánepa, 2002, pág. 278). Los diferentes momentos que he presentado, justamente buscan dar cuenta de cómo se establecen aquellos marcadores de identidad y diferencia cultural que las artistas tradicionales continuamente van recreando y

definiendo con la intención de articular su quehacer con el escenario actual del arte tradicional donde son sujeto de clasificación y valoración constante.



Imagen 23: Cerámicas tradicionales y contemporáneas (Archivo personal, 2016)

2.3.3. La reorganización de la producción

El tercer contexto en el que se manifiestan los efectos de las políticas culturales y económicas sobre el arte tradicional de las cerámicas Kichwa Lamistas está vinculado con la reorganización de los procesos de producción de las cerámicas. Esta sección da cuenta de cómo la expansión del mercado afecta los ritmos y costos de producción de las cerámicas, y la definición de los precios de venta de las cerámicas. Por ello quiero comentar algunos de los aspectos más importantes de este contexto que dan cuenta de las relaciones y estrategias que emplean las artistas tradicionales de la comunidad para adaptarse y desarrollarse en este escenario.

El primer punto tiene que ver con las temporadas de mayor demanda y afluencia de turistas en Lamas y lo que generan con relación a los ritmos de producción de las cerámicas. Como presenté antes, principalmente son dos las temporadas altas: de inicios de junio a fines de agosto, y de mediados de diciembre a finales de febrero. En ambos casos, las ceramistas de la comunidad

deben prepararse con anticipación para llegar a ambos periodos con una cantidad considerable de piezas listas para comercializar.

“Esta es buena época y eso que todavía no llega agosto. Esta semana he hecho casi 30 tiestos en un día; el otro día hice 10 ollas y antes 20 tinajas. En un día de trabajo promedio salen 6 tinajas y de las chiquitas alrededor de 25. De las ollas puedo hacer 10, con sus tapitas” (Nancy, julio 2016).

“Si sabes aprovechar desde junio, sale toda la venta para agosto. Y si haces en cantidad, bastantito, hasta diciembre, pero para eso una tiene que prepararse con anticipación y tener todo listo para quemar todo ya en agosto. Después nuevamente tienes que hacer para que haya más producción” (Marisol, julio 2016).

“Yo sola hago mis cerámicas, así sea cantidad. No contrato porque a veces esas otras personas no me lo hacen bien. Yo sola hago mis cosas mejor. Ya viendo que es cantidad alisto mi leña y empiezo a quemar seguidito. A veces hasta dos o tres días de quema, cuando hay cantidad” (Margarita, julio 2016).

Como reflejan los testimonios, las ceramistas producen una variedad de piezas de manera regular durante los meses previos a la temporada de mayor flujo comercial que comienza a partir del mes de julio con las vacaciones de mitad de año, celebración del aniversario de Lamas, fiestas patrias, entre otros eventos. Sin embargo, la mayoría de las ceramistas coinciden con que agosto es el mes de mayor salida de productos y esto se debe a que es la época en que se celebra la fiesta patronal del pueblo Kichwa Lamas, Santa Rosa Raymi; pero, además, porque es durante esa temporada que se comienzan a celebrar los aniversarios de las promociones del colegio Martín de la Riva y Herrera, para lo cual retornan los y las ex estudiantes y sus familiares. En el contexto de ambas celebraciones, muchísimos turistas nacionales e internacionales pasan por Lamas para ser parte de estos eventos y eso genera que la demanda comercial de las cerámicas sea aprovechada por las artistas tradicionales.

La temporalidad de la demanda hace que el ritmo de la producción se dé de manera acelerada durante estos periodos. Como presenté en el capítulo anterior, la faena de trabajo se inicia, aproximadamente, desde las seis de la mañana y se prolonga hasta que cae el sol. La mayoría de las ceramistas me comentaba que cuando se preparan para estas temporadas tienen que prever y saber anticiparse a los factores condicionantes del trabajo que siempre se presentan. Algunos de los factores que más señalaban son la escasez de

insumos, la temporada de lluvias y la falta de apoyo o colaboración para dedicarse a la producción de cerámicas y responsabilidades familiares en simultáneo.

Con relación a los dos primeros factores, estos están relacionados. Según me comentaban, la materia prima que más suele escasear es la leña. Por ello, la mayoría de ceramistas opta, primero, por abastecerse de una buena cantidad de leña seca y, con eso asegurado, definen qué número de cerámicas pueden producir para quemar. Si no disponen de la leña necesaria, no les resulta conveniente preparar tantas cerámicas porque podrían quedar crudas; es así, que consideran la disponibilidad de leña como uno de los factores más importantes que se debe garantizar. Sin embargo, sobre todo, durante la temporada de diciembre a febrero, disponer de leña siempre resulta más difícil pues coincide con la época de mayores precipitaciones. En ese sentido, las estaciones, determinadas por la época seca y de lluvia, determinan el tiempo calendario y las condiciones climáticas más óptimas para el abastecimiento de materiales, principalmente de la leña, pero también para la extracción de la greda y el secado de las piezas en lo que también repercute el clima.

“La época de lluvia cambia cómo producimos porque a veces cuando está mojada la leña no se puede quemar nada, tienes que tener alistado tu leña cuando es verano; cuando es invierno no se puede quemar nada, no nos ayuda el sol” (Nancy, agosto 2016).

Como se hace referencia en el testimonio anterior, los materiales involucrados en la producción se ven afectados por el clima. En estas regiones del país, la estación de lluvia dura, aproximadamente, desde noviembre hasta abril; siendo las épocas de más precipitaciones los meses de diciembre, enero y febrero, aunque por las características geográficas de Lamas la población reconoce que puede llover en cualquier momento del año. Mientras que los meses de mayo a octubre son considerados la época seca o de menos lluvias y, por lo tanto, más óptima para dedicarse a la producción cerámica.

Esto genera que las ceramistas dediquen mayor tiempo de trabajo en los meses de estación seca. En lugar de empezar su faena a las 6am, deben hacerlo desde las 4am hasta las 6pm durante los meses de clima más favorable: mayo, junio y julio, principalmente. Así, logran adelantar su producción para preparan

la quema que realizan a lo largo de varios días consecutivos y con un volumen mayor de piezas.



Esquema 3: Rutina de trabajo (Elaboración propia, 2019)

El gráfico anterior representa cómo se organiza un día de producción con el ritmo que impone la temporada de mayor demanda. En el caso de este día, corresponde al primer día de elaboración de tinajas; cuyo proceso continúa con otro día completo de pulido y pintado de las piezas una vez que han secado y, posteriormente, otro día completo de quema. Sin embargo, como comentaba antes, durante estos meses de mayor intensidad, la mayoría de ceramistas opta por preparar diferentes cerámicas de su repertorio que dejan listas para quemar en grupo a lo largo de 4 a 6 días consecutivos en que se ha previsto que hubiera luna llena y no lloviera.

Cabe señalar que esto no quiere decir que en las épocas se lluvia se detenga la producción, sino que hay que tener más cuidado con el día y la hora que se trabaja, y asegurar el abastecimiento de greda y leña en condiciones especiales para que no se humedezcan.

Otro aspecto importante tiene que ver con los nuevos costos de producción implicados en el trabajo de la alfarería. Como consecuencia de la creciente demanda, los estándares de calidad y ritmos de producción de las cerámicas para comercializar, las ceramistas se encuentran frente a nuevas necesidades que deben cubrir y que implican la inversión de dinero a la que antes no estaban sujetas.

“La greda no cuesta, pero si se gasta para ir en moto, para llegar hasta donde se saca. Cuando me voy por acá nomás traigo tres sacos y me cobran 30 soles por la carga, porque la greda no cuesta. Y pago 30 soles por ida y vuelta, con moto taxi nomás voy. También se gasta para comprar la leña, eso cuesta 15 soles el tercio. Para quemar regular a lo menos necesito 6 tercios, ahí hay 90 soles que se gasta. (¿Y por qué no se puede recoger leña?) No conviene porque el pasaje también se gasta. Me conviene más comprar porque ahí lo ponen en el sitio que quiero, lo dejan listo mi leña. A veces me vienen a ofrecer y es mejor,

sino yo mismo busco a la persona que me venda buena leña” (Herminia, agosto 2016).

Como da cuenta el testimonio anterior, la producción de cerámica implica una serie de gastos que las artistas tradicionales deben cubrir para poder abastecerse de los materiales con que fabrican las piezas. Uno de los ejemplos más claros está ligado al servicio de transporte y mano de obra que deben contratar para acceder a las minas de greda y transportar la carga hasta sus espacios de trabajo.

Del mismo modo pasa con el acceso y transporte de la leña, fundamental para obtener las piezas terminadas. Mientras que antes ellas mismas, con apoyo de sus familiares, iban a pie a los distintos puntos donde podían recoger la leña y extraer la greda; ahora estos sitios se encuentran más distantes y -aunque estuvieran cerca-, necesitan de ayuda para cargar y transportar las rumas de leña o los sacos de greda. Las personas que solían apoyarlas son los maridos o hijos mayores de las ceramistas; sin embargo, no siempre disponen del tiempo para hacerlo y, aunque en ocasiones aún pueden, el esfuerzo y tiempo que implica hacerlo se percibe mayor a la inversión económica que supone contratar a alguien más.

Principalmente son dos los tipos de gastos que deben cubrir las artistas tradicionales para producir las cerámicas: para el servicio de transporte y mano de obra para extraer y cargar la greda y la leña; y para compras aquellos materiales que necesitan para la fabricación y quema de las piezas.

En el caso del servicio de transporte y carga, o flete como se denomina coloquialmente, la mayoría de las veces la misma persona que dispone de la movilidad es quien realiza el acarreo y carga del material. En ese caso, el costo del flete varía según el material que se necesita, ya sea esta leña o greda. En ambos el principal factor que determina el costo del servicio es el tipo de movilidad que se emplea; en la mayoría de los casos se suele contratar moto taxi y, ocasionalmente, automóvil. A continuación, presento un cuadro donde se detalla el costo por cada caso, según los testimonios que recogí de las artistas tradicionales de la comunidad:

Flete para greda

- S/. 20 por jornada de extracción y acarreo de greda. Suele contratarse a hombres de la comunidad, conocidos o parientes que dispongan de algún tipo de vehículo con el que ir y regresar de las minas de greda. Se les contrata por la ayuda y se suele pagar un extra por el pasaje. La mayoría va en mototaxi o automóvil; en el caso del mototaxi, se suele cargar como máximo 3 costales, mientras que en automóvil hasta 7 costales.

Flete para leña

- S/. 100 movilidad grande tipo combi o camión (cada 6 meses aproximadamente)
- S/. 12 ida y vuelta en mototaxi (cada tres meses aproximadamente).

En el caso de los materiales utilizados para la alfarería, casi todos son naturales y se pueden recolectar en los alrededores de la comunidad nativa Kichwa Wayku. Sin embargo, en los últimos años el acceso a estos puntos de abastecimiento se viene viendo limitado o controlado por parte de los nuevos propietarios que han adquirido muchos de esos terrenos; a su vez, otros materiales han comenzado a escasear y para adquirirlos una debe desplazarse largas distancias. Estos factores conllevan a que el comercio de productos se haga más frecuente. En menor medida se han incorporado materiales sintéticos como barniz, cera, temperas, entre otros, que son resultado de las diferentes intervenciones para posicionar el trabajo artesanal la demanda actual. El cuadro que presento resume los principales costos que las ceramistas asumen para la fabricación de las cerámicas en la actualidad.

Greda y tierras de color:

- S/. 5 - S/.10 al propietario de la chacra donde se extrae la greda en caso se encuentre en terreno privado.
- S/. 3 bola de tierra blanca.

Leña

- S/. 150 ruma de leña que alcanza para una temporada alta de producción de piezas (cada 6 meses).
- S/. 15 por 40-50 trozos de leña que alcanza para dos días de quema (se encarga aproximadamente cada semana o a veces cada dos o tres semanas).

Otros materiales

- S/. 20 por 1kg de copal
- S/. 3.50 barniz
- S/. 4 cera para madera que se usa para brillar la pieza quemada
- S/. 1 tiner en botella

Sin embargo, el escenario no siempre es el mismo para todas las ceramistas de la comunidad kichwa Wayku. Como había comentado antes, aquellas ceramistas que conforman la Asociación de artesanos y artesanas Yuyay Llakta suelen contar con algunas facilidades para el abastecimiento y transporte de los materiales que requieren. En ese caso, la Municipalidad Provincial de Lamas, anualmente, contrata un servicio de transporte que las traslada de la comunidad del Wayku a los yacimientos de greda. En ese caso, no contratan los servicios de personas externas a la asociación para extraer y cargar la greda, sino que son los socios quienes apoyan con estas tareas; lo mismo ocurre con el abastecimiento de leña. Sin embargo, para muchas ceramistas no alcanzan los materiales que les facilitan esa única vez; por lo que, independientemente, deben conseguir su propia movilidad y cargador para la greda y su vendedor de leña.

En el caso de las ceramistas independientes, la mayoría opta por comprar en sus mismas localidades a los vendedores de leña que llegan a ofrecerles, esto les cuesta s/. 15 soles, pero alcanza únicamente para dos quemas. En otros casos, las ceramistas contratan un mototaxi para ir a recoger la leña de lugares conocidos y pagan un promedio de s/.12 para cargar y transportar su leña. La

cantidad de leña que recojan depende de lo que permita el conductor del mototaxi, en tanto que la carga no genere sobre esfuerzo para el vehículo.

Adicionalmente a los gastos anteriores, debido al fuerte ritmo de trabajo que implica la producción cerámica, muchas artistas tradicionales de la comunidad me comentaron que se ven en la necesidad de recurrir al arriendo de mano de obra para la fabricación de las cerámicas. Pese a que la comunidad cuenta con redes de ayuda mutua³¹ como el “maki maki” y el “choba choba”, recientemente se ha ido generalizando la tendencia de ofrecer una retribución económica por el apoyo en el trabajo. Sobre todo, esto ocurre con más frecuencia en el caso de las ceramistas independientes, pues en una familia son varias las mujeres que se dedican a la alfarería de manera regular. Esto genera que cuando una de ellas necesita producir en cantidad, solicitar ayuda a sus hermanas, cuñadas o madre implica restarles tiempo que ellas podrías invertir en sus propias tareas. Por ello, consideran que es más justo contratar como mano de obra y retribuir el esfuerzo y tiempo invertido con pago simbólico y el compromiso de retribuir el esfuerzo de la misma manera.

“Cuando yo uso peón pago 20 soles y con almuerzo. Yo me dedico a hacer el almuerzo, después del almuerzo ya empiezo a engobar. El día que uso a alguien que trabaja pagándole, yo no empiezo a embarrar. Yo recién en la tarde empiezo a engobar todo porque hay algunos que hacen más rapidito que uno. Mas uso gente para hacer tiestos; algunos hacen 20 en un día. En tinaja muy poco uso. Si tengo cinco peones, 100 tiestos me hacen en un día, al segundo día ya tengo que engobar todito y a medida que va secando, voy puliendo” (Manuela, setiembre 2016).

Al respecto, consulté a las ceramistas independientes sobre cómo se calculaba esta retribución en términos económicos y estos fueron los criterios y valores que utilizan:

³¹ Con relación a las redes de ayuda mutua, estas ya han sido descritas en el capítulo anterior, revisar el acápite 1.2.2. Espacios y procesos de producción.

Mano de obra

- S/. 20 por día de faena. Esto involucra el trabajo de un día, aproximadamente desde las 8am hasta las 5pm. Suele contratarse a madres, cuñadas, hermanas u otras artesanas amigas.
- S/. 10 por día de faena que en ocasiones es retribuido a las hijas de las artesanas cuando las apoyan en su trabajo. No es la norma para todos los casos; sin embargo, varias de las artesanas que entrevistaste, que tienen hijas jóvenes, mencionaron hacerlo.

En el caso de las ceramistas que pertenecen a la asociación, es muy extraño que requieran arrendar mano de obra para la producción de las cerámicas. En el contexto de la asociación es mucho más frecuente que se apliquen las redes de ayuda mutua y trabajo colectivo. Sin embargo, hay un gasto adicional que deben contemplar y es el de la remuneración económica para la administradora/vendedora de la asociación. En ese caso, cada socio y socia paga el 10% de sus ganancias mensuales a la o el administrador en turno.

“Toda la ganancia es de nosotras, solamente a la administradora de ahí le sacamos su pago entre todos. Si se puede vender el precio de 100 soles, 10 soles se quedan para ella. A veces poquito también y eso ya no le agrada a la vendedora. Dice que quiere subir su sueldo. ¿Es muy poco? Depende pues ¿no?, si vende regular su agarra bien su sueldo también” (Margarita, agosto 2016).

Los aspectos antes mencionados (ritmos y costos de producción) influyen en el tercer y último punto que quiero comentar en esta sección y tiene que ver con la fijación de los precios de venta de las cerámicas, los cuales se calculan en relación al tiempo, esfuerzo y dinero invertido por cada ceramista durante la producción de estos objetos. A su vez, este cálculo sobre el valor de cambio de los objetos, implica una serie de transacciones e intencionalidad explícitas e implícitas que reflejan cómo las artistas tradicionales kichwa lamistas negocian y determinan el valor del trabajo que realizan.

“Yo pienso que genera ingresos. Aunque si gastamos en transporte de leña, la mano de obra y el acarreo de la greda. Por eso ahora nos han enseñado a valorar nuestro trabajo, antes vendíamos más barato, aunque sea vendíamos a 5 soles. Ahora ya no vendemos a 5 soles porque nos han capacitado para saber sacar el precio: 1. Ir a traer la greda, 2. Moler el shaño, 3. Talonear, 4. armar la cerámica, 5. Decorar, 6. Echar engobe, 7. Pulir, 8. Decorar, 9. Quemar, 10. Brillo. 10 fases tienen. Por eso ahora ya no vendemos tan barato. Y a veces

nos reclaman por qué tan caro, hay que explicarle ya pues a la persona por que vendemos así. Los que vienen de afuera nos valoran, pero los de la región nos dicen “muy caro venden, muy careras son”. Pero los que vienen nacional e internacional si nos valoran cuando les contamos por qué es así el precio, pero hay que decirles, explicarles todo lo que hacemos” (Manuela, agosto 2016).

En mi opinión, el testimonio anterior es muy valioso pues da cuenta sobre los procesos que he venido presentado a lo largo de este capítulo. Las intervenciones enmarcadas en las políticas económicas y culturales sobre la producción de arte tradicional han generado que las ceramistas kichwa lamistas comiencen a valorar su trabajo en término de lo que implica el proceso de producción y el significado, o valor simbólico, de estos objetos al interior de su comunidad. En ese sentido, la manera en que ellas establecen una relación comercial con diferentes usuarios, ya sean intermediarios o consumidores directos, ahora contempla diferentes aspectos: el precio de costo, el proceso productivo, la utilidad y el significado de las cerámicas como artefactos culturales. “Nos han enseñado a valorar” da cuenta de la mediación de agentes externos que influyen sobre la valoración de las ceramistas sobre su propio trabajo. En ese sentido, esos agentes legitiman u otorgan “oficialidad” al esfuerzo, recursos y tiempo invertido para que ellas mismas, las artesanas, lo reconozcan e incorporen al momento de definir y negociar una compensación económica.

A su vez, el testimonio da cuenta de una diferenciación sobre el contexto actual respecto al tiempo pasado. “Antes vendíamos muy barato”, “ahora sabemos sacar el precio”, estas nociones dan cuenta del cambio implicado en el contexto comercial donde se ha inscrito el intercambio y consumo de cerámicas. Puesto que ahora ya no es común hacer trueque con estos objetos, que ahora tienen una demanda comercial relativamente estable, la fijación de los precios no excluye si el consumidor es local (de la comunidad o el pueblo Kichwa lamista) o externo (turista nacional y extranjero), sino que ambos tipos de consumidores están sujetos al mismo valor de cambio en tanto el proceso productivo de los objetos “ahora se sabe valorar”.

“Cada uno debe valorar el trabajo que hacemos, de acuerdo a lo que se demora en hacer y si gastas. Si algo se comienza en la mañana de 6am a 6pm,

a partir de eso se valora. Si vendemos nuestro trabajo a un sol, no sale ganancia. Por ejemplo, yo puedo hacer 25 tinajitas en un día, pero el trabajo y el cansancio son importantes” (Nancy, agosto 2016).

Sin embargo, las ceramistas kichwa lamistas identifican una cierta resistencia a pagar el “precio justo” -aquel que ellas definen- por parte de la población local, quienes las tildan de “careras”. En cambio, definen que hay otro tipo de consumidores que “sí entienden” o “valoran” el trabajo que hacen. En ese caso, explicar cómo han sido fabricados los objetos o la utilidad que tienen son cualidades valoradas y, por lo tanto, han sido incorporadas en sus retóricas al momento de comercializar los objetos.

“[¿Y tú vendes a las tiendas de artesanías?] Antes sí vendía, pero ahora no. Muy barato nos quieren comprar y ya vuelta ellos venden muy caro. Eso ya no me ha gustado” (Sonia, agosto 2016).

Por otra parte, la mayoría de ceramistas de la comunidad del Wayku me comentaba que no acostumbra vender su trabajo a las tiendas de artesanías. Incluso muchas de ellas lo han hecho alguna vez, pero al pasar por las tiendas o al encontrarse con turistas, ellas se han enterado que el precio que estas personas pagaron por sus piezas fue muchísimo menor al que ellos fijaron en sus propios establecimientos. De esa manera, es muy rara la relación de intermediación entre artistas tradicionales y tiendas artesanales; es mucho más común que cada ceramista venda sus propias piezas, ya sea en sus casas o en el centro artesanal. La concesión de piezas también es un caso muy poco frecuente, pues la desconfianza prima en esos escenarios.

Tomando en cuenta las características anteriores, la fijación de los precios de venta de las cerámicas varía dependiendo del contexto de comercialización. En el caso de las cerámicas producidas por las ceramistas que pertenecen a la Asociación Yuyay Llakta, la mayoría de ellas vende sus trabajos en el Centro Artesanal y, el hecho de disponer de un o una vendedora/administradora, suma cierto porcentaje al precio final. En el caso de las ceramistas independientes, casi la totalidad de ellas vende las cerámicas en sus propias casas por lo que no tienen que repartir las ganancias con otras personas. En ambos contextos, las ceramistas definen el precio considerando el tiempo, esfuerzo y materiales

invertidos. El siguiente cuadro presenta los objetos (y sus precios) más vendidos en cada tipo de espacio.

Centro artesanal
•Jarras: s/. 15
•Taza con plato: s/. 10
•Tiestos: s/. 3 o 2 x s/. 5
•Tinajas: s/. 20 – s/. 25 – s/. 30
•Gallinetas: s/. 10 – s/. 15
•Máscaras: s/. 12 – s/. 15

Talleres independientes
•Ceniceros: s/. 3
•Floreros: s/. 5
•Tiestos: s/. 2
•Tinajas: s/. 7 – s/. 15 – s/. 20
•Ollas: s/. 5
•Jarras: s/. 10
•Gallinetas: s/. 5 – s/. 10

Como refleja el cuadro anterior, la variación de precios no es tanta, oscila entre 5 y 10 soles de diferencia. Sin embargo, como había comentado antes, el ciclo de producción y venta es por temporadas; es decir, que durante todo el año no hay la misma oferta y demanda. Frente a esto, para las ceramistas es muy importante estar siempre preparadas en caso llegasen consumidores interesados. La posibilidad de que ellas generen ingresos económicos con este quehacer, está directamente relacionada con que dispongan de productos de manera regular. De modo que la rentabilidad de este quehacer implica poder organizar el tiempo, dinero y las responsabilidades domésticas para continuar produciendo las cerámicas incluso en épocas donde no hay salida de los productos. Como ellas dicen “hay que ser paciente y continuar embarrando”.

“Cuando se tiene producto hay venta. Cuando no tienes, nada de plata recibes. De 150-200 soles, eso sale al mes. Pero si no tienes nada de productos, no tienes nada de venta” (Margarita, setiembre 2016).

“Cuando se hace sola, y no eres muy rápida, haces tinajas de este tamaño (medianas) 5 por día. Haces 5 por 6, 30 tinajas por semana, trabajando de lunes a sábado. Si haces aguateras, solamente salen 3 en un día, eso es 15 por semana. Si haces las medianas te salen 30, pero de yacuteras solo 15. Esas

yacuteras las vendo a 25-30 soles porque son más grandes; y las medianitas, entre 7 y 10 soles. [Imagínate que haces 30 tinajas chiquitas, ¿de esas cuanto se vende?] Depende que salga bien la quema porque en la quema también se desvanecen, se puede romper o encrudecen. Supongamos que se venden 25, de repente que se rompen 3 y se encrudecen 2, ya son 5. Si salen bien, sí se venden, será 180 soles que me gano” (Elinda, setiembre 2016).

Las artistas tradicionales del Wayku reconocen la importancia de su trabajo. Para ellas, la cerámica es un oficio al que eligen dedicarse. Ocupa gran parte de sus vidas y, por lo tanto, implica una serie de decisiones que, como mujeres, deben tomar cotidianamente. La razón por la que todas realizan este oficio es por sus familias, para contribuir con la economía familiar.

“De verdad es importante. Cuando se tiene nuestra cerámica hecha ya se vende, se tiene de donde recibir. Cada mes nosotras (ceramistas de la asociación) recibimos nuestra platita y de ahí tenemos para cuando me pide mi hijita, de ahí les entrego a mis hijas para que ellas lleven al colegio. Así me mantengo, si es importante” (Margarita, agosto 2019).

“Da platita. Antes de ayer he comprado una bandeja de loza. Yo estaba embarrando con mi hermana y mi mamá, estaban aquí y vino una señora a ofrecernos. Hemos comprado cuatro bandejas a 10 soles cada una. A mí me costó 12 soles la más grande, lindo de loza. Ya con lo que sale de la venta de las cerámicas me puedo comprar y de recuerdo tenerlo así para verle. Mi cuñada también ha comprado dos y la Sonia (su hermana) me dijo que le preste, pero como yo la estaba ocupando, mejor les di 20-20, a ella y mi mamá. La viejita también ha comprado uno” (Nancy, setiembre 2019).

Además de las necesidades que hay que cubrir en el cuidado de los hijos y la chacra, el hecho de que dispongan de una fuente de ingresos repercute en el empoderamiento de la mujer dentro de su familia y su comunidad. Las mujeres Kichwa lamistas son mujeres perseverantes, decididas y trabajadoras, y eso es algo que ellas mismas y los hombres atribuyen. La cerámica, como oficio y como práctica cultural, les genera orgullo y, aunque no es fácil, les permite disponer de un dinero propio para cualquier urgencia o necesidad que se presenta, pero también para hacerse frente en un contexto donde la separación entre indígenas y mestizos marca fuertes desigualdades y exclusión.

Capítulo 3: “Las trayectorias de tinajas, tiestos y ollas Kichwa lamistas”

Las cerámicas Kichwa lamista no solo se encuentran albergadas en las diferentes viviendas de las familias de la comunidad, sino que, además, se encuentran dispersas en diferentes instituciones, espacios domésticos y comerciales alternos al barrio del Wayku. Algunas de estas cerámicas aparecen como objetos utilitarios, mientras que otras como piezas decorativas o de colección. Tal dispersión se debe a la propia mercantilización de estos objetos que permite la diversificación de las trayectorias de circulación y consumo de las cerámicas. Esta dispersión está ligada a la materialidad de las cerámicas Kichwa lamista, lo que las convierte en objetos sometidos a diversas valoraciones y usos sociales.

Como menciona Cánepa respecto a la circulación de la colección fotográfica de Bruning, *“la movilidad no solo debe entenderse en términos temporales y espaciales –moverse entre lugares y periodos de tiempo, sino también como el desplazamiento entre diferentes regímenes que pertenecen al ámbito de la ciencia, el arte y el mercado”* (Cánepa, 2018, pág. 82). Esta aproximación es central en análisis sobre la circulación de las cerámicas Kichwa lamista que abordo en este capítulo; particularmente me enfoco en los casos de tres espacios o instituciones concretas: el museo, la feria y el centro artesanal, donde *“cada lugar imprime huellas sobre los objetos e imágenes que conserva”* (Michael Kraus, 2015:9; citado en (Cánepa, 2018, pág. 9)). En el marco de estos planteamientos me propongo reconstruir las trayectorias que han recorrido las cerámicas Kichwa lamista para terminar a parar en las instituciones específicas antes mencionadas, y entender – o dar cuenta de- la existencia física y simbólica que adquieren estos objetos.

Así, en este capítulo presento cómo las cerámicas Kichwa lamista circulan –o se estancan- y se mueven entre distintos espacios que crean, refuerzan, cambian, desvían o incorporan valoraciones y significados sobre los mismos. En esa línea, el capítulo se organiza de la siguiente manera: Parto de la presentación de los tres lugares o instituciones a los cuales llamaré casos de aproximación. En cada uno de estos casos de aproximación etnográfica aplique

diferentes técnicas a través de las que pude esbozar las biografías culturales de un corpus de objetos de cerámica para cada lugar. En ese sentido, en este capítulo comienzo presentando las principales características de las tres instituciones: el contexto en el que inscriben estos espacios, los actores que lo conforman, la organización, relaciones al interior y con el público-audiencia.

Posteriormente, presento las biografías culturales del corpus de cerámicas según cada caso de aproximación. Estas biografías culturales las he organizado en tres diagramas que elaboré con la finalidad de representar las biografías materiales, económicas y sociales, y visibilizar los diálogos y tensiones entre estas instancias, así como los rumbos en la circulación de las cerámicas Kichwa lamista a lo largo de su historia vital.

Cabe mencionar, como presenté en el marco teórico de esta investigación, que el análisis de las trayectorias de los artefactos culturales lo traigo desde los planteamientos de Igor Kopytoff y Arjun Appadurai (1986) en “La vida social de las cosas”. Esta es la aproximación metodológica a través de la que analizo los procesos de mercantilización y singularización de las cerámicas Kichwa lamista, como artefactos culturales, a partir de la trazabilidad de sus trayectorias. Las trayectorias son entendidas como el conjunto de desplazamientos y fases en la historia vital de los objetos etnográficos. De esa manera, busco desenmarañar las múltiples interacciones y regímenes por lo que transitan – o se fijan- estos objetos y dar cuenta de cómo las instituciones operan como anclas de valor.

3.1. Tres casos de aproximación etnográfica

En esta sección describo los tres espacios o instituciones que tomé como casos de aproximación etnográfica: el Museo Chanka y de la diversidad Lamista, el Centro Artesanal Waska Waska Warmi Wasi, y la 20va edición de la Feria CasaCor Perú. Los dos primeros son instituciones con atención permanente y se ubican en la capital de la provincia de Lamas. Y el tercero, la feria, ocurre una vez al año en Lima, en distintos inmuebles que cambian de manera rotativa.

Cada caso de aproximación se diferencia mucho entre sí; sin embargo, surgen y se desarrollan en un contexto similar o incluso compartido que se

relaciona con la revaloración y difusión de la diversidad cultural -en este caso, de la cultura Kichwa lamista-, principalmente promovida a través del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), el Ministerio de Cultura (MINCUL) con el apoyo de diversos aliados de los sectores públicos y privados.

Como presenté en el capítulo anterior, este contexto se caracteriza por una orientación que mercantiliza la cultura y la interviene como un bien que se gestiona, en lugar de solamente tratarla como un patrimonio que se preserva. Esta figura es conducida por el estado quien desarrolla diversas estrategias y formas de conceptualizar y organizar institucionalmente el patrimonio, generando agendas y presupuestos para la aplicación de políticas culturales sobre entidades, iniciativas y el patrimonio mismo. Así, en esta concepción de la cultura como recurso, la cultura se invierte como atracción para el desarrollo del capital y el turismo; de modo que adquiere prioridad la gestión, la conservación, el acceso, la distribución y la inversión (Yudice, 2002, pág. 13).

Estos casos de aproximación comparten las características anteriores; se sitúan entre los paradigmas del desarrollo y la cultura, especialmente incentivados desde la iniciativa “De mi tierra un producto”. En ese contexto, han sido espacios diseñados, producidos, montados y gestionados con cierta intencionalidad y tomando en cuenta los recursos, aliados y posibilidades que disponen de acuerdo a sus diferentes lógicas de funcionamiento. Estos aspectos que menciono podrían distinguirse, por ejemplo, en la “misión” y “visión” de cada institución; en base a los recursos económicos y socios que dispone; o al prestigio y reconocimiento que le atribuya la sociedad y las maneras cómo lo han logrado y mantienen, incluso en las mismas maneras en que se orientan los espacios y presentan los contenidos. En ese sentido, los tres casos de aproximación que presento articulan relaciones sociales, políticas, económicas y materiales que terminan por introducir y forjar nuevos principios de intercambio y valor sobre las cerámicas Kichwa lamista.

Para analizar las particularidades de cada caso de aproximación propongo considerar cada uno de estos casos como si se tratara de una puesta en escena, donde la exhibición de las cerámicas Kichwa lamista no es neutral, sino que contiene y expresa una serie de discursos e ideologías detrás. ¿Qué

discursos se generan mediante estos objetos y qué aspectos entran en juego? Estas son las interrogantes que guiarán el análisis de los casos de aproximación.

Tanto el museo como el centro artesanal y la feria son espacios producidos con la intencionalidad de exhibir –y comercializar- “algo”. En el caso del museo, el contexto de presentación de las cerámicas se enmarca en torno a las expresiones y manifestaciones de la cultura material del grupo étnico Kichwa lamista, específicamente aquellos que residen en la comunidad nativa del Wayku y sus anexos, razón por la que el museo –en su orientación por preservar y transmitir la cultura local- ha incorporado estos artefactos en más de una de las salas temáticas de su recorrido.

Por otro lado, en el caso del centro artesanal, este recinto fue gestionado por las autoridades de la comunidad nativa del Wayku y el municipio provincial de Lamas para la producción, exhibición y comercialización de productos artesanales de los y las artesanas de la comunidad que integran la Asociación Yuyay Llakta. Entre los espacios que conforman el centro artesanal, hay talleres de artesanías, almacenes, jardines, así como una gran sala principal dispuesta para la exposición y venta de los productos. Ahí pueden encontrarse desde tinajas, tiestos y ollas, hasta máscaras, floreros, porta velas, maceteros, figuras de animales: “diferentes productos para todos los gustos”.

En el caso de la feria, específicamente de la edición XX de CasaCor Perú– llevada a cabo el año 2015- presentó, por primera, un espacio de exhibición en el que se conjugó diseño industrial y de interiores, arquitectura y arte tradicional en una misma sala. Esta propuesta se llevó a cabo con el auspicio de MINCETUR para la exhibición de los productos de innovación de arte tradicional desarrollados en el marco de la iniciativa “De mi tierra un producto” por artistas tradicionales de Piura, Lamas y Ayacucho y el equipo de diseñadores del proyecto “Encuentro Perú”.

A continuación, presento una descripción más detallada de los casos de aproximación y sus principales características según el contexto de esta investigación.

3.1.1. El Museo Chanka y de la Diversidad Lamista

El “Museo Chanka y de la Diversidad Lamista” es una iniciativa privada que inicia su funcionamiento el 14 de marzo del 2002, fundada por el señor John Agapito Chang Luzula, con el nombre de “Museo étnico los Chankas”, con la finalidad de “preservar y transmitir la cultura de la ciudad de Lamas”. Esta iniciativa nace con la idea de brindar y ofrecer a los visitantes, expresiones de las costumbres y tradiciones culturales de la comunidad nativa Kichwa Wayku. Con el tiempo, la idea del negocio fue creciendo y apostó por una nueva imagen y concepto ligado al potencial turístico de Lamas que iba incrementándose, esto llevó a que el propietario ejecutara un cambio de infraestructura, de contenidos de exhibición, e incluso del nombre que pasó a ser “Museo Chanka y de la Diversidad Lamista”. En la actualidad, los propietarios de dicho inmueble son los hijos del fundador Christian Chang Pinedo y Jeanette Chang Pinedo, a quienes su padre sucedió el proyecto. El museo está ubicado en una de las avenidas principales de la ciudad de Lamas, en el Jr. San Martín N° 1156, a pocas cuadras de la plaza principal.

El espacio que ocupa el museo es una estructura de dos pisos, con dos puertas de madera de gran tamaño y se identifica con un letrero que mira a la calle que dice “Museo Chanka y de la Diversidad Lamista”.

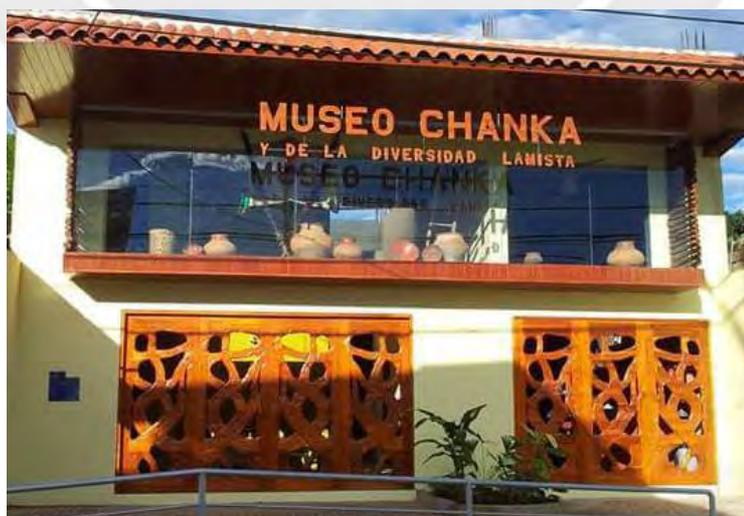


Imagen 24: Fachada del Museo Chanka (Museo Chanka, 2015)³²

³² Imagen de la fachada del museo, disponible en la página de Facebook del Museo Chanka. Enlace web: <https://www.facebook.com/museochankalamas/>



Imagen 25: Detalle de la fachada del museo (Archivo personal, 2016)

Durante mi estadía en Lamas conocí al señor Chang, al preguntarle sobre cómo surgió el museo, él me comentó:

“Yo salía mucho a los pueblos. Me iba temprano, compraba, recolectaba, juntaba, vendía y ahí he conocido bastante a los nativos. Cuando hay bastante relación te facilitan muchas cosas. Por ejemplo, un batán he querido, “ya cuanto quieres” y te venden. Chumbi, tinajas... Yo tenía bastante. Siempre le digo a Jeannette que las ponga porque la gente mucho viene a ver las tinajas. (...) a mí me resultaba fácil conseguir diferentes cosas. Tuve fósiles, ruelas; cuando yo tuve la tienda compraban bastantes cosas que venía la gente de las comunidades, trayendo en cantidad. Yo compraba también como una forma para que ellos ganen dinero. Pero el museo nació más que todo, al principio, de la relación que tenía con un artesano que hacía maquetas en madera. Un muy excelente artesano. Yo le compraba toda su producción y le hacía encargos para las próximas maquetas. Le pedía una maqueta de la lanta tipina, el matrimonio nativo, la cajada, etc. Eran como 12. De esas, una que otra se vendía, pero me gustaba ver en cada espacio de la tienda una fiesta. Para venderlo también, ¿no? Pero además le daba cierto realce a la tienda. Y después ya ideé “por qué no puedo hacer un museo, tan difícil será hacerlo”. Y empezamos a conformar así el museo. Cuadros, textiles, tinajas. Esas –tinajas- las compraba a cada rato. Esas ollas que tú ves en el museo, me las trajeron del Wayko y de Maceda. Allá en Maceda también hacen mucho, jarrones altos, ollas grandes. Acá en el wayko hay bastante gente, siempre encuentras quien esté haciendo. Es cuestión de saber ubicar. Todos hacen sus tinajitas, unas mejor que otras y bueno, yo siempre tratando de escoger lo que está mejor. Y así se llenó poco a poco. Diferentes pueblos de nativos, de gente de acá –del Wayku- que vienen de otros pueblos, en las chacras. Ellos los traen como un recurso. Así se hizo el museo. Poco a poco se ha traído a la gente también” (J. Chung, Julio 2016).

De modo que el museo surge como una iniciativa privada en base a una proyección empresarial y el recurso de contar con acceso a los productores y sus artefactos; a su vez, la ubicación del inmueble y el crecimiento de la actividad turística fueron factores que impulsaron este proceso. Como menciona en la cita, el fundador del museo contaba con la experiencia previa -o el antecedente del

museo- que surge de la administración de una tienda de artesanías, la cual conserva hasta la actualidad. Desde prestar este servicio, él identifica referentes para la constitución del museo en base a los objetos atractivos o que destacan en la tienda, el tipo de visitantes que llega y los distribuidores o intermediarios con los que cuenta. Entre estas aristas, él calcula el potencial de su museo y la manera cómo desarrollarlo más adelante.

A su vez, en ese entonces había otro museo, el Museo Municipal de Lamas. Este museo se creó en el año 1992 y funcionó hasta el año 2005, en que ocurre el terremoto que termina generando muchos daños sobre la estructura del inmueble y su posterior desaparición. En ese contexto, el Museo Chanka tenía un año de funcionamiento y con la clausura del anterior museo, apropia algunos referentes de la exposición y los soportes usados. Uno de estos referentes es precisamente el caso de las maquetas que en la cita anterior menciona. El Museo Municipal era conocido por los vecinos de Lamas por sus representaciones a tamaño escala de las actividades de la fiesta, de la familia nativa, de los animales, entre otras expresiones locales. Muchas veces me comentaron del anterior museo y de las esculturas o réplicas de madera de festividades y tradiciones. Estos, luego, fueron reinterpretados por el sr. Chang, aunque las réplicas que ellos tenían eran más pequeñas.

Algo que pregunté repetidas ocasiones fue qué había pasado con las piezas del antiguo museo municipal. Ante eso, me comentaron que estas habían sido donadas a la Institución Educativa Martín de La Riva y Herrera. Ante esa situación, ¿por qué no donarlas al museo vigente y producir un museo que articule inversión privada y pública? Según conversaciones que tuve, en ese entonces (siendo el año 2007), la Municipalidad tenía una agenda orientada a la reparación de la ciudad pos terremoto, considerando que no era relevante donar un bien público a un particular, lo que terminó por dejar las maquetas en abandono.

Posteriormente, el Museo Chanka cerró el 2013 para pasar por un proceso de remodelación, que reapertura el 2015. En el año y medio, la exposición del museo se mudó temporalmente a la casa de uno de los hijos del dueño ubicada en la parte posterior del mismo donde continuó su atención.

El proyecto de refracción y modernización del museo fue llevado a cabo por los nuevos administradores, los dos hijos mayores del señor Chang, Janeth y Christian, quienes en la actualidad manejan el museo. Articulado al museo, hay un café-bar que es administrado por el tercer hijo de la familia, aunque estos funcionan independientemente. Por su parte, el sr. Chang mantiene su tienda de artesanías, a una cuadra del museo desde donde abastece la demanda de “suvenirs turísticos” del museo.

Sobre el público que visita el museo, principalmente, asisten grupos escolares, de universidades e institutos, y turistas nacionales e internacionales. En el caso de las instituciones educativas estas suelen visitar el museo durante el año lectivo; mientras que, en el caso de los turistas, las épocas de mayor afluencia son durante los meses de junio-julio (vacaciones y fiestas patrias), agosto (en el marco de las fiestas patronales) y diciembre-enero (vacaciones de verano), relacionado con los feriados y fechas festivas más importantes.

El equipo de trabajo que conforma el museo está integrado por una directora, un administrador, cinco guías y una persona encargada de la boletería y del ingreso de los visitantes. Ocasionalmente cuentan con el apoyo de investigadores locales como una especialista en turismo y un historiador local, quienes orientan el contenido temático y recursos de la exhibición permanente. El costo de ingreso del museo es de 5 soles para adultos y 3 soles para niños y adultos mayores; el horario de atención es de martes a domingo de 10:00 am a 6:00 pm.

Asimismo, el espacio del museo presta sus instalaciones para eventos alternos a la exhibición como presentaciones de libros, concursos de fotografía o muestras de arte. Sin embargo, los principales públicos del museo lo constituyen los grupos escolares y de turistas locales y extranjeros. El museo ha ido consiguiendo y consolidando la comunicación y conexión con sus públicos con ayuda de la difusión de sus eventos y exhibición a través de redes sociales digitales (como son el Facebook del museo, la página web institucional y el Instagram de “Lamas Ciudad Mural”; la última es manejada por un gestor cultural, un artista urbano y un promotor turístico local quienes promueven la colaboración entre artistas, emprendimientos privados y la municipalidad

provincial) y de los medios de prensa locales. Paralelamente, otra de sus estrategias ha consistido en la articulación con diversas agencias turísticas de la ciudad de Tarapoto, con quienes se viene negociando un espacio de visita al museo dentro de los recorridos que ofertan.

Por otra parte, la misión institucional del museo, divulgado en su material de promoción y páginas web, es la de: *“Reunir, investigar, conservar, exhibir y divulgar el patrimonio cultural de Lamas, de esa manera fomentar en nuestros visitantes la comprensión, el aprecio y el orgullo por la cultura peruana y por los logros de nuestro pueblo mostrados a través de nuestras colecciones e interpretación del pasado histórico”*³³. Este objetivo implica que el museo sea un participante activo en el resguardo de las expresiones culturales, prácticas y conocimientos locales; en su interpretación y divulgación para incorporar esa historia local en el presente; y en el desarrollo de un sentido de pertenencia lamista y orgullo nacional para los peruanos.

En ese sentido, el museo, como institución privada, ha tenido que agenciarse el relacionamiento con actores estratégicos que apoyen, refuercen y medien la profesionalización de este museo en la ciudad. A la fecha, cuenta con aliados del sector turismo tales como la Asociación Peruana de Agencias de Viaje y Turismo - AVAPIT, empresas privadas locales como hoteles, restaurantes y operadores turísticos y la Dirección Regional de Turismo del Bajo Mayo (San Martín); aliados vinculados a la educación y el patrimonio como Instituciones Educativas locales, la Universidad Nacional de San Martín y el Ministerio de Cultura a través de su dirección desconcertada de Cultura con sede en Moyobamba.

La alianza con los actores mencionados mantiene dos implicancias. Por un lado, el funcionamiento del museo depende de la existencia de un público diverso o públicos y, por ello, necesita vincular diferentes grupos objetivos a quienes ofrecer su servicio de manera regular y desarrollar herramientas de comunicación y marketing de alto alcance. Por otro lado, el servicio que el museo

³³ Misión del museo, elaborada por la directora y miembros del equipo, presentado en el Plan de Trabajo para el periodo 2015-2019.

ofrece debe contar con el asesoramiento, capacitación y permisos de las instancias estatales que regulan el funcionamiento de los museos a nivel nacional. De la relación entre estas, el museo obtiene la legitimidad necesaria para funcionar efectivamente como una institución orientada a *“reunir, investigar, conservar, exhibir y divulgar el patrimonio cultural de Lamas”*³⁴. En tanto que el vínculo con estos diferentes aliados sea funcional al propósito del museo; este irá adaptando sus plataformas de acuerdo con el contexto y necesidades de sus aliados.

En el año 2016, la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo – PromPerú y la Marca Perú elaboraron una campaña en redes sociales llamada “Más peruano que”³⁵ que tenía como objetivo la promoción de atractivos del Perú que reforzaran el sentido de nacionalidad. La comunidad nativa del Wayku fue parte de esta campaña a partir de una fotografía publicada en su página de Facebook que tenía como descripción:

“Una alegre y acogedora sonrisa siempre te recibe en el barrio de Wayku, lugar donde vive la única etnia quechua en Lamas, San Martín. De colorida vestimenta, este pueblo conserva intactas sus costumbres ancestrales, entre ellas, las casas sin ventanas, para impedir el ingreso de los “malos espíritus”. ¡Nuestra diversidad cultural nos hace únicos! #MásPeruanoQue #MarcaPerú”
(Página de Facebook Oficial Marca Perú, 2016)

³⁴ Extracto de la Misión del museo, elaborada por la directora y miembros del equipo, presentado en el Plan de Trabajo para el periodo 2015-2019.

³⁵ Respecto a los alcances y objetivos de la campaña, consultar el siguiente enlace: https://www.promperu.gob.pe/Repos/pdf_novedades/2192016105455_603.pdf



Captura de pantalla 2: Lamas en la campaña "Mas peruano que" (Marca Perú, 2016)³⁶

Dicha fotografía circuló en las redes sociales y fue compartida por los usuarios de Facebook más de 500 veces. Entre estos usuarios, el Museo de la cultura Chanka compartió la fotografía con la siguiente descripción:

"Ven a #Lamas y disfruta del evento tradicional más importante de la comunidad nativa El Wayku, en honor a Santa Rosa. Los días centrales son el 30 y 31 de agosto. Y por supuesto no dejes de visitar el #MuseoChankaLamas ubicado en Jr. San Martín #1165, a solo dos cuadras de la Plaza de Armas de Lamas. #ConoceLamas #VisitaElMuseoChankaLamas #Tradición #Cultura #Costumbres #Wayku #MARCAPERÚ #MásPeruanoQue" (Página Oficial de Facebook del Museo Chanka, 2017)

³⁶ Captura de pantalla obtenida de la página de Facebook de la Marca Perú, publicación del 29 de febrero del 2016.



Captura de pantalla 3: Lamas en la campaña “Mas peruano que” (Museo Chanka, 2016)³⁷

Ambas publicaciones reflejan una serie de elecciones estratégicas en la forma en que se asocian la imagen y su descripción, la plataforma de circulación y la capacidad de respuesta de los espectadores. Analizándolas por separado podría decir que, por un lado, la publicación de la Marca Perú hace alusión al legado cultural que se mantiene “intacto, vivo, cercano” en la comunidad nativa del barrio del Wayku y que forma parte de la diversidad cultural del Perú, orientado a proyectar con esta imagen el sentido de orgullo y pertenencia nacional. Por otro lado, en la publicación del museo encuentro cómo este aprovecha del recurso que impulsa la Marca Perú al exponer los atractivos del país a un mercado turístico nacional e internacional, invitando a la población a visitar sus instalaciones y la fiesta en mención lo que resulta el contexto ideal para visitar el museo en el transcurso de esas fechas, en tanto este –museo– depende en gran medida de la afluencia de turistas en el contexto de la

³⁷ Captura de pantalla obtenida de la página de Facebook del Museo Chanka Lamas, publicación del 21 de agosto del 2017.

celebración de fiestas tanto de la comunidad, del distrito y otras festivas a nivel nacional.

De esa manera, el museo incorpora en sus mensajes, el contenido de la campaña “Más peruano que” y adapta la orientación de su exhibición al contexto de la recuperación, revaloración, promoción y exportación de la cultura Kichwa como parte de la identidad nacional.

Esto resulta interesante de resaltar en tanto que la fotografía circulada por la campaña de PromPerú es re-apropiada por el museo en dos niveles: el museo al ser contenedor y contenido de la cultura que difunde la Marca Perú, se presenta a sí mismo como un difusor legítimo de esta imagen ya que su exhibición representa la historia y continuidad de la cultura Kichwa lamista de donde proviene la mujer fotografiada. Por otro lado, el museo se beneficia de que la Marca Perú haya incluido a una mujer Kichwa lamista en su campaña, en tanto que le da importancia a esta identidad cultural y a Lamas como destino turístico dentro de la cartera de atractivos que difunde la Marca país. Este ejemplo refleja cómo operan las estrategias del museo con otros actores institucionales para asegurar su funcionamiento y la propia legitimidad de la exhibición que presenta, a la vez que enfatiza sobre la vigencia de la misma. El propósito del museo de convertirse en una entidad cultural y educativa partiría entonces del reconocimiento y valoración de la cultura local para proyectar y reforzar el sentido de pertenencia a una colectividad nacional.

3.1.2. El Centro Artesanal Waska Waska Warmi Wasi

El Centro Artesanal Waska Waska Warmi Wasi, que significa “Casa de la mujer trabajadora” en quechua lamista, existe desde el año 1992. Antes este lugar era una construcción tradicional de la zona, una maloca que consistía en un amplio salón techado con hojas de palmera trenzadas. Este inmueble era propiedad de la comunidad nativa Kichwa lamista y la administraban sus autoridades bajo el asesoramiento de la municipalidad provincial, quienes habían facilitado los recursos para la construcción. Se dispuso que este lugar funcionara como centro de producción artesanal, donde -en general- los artesanos y

artesanas del Wayku pudieran ir a realizar sus trabajos; así como también utilizarlo como espacio de reuniones comunales. Sin embargo, esto no resultó así en la práctica, lo que llevo a que el centro estuviera por muchos años en condiciones de abandono por la falta de uso y mantenimiento.

En ese contexto, la Municipalidad Provincial de Lamas toma la administración de la propiedad y, conforme la ejecución de las intervenciones de MINCETUR en el marco de la iniciativa “De mi tierra un producto”, se dispuso un presupuesto importante para la refracción completa del centro artesanal que se iniciaría el año 2012.

A partir de este financiamiento se plantearon una serie de mejoras al centro artesanal que comprendía aspecto como la infraestructura, atención a los visitantes, registro de saberes y prácticas artesanales y desarrollo de servicios y canales de difusión para la experiencia que este espacio buscaba brindar. De ese modo, se inició el proyecto de “Acondicionamiento de los servicios turísticos del Centro Artesanal Waska Waska Warmi Wasi” ejecutado por Plan Copesco Nacional a través de Pro Inversión.

Tomó alrededor de dos años la finalización del proyecto que contempló el diseño, desarrollo e implementación del proyecto arquitectónico turístico; la implementación de paneles interpretativos y orientativos, croquis de servicios y señalización turística. Además, cursos de formación y capacitación de los y las artistas tradicionales de la comunidad en temas como gestión y prestación de servicios turísticos, atención al público, acabados e innovación de productos, y talleres de empoderamiento para los miembros de la asociación, con la intención de garantizar el uso y apropiación del nuevo centro artesanal por la comunidad Kichwa lamista del Wayku.



Imagen 26: Centro Artesanal (Consultora TURSE, 2018)³⁸

Una de las actividades que tuvo mayor repercusión para las artesanas, fue el desarrollo de la propuesta del guion turístico para la visita al centro artesanal que realizaron de manera participativa con el apoyo de los gestores culturales de la municipalidad provincial. Este proceso fue el que mayor atención logró captar por parte de la población y fue acerca del que más me comentaron durante el trabajo de campo.

“Antes no valía la pena porque no había un encargado que esté todos los días” (Rubén Sangama, ex presidente de la Asociación Yuyay Llakta, agosto 2016).

“Se debía incorporar el centro artesanal al circuito que realizan las agencias de viajes de la ciudad de Tarapoto” (Funcionario de la gerencia de desarrollo económico de la MPL, agosto 2016).

“Quisimos que se delegaran las funciones entre los socios para que podamos trabajar por el centro artesanal, con el apoyo de la municipalidad y el guion que hicimos, ya era más fácil entender cómo hacer” (Manuela Amasifuen, ex presidenta de la Asociación Yuyay Llakta, agosto 2016).

Los diversos talleres que se realizaron para el desarrollo, socialización y validación del guion turístico abrieron la posibilidad de generar espacios de diálogo y participación entre los diferentes actores involucrados, principalmente los socios de la asociación Yuyay Llakta, las autoridades comunales y las autoridades municipales. Esto fue bastante provechoso en tanto se discutieron los problemas y limitaciones que cada cual percibía respecto al centro artesanal;

³⁸ Antes y después del ingreso al Centro Artesanal Wask Waska Warmi Wasi. Imagen tomada de la Consultora TURSE - Turismo y Desarrollo, quienes realizaron el “Servicio para asistir el acondicionamiento del Centro Artesanal Wask Waska Warmi Wasi en el distrito de Lamas, en el marco de la iniciativa “De mi tierra un producto”.

Publicado el 14/03/18, enlace web: <https://www.turse.pe/single-post/2018/03/14/PROYECTO-LAMAS-CENTRO-DE-MUJERES-ARTESANAS-WASK-WASKA-WARMI-WASI>

y conforme se desarrollaba el estudio, fueron encontrando y planteando nuevas ideas, soluciones y acuerdos con los que todas las partes se sintieron cómodos de aceptar.

La asistencia a estos talleres fue predominantemente femenina. Coincidió con que la mayoría de los miembros de la Asociación eran mujeres y ceramistas; pero, a su vez, con que se abrió el espacio para que participaran los y las pobladores de la comunidad, y la mayoría que asistió fueron también mujeres. Esto me resultó muy interesante porque para ellas estas actividades resultaron nuevos escenarios en los que podían conocer qué oportunidades tenían para mejorar la economía familiar y adquirir cierta independencia económica a través de su trabajo.

“Yo vi que se quedaban hablando de lo que habían dicho los funcionarios en la reunión y me fui a ver porque me invitaron y al principio no entendí, pero después vi que te enseñaban como vender las tinajitas. Ya pues eso quería aprender y ahora lo hago desde mi casa. Así a varias nos ha enseñado, nosotras mismas preguntábamos”. (Marisol Llanos, miembro de la Asociación de artesanos Yuyay Llakta, agosto 2016)

Fue a través de estos espacios que las mujeres ceramistas lograron involucrarse y adquirir más agencia que los hombres, quienes venían tomando la mayoría de las decisiones respecto a la Asociación Yuyay Llakta y administración del centro artesanal. La participación de las mujeres, desde entonces, se volvió más activa, hasta el punto en que fueron ellas quienes comenzaron a asumir los cargos de mayor importancia, como la presidencia, administración y tesorería de la Asociación Yuyay Llakta. A su vez, son ellas las que más rápidamente incorporaron en sus discursos la importancia de la revaloración y difusión de sus conocimientos y prácticas culturales, volviéndose las principales promotoras y protectoras de estos saberes; más adelante haré mayor referencia sobre este punto.

El nuevo centro artesanal Waska Waska Warmi Wasi reapertura el año 2014 con horario de atención a los visitantes de lunes a viernes de 10:00am a 12:00pm y de 2:00pm a 5:00pm. El costo de ingreso se determinó al valor de dos soles por persona, a excepción de los niños y adultos mayores quienes no pagan por el ingreso.

A través del nuevo guion turístico, este espacio se disponía con la finalidad de “brindar una oferta turística de calidad” que integra la diversidad ecológica de la flora local, los conocimientos tradicionales en torno a las artes manuales, y la identidad Kichwa lamista de la comunidad del Wayku. Las nuevas instalaciones y señalética se prestaban también para dinamizar las actividades del recorrido e incrementar el uso de los ambientes del centro artesanal -tanto por parte de las artesanas y artesanos, como de los visitantes.

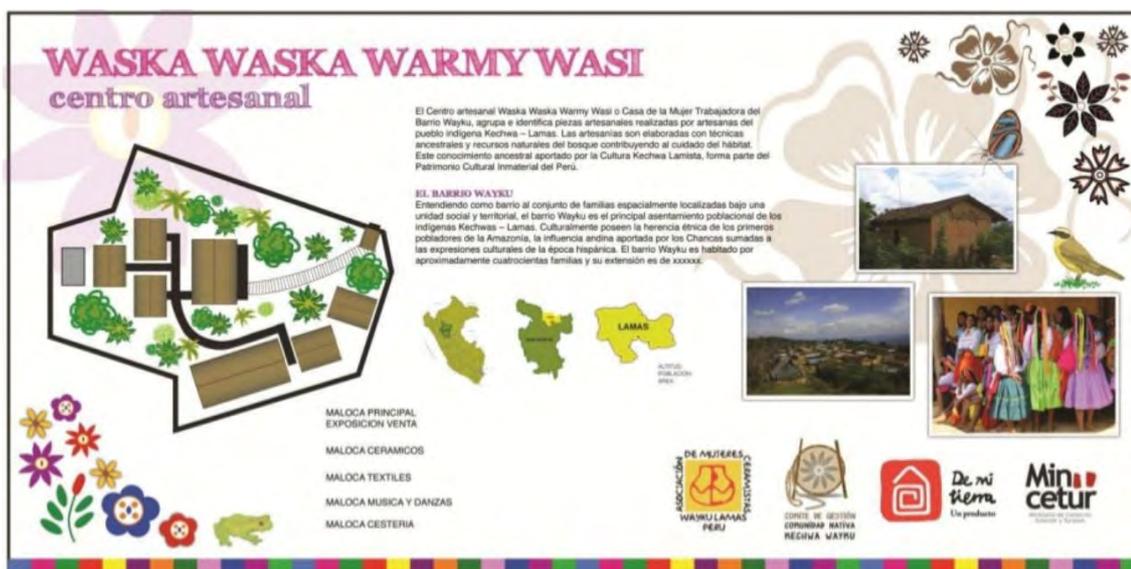


Imagen 157: Croquis de ingreso al Centro Artesanal Waska Waska Warmi Wasi (Consultora TURSE, 2018)³⁹

En la actualidad el centro artesanal dispone de una sala de exhibición y venta de artesanías, tres talleres para artes manuales (de textil, cerámica, y bisutería/cestería), dos hornos de barro para la quema de las cerámicas, un jardín botánico natural, y una sala de usos múltiples (principalmente para reuniones comunales y la presentación de danzas y música local). Fue a partir de esta refracción e implementación de infraestructura que el centro artesanal comenzó a funcionar como tal y a ser utilizado por la asociación de la comunidad

³⁹ Croquis de ingreso al Centro Artesanal Waska Waska Warmi Wasi. Imagen tomada de la Consultora TURSE - Turismo y Desarrollo, quienes realizaron el “Servicio para asistir el acondicionamiento del Centro Artesanal Waska Waska Warmi Wasi en el distrito de Lamas, en el marco de la iniciativa “De mi tierra un producto”.

Publicado el 14/03/18, enlace web: <https://www.turse.pe/single-post/2018/03/14/PROYECTO-LAMAS-CENTRO-DE-MUJERES-ARTESANAS-WASK-WASKA-WARMI-WASI>

y la comunidad misma, y a ser visitado por un mayor número de turistas de manera regular.

Recuerdo que cuando yo visité el centro artesanal, este ya había sido remodelado. Desde que llegué, la entrada al lugar me resultó muy bonita: un puentecito de madera y una puerta en la esquina con un letrero en la parte superior indicando su nombre: Waska Waska Warmi Wasi, y detrás un pequeño bosque natural. Aquel día me encontré con muchas personas visitando el centro, la mayoría de ellas venía bajando de la parte alta, desde donde una avenida principal atraviesa la ciudad de Lamas hasta llegar a la plaza del Wayky. Esta es la avenida en la que se ubica el centro, justo en la esquina que comparte con el Jr. Luis A. Bruzoni.

Desde el ingreso del centro artesanal se aprecia una rampa natural, donde una escalinata de piedra guía el camino a la estructura principal. Este camino está rodeado de una serie de especies locales de árboles, plantas y frutos que hacen muy agradable el ascenso. Al llegar a la parte superior se encuentra una amplia sala de estructura rectangular construida con materiales y técnicas tradicionales, una gran maloca donde se exhiben y venden una variedad de productos como bebidas locales, pulseras, esculturas de monos hechos con coco seco, pretinas, telares, bolsos, cerámicas de todos los modelos, entre otros. Los objetos que más destacan definitivamente son las piezas de cerámica, desde tinajones de medio metro de altura, jarras, maceteros, ollas, platos, fuentes, tiestos, maceteros, figuras de animales y personas, servilleteros, etc. Una amplia variedad de productos y modelos, además de otras piezas de cerámica traídas de diferentes regiones de la Amazonía, e incluso piezas elaboradas al por mayor que se adquieren de Tarapoto (o de la costa) – y que también se encuentran en las tiendas de artesanías de los alrededores.

Además de las cosas que se venden, el Centro artesanal se conforma de otros espacios o salas donde se exhiben los procedimientos técnicos vinculados a las artes manuales. Todos los espacios, en su conjunto, conforman el guion turístico que estipula la presentación del espacio a los visitantes y un recorrido oficial sobre el mismo. Este recorrido incluye: el jardín botánico, la visita de los talleres de artesanías: 1ro. Cerámica, 2do. Textilería, 3ro Cestería y ornamentos;

y al finalizar, el auditorio de música y danza, y se plantea que dure dos horas - aproximadamente 20 minutos de recorrido por cada sala.

Originalmente, el recorrido consideraba que cada taller estuviera siendo utilizado por los y las artistas tradicionales dentro del horario de atención. Así, los turistas y visitantes podrían “presenciar el proceso de la artesanía y detenerse a aprender o tomar fotos”. Quienes tienen acceso a los espacios del centro artesanal y principalmente a los talleres de textilería, cerámica y ornamentos son los miembros de asociación de artesanos y artesanas Yuyay Llakta. Esta Asociación está conformada por alrededor de 18 miembros activos que pertenecen a la comunidad nativa Kichwa Wayku y se dedican a la producción de cerámica, textiles y ornamentos. Sin embargo, la mayoría de ellos y ellas trabajan desde sus casas donde tienen la facilidad y comodidad de distribuir su tiempo entre sus actividades domésticas y productivas (artesanía y agricultura). Este aspecto hace que la mayoría del tiempo no haya realmente personas trabajando dentro de los talleres y es solo en ocasiones específicas que se coordina, a través de la asociación, para que vayan a trabajar en las instalaciones del centro artesanal.

Dado que todos los proyectos fueron direccionados para que el centro artesanal se integre al producto turístico que ofrece Lamas, la Municipalidad Provincial es la que mayor presión impone a la asociación para que cumpla con ofrecer “la experiencia completa” del Waska Waska Warmi Wasi.

Detrás de esto, hay dos aspectos importantes a considerar: el primero está vinculado con las rutinas cotidianas de las/los artistas tradicionales y la reorganización de sus actividades de manera que puedan cumplir con lo que demanda el centro artesanal y con lo que demanda su vida doméstica familiar. En segundo lugar, está vinculado con la performance o la exhibición de los procesos de elaboración de artefactos culturales que buscan representar: “la cultura viva”, “la continuidad de las tradiciones manuales”, “la singularidad de los repertorios técnicos de la comunidad Kichwa Lamista”.

Incluir en el centro artesanal la representación en vivo de estos procesos está relacionado con que la escenificación o puesta en escena de estas prácticas es percibida (por la municipalidad y la misma comunidad) como potenciadora de

la experiencia que se ofrece a los turistas; les permite ver y aproximarse a “los otros modos de vida” de las personas que producen estos objetos y así reforzar el valor y la singularidad de estos como mercancías culturales.



Captura de pantalla 4: Turista aprendiendo a hacer cerámicas Kichwa (Centro Artesanal, 2014)⁴⁰

Como se aprecia en la fotografía, cuando un turista llega al centro artesanal, se le invita a participar, tomar fotos y presenciar cómo son elaboradas las cerámicas Kichwa lamista. Quienes están fabricando las piezas, se desenvuelven con tanta destreza y precisión que llama la atención de cualquiera que por primera vez está en contacto con las cerámicas y el pueblo Kichwa Lamas. Las artistas tradicionales, entonces, reafirman su posición de maestras y herederas de estos conocimientos, que mantienen y resguardan para transmitir a las próximas generaciones.

La incorporación de esta forma de exhibición en el guion turístico del centro artesanal refleja cómo la etnicidad viene siendo mercantilizada e incorporada por las mismas mujeres Kichwa lamista. La puesta en escena de la fabricación de las cerámicas representa un contexto de performance de la posesión cultural y autenticación de la identidad étnica de este repertorio que se orienta hacia fines comerciales (Cánepa, 2002).

⁴⁰ Imagen del Facebook del Centro Artesanal Waska Waska Warmi Wasi, publicada el 24 de abril del 2014. Enlace web: <https://www.facebook.com/CentroArtesanalaWaskaWaskaWarmiWasi/photos/a.297982846980590/514324578679748/?type=3&theater>

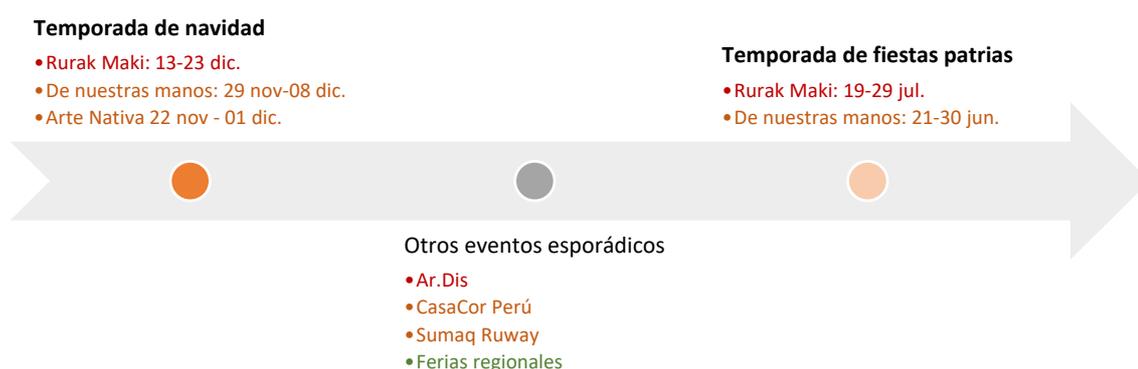
En su conjunto, los diferentes elementos y soportes que utiliza el centro artesanal –su localización dentro de la comunidad, la presencia de las ceramistas, los espacios de trabajo, herramientas y materiales visibles, los paneles expositivos, fotografías y los objetos mismos- conducen hacia lo mismo: que los turistas puedan reconocer los marcadores étnicos de la identidad Kichwa lamista inscrita en cuerpos particulares (Cánepa, 2005:278). Esto está vinculado a una economía de la experiencia, en que los diferentes referentes, dispositivos y soportes hacen alusión y refuerzan la singularidad de estos artefactos, su relación la comunidad nativa y el entorno natural que los rodea.

Por otra parte, cabe mencionar, que las actividades dentro del centro artesanal no se realizan de manera sostenida durante todo el año. Sobre todo, es en las épocas de temporada alta de turismo –que se da en dos temporadas, de julio a setiembre y de diciembre a marzo- cuando hay mucho mayor movimiento en el centro artesanal. El centro artesanal Waska Waska Warmi Wasi aún no está completamente considerado dentro de los paquetes turísticos que se ofrecen desde Tarapoto a Lamas. La mayoría de visitantes llegan a este espacio de manera independiente, y son escasas las ocasiones en que vienen grupos de turistas traídos por operadores. Eso hace que la comunidad se vincule al centro artesanal de manera complementaria o secundaria, y mantenga sus actividades cotidianas como prioridad. Principalmente, cuando se ha confirmado la llegada de grupos de turistas, es cuando se prevé que haya atención en el centro artesanal y que se realicen las demostraciones de artes manuales durante ese día.

La temporada alta de turismo se organiza en dos periodos: de julio a setiembre y de diciembre a marzo, durante estos meses se celebran las principales fiestas tanto de la provincia de Lamas como de la comunidad nativa del Wayku. La temporada empieza con la fiesta de aniversario de la provincia de Lamas que celebra “La Santísima Cruz de los Motilones”, del 6 al 16 de julio; seguido de la celebración de fiestas patrias y en el mes de agosto, la celebración de la fiesta patronal de la comunidad Kichwa lamista “Santa Rosa Raymi”, del 21 al 31 de ese mes. Estas fiestas coinciden con las vacaciones de mediados y finales de año que aprovechan la mayoría de visitantes locales, nacionales y

extranjeros, algunos van a visitar a sus familiares y a celebrar fiestas con ellos; mientras que otros van a hacer netamente turismo cultural de estas celebraciones y otros están de paso en sus viajes por el corredor turístico Nororiental. De esa manera, alrededor de esos meses, es cuando más visitantes recibe el centro artesanal, para el cual las ceramistas preparan con meses de anticipación las cerámicas que serán expuestas y comercializadas a los visitantes.

Por otra parte, cuando pasan los meses de temporada alta, las artistas tradicionales de la asociación continúan produciendo cerámicas a pedido y para eventos y ferias artesanales a las que participan dentro de su región o en Lima. Esta posibilidad es beneficiosa para la estabilidad económica de las artesanas y es algo que han ido consolidando recientemente. Antes de las actividades que se desarrollaron en el marco de “De mi tierra un producto”, no funcionaba formalmente la asociación de artesanos y artesanas del Wayku, pese a que existía una organización y, con mucho mayor dificultad se tenía acceso a plataformas comerciales en la que pudieran ofrecer sus trabajos, tanto en madera, cerámica, textil y bisutería. Recién a partir de estas iniciativas han comenzado a posicionar su producto y ganar mayor visibilidad dentro de las diferentes artes tradicionales que se manufacturan en el Perú.



Esquema 4: Calendario de expoventas (Elaboración propia, 2019)

Como da cuenta el gráfico anterior, actualmente la asociación Yuyay Llakta participa de manera regular en las ferias más importantes de artes tradicionales del país que son “De nuestras manos” y “Arte Nativa” organizadas por el MINCETUR; y “Ruraq Maki”, organizada por MINCUL. También han sido

invitados a participar en eventos que se desarrollan de manera ocasional como fue el caso de Casacor Perú, edición XX; Sumaq Ruway, feria de arte tradicional que se desarrolla en alianza entre MINCETUR y la PUCP; Ar.Dis: Semana del diseño para la artesanía, edición 2019, en la que participaron a través del programa Rurak Maki; y las diversas ferias y eventos regionales que se llevan a cabo en San Martín, donde participan con el apoyo de la Municipalidad Provincial del Lamas. También cuentan con una publicación de la serie “Repertorios” del Ministerio de Cultura, publicado el año 2017, dedicado a documentar las diferentes expresiones prácticas de los y las artistas tradicionales del país (Ministerio de Cultura, 2017), y han recibido un premio a la innovación en diseño de productos otorgado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo el año 2018.

3.1.3. “El espacio del encuentro” Edición XX CasaCor Perú

El año 2015 el gobierno del Perú, a través del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), dio inicio al proyecto “Encuentro Perú” que tuvo por objetivo el reposicionamiento de las artesanías en función de su identidad, generando espacios de encuentro y diálogo entre el diseño contemporáneo y la producción de objetos de arte tradicional. Este proyecto tuvo dos ediciones las que se llevaron a cabo el año 2015 y 2016. Cada una de estas ediciones contempló el diseño y creación conjunta de dos colecciones las cuales se lanzaron en la edición XX y XXI de la feria CasaCor Perú. De dichas exhibiciones, la más importante fue la del año 2015 que se realizó en la casa Ronald en la Provincial Constitucional del Callao. Sin embargo, antes de presentar las razones por las que esta exhibición fue importante, quiero anotar algunas consideraciones sobre la plataforma o vitrina de exhibición que significó CasaCor en relación a la mirada sobre el arte tradicional promovida desde el Estado.

La feria CasaCor Perú es parte de una franquicia internacional con una trayectoria de 30 años de presencia y reconocimiento en las ciudades más importantes de Latinoamérica, y que este año celebra su vigésima cuarta edición en Lima, Perú. CasaCor Perú es una institución privada que existe gracias al financiamiento del Centro Ann Sullivan del Perú (CASP). El CASP es una

organización de educación sin fines de lucro creada en el país el año 1979 por Liliana Mayo y que tiene por objetivo “el servicio a la comunidad de personas con habilidades diferentes” (CasaCor, s.f.). Esta organización realiza desde investigaciones hasta programas de educación y capacitación a familias y profesionales en su método de enseñanza. Es interesante que a través de esta organización sin fines de lucro se ha venido gestionando la realización de CasaCor Perú bajo la organización de Verónica Torres de Haaker y Elena Benavides, quienes cada año invitan a participar a empresas y personas naturales que encuentran en CasaCor Perú el escenario ideal para exponer “las últimas novedades en decoración, diseño, piezas, materiales, tecnología y equipamiento de primera categoría”.

Como me comentaba Diego, diseñador y participante de varias ediciones de esta feria, CasaCor es considerada “la exposición de arquitectura, decoración, diseño y paisajismo más importante del continente”. En la conmemoración del trigésimo aniversario de la franquicia se dio el lanzamiento del último video institucional en el que CasaCor se presenta de la siguiente manera:

“Con los años hemos aprendido que vivir tiene que ser una experiencia. Una experiencia como CasaCor, una experiencia para todos los sentidos. Una celebración del presente, un laboratorio de buen vivir del futuro. Para uno, para dos, para toda la familia; para profesionales, estudiantes y amantes del arte de vivir. Para profesionales que buscan encontrarse con las mejores marcas; para marcas que buscan una conexión con sus consumidores, y para que los consumidores se llenen de inspiración. Esa es nuestra historia que, desde hace más de 30 años, ha estado presente en las ciudades más importantes de América Latina recibiendo más de medio millón de visitantes al año. Recuperando y conservando el patrimonio histórico en donde estamos, promoviendo la sostenibilidad de nuestros ambientes, así como de todo el evento. Quién sabe dónde estaremos en los próximos 30 años...”. (Extracto del video institucional publicado el año 2019 en la página de Facebook⁴¹ de la Franquicia CasaCor).

Como da cuenta el mensaje del video, el concepto detrás de CasaCor es hacer de este un espacio para la “exhibición, conexión, inspiración y celebración del buen vivir”. De aquello que ellos consideran representa “las últimas novedades”, “lo más original”, “de mejor estilo y nivel de excelencia” en cuanto a

⁴¹ Enlace web: <https://www.facebook.com/casacorperu/videos/10153749255042504/> Consultado en Mayo, 2019.

decoración, diseño, piezas, materiales, tecnología y equipamiento para el hogar y otros espacios. A su vez, el evento tiene una función o actividad paralela que se orienta en la recuperación y puesta en valor de inmuebles históricos que han quedado en estado de abandono y que -como referentes de la arquitectura y diseño- “representan una época en la historia del país”.

Es así que, con anterioridad a la apertura de la feria, se llevan a cabo los proyectos de recuperación de casonas y edificios históricos que serán utilizados como escenario para la creación de ambientes o espacios efímeros de exhibición de propuestas -exteriores e interiores como oficinas, restaurantes, casas y jardines- en los que se exhiben estas propuestas de decoración “innovadoras y de buen gusto”.

Para ello, durante un periodo de tiempo determinado se convoca a empresas y profesionales de los rubros del diseño, decoración, paisajismo, arquitectura, restauración; empresas patrocinadoras y marcas nacionales e internacionales, medios de prensa y –muy recientemente- instituciones del Estado como PromPerú, MINCETUR, MINCUL y el Museo de Arte de Lima (MALI), para apoyar la creación conjunta de estos ambientes de exhibición. Esta serie de factores genera que CasaCor se posicione como la plataforma más importante para el público, profesionales y marcas involucradas con el diseño y decoración quienes tienen acceso a una serie de contactos, eventos y ambientes que “reflejan los últimos referentes de la modernidad y el buen gusto a través de toda una experiencia”.

Como mencionaba antes, en cada edición se convoca la participación de una serie de actores⁴² con jerarquías y funciones específicas. En el caso de la edición 2015 estos fueron los siguiente: como patrocinador master, el banco *Scotiabank*; como auspiciadores, las marcas *American Colors*, *Masisa*, *Paraíso*, *Fugaz*, *Acontrol Security*. En el patrocinio editorial, participaron el diario *El Comercio* y *Casa y Más*; y que contó, además, con la colaboración de entidades como la Municipalidad del Callao, el Ministerio de Cultura, el Ministerio de

⁴² Los actores que menciono corresponden a aquellos que participaron en la Edición XX, el año 2015. Particularmente me centro en esta edición pues, como explicaré más adelante, es en la que se presenta “El espacio del encuentro”.

Comercio Exterior y Turismo, Marca Perú –a través del Prom Perú-, las Revistas Caretas, Ellos y Ellas, entre otras.

A través del auspicio, gestión y colaboración entre los actores mencionados, organizados por Verónica Torres de Haaker y Elena Benavides, y la dirección de la Franquicia CASACOR, cada año, entre los meses de setiembre-noviembre⁴³, se lleva a cabo la feria en la que participan invitados nacionales e internacionales, algunos de ellos con reconocimiento dentro del circuito y, en otros casos, marcas y diseñadores independientes que recién están posicionándose en el contexto nacional y que encuentran en este evento la oportunidad para su crecimiento profesional y visibilidad mediática. El horario de atención del evento suele ser de martes a domingo de 12m. a 8 p.m.; y el precio de las entradas asciende a S/30 para adultos y S/15 para estudiantes; en el caso los niños menores de 12 años, estos no pagan por su entrada.

Con relación al inmueble donde se realiza el evento, este suele variar en cada edición y se define a través del comité de organización de la feria y los aliados institucionales con que cuenta ese año. Aunque ha habido oportunidades en que se ha vuelto a intervenir un mismo espacio, a lo largo de la trayectoria de CasaCor Perú se calcula que “se han recuperado y creado un total de 1,000 ambientes en 22 casonas, palacios y edificios de Lima gracias a la labor de más 1,400 profesionales” (Diario Gestión, 2015). Con relación a este enfoque de recuperar y poner en valor inmuebles históricos con valor patrimonial, la edición peruana de CasaCor fue galardonada como “Mejor Inmueble Internacional” el año 2011, y como “Mejor Franquicia Internacional” de manera consecutiva los años 2012 y 2013.

Dentro de las actividades de CasaCor Perú, en cada edición se trabaja con una propuesta temática distinta – que suele estar vinculada con la coyuntura

⁴³ Con el paso de los años, el tiempo de duración de la feria se ha ido ampliado. En la edición 2015, el evento tuvo una duración de una semana; sin embargo, en la actualidad, la exhibición de paisajismo y decoración de interiores se presenta dura un mes, aproximadamente. Aunque los organizadores no hacen explícita las razones de esta ampliación, asumo que esta se asocia a la gran concurrencia de diversos públicos y su eficacia en términos de mediatización nacional e internación y la activación de redes de contacto y comercio de estos servicios y productos.

global. Por ejemplo, en el caso de la edición de este año (2019), el tema central de la feria gira en torno al planeta saludable con la campaña “*Planeta Casa*”:

“Nuestra vida depende del Planeta. Y el Planeta que soñamos puede nacer en nuestra casa. Venga a descubrir como el talento de los mejores arquitectos, diseñadores de interiores y paisajistas es capaz de transformar tecnología y sostenibilidad en ambientes afectivos y cómodos, llenos de vida y belleza” (Facebook Oficial CasaCor, 2019)



Captura de pantalla 5: Afiche Edición 2019 CasaCor Perú (Casacor Perú, 2019)⁴⁴

En el caso de la edición que analizo en esta investigación (2015), la temática giró en torno a la revalorización del patrimonio cultural a través del arte y la decoración con la campaña “*El Perú visto por dentro*”:

“Con una muestra de inspiración peruana, la edición 2015 de la feria busca revalorizar el trabajo de los artesanos peruanos y fusionarlo con las últimas tendencias del diseño mundial” (Gestión, 2015).

⁴⁴ Captura de pantalla obtenida de la página de Facebook de CASACOR Perú, publicación del 16 de abril del 2019.

Cabe mencionar que esa edición fue muy importante pues coincidía con la celebración del vigésimo aniversario de CasaCor en el Perú. La celebración de los veinte años fue el motivo principal por el que se llevó a cabo la recuperación de *“una veintena de casonas, edificios, una iglesia y dos plazas en el área monumental del Callao. Además, la intervención de las vías públicas con la participación de reconocidos artistas urbanos y muralistas peruanos, reanimando las otrora abandonadas calles del puerto marítimo”* (ArchDaily, 2015). En ese sentido, la edición del año 2015 fue mucho más ambiciosa que las ediciones anteriores. Abarcó la recuperación de una escala mayor de inmuebles alrededor de las dos sedes principales de la feria: el Edificio Ronald y la casa Valega. A su vez contempló una serie de proyectos más pequeños como intervenciones artísticas en las principales avenidas de acceso a los inmuebles que terminaron por generar mucha mayor exposición mediática y reconocimiento de la feria CasaCor Perú a escala nacional e internacional.



Imagen 28: Edificio Ronald (Casacor Perú, 2016)⁴⁵

Como mencioné, las dos sedes de la vigésima edición fueron el Edificio Ronald y la Casa Valega, ubicados en el Jirón Constitución N°250 en el Centro

⁴⁵ Fotografía de la página de CasaCor Perú, publicado en su portal web el 02/08/19. Enlace web: <https://casacorperu.com/casacor-peru-2015-edificio-ronald-y-casa-valega/>

Histórico del Callao. En estos dos inmuebles se presentó el trabajo de 53 diseñadores, quienes ambientaron más de 90 espacios distintos: terrazas, lofts, dormitorios, bares, salas, cocinas, entre otros. Sin embargo, más allá de los espacios creados; hay un par de aspectos que me interesa destacar de esta edición en particular. Por un lado, respecto a la recuperación y puesta en valor de estos inmuebles en el Centro Histórico del Callao y la relación de “colaboración” con el Proyecto Fugaz. Y, por otro lado, respecto a la temática central de la edición: “El Perú visto por dentro”, y la manera como se materializó en dos ambientes específicos del evento.

Con relación al primer aspecto, llamó mucho mi atención el hecho de que esta edición se realizara a la par con el lanzamiento del Festival de arte urbano Monumental Callao, organizado por el Proyecto Fugaz y el apoyo de la Municipalidad de la Provincia Constitucional del Callao.

“La Bahía del Callao cuenta con un ambiente urbano patrimonial de gran valor arquitectónico, afectado durante la última década por severos problemas sociales como la delincuencia y la informalidad. En un esfuerzo conjunto con el Gobierno Regional y la Municipalidad del Callao, CASACOR 2015 ha puesto en marcha la recuperación del tradicional jirón Constitución, calle que alberga importantes monumentos como la Iglesia Matriz del Callao, el edificio Ronald y la casa Valega. Asimismo, la organización plantea la reactivación económica del sitio con la creación de una zona comercial con restaurantes, galerías de arte y tiendas de diseño, las que permanecerán con el objetivo de revalorizar y convertir la zona Monumental del Callao en un nuevo destino cultural del país. Este evento se encuentra asociado también al Monumental Callao Festival, promovido por el Proyecto Fugaz, una propuesta de arte urbano que busca promover un movimiento cultural que integre a la población y ofrezca un beneficio directo en la calidad de vida de los vecinos y en el desarrollo artístico y cultural de la zona” (ArchDaily, 2015)

Es así que la edición XX de CasaCor se inauguró en paralelo con el Proyecto Fugaz. Mientras que CasaCor se encargó de recuperar una serie de inmuebles con valor patrimonial; Proyecto Fugaz se encargó de llevar a cabo una serie de intervenciones artísticas en el espacio público alrededor de estos inmuebles puestos en valor. Adicionalmente, tanto CasaCor como el Proyecto Fugaz, también llevaron a cabo la creación de espacios de exhibición (y venta). Mientras que CasaCor se orientaba en reunir y presentar a la tendencia de las marcas, diseñadores y propuestas dentro del rubro de la decoración y paisajismo

de interiores; Fugaz, se enfocaba en generar una red de galerías de arte, espacios de residencias artísticas y convenios o festivales que tuvieran sede en este lugar.

Ambas iniciativas se complementaron muy bien. En el discurso ambos pretendían “mejorar”, “recuperar”, “rehabilitar” la zona y cambiarle el rostro al Callao. Sin embargo, en la práctica ambas iniciativas operaban bajo una lógica de apropiación de barrios marginales en donde la inversión privada (empresarios que compran un conjunto de propiedades y generan servicios para atender un tipo de demanda en específico) es el sector que ejerce la influencia directa sobre el espacio público y condiciona o restringe el acceso de la población local que no pertenece a ese público del mercado.

Lo interesante es que bajo la fórmula de “proyectos vecinales” y de “recuperación de inmuebles patrimoniales” lo que el Estado hace es otorgar facultad a los inversionistas privados para desarrollar proyectos de renovación urbana que se enfocan en poblaciones de mayores recursos económicos y que terminan por marginar y acentuar las brechas sociales con aquella población que no dispone de esas posibilidades económicas, aun así, ellos viven alrededor de esas propiedades o en ellas.

Este contexto es importante pues dice mucho de la racionalidad bajo la que opera el evento de CasaCor, los aliados con los que cuenta y los escenarios donde se localizan estas iniciativas. Como plantean diversos autores (López-Morales, Shin, & Lees, 2016) la gentrificación como modelo de desarrollo urbano neoliberal conduce al aumento de la segregación social. A su vez, este efecto suele ser ignorados por los gobiernos locales-centrales quienes, en cambio, promueven o apoyan este tipo de desarrollo urbano, alineado a la lógica del estado neoliberal que se despliega, renueva e impone en el espacio urbano y las subjetividades de sus habitantes. Con esto hago referencial al modelo de ciudades creativas, ciudadanos emprendedores o nuevas clases medias, y alianzas público privadas que tanto hacen parte de la gubernamentalidad imperante.

Por otro lado, con relación al segundo aspecto, la temática central de la edición “El Perú visto por dentro” hace énfasis en la inclusión del patrimonio

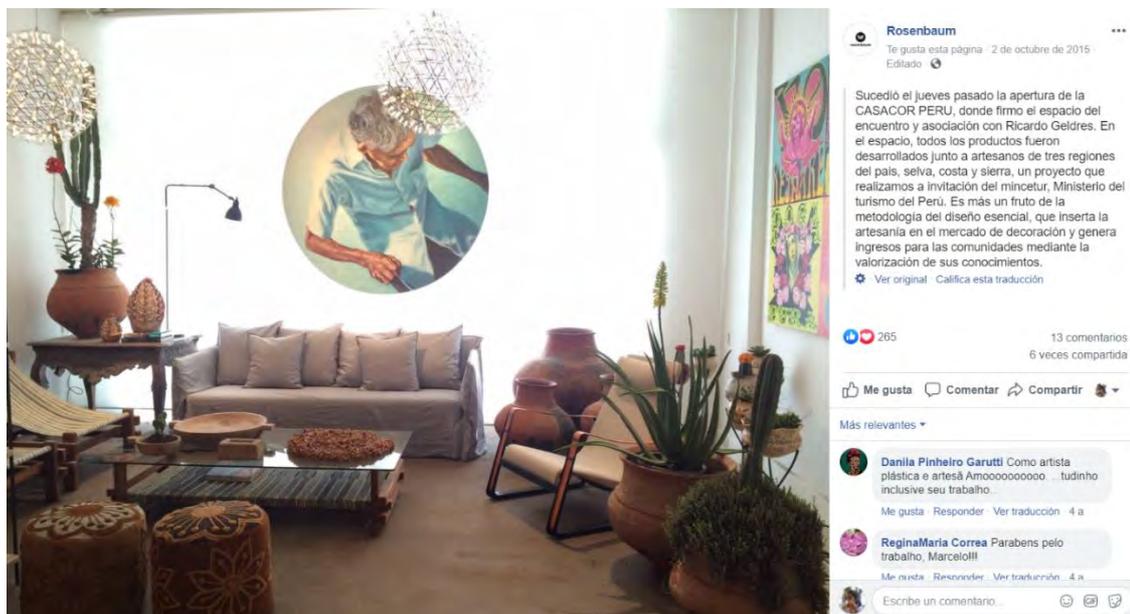
cultural inmaterial asociado a las artes tradicionales y artefactos culturales de diferentes comunidades del país, en la creación de los ambientes y productos diseñados en la edición que se plantea por primera vez en los 20 años de trayectoria de CasaCor Perú. Específicamente el concepto se materializa en dos exhibiciones: el ambiente denominado “El espacio del encuentro”, en el edificio Ronald; y en la sala principal de la Casa Valega⁴⁶.

De los dos ambientes, el espacio que es relevante para esta investigación fue “El espacio del encuentro”, una propuesta de diseño y decoración de interiores que buscó reposicionar el arte tradicional a partir de su identidad.

“Gracias a una iniciativa del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 90 piezas de Narihualá, Lamas y Quinia se lucirán en el Atelier Creativo del primero piso del Edificio Ronald. ¿Qué podrían tener en común las comunidades de Catacaos en Piura, la de Lamas en San Martín y Quinia en Ayacucho? ¿Qué podrían tener en común si en Catacaos trabajan en bisutería, tejidos de fibra vegetal y cerámica, si en Lamas, textiles, bisutería y madera tallada y en Ayacucho, piedra tallada, hojalatería y retablos? Pues tienen mucho en común. Veamos por qué. Primero, porque las localidades citadas forman parte de la iniciativa “De Mi Tierra Un Producto”, estrategia promovida por el Mincetur que busca generar inclusión y desarrollo en el país, promoviendo la demanda del turismo interno en coordinación con las autoridades locales y la población en general. Segundo, porque todos estos artesanos provenientes de dichas comunidades se han venido preparando con mucho esmero para incorporar las últimas técnicas de diseño y acabado que los diseñadores han compartido con ellos. Tercero, porque las artesanías que producen estas localidades se lucirán en el Atelier Creativo del primer piso del Edificio Ronald” (CasaCor, 2015).

Como da cuenta la presentación del espacio, este ambiente –integrado por la entrada, sala principal, comedor y sala de estar- conjugó el trabajo de más de 180 artesanos de las regiones de Piura (Catacaos y Narihuala), Ayacucho (Quinia) y San Martín (Lamas), piezas de diseño industrial y arte contemporáneo en una misma sala. Este proyecto fue planteado por el MINCETUR como parte de una de las iniciativas del programa “De mi tierra un producto” que venía implementándose en las localidades de las tres regiones.

⁴⁶ Aunque no voy a comentar sobre este espacio en particular, fue trabajado por la diseñadora Yolanda Corvetto donde se presentaron una serie de artefactos utilitarios de la comunidad nativa Ese Eja de Infierno, ubicada en los márgenes del río Tambopata, en la región Madre de Dios. Según la diseñadora este espacio buscó reflejar la conciencia y el homenaje a la Amazonía peruana, en un contexto donde las industrias extractivas arrasan con la Amazonía y sus habitantes: “este espacio busca concientizar acerca del lugar que ocupamos las personas frente a la naturaleza” (Revista Lima N°6, octubre 2015, página 49).



Captura de pantalla 6: Ambiente de sala “El espacio del encuentro” (Estudio Rosenbaum, 2015)

A cargo de los diseñadores Marcelo Rosenbaum (Brasil) y Ricardo Geldres (Perú) se desarrolló el proceso de capacitación y orientación de los artistas tradicionales en el diseño y desarrollo de productos que serían presentados en “El espacio del encuentro”. Este ambiente, en particular, captó la atención de la prensa y del público asistente y tuvo muy buenos comentarios por parte de la crítica nacional e internacional por lo novedosa que resultó la propuesta y el contexto en que se llevaba a cabo, con el posicionamiento de la Marca Perú y del arte tradicional como manifestación de la identidad cultural del país. En algunas conversaciones que mantuve con Diego (diseñador industrial que conformó el equipo de la exhibición, junto con los dos diseñadores), me comentó acerca de cómo surge la propuesta para desarrollar este proyecto:

“El estado, con MINCETUR, tiene presupuestos y hace diferentes proyectos. Había la posibilidad de sacar adelante este proyecto; además, era algo que se venía buscando no desde el CasaCor 2015, sino desde el 2014 o antes. Este proyecto estuvo coordinado por una funcionaria del Mincetur, quien tomaba las decisiones de los proyectos en base a los presupuestos disponibles. Ahí entra Ricardo, y entre él y Verónica (socia de CasaCor) le presentan la idea: Un proyecto en el que las piezas sean artesanales y que pudiesen hacerse por artesanos y exhibirse en CasaCor [...] También fue toda una complicación porque él tenía que presentar una serie de papeleo que parecía interminable. Por junio ya le confirmaron que salía el proyecto. Es por esas fechas cuando me llama e invita a participar. Me conto un poco de que se trataba. Me dijo que era respecto a artesanías, que era con Mincetur y que iba a venir Marcelo

Rosembaum, que es el diseñador de Brasil -en ese momento no lo conocía” (Diego, setiembre 2016).

De modo que se genera un espacio planteado para vincular producciones “artesanales” y productos industriales (diseño) en una plataforma con un perfil y trayectoria consolidada. A su vez, esto significaba la introducción de objetos de arte tradicional en una plataforma distinta a la de las ferias artesanales por lo que los indicadores y la revisión de los diseños se dejaría en manos de este grupo de diseñadores quienes trabajarían en la socialización de los diseños y los detalles a incorporar en los procesos y objetos finales que irían a la feria. Así, el proyecto se plantea en tres fases –conforme los entregables que se debían entregar al Mincetur- en que se llevan a cabo viajes a Lamas, Quinua y Catacaos y Narihualá.

Posteriormente, las piezas presentadas en “El espacio del encuentro” fueron adquiridas por el Museo de Arte de Lima (MALI) para ser subastados en la subasta de verano del 2016. Del total de 72 lotes comprendidos en la subasta, las 16 piezas de artesanía peruana fueron las que tuvieron la mayor acogida, entre ellas 5 cántaros o tinajones fabricados por las artistas tradicionales de la comunidad nativa Kichwa Wayku Margarita Cachique y Guillermina Tapullima.

3.2. Biografías culturales de las cerámicas Kichwa lamistas

A partir de la información presentada anteriormente como contextualización de los casos de aproximación etnográfica, pasaré a desarrollar la reconstrucción de las biografías culturales de los objetos identificados para cada caso, siendo estos: el Museo Chanka y de la diversidad Lamista, el Centro Artesanal Waska Waska Warmi Wasi, y la 20va edición de la Feria CasaCor Perú.

El principal argumento que acompaña la reconstrucción de las biografías culturales de las cerámicas kichwa lamista es que una mercancía no es tipo de cosa -en sí misma- en lugar de otra, sino una fase en la vida de las cosas (Kopytoff, 1986). Bajo este argumento, los objetos son asumidos en relaciones de intercambio, que los dotan de posibilidades para moverse, entrar y salir de

múltiples regímenes de valor. En este punto entra a tallar la propuesta de Igor Kopytoff (1986) sobre “La biografía cultural de las cosas” quien propone una aproximación metodológica para analizar los procesos de mercantilización a partir de la trazabilidad de las trayectorias de los objetos como el conjunto de desplazamientos en su historia vital.

La aproximación que aquí propongo no solo presta atención sobre el valor de cambio, sino además sobre los diferentes y ambiguos significados, y los múltiples cambios que atraviesan los objetos de cerámica Kichwa lamista en su vida social. Cada una de las biografías culturales que presento buscan dar a entender los diferentes procesos, significados, clasificaciones y apropiaciones que cada grupo de objetos obtiene dentro de su contexto de investigación. Para ello, parto del supuesto de que las cerámicas Kichwa lamista como artefactos y mercancías culturales, poseen una dimensión activa y dinámica que varía según el ámbito de su exhibición y los sistemas de valores que en estos imperan. En ese sentido, las biografías culturales como metodología de aproximación, permitirá dar cuenta de cómo fueron adquiridas las cerámicas, por qué y cómo, qué usos se les dio y en qué se diferencian o asemejan, los desplazamientos que siguieron y su disposición actual.

Cabe señalar que, para la reconstrucción de la historia vital de estos objetos, tomé como punto de partida el lugar donde fueron producidos; es decir, en la comunidad nativa Kichwa Lamista, específicamente en el barrio del Wayku en la ciudad de Lamas. Desde ahí pude identificar aquellos actores involucrados en las diferentes fases de la vida de las cerámicas Kichwa lamista: las artesanas, sus familiares, los coleccionistas y emprendedores locales, promotores turísticos, estudiantes e investigadores, diseñadores y artistas, autoridades y funcionarios estatales. De ese modo, fui trazando las trayectorias que siguieron los objetos de esta investigación y organizando su historia según el contexto de su producción, circulación y consumo. Sin embargo, un conjunto de las cerámicas indagadas fue producida hace más de 40 años y, conforme fue pasando el tiempo, se perdió rastro de quién, cómo, cuándo o qué llevó a las piezas a parar donde en la actualidad se encuentran. De esa manera, lo que presento en estas biografías culturales combina tanto los testimonios de estos

actores, así como recuerdos borrosos e incluso un poco de intuición sobre los desplazamientos, las transformaciones e interacciones que ocupó a las cerámicas Kichwa lamista y las personas a su alrededor.

a. Museo de la Cultura Chanka

Bajo el preámbulo presentado antes sobre el contexto en que se inscribe el Museo Chanka y de la diversidad lamista, presento la biografía cultural de las cerámicas Kichwa lamista que se albergan y exhiben al interior. A partir de los testimonios de los actores involucrados, el análisis de los recursos y montaje, del guion turístico y del speech museográfico; así como de los mensajes institucionales que difunden en sus redes sociales digitales, he identificado alguno de los momentos más resaltantes de la vida social de las cerámicas Kichwa lamista que llegaron a parar en el museo.

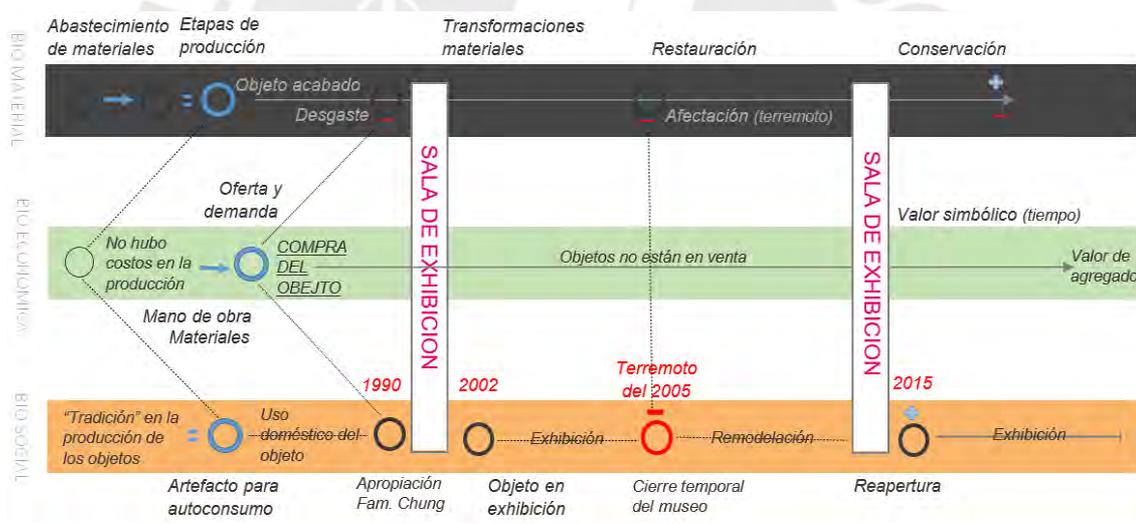


Diagrama 1: Biografía cultural - Museo Chanka (Elaboración propia, 2016)

La primera dimensión que abordo corresponde a la biografía material. Esta se compone de aquellos aspectos vinculados a la materialidad de las cerámicas, sus cambios físicos en el espacio y tiempo, y la caracterización de su estado actual en el lugar donde se exhiben o almacenan al interior del museo.

Para comenzar, el museo está conformado por seis salas de exhibición y una de venta. En el primer piso hay cinco salas permanentes y el área de venta; y en el segundo piso, una sala adicional que va alternando su contenido. Las

salas del primer piso se organizan a partir de una división temática: la historia de Lamas, las artes manuales, los mitos y leyendas de la localidad, el mundo del Wayku y, finalmente, las salas de cultura viva y las de fauna y flora. Los contenidos de las salas se exponen en soportes con paneles expositivos de textos y fotos, vitrinas, repisas y espacios cercados que contienen maquetas. El diseño de la iluminación suele focalizar aquellos soportes con contenido expositivo dejando los espacios de tránsito con una iluminación tenue. Asimismo, como materiales de apoyo se encuentran señales que indican hacia dónde continúa el recorrido, algunos textos explicativos, letreros y etiquetas con los nombres de lo que es o representa y la voz del guía a lo largo de todo el recorrido.

Las salas presentan gran variación entre sí y es, más bien, la explicación del guía lo que conduce la interpretación de los objetos. Por ejemplo, en la sala de artes y manufactura, hay tanto paneles como etiquetas y fotos que dan cuenta de los materiales y procesos que se requieren para la elaboración de las cerámicas; en cambio, en la sala de mitos y leyendas, son las historias que cuenta el guía –como parte del guion que ha aprendido– acerca del mono diablo y el delfín rosado que salen representados en el mural que está pintado a lo largo de la cúpula de la sala.

Respecto a las cerámicas que son analizadas en la biografía material del Museo Chanka, he considerado dos espacios de la exhibición permanente donde están presentes estos objetos. Estos espacios corresponden a la sala de “Artes manuales” y “El mundo del Waykú”. La sala de “Artes manuales” es el segundo espacio que se visita en el recorrido guiado del museo; se presenta justo después de la historia de Lamas y antes de “La cúpula de los mitos y leyendas, y “El mundo del Wayku”. La sala presenta dos temas principales y uno complementario: la cerámica lamista y el tejido tradicional; y, adicionalmente, la cestería.

“Vemos los tinajones que se usan para fermentar la chicha en épocas de fiesta. Las tinajas de diferentes tamaños para colocar las bebidas, estas las mantienen frescas. Luego los tiestos que se usan para presentar los alimentos como las ensaladas, el plátano, el ají el frejol y también son utilizados como platos. Luego tenemos los utensilios de cocina como las batidoras o wishillas, el ashua cayhuilla para mover la chicha. Además, el batán para machacar la yuca

para el masato y el batán más pequeño para moler los ajíes” (Guión turístico, recorrido del museo Chanka; año 2016).



Imagen 29: Sala Artes manuales. (Archivo personal, 2016)

En este espacio, tal como se aprecia en las fotografías, a lo largo de una de las paredes se extiende la colección de cerámicas tradicionales clasificadas según su uso. A su vez, una pequeña sección donde se presentan paneles con el proceso de producción de las piezas y vitrinas en la parte inferior donde se exhiben los materiales y herramientas utilizados para su fabricación. Otros utensilios son dispuestos en las paredes y superficies del espacio, los que dan cuenta de la relación entre las piezas de cerámica y su utilidad en el ámbito doméstico de las familias nativas de la comunidad Kichwa lamista.

“La cerámica lamista es enseñanza de los Chankas. La preparación de materiales, herramientas y elaboración es totalmente tradicional. No ha experimentado ningún tipo de innovación ni cambio en el estilo y la forma... Las mujeres trabajan con los dedos de la mano. La principal característica es su forma globular, es decir, estrecha en el cuello y ancha en la boca.” (Guión turístico, recorrido del museo Chanka; año 2016)

El segundo espacio, “El mundo del Wayku”, es el cuarto en el recorrido y presenta la “cultura viva” del pueblo Kichwa lamista que radica en la comunidad del Wayku, dentro de la ciudad.



Imagen 30: Sala El mundo del Wayku. (Archivo personal, 2016)

Como presenta la imagen, en este ambiente se exponen las prendas del vestuario nativo – fotos y maniqués, vestimentas y accesorios; las danzas, costumbres y tradiciones – a través de fotos y maquetas en vitrinas (afaneo, danza de la cajada, danza de las carachupas, el pato tipina, el matrimonio nativo, el aconsejamiento, la lanta tipina; y al centro una representación en escala de “la cocina nativa” con esculturas de una mujer, dos niños y los utensilios tradicionales.

En este segundo espacio, las cerámicas están dispuestas al centro de la sala, en un perímetro delimitado, y representan los artefactos que tradicionalmente se usaban por las familias del pueblo Kichwa Lamas para preparar los alimentos, contener los líquidos y alimentarse en ellos. Es interesante que, a diferencia de la sala anterior, en este caso los objetos no llevan etiquetas con sus nombres; sino que ubican dentro de la escenificación de la cocina según la utilidad que cumplen.



Imagen 31: Recorrido por la Sala El mundo del Wayku. (Archivo personal, 2016)

El museo potencia su discurso a partir de distintos elementos que van no solo a la visualidad, sino al escuchar, al sentir, al agilizar el recorrido, a hacerlo más lento, a generar intriga, emoción, etc. En ese sentido, la exhibición puede verse como una interrelación de elementos: espacio, soportes, elementos de apoyo, público, obras, etc. Es en los elementos y su tridimensionalidad, que se experimenta sensorialmente un espacio. Es alrededor de las personas que se configura una exhibición de modo que estas puedan aprehender y aprender a través de lo que reciben multisensorialmente con el cuerpo.

Estos aspectos conforman una parte significativa de la biografía material de las cerámicas. El segundo aspecto tiene que ver con el proceso de transformaciones materiales que hay detrás de cada objeto. Se inicia en el abastecimiento de materiales pasando por cada una de las etapas de producción que presente en el segundo capítulo y que terminan en el objeto acabado. Conforme pasa el tiempo y estas cerámicas son adquiridas por el señor Chang, quien compra las piezas hace aproximadamente 30 años, los objetos han sido exhibidos en dos momentos distintos, uno en el anterior museo previo al terremoto y el segundo, cuando este es reabierto en el año 2015. En el lapso de estos periodos hubo una etapa de estancamiento en el que las cerámicas dejaron de ser expuestas al público y sufrieron un desgaste a causa del

terremoto y la falta de condiciones adecuadas para su conservación. Unos meses antes de la inauguración de la nueva exhibición permanente del museo, las cerámicas fueron restauradas y reubicadas en sus respectivas salas.

Con relación a la biografía económica esta se remonta a la manufactura de las cerámicas en el ámbito doméstico de las familias nativas que las utilizaban. Como mencione antes, estas cerámicas fueron elaboradas para autoconsumo en un contexto en el que los materiales se encontraban dispuestos en el entorno cotidiano de la comunidad, de modo que no hubo costo de producción, tanto como para los materiales como para la mano de obra. Es recién a partir de la propuesta del señor Chang de comprarles sus piezas de cerámicas a sus conocidos de la comunidad, que se fija un valor de cambio por los objetos. Según el recuerda pago alrededor de 15 soles por las tinajas chicheras y 20 por los tinajones, y el resto de piezas como tiestos, ollas y tinajitas las fue adquiriendo conforme se las ofrecían a precios más bajos que los mencionados. Una vez que el nuevo propietario incorpora las cerámicas a su colección, estas dejan de estar a la venta indefinidamente.

Uno de los procesos más significativos en este caso tiene que ver con el tiempo que pasa en la vida de estas cerámicas en específicos. Las ceramistas comentan que una cerámica no es hecha con la expectativa que dure mucho tiempo sino principalmente que se elabora colectivamente para una fiesta o evento en específico y una vez que se daña luego de su uso, esta puede ser reciclada. En el caso de cerámicas de museo, a través del tiempo, estas se vuelven reliquias para el propietario por su antigüedad; en ese sentido, su valor no se calcula en términos económicos sino afectivos, vinculado a las historias que el nuevo propietario cuenta del como adquirió estos objetos y las razones porque ahora los exhibe. En ese sentido, adquiere su valor simbólico del paso del tiempo, de las historias de cómo las adquirió y la continuidad cultural materializada en estos objetos que dan cuenta durante el recorrido; estos momentos generan un valor agregado, que no se puede cuantificar, en las cerámicas que exhibe el museo.

Respecto a la biografía social de las cerámicas identifiqué tres momentos clave en la vida social de este corpus de objetos. El primero está vinculado a la tradición cultural a través de la cual existen estas cerámicas como parte de la identidad Kichwa Lamista del Wayku. Considerar las cerámicas Kichwa Lamista en el ámbito de la comunidad del Wayku es el primer momento clave de su vida social. El segundo momento tiene que ver con el consumo y apropiación de las cerámicas tradicionales por parte de la familia Chang para incorporarlas al régimen expositivo del museo Chanka de la diversidad Lamista; en este contexto las cerámicas adquieren nuevos usos, significados y discursos que en un tercer momento son incorporados, contestados o reapropiados a través de las experiencias de los públicos que recorren el museo.

b. Centro Artesanal Waska Waska Warmi Wasi

En el caso del centro artesanal también consideré las trayectorias materiales, sociales y económicas de las cerámicas que se localizan al interior. En este escenario diariamente son producidas, expuestas y comercializadas diferentes tipos de cerámicas elaboradas por las artistas tradicionales de la Asociación Yuyay Llakta. A diferencia del museo, el centro artesanal es administrado por las autoridades de la comunidad nativa Kichwa Wayku y la dirección de turismo de la Municipalidad Provincial, por ello su funcionamiento obedece a la producción y comercialización de artes tradicionales, souvenirs turísticos y “experiencias culturales” como la producción de cerámicas y las presentaciones de danzas en las instalaciones del centro que se ofrecen a turistas y visitantes locales y extranjeros.

“El recorrido, empieza por el lado derecho. En los talleres de cerámica, textilera, cestería y ornamentos. Donde ustedes conocerán todo el proceso para la confección de los diferentes trabajos artesanales. En la sala de exposición y venta, pueden comprar nuestros trabajos hechos a mano por mujeres emprendedoras de la comunidad; y por último el auditorium de música y danza, donde realizamos nuestras presentaciones artísticas. Los objetivos de su visita (conocer los diferentes procesos de los saberes tradicionales, el cual están agrupados e identificados en piezas artesanales realizadas por artesanas del pueblo indígena kechwa – Lamas. Las artesanías son elaboradas con técnicas ancestrales y recursos naturales del bosque contribuyendo al cuidado del

hábitat” (Transcripción de un extracto del guión turístico para el recorrido del Centro Artesanal, Julio 2016).

El corpus de cerámicas que analizo en este espacio responde a una variedad de repertorios. Como mencioné en el capítulo anterior, muchas de las ceramistas que conforman la asociación incorporaron diseños contemporáneos a los repertorios tradicionales que ya poseían. En ese sentido, entre las cerámicas que se exhiben se puede encontrar tinajas de diversos tamaños, tiestos, ollas, pero también jarrones, maceteros, tazas, máscaras, figuras de animales, porta velas, entre otros.



Imagen 32: Sala de exhibición y venta del Centro Artesanal. (Facebook del diseñador Marcelo Ronsenbaum, 2017)

Como se aprecia en la imagen anterior, el espacio principal del centro es la sala de exhibición y venta de artesanías. Además de las cerámicas se ofrecen una serie de otros objetos; sin embargo, la mayoría de estos (fuera de los textiles) son traídos de otras ciudades y han sido incluidos porque resultan atractivos a los turistas. Este espacio cuenta con una serie de soportes como estantes, mostradores y repisas distribuidos en las paredes laterales y al interior. A su vez, hay una serie de infografías donde se presenta el proceso de manufactura de los diversos artículos y de las principales características de la comunidad, como la lengua, las costumbres y la fauna y flora del lugar. La distribución de estos elementos organiza el recorrido que se puede hacer al

interior de la sala; además hay una persona que atiende a los visitantes, presenta los objetos más característicos y se encarga de las transacciones de venta.

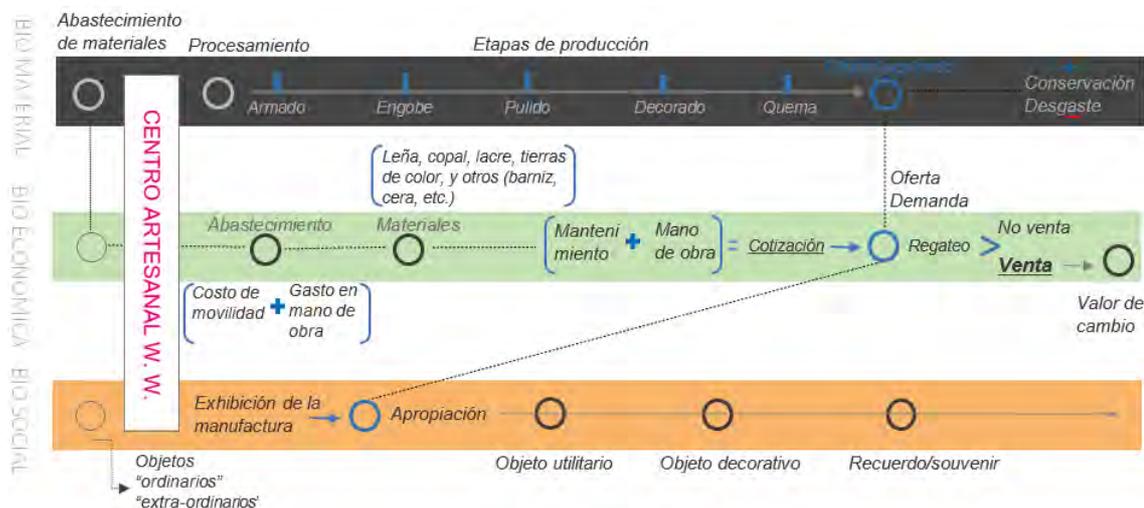


Diagrama 2: Biografía cultural - Centro artesanal (Elaboración propia, 2016)

Tomando como referencia el diagrama anterior, la biografía material de las cerámicas inicia con el abastecimiento de los materiales para la producción de las cerámicas. En ese caso, como presenté antes, la municipalidad apoya una vez al año con el servicio de transporte para el acarreo de la greda y la leña. Posteriormente, una vez que se han obtenido todos los materiales, las cerámicas son elaboradas en las instalaciones del centro artesanal o en las propias casas de las ceramistas. Muchas veces parte del proceso es exhibido en el centro artesanal donde se invita a los visitantes a realizar cerámicas junto a las artesanas. Esta actividad aporta una proximidad a los visitantes sobre los procedimientos técnicos y las tecnologías involucradas en el hacer de las cerámicas que, a diferencia del museo donde se objetiva el proceso, acá se manifiesta durante la puesta en escena de la fabricación. Este proceso es descrito de la siguiente manera:

“¿Cómo se elabora una tinaja kichwa lamista? A partir de 7 pasos: 1. Las bolas de metu son aplastadas formando una base de un canto pequeño, con el barro o matu se comienza a elaborar los chunchullis (rolfisos largos) que serán, añadidos una tras otro sobre la base creada, para ir formando las paredes de la tinaja. 2. A medida que la tinaja va tomando forma, con ayuda de una llunkuna (trozo de zapallo de la zona) y una llunchina (pedazo de cascara de plátano) y agua, se moldea, se extraen impurezas, se raspa y se alisa la superficie. 3. Luego se levanta y moldea el cuello de la vasija para terminar con el modeado de la boca (shimi kara) y el acabado fino con la llunchina. 4. El pintado o pintay

que es cuando las ceramistas pintan o colorean a mano con una pasta semilíquida (engobe) elaborada con tierra de color amarillo (killuaiipa) o blanco. 5. El pulido que es realizado con piedras de superficie lisa y con ligero brillo. 6. La decoración se hace utilizando pinceles hechos con mechones de cabello humano dibujan sencillas figuras geométricas, diseños inspirados en flora local y en las blusas típicas lamistas. Y, por último, 7. La cocción y barnizada. Primero la quema de la cerámica es realizada en el aire libre, en días de sol y poco viento continuando con las costumbres pre-incaicas. Luego la pieza de barnizada o lacrada con una resina natural y transparente cocinada con lacre kaspi y para la impermeabilidad se utiliza el copal kaspi” (Transcripción de un extracto del speech del guión turístico para el recorrido del Centro Artesanal, Julio 2016).

De manera paralela, la biografía social se interrelaciona con la biografía material durante la exhibición de los procedimientos y espacios de producción de las cerámicas, donde interactúan las ceramistas y los visitantes y se construye la experiencia que evoca el arte tradicional. Esta característica es muy importante pues diferentes grupos de turistas y visitantes acuden al centro artesanal con la intención de registrar y aprender de los conocimientos y técnicas de la producción de la cerámica kichwa lamistas. Principalmente es la propia iniciativa de las socias de la asociación lo que ha ido generando que se haga más frecuente este tipo de intercambios.

Una de las personas que influyó en esta propuesta fue la reconocida ceramista Grimanesa Neuhaus quien dirigió una consultoría de capacitación en innovación de productos artesanales con las ceramistas de la asociación el año 2015. A través de ese trabajo, ella le planteo a la asociación llevar a su grupo de estudiantes de cerámica en Lima para realizaran una pasantía en las instalaciones del centro artesanal, en la que recibieran las enseñanzas de las ceramistas de la comunidad. Esta experiencia me fue relatada por Grimanesa y por Manuela, en ese momento presidenta de la asociación.



Imagen 33: Fotografía de la pasantía de cerámica con la Asociación Yuyay Llakta. (Grimu Neuhaus, 2016)

Posteriormente, las cerámicas que están terminadas y dispuestas en los mostradores entran en la dinámica de negociación o transacciones implicadas en la venta de los objetos. En muchas ocasiones, pese a que las diferentes piezas tienen un valor de cambio definido, los turistas regatean con la vendedora y de acuerdo a como resulta esa negociación, termina en la compra de la pieza o no.

En este punto entra el análisis de la trayectoria económica. Como dio cuenta el capítulo anterior, esta está compuesta por la inversión económica en los materiales de producción, mano de obra y servicio de transporte de los insumos. Tomando en cuenta ese gato y el agregado por el tiempo y esfuerzo invertido, las ceramistas fijan los precios de las cerámicas que, posteriormente, son ofrecidas a los visitantes. A diferencia de otros espacios de comercialización, en el centro artesanal las ganancias obtenidas de las cerámicas son distribuidas entre las ceramistas que las produjeron (90%) y la administradora que realizó la venta (a quien se paga el 10% de la ganancia mensual).

Sin embargo, en este escenario en particular, la circulación de las cerámicas se extiende a otros ámbitos aparte del centro artesanal como es el caso de las ferias de artesanías y la producción de cerámicas a pedido. Estos

escenarios generan otros gastos y posibilidades de ganancia de acuerdo a los términos del acuerdo y los diferentes apoyos económicos que se consigan. Por ejemplo, en el caso de la participación de la asociación Yuyay Llakta en la expoventa Rurak Maki, cada año ellas participan en una de las dos ediciones que se realizan. En la reciente edición de mitad de año (julio 2019), las dos representantes de la asociación contaron con alojamiento y alimentos por parte del Ministerio de Cultura y la cobertura del envío de las piezas de Lamas a Lima por parte de la Municipalidad Provincial. Los costos del pasaje y de transporte diario fueron cubiertos por ellas mismas y la asociación. En este escenario, el costo de las cerámicas se incrementó entre un 5-10% del precio que se maneja en el centro artesanal.



Captura de pantalla 7: Fotografía de las representantes de la Asociación Yuyay Llakta que participaron en la edición de julio 2019. (Facebook oficial de Rurak Maki, 2019)

En otras ocasiones se han realizado pedidos por encargo, uno de los antiguos clientes era el Restaurante Amaz a quienes, cada 6 meses, se enviaba un lote de tiestos y bandejas donde se sirven algunos de los platos del restaurante. Esta transacción se dio directamente entre la asociación y la administración del restaurante. Para ello las ceramistas trabajaban en grupo, cabello a cabello o “choba choba”, para realizar el pedido de manera colectiva y enviarlo según el cronograma acordado. Respecto al medio de pago, este se realizaba a través de giros y pago con recibo por honorarios a la presidenta de la asociación quien distribuía las ganancias con el apoyo de la administradora.

Lamentablemente, en varias ocasiones no todas las ceramistas asistían a las jornadas de trabajo lo que terminó por comprometer la puntualidad de la entrega y con ello el acuerdo establecido.



Imagen 34: Tiestos elaborados por la asociación para el servicio del Restaurante Amaz.
(Página web Amaz, 2016)

Además, de los casos anteriores, la mayoría de las cerámicas y otros objetos que ofrece el centro artesanal son vendidos a los turistas y, en ese caso, las ventas se controlan a través del nombre o etiqueta que se coloca en la base de las piezas y que sirve para que la administradora pueda tomar registro sobre a quién corresponde la ganancia del objeto vendido. Esto da cuenta del sistema de ventas y pagos que se maneja al interior del centro artesanal donde los objetos vendidos responden a una productora en particular y no al colectivo de la asociación. Pese a que los diseños y el repertorio de técnicas de fabricación de las cerámicas son de propiedad colectiva, las ganancias obtenidas son privadas y distribuidas según la demanda que tienen algunas piezas de cerámica sobre otras. En este aspecto se podría decir que intervienen cualidades de los acabados y diseños de las piezas que hacen que algunas cerámicas sean elegidas por los compradores, en lugar de otras. Entre las mismas socias se conoce o idéntica aquellas ceramistas que tienen mayor destreza en el pintado de los diseños de la decoración y, en otros casos, quienes se especializan en realizar los productos más modernos. Pero siempre será el factor más relevante la disponibilidad de piezas terminadas; si las ceramistas no renuevan continuamente los productos vendidos, no tendrán la posibilidad de ofrecer sus trabajos y obtener ganancias de su venta.

c. Feria CasaCor Perú – 20va Edición (2015)

En el caso de la feria, la biografía cultural gira en torno al corpus de cerámicas presentadas en “El espacio del encuentro”. Como introduje antes, este ambiente fue diseñado por Marcelo Rosenbaum y Ricardo Geldres y constó de un proceso de desarrollo, creación y montaje de las piezas realizadas por las artistas tradicionales del Wayku junto a otros artesanos de las localidades de Narihualá, Catacaos y Quinua.

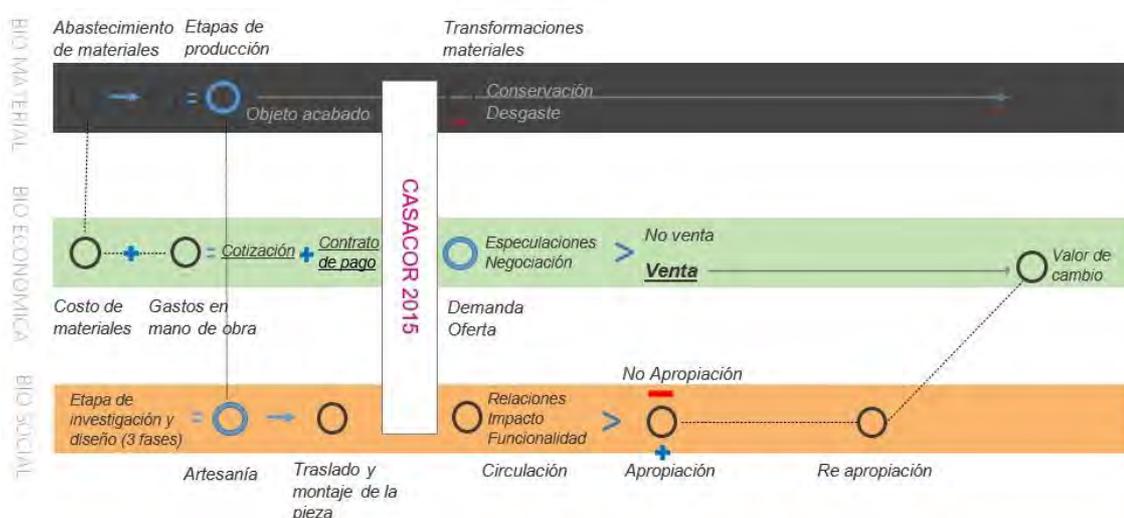


Diagrama 3: Biografía cultural - "El espacio del encuentro" (Elaboración propia, 2016)

El proyecto planteó tres fases: la primera relacionada a la creación del concepto del espacio de exhibición, la segunda, del desarrollo de los productos por cada región que debía resultar en un total de 90 piezas y, la tercera, el montaje de la muestra y su apertura al público. Lo interesante en la segunda fase, en particular, fue que el diseño de los productos debía contemplar la innovación de la artesanía tradicional de las comunidades participantes. Para ello, los diseñadores encargados comenzaron reuniendo información de las localidades a partir de la que clasificaron los tipos de obras y su funcionalidad con la propuesta de la exhibición. Una vez finalizado este primer mapeo, se hicieron viajes a las localidades para visitar los talleres y analizar las capacidades técnicas y productivas de los y las artistas tradicionales. Estos viajes les permitieron a los diseñadores evaluar las potencialidades de cada conjunto de artesanías para el desarrollo de la colección.

El trabajo dio como resultado el diseño de 90 piezas “con especificación de materiales, colores y procesos artesanales necesarios para la producción de las piezas, sin perder autenticidad” (Catálogo “El espacio del encuentro”, 2015:9). En el caso de las cerámicas Kichwa lamistas se realizaron alrededor de 20 piezas entre las que se encontraban dos tinajones de boca chica, una olla, dos esculturas de hojas, dos botellones con hilo y 4 platos con bordados.



Imagen 35: Piezas de la colección “El espacio del encuentro”, región San Martín. (Catálogo, MINCETUR, 2015)

La biografía material de este conjunto de cerámicas inicia con el abastecimiento de los materiales necesarios para su fabricación en las instalaciones del centro artesanal y las dos tiendas de artesanía que participaron del proyecto. En este caso, además de la arcilla y los materiales del repertorio tradicional, se incluyeron hilos de colores que se incorporaron como innovación de la propuesta de diseño. A diferencia de otros contextos de producción de las cerámicas, para estos trabajos se contempló un proceso previo en que los diseñadores coordinaron y guiaron la producción de las piezas en los talleres donde cada ceramista recibió el diseño impreso con las medidas, materiales e incorporaciones técnicas y estilísticas que se definieron para cada objeto. Esto implicó una aproximación distinta a la producción técnica de las cerámicas pues

las ceramistas suelen empezar a elaborar una pieza con la idea en mente de lo que van a fabricar, no con el modelo o render impreso que deben seguir para lograr el producto final. Así, dependiendo de la pieza que le fue asignada a cada ceramista, cada una contaba con una serie de plantillas e indicaciones puntuales; por ejemplo, en el caso de los platos con bordados, las dimensiones de base y las paredes laterales estaba definida, así como los patrones de las flores que se bordarían sobre la pieza horneada.



Imagen 36: Fotografía de uno de los prototipos de la pieza “Plato bordado” de la colección “El espacio del encuentro”. (Facebook del diseñador Marcelo Ronsenbaum, 2017)

Además, durante este proceso se contempló la fragilidad de las piezas de cerámica por lo que se elaboraron varias cerámicas del mismo modelo en caso alguna se quebrara o quedara cruda luego de la quema y se pudiera reemplazar para cumplir con la entrega puntual de las piezas de la colección. Una vez culminadas las piezas, los diseñadores supervisaban y aprobaban los productos finales que eran embalados para su transporte a Lima. Para el traslado las cerámicas son recubiertas con periódicos o retazos de telas para evitar que se quiebren; luego son envueltos en costales de plástico y organizados cuidadosamente dentro de cajas selladas. Este desplazamiento del lote de cerámicas de la comunidad nativa del Wayku, en la Provincia de Lamas al Edificio Ronald en la Provincia Constitucional del Callao es parte de la biografía material; implicó una serie de afectaciones sobre las piezas pues el transporte

se realizó por tierra y en el trayecto las cerámicas más grandes se rajaron, sin llegar a quebrarse.

Así mismo, como parte de esta biografía, otro momento clave es la instalación de las piezas en el espacio de la muestra. “El espacio del encuentro” contó con cuatro ambientes articulados: la entrada, la sala principal, el comedor y la sala de estar, en un área de 80m². Como se aprecia en la imagen, las cerámicas fueron colocadas como parte del menaje y decoración del comedor y la sala; dispuestos sobre la mesa principal y las repisas, en el suelo sobre la alfombra o, en el caso de las tinajas más pequeñas, sobre soportes de metal para elevar su altura.



Imagen 37: Fotografías de los ambientes de “El espacio del encuentro”. (Facebook del diseñador Marcelo Ronsenbaum, 2017)

Adicionalmente a las 90 piezas de la colección, los ambientes de la exhibición fueron preparados y acondicionados para que integraran las diferentes piezas y objetos. Por ejemplo, en el comedor se trabajó una pared con recubrimiento de barro para que armonizara con las cerámicas y los otros materiales que aportaban texturas y dimensión al espacio. El espacio de exhibición incluyó la fabricación de elementos adicionales para el mobiliario que formaron parte de la muestra junto con las piezas de arte tradicional y piezas de arte contemporáneo.

Con relación a la biografía económica lo más relevante fue el acuerdo que se estableció entre los organizadores del proyecto y las artistas tradicionales. Se

acordó que a cada ceramista se le pagaría un adelanto de s/. 200 por los materiales y mano de obra y, una vez terminada la exhibición en CasaCor, las cerámicas serían subastadas en el Museo de Arte de Lima, donde el precio final concertado por pieza sería enviado directamente a su autora.

Con el dinero de adelanto se dispuso la compra de los materiales que más escasean como la leña y tierras de color. El costo del traslado de las piezas de Lamas a Lima fue cubierto por la Municipalidad Provincial, así como el pago del pasaje de la representante de las ceramistas del Wayku para su asistencia a la inauguración de la exhibición. En ese sentido, el proceso de producción y la exhibición no implicó la inversión de dinero por parte de las ceramistas. Respecto al acuerdo sobre la venta de las cerámicas enviadas, algunas de estas piezas llegaron a ser vendidas en la Subasta de Verano del Museo de Arte de Lima que se realizó el 2016. Sin embargo, otras piezas no se llegaron a subastar pues en el transporte de Lamas a Lima o durante la exhibición se dañaron y no quedaron aptas para la subasta. En ese sentido, algunas ceramistas recibieron las ganancias de esta transacción, mientras otros solo recibieron el adelanto inicial.

Además de los acuerdos anteriores, el sistema de contratación de las ceramistas reconocía la propiedad de cada artista tradicional sobre el diseño de la pieza. En ese caso, el catálogo de la exposición presentaba el nombre de cada productora; la pieza u objeto tiene un lugar de procedencia y una persona, también. En esa experiencia, la integración entre artistas tradicionales y diseñadores planteo un nuevo escenario sobre la propiedad del diseño pues el contrato estipulaba que cada ceramista recibía la patente del producto que realizó, de modo que la reproducción del objeto solo podría ser autorizada o consentida por su propietaria intelectual.



Imagen 38: Fotografía de la Colección 2015 del Proyecto Encuentro Perú. (Estudio Ronsenbaum, 2016)

La biografía social de este conjunto de cerámicas comprende la interacción entre las artistas tradicionales y el equipo encargado del proyecto a lo largo de la investigación, diseño y fabricación de productos; el montaje y la exhibición, y la subasta y adquisición de las cerámicas por los compradores. La consultoría por encargo de MINCETUR contempló que el proyecto se desarrollara en tres fases. La primera fase fue de reconocimiento de los y las artistas tradicionales a involucrar, de los procesos de producción, y de los objetos de los repertorios tradicionales de cada localidad. Esta fase incluía la elaboración de fichas en que se consideraba la descripción de las formas, acabados, materiales y tiempos de producción, principalmente. La segunda fase fue la entrega de los planos y la compra de materiales para empezar la producción. En esta etapa se socializaron los diseños y se eligieron los productores para cada tipo de objetos. Y la tercera fase que fue la supervisión de los objetos y la gestión de los últimos detalles para su traslado.

Conclusiones: “Hacia dónde nos lleva el barro”

Planteé esta investigación con el objetivo de entender cómo se construye el valor de la cerámica Kichwa lamista. Para responder a esta inquietud me aproximé al valor como un proceso organizado en tres etapas que corresponden a los capítulos de esta tesis: el contexto donde son elaboradas las piezas; las políticas e intervenciones implementadas para revitalizar este quehacer; y los casos etnográficos a donde ingresan las cerámicas Kichwa. A continuación, resumiré los aspectos más relevantes de cada una de ellas.

El contexto donde se elaboran las cerámicas Kichwa lamista:

En el primer capítulo presenté el panorama donde son producidas las cerámicas objeto de la investigación, enfatizando en dos ejes: el lugar que ocupan dentro de la vida cotidiana de las mujeres ceramistas y sus familias; y las técnicas y tecnologías implicadas en su elaboración.

Con respecto al primer eje, las cerámicas, como artefactos, son el resultado de trayectorias históricas y dinámicas culturales que conforman la cultura material del pueblo Kichwa lamista. Los conocimientos implicados en su elaboración pueden ser vistos como materializaciones de redes complejas donde se interrelacionan el entorno, los materiales y los cuerpos para transformarlos – y transformarse- de acuerdo a los elementos e insumos que tienen a su disposición. Como plantea Lagrou (*Arte ou artefato? Agencia e significado nas artes indígenas*, 2016), estas interacciones (entre sujetos y objetos) suponen un conjunto de significados para quienes producen las cerámicas, así como para la colectividad a la que pertenecen. En ese sentido, los artefactos culturales condensan acciones, relaciones, emociones y sentidos porque a través de ellos las personas actúan, se relacionan, se producen y existen en el mundo (2016, pág. 8).

Estas interacciones se ven reflejadas, por ejemplo, en la transmisión de los conocimientos que se inician a temprana edad. Belaunde (2017) menciona un pasaje donde una alfarera le cuenta que cuando una es niña, su madre, quien le enseña, le da de tomar en caldito de la cerámica donde remoja el instrumento

que utiliza para alisar la superficie de la cerámica. Dar de tomar un poquito de ese líquido permite cultivar el conocimiento del barro en el interior de la niña. Esto se asocia con la madurez de las personas y de las piezas. Así como una niña crece a ser mujer, una cerámica comienza como una base o enilla que se hace crecer también. Con esto se vinculan la paciencia y la delicadeza que implica trabajar el barro y criar a los hijos en el hogar. “No mezquinar”, perseverar e ir mejorando con la práctica son actitudes del proceso de enseñar y aprender entre madre e hija, que se transmiten desde que se es “tierna” hasta que ya ha madurado.

A su vez, estos conocimientos se relacionan con el entorno, su percepción y mutua constitución. La relación entre la mujer, el barro y la luna se materializan en la especialización de la alfarería. Conocer y responder a las fases lunares implica una serie de restricciones y normas que siguen la mayoría de ceramistas durante la elaboración de sus piezas. Por ejemplo, hay que saber cuándo se puede extraer cierto tipo de greda para que no salga manchada, o cuando quemar las piezas para que no se quiebren; la luna nueva –conocida como llullukilla- es la luna tierna, que llora; y quemar las cerámicas en esa fase conduce a que estas choreen el líquido que contienen, así hayan sido cocidas previamente. En el cuerpo también se presentan estas restricciones; a través de las fases de la luna muchas mujeres interpretan su ciclo menstrual, el cual las condiciona a no trabajar el barro durante esos días pues los flujos de ambos cuerpos –de la mujer y de la cerámica- “no se deben mezclar”. En ese sentido, el tiempo calendario que se lee a través de la luna establece ciertas pautas sobre la manera en que se practica la alfarería para las mujeres de la comunidad; el entorno modela sus cuerpos, al mismo tiempo que ellas modelan el barro.

De otra parte, con relación al segundo eje, las técnicas y tecnologías que usan las alfareras para producir la cerámica reflejan una serie de disposiciones corporales y destrezas adquiridas a través del compromiso práctico de una larga trayectoria de mujeres dedicadas a este quehacer. Ellas mismas hacen referencia a la antigüedad de esos procedimientos, cuya práctica no es estática,

sino que ha ido incorporando nuevas tecnologías y materiales que responden a las dinámicas actuales y la escasez de algunos de los insumos principales.

Al mismo tiempo, el acceso a otros tipos de vajillas, como las de losa o aluminio, han llevado a que las familias de la comunidad necesiten cada vez menos fabricar sus propias cerámicas para que cumplan estas funciones. Sin embargo, el creciente interés y demanda comercial de estos bienes, han conducido a que las ceramistas opten por continuar este quehacer con fines alternos al autoconsumo. Lo que ha implicado que se diversifiquen las tareas y actividades que cumplen las mujeres dentro de su hogar: además de dedicarse al cuidado y crianza de los hijos y al trabajo de chacra, también se dedican a la alfarería. En ese sentido, el espacio doméstico funciona también como espacio de trabajo, pues permite a las mujeres articular ambas tareas. Por ello, no solo ellas sino también sus familias, se han ido adaptando para cooperar en las tareas domésticas, e incluso en las actividades relativas a la cerámica, como el apoyo para la extracción de greda y para la elaboración o acabados de las cerámicas.

Saliendo del plano doméstico, las alfareras también se han ido organizando alrededor del trabajo. Desde hace ya diez años, aproximadamente, se constituyó la primera asociación de artesanas que actualmente ha cambiado de nombre, pero continúa operativa. A través de la Asociación Yuyay Llakta se establecen relaciones de contratación y ayuda mutua, la primera retribuida y la segunda no. En el caso de las redes de ayuda mutua, existen dos modalidades: el “maki maki” o “mano a mano” que consiste en el apoyo colectivo entre dos o tres mujeres alfareras, como máximo. Y el “choba choba” o “cabello con cabello” que consiste en un sistema de ayuda grupal, mayor a las tres personas, donde está implicado el compromiso de devolución del mismo esfuerzo invertido hacia cada una de las ayudantes (Belaunde L. E., 2017, pág. 30).

Estos tipos de relaciones de trabajo colectivo funcionan, principalmente, entre las ceramistas que pertenecen a la misma asociación. En el caso de las ceramistas independientes (que considero son la mayoría de mujeres de la comunidad), ellas optan por la contratación de “peones”, como se refieren

cuando acuerdan con alguien para que las apoyen a producir cerámicas. En esa modalidad, se paga alrededor de 20 soles por día y suelen ser las hermanas o cuñadas a quienes se invita a trabajar.

En ese sentido, en este eje identifique tres niveles de relaciones alrededor del trabajo: 1. Las ceramistas independientes y el acceso la contratación de ayudantes, 2. Las ceramistas en asociación y los compromisos “morales” involucrados en el apoyo mutuo entre ellas, y 3. las ceramistas, en general, y la familia nuclear, con relación al involucramiento de los miembros en el trabajo de la alfarería y las labores domésticas.

Finalmente, este capítulo dio cuenta de la autonomía de la mujer para elegir “ser artesana”: *“cualquier persona puede ser artesana. De la comunidad si son así, ya cada uno ve cómo se dedica.”* Esta es una elección individual que cada mujer toma según las condiciones y necesidades de su propia vida y la de su familia. Implica no solo dedicarse a la elaboración de cerámicas; sino, además, resguardar y valorar los conocimientos y relaciones entre este oficio y su identidad. Puede que muchas mujeres no practiquen la alfarería de manera regular; sin embargo, disponer de estos conocimientos técnicos, le genera una alternativa con la que hacer frente a las condiciones de precariedad o adversidad del día a día.

Las políticas e intervenciones alrededor de las cerámicas Kichwa lamista:

En el segundo capítulo me aproximé a abordar las transformaciones de las dinámicas sociales y económicas de la ciudad de Lamas impulsadas a partir de la promoción de la actividad turística. En este escenario, se llevaron a cabo una serie de intervenciones y proyectos con la finalidad de articular a la población del Pueblo Kichwa en la creación y lanzamiento del Destino Lamas: “Pueblo de colores, tierra del cacao” conducido a través del programa *“De mi tierra un producto”*.

Uno de los principales ejes de intervención fue el rubro de la actividad artesanal que se vio influenciada desde dos direcciones. Por un lado, las

políticas económicas promovidas desde el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) y la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PromPerú) para articular la producción de “artesanías” de la comunidad Kichwa Wayku al mercado nacional e internacional que demanda este tipo de bienes “con identidad cultural”. Y, por otro lado, las políticas culturales promovidas desde el Ministerio de Cultura (MINCUL) y La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) para la salvaguarda y puesta en valor del arte tradicional, expresión del patrimonio cultural inmaterial de los pueblos indígenas.

En ese sentido, las cerámicas Kichwa lamistas se vieron encontradas entre el paradigma del desarrollo y la cultura; hecho que se manifestó a través de diferentes intervenciones e iniciativas que empezaron con fuerza desde el año 2015. Desde el acondicionamiento de la ciudad y los servicios turísticos, la remodelación del centro artesanal, la ejecución de capacitaciones y talleres en innovación de artesanías, y la invitación a ferias y expo ventas artesanales, comenzaron a dinamizar los espacios de circulación y venta de las cerámicas Kichwa lamista.

En ese contexto, identifiqué tres escenarios donde se manifestaban los efectos de estas políticas sobre el valor del arte tradicional. El primer escenario correspondió al de las percepciones de las ceramistas sobre estos procesos. El segundo escenario, al de la incorporación y diferenciación de los repertorios de las cerámicas Kichwa lamistas. Y el tercer escenario, vinculado a la reorganización de la producción de las cerámicas.

Con relación al primer escenario, las ceramistas perciben una doble potencialidad en el panorama actual de las artes tradicionales. Por un lado, la potencialidad vinculada al poder de enunciación y reivindicación de la identidad Kichwa lamista a través de las cerámicas como manifestación cultural y patrimonio colectivo. Por otro lado, la potencialidad económica que implica el comercio de las cerámicas en un mercado que se abre para ellas y les permite la posibilidad de generar mejores ingresos en sus economías familiares.

El segundo escenario, presenté las maneras cómo las ceramistas entienden y definen aquello que pertenece a sus repertorios patrimoniales y aquello que diferencia a la cerámica Kichwa lamas de otros estilos y maneras de hacer. Este proceso dio cuenta de que la autenticidad de la cerámica Kichwa lamista se encuentra indexada en la técnica y los materiales que constituyen la identidad cultural de sus repertorios. Lo auténtico no tiene que ver con restringir la elaboración de productos innovadores o nuevos, sino más bien con el hecho de mantener las técnicas y materiales tal como se hacía antes. A su vez, la asimilación de nuevos diseños y acabados se asociaba, más bien, a la diversificación de los repertorios, como si se tratase de repertorios tradicionales –tinajas, tiestos y ollas; y repertorios contemporáneos –maceteros, jarrones, tazas, entre otros.

Con relación al tercer escenario, las intervenciones enmarcadas en las políticas económicas y culturales sobre la producción de arte tradicional han generado que las ceramistas kichwa lamistas comiencen a valorar su trabajo en términos de lo que implica el proceso de producción y el significado, o valor simbólico, de estos objetos al interior de su comunidad. En ese sentido, la manera en que ellas establecen una relación comercial con diferentes usuarios, ya sean intermediarios o consumidores directos, ahora contempla diferentes aspectos: el precio de costo, el proceso productivo, la utilidad y el significado de las cerámicas como artefactos culturales. *“Nos han enseñado a valorar”* da cuenta de la mediación de agentes externos que influyen sobre la valoración de las ceramistas sobre su propio trabajo. En ese sentido, las ceramistas perciben y aprovechan la presencia de aquellos agentes que legitiman u otorgan “oficialidad” al esfuerzo, recursos y tiempo invertido para que ellas mismas puedan reconocerlo, reafirmarlo e incorporarlo en sus subjetividades y al momento de definir y negociar una transacción económica.

Es así que este capítulo dio cuenta sobre las intervenciones para la “revitalización cultural” y articulación comercial de las cerámicas Kichwa lamista donde el cambio de contexto (que ahora la producción cerámica responda a una orientación primordialmente comercial y ya no de autoconsumo, y las agendas

económicas y culturales entorno a ellas) va de la mano con nuevos ritmos de trabajo, con la diversificación y diferenciación de repertorios, con mayores costos de producción y el agenciamiento por parte de las artistas tradicionales quienes hacen frente a las dificultades para asegurarse la posibilidad de generar sus propios ingresos a través de este quehacer.

Los casos de aproximación etnográfica a las cerámicas Kichwa lamista:

En el tercer capítulo me aproximé al análisis de la construcción de valor de las cerámicas Kichwa a través de las biografías culturales de un conjunto de piezas que identifiqué en el Museo Chanka y de la Diversidad Lamista, el Centro artesanal Waska Waska Warmi Wasi y “El espacio del encuentro” de la XX Edición de CasaCor Perú. Estos tres casos me llevaron a indagar sobre las trayectorias de circulación, apropiación y consumo de estos objetos. Abordar las distintas posicionalidades, me permitió conocer cómo se construyen discursos a través de los objetos, así como los efectos que esto generan sobre el valor de las cerámicas Kichwa lamista.

Con relación al museo encontré que las cerámicas se ponen en escena como “testimonios vivos” del pueblo Kichwa lamista. Representan la herencia de un pueblo indígena que se mantiene vigente y que conforma parte esencial de la identidad lamista actual. En este caso, los objetos que se exhiben forman parte de la “colección” personal de los propietarios del museo, quienes tienen total agencia del discurso que se construye a partir de estos objetos. Los conocimientos involucrados en el proceso de elaboración de las piezas son objetivados a través del discurso expositivo que plantea el recorrido.

En este caso, las cerámicas que analicé no están en venta; fueron adquiridas hace más de 40 años, en un contexto distinto al actual, en que estos objetos no costaban más de 5 soles y era más una transacción “de favor” a la que accedió el fundador del museo. Tomando en cuenta el valor simbólico que implica el paso del tiempo, las cerámicas que se exhiben han adquirido un valor agregado, además de estar fuera de circulación. En cuanto a las condiciones

materiales de las piezas, algunas de ellas han pasado por un proceso de restauración debido a la afectación que recibieron a causa del terremoto del año 2005.

En el caso del centro artesanal, las cerámicas que se exhiben están todas a la venta y son categorizadas como artesanías y souvenirs turísticos en base a la demanda y público objetivo de la institución. Además, los productos que se exhiben se rotan semanalmente conforme son adquiridos por los visitantes. Para cubrir los costos de producción de estos objetos, las ceramistas de la Asociación Yuyay Llakta reciben apoyo de la municipalidad quien les facilita el transporte y acarreo de la greda una vez al año. A su vez, el centro artesanal dispone de hornos industriales lo que permite a las ceramistas ahorrar en leña durante la quema de las piezas. En este escenario, las cerámicas se presentan indicando el origen étnico de los repertorios, así como la “modernización” a partir de la innovación de piezas que se han ido incorporando en los últimos 10 años.

En este espacio se ha contemplado la exhibición o puestas en escena de los procedimientos de manufactura de las cerámicas, lo que resulta una actividad muy atractiva para los visitantes a través de la cual experimentan “la cultura viva” de la comunidad. Algunas ceramistas han desarrollado mayores destrezas para realizar estas demostraciones e incluso las han ido incorporando como actividades que ofrecen a los visitantes dentro de sus propios espacios domésticos/laborales.

Otro aspecto relevante de este escenario es que la asociación de ceramistas está relacionada con diferentes contactos a través de los que son invitadas a participar en expo ventas a nivel regional y nacional; así como para realizar pedidos por encargo, colaboraciones, e incluso pasantías. En ese sentido, quienes tienen mayor agencia o incidencia sobre las cerámicas y sus posibilidades de circulación y venta son las ceramistas de la asociación, quienes además reclaman como suyo el espacio que disponen para reuniones, encuentros y jornadas de trabajo.

Con relación a “El espacio del encuentro”, las cerámicas fueron presentadas como innovaciones del arte tradicional. El hecho de que fueran desarrolladas bajo la dirección de los diseñadores, implicó la intencionalidad del proyecto para “resignificar” el arte tradicional a partir de la colaboración y creación de nuevas piezas “que resaltaran su belleza”. En este caso, identifiqué un énfasis, distinto a los casos anteriores, en destacar las cualidades estéticas de los objetos diseñados sobre un concepto que respondía a las tendencias de consumo cultural. La idea de la “fusión” entre artesanía y decoración – identidad y utilidad - es recurrente en este contexto.

Sin embargo, los efectos que generó el proyecto entre las ceramistas que participaron fueron bastante complejos. Por una parte, a través del convenio que se estableció para la creación de la colección se introdujo la modalidad de la patente; cada ceramista había obtenido los derechos de creación de las piezas, lo que las convirtió en las únicas legalmente autorizadas para reproducir el diseño que se les asignó fabricar. Por otra parte, el contrato establecía que MINCETUR pagaría un adelanto por el costo de la mano de obra y materiales, y la suma final obtenida de la Subasta de Verano (2016) del Museo de arte de Lima (MALI). Lamentablemente no todas llegaron a vender sus piezas; en algunos casos se dañaron en el transporte de Lamas a Lima, y en otros casos, aún están en espera a ser adquiridas. Las ceramistas por cuyas piezas sí pujaron, en cambio, recibieron una compensación económica bastante elevada, en comparación a los precios por lo que se venden las cerámicas en la comunidad.

En general, “El espacio del encuentro” se planteó a través de dos dimensiones del diseño: en los productos de la colección, y en el espacio de la exhibición. En el caso de las cerámicas como productos de la colección, los diseños planteados se enfocaron en mantener las técnicas y materiales, pero incorporar formas y dimensiones que resaltaran el “estilo Kichwa lamista”. Los diseñadores se inspiraron de los objetos utilitarios que encontraban en las viviendas de las familias de la comunidad, cuyos acabados o patrones fueron trasladados a objetos similares, pero en otras dimensiones. En el caso de la

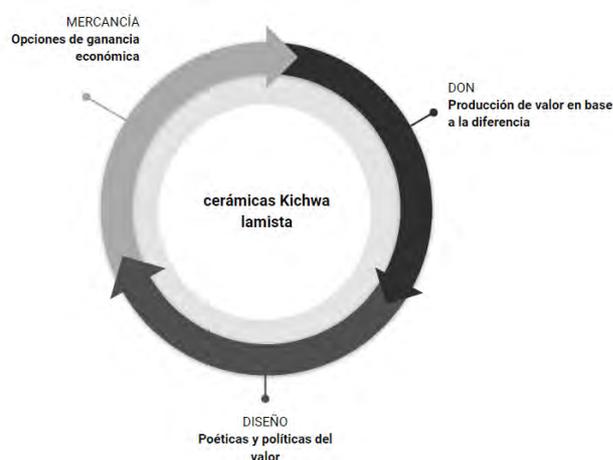
exhibición, el ambiente fue diseñado en torno a los espacios sociales de una casa y los objetos de la colección, incluyendo las cerámicas, funcionaban como objetos decorativos o del mobiliario de un domicilio. A diferencia de los anteriores escenarios, en este caso, la mayoría del público que asistió a la feria, no eran turistas ni visitantes, sino diseñadores, arquitectos, empresarios o público en general interesado en el diseño, paisajismo y decoración de interiores.

Finalmente, este capítulo dio cuenta sobre lo diferentes y superpuestos que son los ámbitos de circulación de las cerámicas Kichwa lamista y las relaciones de intercambio que se establecen alrededor de ellas. Además, reflejó cómo operan los montajes para intervenir y conducir el sentido o los significados que establecen los públicos con los objetos. Aunque resulta más sutil en algunos casos, hay una intencionalidad detrás de cada diseño que responde al propósito de la institución: mostrar evidencia de la historia, vender mercancías turísticas, resignificar la artesanía. Estos montajes condicionan la experiencia y el tipo de interacción que establece el público con los elementos del espacio; así como el eje donde se ancla el valor de las cerámicas, según las prácticas y discursos de cada institución.

En este trabajo he abordado el valor como una construcción procesual a partir de los planteamientos de Appadurai y Kopytoff (1986), y Myers (2001), lo que me permitió analizar los tres casos de aproximación como contextos de escenificación, autenticación y sistematización de los repertorios de la cerámica Kichwa lamista. A su vez, la investigación sobre las trayectorias culturales de las cerámicas como una perspectiva metodológica reflejó aquellas prácticas, interacciones y discursos en que “son las cosas en movimiento las que iluminan el contexto social” (Appadurai, 1986, pág. 19).

Volviendo a los planteamientos de estos autores, hay tres aspectos que se comprueban en esta investigación. El primero, que las rutas y desviaciones de las cerámicas Kichwa lamista, como mercancías culturales, son el resultado de una serie de estrategias implementadas a partir de individuos e instituciones, donde se refleja que la creación del valor es un proceso políticamente mediado

(Appadurai, 1986, pág. 21). El segundo, que el deseo y la demanda por este tipo de bienes están influenciadas por relaciones de poder –expresadas a través de políticas gubernamentales- que determinan los patrones de producción, circulación y consumo cultural donde se enmarcan las cerámicas Kichwa lamista. Y el tercero, que para que este escenario tenga cabida, se establecen, introducen y difunden una serie de “políticas del conocimiento” a través de agentes reconocidos o instituciones quienes legitiman y gestionan el valor de este patrimonio, como herencia y como mercancía.



Esquema 5: Movimiento entre la condición de mercancía y don

Finalmente, las cerámicas Kichwa lamista, como artefacto cultural u objetos de arte tradicional, están en el inbetween- intermedio del patrimonio y el turismo. Dentro de la condición de mercancía y don, como producto –artesanía o souvenir turístico- y como conocimiento inmaterial –herencia cultural. Es justamente en la particularidad de este espacio intermedio donde se encuentra el valor de estos objetos y, donde, la poética y política del valor se manifiestan definiendo el curso de su circulación. La poética del valor de las cerámicas Kichwa lamistas vinculadas a la materialidad, la estética de los objetos y alrededor de ellos, el marco de presentación donde se insertan, las narrativas y retóricas que se construyen para presentarlos y preservarlos. Y las políticas del valor de las cerámicas Kichwa lamistas, vinculadas a las intervenciones, agendas y políticas del estado que define y median las relaciones sociales y económicas alrededor de estos objetos. Así, en esta tesis he buscado reflejar o

dejar entrever uno de los escenarios actuales del arte tradicional tomando como caso las cerámicas producidas por las mujeres Kichwa lamistas de la comunidad nativa Wayku.

El interés que siento por entender este escenario me ha llevado a conocer un poco más la realidad que viven las mujeres Kichwa lamista y espero que esta investigación permita abrir a discusión las transformaciones sociales, las relaciones de poder y las desigualdades que permanecen en este contexto, donde el empuje y fuerza de las mujeres hacen posible que sigan los flujos para que sus trabajos y sus familias progresen.

A su vez, considero que esta investigación puede ser utilizada como punto de partida para analizar los contextos, agendas y actores que juegan un rol determinante para el futuro de estas prácticas y sus productoras. En esa línea, la agenda de investigación que propongo abrir con esta tesis se vincula al análisis de los procesos de patrimonialización del arte tradicional y sus implicancias para las comunidades de origen. Al respecto, Marcela Coelho Da Souza plantea que:

“Diferentes formas de objetivación están asociadas con diferentes regímenes de subjetivación y / o sujeción. Y aquí volvemos al problema de (i) la materialidad. En el caso de las culturas indígenas sudamericanas, que sigue, estas formas implican una tensión (una dinámica) entre lo material y lo inmaterial, lo visible y lo invisible, que, aunque puede ser paralelo a las dualidades similares encontradas en el contexto. Los procesos y debates en torno a la "patrimonialización" de la cultura e inherentes a la noción de patrimonio cultural inmaterial difieren de ellos de manera decisiva” (2010, pág. 152).

En ese sentido, el posible escenario de patrimonialización del arte de la cerámica Kichwa debería buscar reflejar los principales conocimientos y prácticas asociados al hacer de la cerámica, intentando presentar cómo los objetos, los diseños y las técnicas se conjugan con los cuerpos, territorios y maneras de habitarlo. Algunas premisas que propongo para pensar en ello son: Evitar caer en la trampa de objetivar la cultura. Entender las relaciones entre lo material e inmaterial. Y asumir los procesos de transformación e incorporarlos.

Bibliografía

- Acha, J. (1981). *Arte y Sociedad Latinoamerica: El producto artístico y su estructura*. México DF : Fondo de Culcura Económica.
- Acha, J. (1992). *Crítica del Arte. Teoría y Práctica*. Mexico D.F.: Trillas.
- Appadurai, A. (1986). Introduction: Commodities and The Politics of Value. En A. Appadurai, *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective* (págs. 3-64). Cambridge: Cambridge University Press.
- ArchDaily. (15 de Octubre de 2015). CASACOR Perú 2015: Revalorando el patrimonio a través del arte y la decoración.
- ATV. (2012 de agosto de 26). *Youtube*. Recuperado el 17 de setiembre de 2019, de El Castillo de Lamas reportaje de ATV: <https://www.youtube.com/watch?v=wHKso3n4jyU>
- Bassilio, G. (2012). Artesanos de su marca: marca-territorio, valor e identidad territorial en el mercado. El caso de la artesanía y los artesanos de "Túcume". *Tesis de Licenciatura en Antropología*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Belaunde, L. (2009). Kene: arte, ciencia y tradición en diseño. En *Diseños materiales e inmateriales: la patrimonialización del Kené Shipibo-Konibo y de la ayahuasca en el Perú: Mundo Amazónico* (págs. 123-146). Lima: Ministerio de Cultura.
- Belaunde, L. E. (2012). *Diseños materiales e inmateriales: La patrimonialización del Kéne y de la ayahuasca*. Lima: Mundos Amazonicos.
- Belaunde, L. E. (2017). *Cerámica tradicional Kichwa Lamas de Wayku*. Lima: Ministerio de Cultura.
- Borea, G. (2004). Yuyanapaq. Una puesta en escena para recordar. *Illapa: Revista del Instituto de Investigaciones Museológicas y Artísticas de la Universidad Ricardo Palma*, 57-68.
- Borea, G. (2006). Museos y esfera pública: espacio, discursos y prácticas reflexiones en torno a la ciudad de Lima. En G. Cánepa, & M. Ulfe, *Mirando la esfera pública desde la cultura en el Perú*. Lima: CONCYTEC.
- Borea, G. (2010). Personal cartographies of a Huitoto mythology: Rember Yahuarcani and the enlarging of the Peruvian contemporary art scene. *Revista de Antropología da UFSCar*, 67-87.
- Borea, G. (2017). *Arte y Antropología: Estudios, Encuentros y Nuevos Horizontes*. Lima: Fondo Editorial PUCP.
- Borea, G., & Gabriela Germaná . (2014). Discusiones teóricas sobre el arte en la diversidad. En ICPNA, *Grandes Maestros del Arte Peruano* (págs. 12-21). Lima: ICPNA.
- Brown, B. (2011). Thing Theory. *Critical Inquiry*, 28(1), 1-22.
- Buchli, V. (2002). *The Material Culture Reader*. Oxford: Berg.
- Cánepa, G. (1998). *Máscara, transformación e identidad en los andes*. Lima: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica.
- Cánepa, G. (2002). Poéticas y políticas de identidad: el debate por la autenticidad y la creación de diferencias étnicas y locales. En N. Fuller, *Interculturalidad y política: Desafíos y posibilidades* (págs. 273-300). Lima: Red para el Desarrollo de las Ciencias Sociales en el Perú.

- Cánepa, G. (2012). Gestión municipal como marca: ideantidad, espacio público y participación. *Cuadernos. Arquitectura y ciudad.*, 41-85.
- Cánepa, G. (2013). National Branding: The Re-foundation of Community, Citizenship and the State in the context of Neoliberalism in Perú. *Medien Journal* 3, 7-18.
- Cánepa, G. (2014). Marca Perú: repertorios culturales e imágenes de peruanidad. Lima.
- Cánepa, G. (2018). Imágenes móviles. Circulación y nuevos usos culturales de la colección fotográfica de Heinrich Brüning. En I. K. Gisela Cánepa, *Fotografía en América Latina: imágenes e identidades a través del tiempo y el espacio*. Lima: IEP.
- CasaCor. (2015). *Presentación de la sala de exhibición "El espacio de Encuentro" Catálogo de exhibición*. Lima: CasaCor.
- CasaCor. (s.f.). *Historia. CasaCor*. Obtenido de <https://casacorperu.com/historia/>
- Castrillon, A. (1972). Para una teoría del arte popular. *La Prensa*, pág. 11.
- Castrillon, A. (1976). ¿Arte popular o artesanía? *Revista del Museo Nacional de Historia*, 25.
- Chaumeil, J.-P. (2009). El comercio de la cultura: el caso de los pueblos amazónicos. En *Bulletin de l'Institut français d'études andines* (págs. 61-74).
- Clifford, J. (1985). Historia de lo tribal y lo moderno. *Dilemas de la cultura*.
- Clifford, J. (1988). On Collecting Art and Culture. En *The Predicament of Culture* (págs. 215-251). Cambridge: Harvard University Press.
- Clifford, J., & Marcus, G. (1986). *Writing Culture: The Poetics and Politics of Ethnography*. California: University of California Press.
- Coelho Da Souza, M. (2010). "La cultura invisible: conocimiento indígena y patrimonio inmaterial" *Anuario Antropológico*. Rio de Janeiro: Anuario Antropológico.
- Comaroff, J., & Comaroff, J. (2009). *Ethnicity, Inc.* Chicago: University of Chicago Press.
- Coombe, R. (2012). Possessing Culture. Políticas Economías of Community Subjects and their Properties. En R. Bendix, A. Eggert, & A. Peselmann, *Heritage Regimes and the State* (págs. 375-387). Göttingen: Universitätsverlag Göttingen. Götting Studies in Cultural Property.
- Coote, J., & Shelton, A. (1992). *Anthropology, Art and Aesthetics*. Oxford: Clarendon Press.
- Deboer, W., & Scott, R. (1987). Roots Revisited: The Origins of the Shipibo Arte Style. En *Journal of Latin American Lore* 13 (págs. 115-132).
- Diario Gestión. (20 de octubre de 2015). Casa Cor 2015: La feria de diseño regresa al Callao. *Gestión*. Obtenido de <https://gestion.pe/tendencias/casa-cor-2015-feria-diseno-regresa-callao-102857-noticia/>
- Dinardi, C. (2017). Cities for sale: Contesting city branding and cultural policies in Buenos Aires. *Urban Studies, Volume: 54 issue:* , 85-101.
- Edwards, E., Godsden, C., & Philips, R. (2006). *Sensible objects. Colonialism, Museums and Material Culture*. Oxford: Berg.

- Facebook Oficial CasaCor. (16 de abril de 2019). Página de Facebook de CASACOR Perú.
- García, R. (2017). Evolución y análisis del ordenamiento urbano territorial de Lamas. En J. Canciani, M. Vilela, P. Dam, & J. Stillemans, *Transversal: Acciones de integración en el territorio peruano*. Lima: Fondo editorial PUCP.
- Geertz, C. (1973). *The Interpretation of Cultures. Selected Essays*. Nueva York: Basic Books.
- Gell, A. (1992). *The Anthropology of Time*. Oxford: Berg.
- Gell, A. (1998). *Art and Agency*. Oxford: Oxford University Press.
- Germaná, G., & Yllia, M. (2014). Revisiones y nuevos enfoques en el estudio del arte tradicional peruano. La serie de Arte Popular del Instituto Cultural Peruano. En ICPNA, *¿Arte Popular?: Tradiciones sin tiempo* (págs. 23-65). Lima: ICPNA.
- Gestión, D. (20 de octubre de 2015). "Casa Cor 2015: La feria de diseño regresa al Callao", publicado en el portal web del diario Gestión el 20/10/2015. . *Gestión*.
- Gibson, J. (1979). *The ecological approach to visual perception*. Boston: Houghton - Mifflin .
- Gimblett, K. (2006). World Heritage and Cultural Economics. En I. Karp, C. Kratz, L. Szwaja, & T. Ybarra-Frausto, *Museum Frictions: Public cultures/global transformations*. Carolina del Norte: Duke University Press.
- Godelier, M. (1986). *The Making of Great Men. Male domination and Power among the New Guinea Baruya*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Goffman, E. (1975). *Frame Analysis*. Harmondsworth: Penguin.
- Goffman, E. (1986). *Frame analysis: an essay of the organization of experience*. Boston: Northwestern University Press.
- Gombrich, E. (1979). *The Sense of Order*. Londres: Phaidon Press.
- Gosden, C. (2005). What do objects want?
- Gosden, K., & Knowles, C. (2001). *Collecting Colonialism: Material Culture and Colonial Change*. Oxford: Berg.
- Heath, C. (2002). *Una ventana hacia el infinito. Arte shipibo-conibo. Libro de la exposición*. Lima: ICPNA.
- Hegel, G. (1977). *Fenomenología del Espíritu*. Oxford: Oxford University Press.
- Henare, Holbraad, & Wastel. (2007). *Thinking through things. Theorising artefacts ethnographically*. Londres: Routledge.
- Henrici, J. (1997). Promoting peruvian crafts and selling culture. En PromPerú, *Perú: Beyond reforms* (págs. 357-373). Lima: PromPerú.
- Henrici, J. (2007). Género, turismo y exportación: ¿llamando a la plata en el Perú. *Anthropologica*, 83-102.
- Holbraad, M. (2010). *Can the things speak?* Londres: Open Anthropology Cooperative Press.
- Hugh-Jones, S. (2012). El cuerpo fabricado: objetos y ancestros en la Amazonía noroccidental. En F. Santos-Granero, *La vida oculta de las cosas*. Quito: Smithsonian Tropical Research Institute.
- Illiuss, B. (1999). La gran boa: arte y cosmología de los shipibo-conibo. *Amazonía Peruana* 24, 185-212.

- Illuis, B. (2002). Arte tradicional y comercial: Los shipibo-conibo. En H. C., *Una ventana hacia el infinito* (págs. 55-58). Lima: ICPNA.
- Ingold, T. (2007). Materials against materiality. *Archaeological Dialogues* 14, 1-22.
- Ingold, T. (2011). *Being Alive. Essays on Movement. Knowledge and Description*. Nueva York: Routledge.
- Ingold, T. (2013). *Making: Anthropology, Archaeology, Art and Architecture*. Londres: Routledge.
- Jackson, M. (1996). *Things as They Are: New Directions in Phenomenological Anthropology*. Bloomington: Indiana University Press.
- Karp, , Kratz, & Sawaja. (2006). *Museum Frictions: Public Cultures/global transformations*. Carolina del Norte: Duke University Press.
- Karp, I., & Lavine, S. (1991). *Exhibiting culture: the poetics and politics of museum display*. Washington: Smithsonian Institution.
- Keane, W. (1997). *Signs of Recognition*.
- Kirshenblatt-Gimblett, B. (1998). *Destination culture: Tourism, museums, and heritage*. Berkeley: University of California Press.
- Kopytoff, I. (1986). The cultural biography of things: commoditization as process. En A. Appadurai, *The social life of things*. Cambridge: Cambridge.
- Krauss, M. (2014). Perspectivas múltiples. El intercambio de objetos entre etnólogos e indígenas en las tierras bajas de América del Sur. En I. Kummels, & K. Noack, *Nuevo Mundo. Mundos Nuevos. Debates*. Obtenido de <https://nuevomundo.revues.org/67209>
- Lagrou, E. (2016). Arte ou artefato? Agencia e significado nas artes indígenas. *Revista de Antropología e Arte*.
- Lathrap, D. (1976). Shipibo Tourist Art. En *Ethnic and Tourist Arts: Cultural Expressions from the Fourth World* (págs. 197-207). Berkeley: Graburn.
- Lauer, M. (1982). *Crítica de la artesanía. Plástica y sociedad en los Andes peruanos*. Lima: DESCO.
- Lemlij, M., & Millones, L. (204). *Las tablas de Sarhua: arte, arte violencia e historia en el Perú*. Texas: SIDEA.
- Levi- Strauss, C. (1983). *The Way of the Masks*. Londres: Cape.
- López-Morales, E., Shin, H., & Lees, L. (2016). *Latin American gentrifications*.
- Lubar, S. D., & Kingery, W. (1993). *History from things : essays on material culture*. Washington : Smithsonian Institution Press.
- Marca Perú. (Octubre de 2016). <https://peru.info/en-us/>. Obtenido de Sitio oficial de Marca Perú: <https://peru.info/en-us/>
- Marcus, G. (julio-diciembre de 2001). Etnografía en/del sistema mundo. El surgimiento de la etnografía multilocal. *Alteridades*, 11(22), 111-127.
- Marcus, G., & Myers, F. (1995). *The Traffic in Culture: Refiguring Art and Anthropology*. California: University of California Press.
- Marx, K. (1975). *El Capital* (Vol. I). Mexico D.F.: Siglo XXI.
- Mauss, M. (2009). *Ensayo sobre el Don: forma y funcion del intercambio en las sociedades arcaicas*. Buenos Aires: Madrid.
- Méndez Guerrero, M. (2010). *El arte de la cerámica lamista. Manual práctico*. Madrid: Asociación Exterior XXI.

- Mendizabal, E. (1957). *Una contribución al estudio del arte tradicional peruano* (Vol. V). Lima: Folklore Americano.
- Miller, D. (1987). The humility of objects. En D. Miller, *Material culture and mass consumption* (págs. 95-108). Oxford: Basil Blackwell.
- Miller, D. (2001). *Home Possessions*. Oxford: Berg.
- Miller, D. (2005). *Materiality*. Durham: Duke University Press.
- MINCETUR. (2015). *El espacio del encuentro: Casacor Perú, la marca del buen gusto*. Lima: MINCETUR, Dirección General de Artesanía. Recuperado el Diciembre de 2016, de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/publicaciones/artesania/10_CASA_COR_2015.pdf
- Ministerio de Cultura. (2017). *Cerámica Tradicional Kichwa Lamas de Wayku*. Lima: Ministerio de Cultura.
- Mitrovic, M. (2015). Regímenes de valor y políticas de la imagen en NN- Perú (Carpeta Negra) del taller NN (Lima, 1988). *Tesis de licenciatura en Antropología*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Morphy, H. (1992). From Dull to Brilliant: The Aesthetics of Spiritual Power Among the Yolngu. En C. a. Shelton, *Anthropology, Art and Aesthetics*, (págs. 181-208). Oxford: Clarendon Press.
- Municipalidad Provincial de Lamas. (2011). *Plan Maestro*. Lamas.
- Municipalidad Provincial de Lamas. (2017). *Plan de Desarrollo Turístico*. Lamas.
- Munn, N. (1966). Visual Categories: An Approach to the Study of Representational Systems. *American Anthropologist*, 68(4), 936-950.
- Museo Chanka. (25 de junio de 2016). *Propósito*. Obtenido de <http://museochanka.com/>
- Myers, F. (2001). *The empire of things. Regimen of value and material culture*. Oxford: School of American Research Press. University Press.
- Página de Facebook Oficial Marca Perú. (29 de febrero de 2016). *Marca Perú*.
- Página Oficial de Facebook del Museo Chanka. (21 de agosto de 2017). *Museo Chanka*.
- Phillips, R., & Stainer, C. (1998). *Unpacking culture: Arts and gods in colonial and Postcolonial Worlds*. Berkeley y Los Angeles: University of California Press.
- Pink, S. (2006). *The future of Visual Anthropology: engaging the senses*. Londres: Routledge.
- Price, S. (2002). *Primitive Art in Civilized Places*. Chicago: The University of Chicago Press.
- PROMPERÚ. (octubre de 2016). *Sitio oficial PromPerú*. Obtenido de www.promperu.gob.pe.
- Sabogal, J. (1945). *El mate burilado. Arte vernácula peruano*. Buenos Aires: Editorial Nova.
- Sabogal, J. (1952). *El kero*. Lima: Compañía de impresiones y publicidad.
- Salas Angelica, M. (1987). *Mates de Cochabamba: Productores artesanales en la sierra central*. Lima: Mosca Azul Editores.
- Santos Granero, E. (2003). Don Martín de la Riva Herrera y la conquista de los Motilones, Tabalosos, Maynas y Jívaros. En t. m. De la Riva Herrera. *La conquista de los motilones*. CETA.

- Sayer, G. (1985). The Geometric Designs of the Shipibo-Conibo in Ritual Context . En *Journal of Latin American Lore II*: 2 (págs. 143-175).
- Scaletti, A. (2014). Arquitectura vernacula residencial en Lama, Perú: Un estudio tipológico. *Consensus*.
- Silva, F. (2013). Tecnologias em transformação: inovação e (re) produção dos objetos entre os Asurini do Xingu. *Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi. Ciências Humanas*, 1(1), 729-744.
- Silverman, G. (1994). *El tejido andino: un libro de sabiduría*. Lima: Banco Central de la Reserva.
- Simmel, G. (1978). *The Philosophy of Money*. Londres : Routledge.
- Sosa, G. (1984). El barro nos unió: Arte y tecnología de la cerámica de Chulucanas. Piura: CIPCA.
- Stastny, F. (1981). *Las artes populares del Perú*. Lima: FUNDACION del Banco Continental para el Fomento de la Educación y la Cultura.
- Thomas, N. (1991). Objects, exchange, anthropology. En N. Thomas, *Entangled Objects* (págs. 7-34). Massachusetts: Harvard University Press.
- Thomas, N. (1994). *Colonialism's Culture: Anthropology, Travel, and Government*. Oxford: Polity Press.
- Tilley, C. (1999). *Metaphor and Material Culture*. Oxford: Blackwell.
- Turner, V. (1974). *Dramas, Fields and Metaphors: Symbolic Action in Human Society*. Ítaca: Cornell University Press.
- Uffe, M. E. (2004). El arte de los retablos ayacuchanos: religiosidad, historia y práctica cultural emergente. En A. Novi, *Prácticas evangelizadoras, representaciones artísticas y construcción del catolicismo en América. Siglos XVII-XX*. Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Uffe, M. E. (2011). Cajones de memoria: la historia reciente del Perú a través de los retablos andinos. Lima: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Uffe, M. E. (2014). Narrating stories, representing memories: retablos and violence in Peru. En Duke, *Art from a Fractured Past: Memory and Truth-telling in Post Shining Path Peru*. Durham: Duke University Press.
- Weiner, A. W. (1985). Inalienable Wealth. *American Ethnologist*.
- Yudice, G. (2002). *El recurso de la Cultura: Usos de la cultura en la era global* . Barcelona: Gedisa.