

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD
CATÓLICA DEL PERÚ**

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES



Artesanas con “cultura turística”: La producción de cerámica en el contexto del auge de los discursos y prácticas sobre el turismo en Chazuta, San Martín

Tesis para obtener el título profesional de Licenciada en Antropología
presentado por:

Vega Romá, Alba

Asesora:

Canepa Koch, Gisela Elvira


Lima, 2024

Informe de Similitud

Yo, Canepa Koch, Gisela Elvira, docente de la Facultad de Ciencias Sociales de la Pontificia Universidad Católica del Perú, asesor(a) de la tesis/el trabajo de investigación titulado Artesanas con "cultura turística": La producción de cerámica en el contexto del auge de los discursos y prácticas sobre el turismo en Chazuta, San Martín del/de la autor (a)/ de los(as) autores(as) Vega Romá, Alba dejo constancia de lo siguiente:

- El mencionado documento tiene un índice de puntuación de similitud de 14%. Así lo consigna el reporte de similitud emitido por el software *Turnitin* el 03/07/2024.
- He revisado con detalle dicho reporte y la Tesis o Trabajo de Suficiencia Profesional, y no se advierte indicios de plagio.
- Las citas a otros autores y sus respectivas referencias cumplen con las pautas académicas.

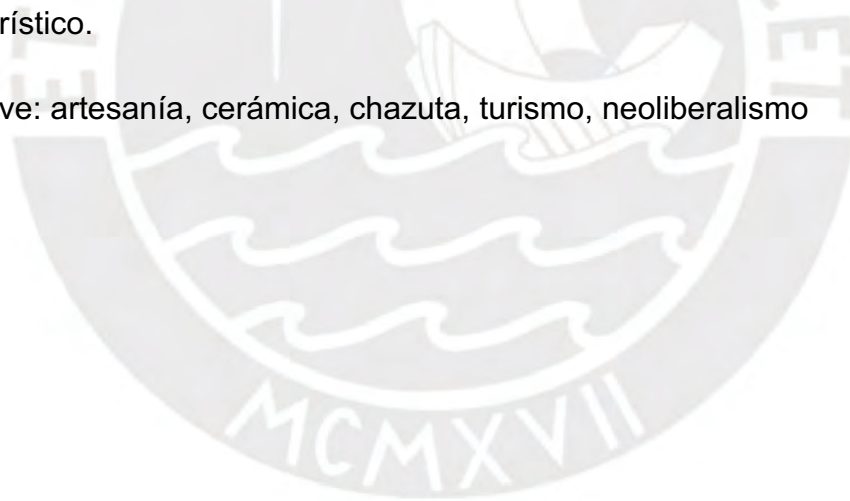
Lugar y fecha: Lima, 05 de julio del 2024

Apellidos y nombres del asesor / de la asesora: <u>Canepa Koch, Gisela Elvira</u>	
DNI: 09144486	Firma 
ORCID: 0000-0002-4686-9938	

Resumen

En los últimos años, la cerámica de Chazuta, distrito ubicado en la zona del Bajo Huallaga, ha obtenido diversos reconocimientos estatales. Actualmente, diversas organizaciones locales y actores institucionales están involucrados en promover el desarrollo turístico en Chazuta a través de la cerámica, siendo esta actividad la mejor posicionada en el distrito de cara al turismo. Así, la cerámica está pasando por un proceso de cambios vinculados a la forma en la que las políticas culturales y turísticas son formuladas desde los Estados alineados a una gubernamentalidad neoliberal. De esta forma, la cerámica es una actividad que condensa diversos intereses, valores y conocimientos relacionados a los actores involucrados en su desarrollo y que abre nuevas posibilidades en los proyectos de vida de las ceramistas, así como nuevas tensiones que atraviesan su trabajo. El presente trabajo tiene como objetivo analizar la influencia del contexto del auge de los discursos y prácticas sobre el turismo en la configuración de la actividad de la cerámica en Chazuta. Específicamente, busca ahondar en las experiencias de las ceramistas chazutinas sobre el desarrollo de su trabajo en un contexto donde el turismo ha introducido intereses y valores a tomar en cuenta en las decisiones sobre cómo organizar y producir la cerámica. A la luz de un marco teórico que define conceptos vinculados a la actividad artesanal y el régimen neoliberal, así como de una metodología cualitativa de corte etnográfico, se analizará la relación entre la producción de cerámica en Chazuta y las dinámicas locales de desarrollo turístico.

Palabras clave: artesanía, cerámica, chazuta, turismo, neoliberalismo



Índice

Introducción.....	1
Capítulo 1: Problema de investigación.....	5
1.1 Presentación del problema de investigación	5
1.2 Preguntas y objetivos de investigación.....	8
1.3 Justificación	9
1.4 Estado de la cuestión.....	11
1.4.1 Estudios sociales sobre el desarrollo de la actividad artesanal en el Perú	11
1.4.2 Estudios sobre la producción artesanal de cerámica en la Amazonía	15
1.4.3 Turismo, globalización y aspiraciones de progreso.....	18
1.4.4 Turismo, cultura y producción artesanal.....	22
1.4.5 Balance.....	24
1.5 Marco Teórico	27
1.5.1 Artesanía como categoría histórica	27
1.5.2 El objeto artesanal como síntesis material-simbólica.....	29
1.5.3 La gubernamentalidad neoliberal	31
1.5.4 Neoliberalismo, cultura y el homo performance	33
1.6 Diseño Metodológico	36
1.6.1 Planteamiento de la metodología	36
1.6.2 Delimitación del campo de estudio y muestra.....	37
1.6.3 Técnicas de investigación	42
1.6.4 Temáticas y plan de análisis	45
1.6.5 Reflexiones éticas	47
1.6.6 Balance sobre el trabajo de campo.....	48
Capítulo 2: El escenario de la cerámica y el turismo en Chazuta.....	52
2.1 “El producto bandera es la cerámica de Chazuta”: 3 momentos claves para entender a la cerámica chazutina como la actividad identitaria del distrito	53
2.1.1 El Centro Cultural Wasichay y la Asociación de Ceramistas de Chazuta (1992-1993).....	53
2.1.2 El proyecto arqueológico de rescate de urnas funerarias (2002).....	59
2.1.3 La patrimonialización de la cerámica chazutina (2012).....	61
2.2 El contexto del turismo en Chazuta	64
2.2.1 La cerámica como principal atractivo turístico de Chazuta	65
2.2.2 El turismo como una expectativa antes que una realidad	68
2.2.3 Los actores involucrados en el desarrollo turístico de Chazuta	71
2.2.4 Balance del capítulo	76

Capítulo 3: “Si queremos vendernos, hay que mejorarnos”: Los discursos y prácticas sobre la cerámica de cara al turismo	79
3.1 Las dinámicas locales de desarrollo turístico en Chazuta: 4 casos representativos	80
3.1.1 Plan de Desarrollo Concentrado de Chazuta hacia el 2030.....	80
3.1.2 Plan de Trabajo Municipal Anual del área de Turismo y Taller de Elaboración del Producto Turístico.....	84
3.1.3 Asesoramiento para la postulación al concurso Somos Artesanía	92
3.1.4 Capacitaciones técnicas y de marketing	97
3.2 Prácticas y discursos para producir ceramistas con cultura turística: Analizando las dinámicas de desarrollo turístico en Chazuta	103
3.3 Balance del capítulo.....	113
Capítulo 4: Familia, trabajo, hogares y asociaciones: La organización del trabajo de la cerámica en Chazuta	116
4.1 Las agrupaciones de ceramistas en Chazuta.....	116
4.1.1 Asociación de Ceramistas de Chazuta – Wasichay	116
4.1.2 Asociación de Artesanos Productores de Chazuta Rescatando Nuestra Cultura-Yana Rumi	119
4.1.3 Asociación Arawillo.....	121
4.1.4 Artesanía Emita	122
4.1.5 Artesanía Cholita	123
4.1.6 Asociación Untay Pishko	124
4.2 “Además de la cerámica, en la casa hay todo”: El lugar de la cerámica en la vida cotidiana de las mujeres chazutinas	125
4.3 “Estar formalizado es tener mayor apoyo”: Nuevos criterios para organizar el trabajo de la cerámica.....	131
4.3 Balance del capítulo.....	145
Capítulo 5: Produciendo piezas y experiencias	150
5.1 Producir piezas	151
5.1.1 El método artesanal - tradicional	151
5.1.2. El método innovado	157
5.1.3 “Es tradicional, pero ha innovado”: Las decisiones detrás de la producción de las piezas.....	159
5.2 Producir experiencias	173
5.3 Balance del capítulo.....	185
Capítulo 6: Conclusiones	190
Referencias bibliográficas	202



Índice de tablas

Tabla 1 Objetivos y preguntas de investigación.....	8
Tabla 2 Muestra de actores	42



Índice de figuras

Figura 1. Consolación Panaijo trabajando en su taller	3
Figura 2. Vista aérea de la capital del distrito de Chazuta.....	38
Figura 3. Piezas propias realizadas durante el trabajo de campo.....	43
Figura 4. Urna funeraria de la sala museo Wasichay	60
Figura 5. Quebrada de Tunumba.....	67
Figura 6. Reunión del Plan de Desarrollo Concentrado de Chazuta hacia el 2030...84	
Figura 7. Actividad de creación del producto turístico de la cerámica chazutina.....	90
Figura 8. Taller de elaboración del Producto Turístico.....	92
Figura 9. Horno cerrado del taller Yana Rumi.....	100
Figura 10. Trabajo en Yana Rumi.....	120
Figura 11. Tierra blanca de Lagunas.....	152
Figura 12. Chunchullis.....	153
Figura 13. Tinajón de Consolación Panaijo.....	154
Figura 14. Consolación Ríos pasando lacre después de la quema.....	156
Figura 15. Miniaturas a torno, con pinturas industriales, de la colección de Juanita Bartra.....	157
Figura 16. Gallinita de la colección de Juanita Bartra.....	158
Figura 17. Tinajón con método tradicional de Consolación Panaijo.....	165
Figura 18. Tinaja en miniatura con método innovado de la tienda Wasichay.....	166
Figura 19. Día de quema 5 días antes de la luna verde en el taller Yana Rumi.....	169
Figura 20. Pieza de forma innovada e insumo tradicionales de la colección de Juanita Bartra.....	172
Figura 21. Cartel de la tienda de Wasichay.....	174
Figura 22. Frank Machuca pintando mural de Consolación Panaijo.....	175
Figura 23. Tienda de Artesanía Cholita.....	176
Figura 24. Vestimenta típica chazutina.....	178

Introducción

En mayo del año 2022, viajé por segunda vez a la capital de Chazuta, distrito ubicado en la zona del Bajo Huallaga de la región San Martín, con la expectativa de poder conocer más sobre el trabajo de las ceramistas de este lugar. Gracias a la invitación de los primeros contactos que pude establecer allí, asistí a una capacitación organizada por la Universidad Nacional de San Martín que buscaba brindar herramientas sobre turismo y marketing a diversos miembros de la comunidad nativa de Alto Chazuta Yacu, así como a diversos chazutinos interesados en adquirir herramientas para desarrollar un negocio o emprendimiento. Pensé que esta capacitación no sería especialmente relevante para conocer más sobre la cerámica, pero de todas maneras acepté la invitación. Uno de los especialistas invitados para dirigir la sesión fue un representante de una agencia de turismo reconocida en Tarapoto. Los asistentes mostraron su entusiasmo al saber que él iba estar presente en la capacitación. El especialista hablaba de manera muy carismática y contundente sobre su experiencia creando una marca alrededor de un proyecto de turismo exitoso en la región. Hablaba de la importancia de crear historias que jueguen con la emoción y la curiosidad de los turistas por conocer un lugar “místico” como la selva peruana, y la necesidad de pensar “fuera de la caja” y cambiar paradigmas de pensamiento para explotar la capacidad de innovación y creatividad de aquellos que quieren sacar adelante un proyecto de este tipo.

En su exposición, el especialista preguntó “¿Cuál creen que es la actividad con más potencial para generar turismo en Chazuta?”. Los asistentes, en un claro consenso, respondieron “la cerámica”. Desde entonces, el especialista empezó a ejemplificar todo lo que había venido explicando a través de la actividad de la cerámica; mi atención se despertó en este momento. Después de destacar el recorrido que ya llevaba esta actividad y las ventajas que tenía para generar turismo en el distrito, propuso ciertos cambios que tenían que darse para lograr metas más grandes. Por ejemplo, explicó la importancia de que el proceso productivo se agilice para poder tener siempre algo que ofrecer a los turistas, por lo que era importante que se introduzca una forma de trabajo en serie, con tecnologías que aceleren el proceso como el torno, en busca de hacer más piezas en menos tiempo. Esto, a su vez, exigiría menos energía y tiempo de trabajo, por lo que las ceramistas podrían permitirse bajar el costo de sus piezas para que estén al alcance de los presupuestos de un turista

nacional que no compraría una cerámica de más de 30 soles. Además, pensaba que todas las piezas debían de tener el nombre de Chazuta porque los turistas quieren demostrar que han estado allí. También propuso que sería bueno que se hagan estudios de mercado más especializados para poder adaptarse a la demanda de los turistas y ser más eficientes con su trabajo. Hablando casi en susurros, escuchaba como algunos asistentes decían que pensaban que la cerámica debía seguir siendo artesanal, “como siempre se ha hecho”.

Después de la capacitación, pasé a visitar a la primera ceramista que conocí en Chazuta, la señora Consolación Panaijo. Cuando llegué a su casa, que a la vez es su taller de trabajo, la encontré con su hija modelando unas grandes piezas con barro (Figura 1). Ellas me invitaron a sentarme a embarrar con ellas y me empezaron a enseñar cómo hacían las cerámicas. Mientras trataba de seguirles el paso y escuchar sus indicaciones, Consolación siempre me hacía ver que todavía faltaba llungunear más la pieza, hacer los cántaros más uniformes, hacer los chunchullis más grandes, y otros detalles que yo no podía percibir. Mientras avanzaba con mi pieza, íbamos hablando sobre cómo ella había aprendido a hacer cerámica gracias a su madre, y yo le preguntaba algunas dudas con las que llegaba tras haber leído libros sobre la artesanía en la amazonía. Me contó cómo sacaban las tierras para hacer los engobes, cómo miraban la luna para saber cuándo quemar sus cerámicas, cómo ella había decidido hacer cerámica hasta que su cuerpo se lo impida y el compromiso que tenía para dejar un legado vinculado a su trabajo. Consolación hacía sus piezas con mucha paciencia y siempre decía que no terminaba una pieza hasta que estuviera perfectamente hecha, como le había enseñado su madre, y que por eso ella había podido ser reconocida a nivel institucional por su trabajo. De vez en cuando, Consolación pausaba la embarrada para cocinar el almuerzo o darle de comer a sus animales, y luego continuaba trabajando hasta que anochecía.

Figura 1
Consolación Panaijo trabajando en su taller



Fuente: Archivo personal, 2022.

Las formas en las que Consolación llevaba a cabo su trabajo no encajaban del todo con la forma en la que se planteaba el desarrollo de esta actividad en la capacitación de turismo y marketing a la que asistí unas horas antes. Estas experiencias me permitieron obtener respuestas, pero también muchas nuevas preguntas. Por un lado, fue evidente que la cerámica en Chazuta era la actividad que, debido a diversos eventos sucedidos en las últimas décadas, se había posicionado de manera ventajosa para generar turismo frente a otras producciones. También fue claro que las ceramistas estaban interesadas en que el turismo empiece a generarse en Chazuta porque sabían que este nuevo tipo de clientes valoraba su trabajo. Además, pude identificar que las ceramistas no eran las únicas interesadas en desarrollar esta actividad para generar beneficios, sino que había un conjunto de actores diversos involucrados en la búsqueda por posicionar a Chazuta como un destino turístico que sabía que esta actividad tenía potencial para ello, y que las formas de entender y plantear cómo debía organizarse este trabajo eran diversas y podían entrar en tensión.

Por otro lado, me preguntaba de qué forma los saberes profesionales del turismo, el marketing y la publicidad estaban marcando un rumbo a seguir en esta actividad y a qué mandatos y valores respondían estos conocimientos. Asimismo, surgió la pregunta de saber cómo las ceramistas se relacionaban con este tipo de mandatos, cómo los incorporaban en sus prácticas y cómo habían encajado los ritmos y técnicas que sus mamás y abuelas les enseñaron para hacer la cerámica en un contexto que había empezado a surgir de manera reciente y que planteaba nuevas

reglas juego. Estas y muchas otras dudas hicieron que decidiera indagar sobre ellas en busca de entender qué implicancias tiene dedicarse a este trabajo en un contexto en el que las discusiones sobre el desarrollo turístico local generaban un gran interés y preocupación por parte de las ceramistas, pero también por otros actores locales e institucionales que tenían sus propios objetivos e intereses en marcar un rumbo a seguir en esta actividad.

En este sentido, el objetivo principal de esta investigación es analizar la forma en la que el contexto local del auge de los discursos y prácticas sobre el turismo da forma a la actividad artesanal de la cerámica en Chazuta. El trabajo se divide en seis capítulos. El primero de ellos incluye la presentación del problema de investigación, las preguntas y objetivos que guían este trabajo, el estado de la cuestión, el marco teórico y el diseño metodológico aplicado. El segundo capítulo servirá para contextualizar la investigación, por lo que será de corte descriptivo y se desarrollarán las ideas claves sobre el desarrollo de la actividad cerámica en las últimas décadas y las características del contexto turístico en Chazuta. En el tercer capítulo se explicarán y analizarán los discursos y prácticas que forman parte de las dinámicas de desarrollo del turismo local sobre la actividad de la cerámica de cara al turismo. El cuarto capítulo buscará ahondar en la forma en la que las ceramistas deciden organizar el trabajo de la cerámica y la forma en la que los discursos y prácticas analizados previamente influyen en este aspecto. El quinto capítulo buscará analizar la producción de las piezas y las experiencias de la actividad cerámica que se ofrecen a los turistas y su relación con los discursos y prácticas presentes en las dinámicas de desarrollo del turismo local. El último capítulo está dedicado a las conclusiones de la investigación que buscan responder las preguntas planteadas, así como destacar algunas reflexiones finales al respecto.

Capítulo 1: Problema de investigación

1.1 Presentación del problema de investigación

Para plantear el problema de investigación de este trabajo sobre la forma en la que el auge del contexto turístico da forma a la actividad de la cerámica en Chazuta, considero importante recoger algunas discusiones sobre el turismo, la producción artesanal y el régimen neoliberal en el territorio amazónico. El trabajo artesanal es un tipo de actividad económica que suele estar vinculada con una serie de prácticas y conocimientos que expresan la diversidad cultural del país y que ha cobrado relevancia dentro de los proyectos estatales y privados que buscan posicionar y visibilizar al Perú como un país multicultural a conocer e invertir. En Chazuta, la cerámica es considerada la actividad identitaria del distrito principalmente por el carácter ancestral de la práctica, ya que, tras la realización de diversas investigaciones históricas y arqueológicas, los hallazgos apuntan a que en los tiempos pre incas, ya se manejaban técnicas de producción con barro y se realizaban objetos utilitarios y con fines funerarios. Asimismo, en las últimas décadas, la cerámica chazutina ha empezado a vincularse con diversos actores privados y estatales que han permitido que esta práctica obtenga visibilidad, ingrese a nuevos espacios de venta y se le otorguen reconocimientos institucionales, siendo el más destacado el de su declaratoria como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Nación en el 2012.

Para entender este proceso de cambios, es importante repasar algunos aportes sobre la historia del desarrollo del trabajo artesanal en el Perú. Se puede decir que alrededor de la década de los setentas, esta actividad empieza a vincularse de manera más intensa con un conjunto de actores estatales dedicados a la promoción y el fortalecimiento de la producción cultural en el país (Mitrovic, 2019). Asimismo, Henrici explica que, en la década siguiente, el incremento del mercado artesanal de cara al turismo se tradujo en la acción de instituciones no gubernamentales y representantes de la cooperación internacional en el trabajo artesanal a través de políticas culturales y de mercado (1997). En la actualidad, el escenario de la producción, distribución y consumo de la artesanía en el Perú, implica considerar al régimen neoliberal que orienta el diseño de las acciones del Estado en esta materia, así como el conjunto de actores y políticas que regulan esta actividad.

Estudios como los de Cánepa (2020) y Vera (2021) han problematizado la forma en la que el neoliberalismo, definido como una racionalidad gubernamental,

opera como un régimen cultural que moldea sujetos que adquieren repertorios culturales congruentes a estas lógicas, a través de técnicas de gobierno de Estados sobre la población, pero también de los propios sujetos sobre sí mismos. En este sentido, autores como Yúdice plantean que la cultura, en un régimen neoliberal, es usada como un recurso que permite obtener diversos beneficios (2002), de modo que los elementos culturales de diversos grupos sociales están siendo puestos en escena para construir narrativas, imaginarios y prácticas que se alinean con una racionalidad neoliberal. Así, la artesanía puede identificarse como uno de los elementos que forman parte de los proyectos como las “marcas-lugar” que buscan, entre otras cosas, promover el desarrollo a través del turismo.

En Chazuta actualmente el tema de la posibilidad de posicionar al distrito como un destino turístico está causando un gran interés, sobre todo en las personas que trabajan en alguna actividad que puede beneficiarse directamente del turismo como lo son los hospedajes, restaurantes, o la misma cerámica. Esto tiene relación con la forma en la que el turismo se ha ido configurando como una actividad de interés para el Estado peruano y que está siendo cada vez más relevante dentro de las estrategias económicas de diversos grupos sociales del país. Como explica Dangelo, “el turismo participa en la transformación de sistemas económicos, de la vida social, espacios y de manera más amplia, de la cultura, por ello se trata de un fenómeno sociocultural complejo” (2020, p. XIV). En este sentido, las ceramistas chazutinas, como productoras de aquellos objetos que condensan los imaginarios alrededor de la cultura de Chazuta, saben que el desarrollo turístico puede beneficiar a su trabajo. Al mismo tiempo, el potencial turístico de esta actividad, ha implicado que otros actores más allá de las ceramistas se interesen por plantear cambios en la forma de organizar y producir esta actividad para adaptarla al nuevo contexto del turismo. En este sentido, las ceramistas y la actividad de la cerámica en general, están involucradas en las diversas dinámicas que se han instaurado en Chazuta en busca por desarrollar el turismo local, las cuales abren espacios de encuentro entre estas productoras con actores institucionales interesados en su trabajo y sus diversas formas de plantear cómo debe desarrollarse esta actividad.

Para estudiar cómo es que se expresan estos procesos nacionales y globales de incremento del interés en potenciar el turismo en los Estados nación regidos por una racionalidad neoliberal en el caso de la producción de cerámica en Chazuta, hay que tener en cuenta también las particularidades que tienen el desarrollo de la

artesanía y el turismo en el contexto amazónico. Estudios como los de Chaumeil (2009) y Chaparro (2008) explican cómo el turismo se presenta como alternativa de desarrollo en diversos lugares de la amazonía que explotan diversos estereotipos que conforman el imaginario occidental sobre la selva y las comunidades indígenas vinculadas a las necesidades de consumo de lo “exótico” y lo “auténtico”. Asimismo, autoras como Tafur (2019) y Belaúnde (2009), a través de sus investigaciones, han mostrado no solo que el contexto del auge del turismo viene introduciendo una serie de cambios en la producción, distribución y consumo de artesanías en la Amazonía peruana, sino también la forma en la que aspectos sociales vinculados a las vidas de las artesanas amazónicas como las relaciones de género, su vínculo con el territorio y las organizaciones del parentesco, matizan y complejizan la forma en la que los mandatos y criterios del contexto turístico se expresan en cada localidad.

De esta forma, se puede observar que la producción de cerámica en Chazuta condensa una serie de problemáticas y discusiones vinculadas a la producción artesanal en la Amazonía y su relación con el turismo y el régimen neoliberal. Así, es una actividad que actualmente se encuentra atravesada por diversos intereses, actores e imaginarios que complejizan esta práctica y que evidencian relaciones de poder y distintas agendas implicadas sobre cómo orientar este trabajo que han abierto una nueva forma de pensar y aprovechar el trabajo por parte de las ceramistas, pero que también genera conflictos y tensiones. En este sentido, este trabajo busca analizar la forma en la que las prácticas y discursos que están presentes en las dinámicas locales de desarrollo turístico, configuran la actividad de la cerámica en Chazuta.

1.2 Preguntas y objetivos de investigación

Tabla 1
Objetivos y preguntas de investigación

Objetivo principal	Pregunta principal	Objetivos secundarios	Preguntas secundarias
Analizar la influencia del contexto del auge de los discursos y prácticas sobre el turismo en la configuración de la actividad de la cerámica en Chazuta	¿Cómo el contexto local del auge de los discursos y prácticas sobre el turismo da forma a la actividad de la cerámica en Chazuta?	Identificar y explicar los discursos y prácticas presentes en las dinámicas de desarrollo del turismo local sobre la actividad de la cerámica chazutina de cara al turismo	¿Cuáles son los discursos y prácticas presentes en las dinámicas de desarrollo del turismo local sobre la actividad de la cerámica chazutina de cara al turismo?
		Analizar la organización del trabajo de las ceramistas chazutinas en relación a los discursos y prácticas sobre la actividad de la cerámica de cara al turismo	¿Cómo las ceramistas chazutinas se organizan para trabajar en relación a los discursos y prácticas sobre la actividad de la cerámica de cara al turismo?
		Analizar las decisiones de las ceramistas chazutinas sobre la producción de piezas y experiencias en relación a los discursos y prácticas sobre la actividad de la cerámica de cara al turismo	¿Cómo las ceramistas deciden sobre la producción de piezas y experiencias en relación a los discursos y prácticas sobre la actividad de la cerámica de cara al turismo?

Fuente: Elaboración propia.

1.3 Justificación

Esta investigación tiene como tema principal a abordar la forma en la que el contexto actual en el que se está realizando la actividad de la cerámica en Chazuta, caracterizado por la introducción de una serie de dinámicas en busca del desarrollo del turismo congruentes con un régimen neoliberal que produce subjetividades determinadas, modelan a través de ciertas prácticas y discursos el desarrollo del trabajo cerámico en esta localidad. La relevancia de investigar sobre este tema tiene que ver, por un lado, con motivos académicos. Revisando diversas fuentes bibliográficas, he podido identificar que las investigaciones antropológicas sobre la producción de cerámica en Chazuta son escasas. A pesar de haber textos que abordan y describen la producción de cerámica chazutina, no se han realizado investigaciones sobre ella desde un enfoque antropológico. Este enfoque permite vincular esta actividad con los procesos sociales, culturales, económicos y políticos que conforman el escenario actual en el que se desarrolla la cerámica chazutina, procesos que son importantes de entender y analizar para construir una mirada más compleja sobre las implicancias de este trabajo. En ese sentido, busco que esta investigación invite a abrir futuros estudios que profundicen en diversas líneas de análisis que esta actividad condensa. Asimismo, esta investigación buscará generar un aporte a las investigaciones vinculadas a la producción artesanal en Perú, en especial en el territorio amazónico, tomando en cuenta sus particularidades y diferencias con respecto a otras tradiciones productivas.

Por otro lado, para elegir este tema de investigación fue una prioridad para mí poder estar segura de que mi planteamiento del problema sea relevante también para las mismas ceramistas, así como para otros actores locales vinculados a las dinámicas del desarrollo del turismo en Chazuta. Habiendo leído diversos textos que hablaban sobre cómo las relaciones de poder, desigualdades y mandatos normativos atravesaban las realidades de los artesanos alrededor del país, identifiqué diversos momentos donde estas tensiones podían evidenciarse desde las primeras veces que visité Chazuta. Sin embargo, fue importante conocer que las mismas ceramistas identificaban estas tensiones en sus vidas cotidianas, y además tenían interés en dar a conocer la gran cantidad de conocimientos y valores que hay detrás de sus decisiones sobre cómo llevar a cabo su trabajo.

En relación a esta idea, fue claro desde el inicio de mi proceso de contacto y

conocimiento con estas realidades que el tema de la cerámica y su relación con el contexto del turismo local condensa intereses y preocupaciones diversas y vigentes en la actualidad. Así, busco que esta investigación pueda generar un aporte a las discusiones y negociaciones actuales que están sucediendo en Chazuta alrededor de esta actividad que pueda dar ciertas luces al estudiarse desde una mirada etnográfica y estructurada. El aporte que busca dar esta investigación tiene que ver con la riqueza y la relevancia de la mirada etnográfica que orientó la metodología de este trabajo, así como la realización de un trabajo de campo estructurado que permite complejizar el entendimiento de esta actividad, pudiendo entender cómo esta se relaciona con las formas de vida particulares y cotidianas de las ceramistas chazutinas.



1.4 Estado de la cuestión

Esta sección tiene como objetivo presentar un balance de las investigaciones realizadas vinculadas al tema de estudio para poder ubicar este trabajo en un contexto académico determinado. El estado de la cuestión está organizado en dos ejes. El primero se enfocará en presentar estudios sobre la artesanía en el Perú desde enfoques de las ciencias sociales, explicando en primer lugar el desarrollo histórico de la actividad artesanal en el país y sus respectivos enfoques de análisis, y, en segundo lugar, los estudios sobre la producción cerámica en la Amazonía. El segundo eje se centrará en presentar los estudios sobre los efectos del turismo desde las ciencias sociales. Para ello, presentaré los estudios que vinculan al turismo con la globalización y la construcción de aspiraciones de progreso, para después centrarme en las investigaciones que vinculan al turismo con la cultura y la producción artesanal.

1.4.1 Estudios sociales sobre el desarrollo de la actividad artesanal en el Perú

Existen diversos estudios desde las ciencias sociales sobre el desarrollo de la actividad artesanal en el país que se han desarrollado principalmente desde la segunda mitad del siglo XX, vinculando la actividad con el contexto social, político y económico mayor que le da sentido. Según el momento histórico que estudian, los temas de investigación, así como los enfoques que utilizan para abordarlos, varían y resaltan diversos aspectos del desarrollo de la producción artesanal. En esta subsección buscaré presentar los momentos históricos más relevantes de la producción artesanal en el Perú para mostrar los cambios que han ido construyendo el panorama actual en el que se encuentra esta actividad, así como los diversos enfoques desde los que se ha planteado estudiar este tema.

Tomaré como punto de partida el texto “La producción artesanal en América Latina” de Mirko Lauer. El autor utiliza un enfoque histórico con ideas vinculadas al marxismo para estudiar la actividad artesanal y explica que, antes de ser instalada como una categoría operativa, lo que hoy se conoce como artesanía era en realidad una actividad de producción de objetos con fines rituales, de autoconsumo y de intercambio (1989), que, con la constitución del sistema colonial, empieza a tratarse cada vez más como una práctica separada y aprovechada para los intereses de la cultura dominante. Lauer identifica que la política colonial aprovechó las concentraciones de producción artesanal pre industrial para el autoconsumo vinculadas a la actividad agraria para instalar un sistema de importación hacia Europa.

Así, Lauer identifica dos procesos de evolución de la actividad artesanal que inician en este contexto y continúan con la época de la república. Primero, el proceso de desgeografización, es decir, “el traslado del peso mayor de la producción a zonas urbanas” (1989, p. 55) que implica un cambio del sentido de producción artesanal de uno geográfico cultural, a uno económico. En segundo lugar, con el aumento de la capacidad productiva de las unidades artesanales y su especialización, se da un proceso de constante liberación de mano de obra que empiezan a constituirse como industrias locales (1989).

Lauer identifica que, una vez constituida la República, se desarrolla un vínculo más directo entre la actividad artesanal y el Estado. La década de 1920 se caracterizó por un interés en la mayoría de Estados latinoamericanos por definirse como nación. Los movimientos indigenistas de la época fueron la expresión intelectual de este interés nacionalista que encontró en las manifestaciones vinculadas a la población indígena aquello que fundamentaría el relato de autenticidad nacional. Lauer explica que esta pretensión implicó una reelaboración de los elementos estilísticos definidos como la plástica autóctona de cada país y que se manifestó en una “tarea de rescate y sistematización de los diseños autóctonos, que no siempre establece diferencias entre lo precolombino y lo artesanal contemporáneo” (1989, p. 116).

En el libro “Extravíos de la forma”, Mijail Mitrovic estudia el proceso de configuración del arte contemporáneo en Lima desde un enfoque histórico en línea con los estudios de Mirko Lauer. Mitrovic explica que, en la década de los setentas, el gobierno de Velasco marcó el desarrollo de las actividades artísticas en el país, pues su proyecto incorpora las realidades del capitalismo de la época (la cultura de masas y la sociedad de consumo) para reorganizar una utopía de nación moderna e indígena. Es en esta época en la que el Estado empieza a crear instituciones dedicadas a fortalecer al sector artesanal en el país como la Dirección General de Artesanía. El gobierno militar veía a la producción artesanal como una actividad central para la economía del país, impulsando así una reorganización industrial de la misma que asumía al mercado capitalista como el lugar en la que existe y funciona. Mitrovic identifica un contraste con las anteriores concepciones oficiales que veían esta actividad como un “repositorio de la autenticidad cultural” (2019, p. 85) que se degrada al responder a las lógicas del mercado capitalista. Por ejemplo, Fernando de Szyszlo sostiene que la artesanía tuvo un momento en el que su función social era auténtica hasta que comienzan a venderse en las ferias y tiendas privadas y se convierten en

“formas deshabitadas, sin objeto que no sea la decoración o el souvenir turístico, con lo que misteriosamente perdieron su belleza” (2017, p. 45).

En el año 1975 se le otorga el Premio Nacional de Cultura en la categoría de Arte al retablista ayacuchano Joaquín López Antay, lo que generó una serie de discusiones en el campo artístico que se interesaban por la definición de sus categorías. Para un sector de la plástica local representado por la Asociación Profesional de Artistas Plásticos, el premio era inaceptable en tanto habían reconocido como arte a una producción artesanal que “no logra superar su primigenia inspiración colonial” (Mitrovic, 2019, p. 86). Por otro lado, el Sindicato Único de Trabajadores del Arte (Sutap) criticaba la negación de la realidad popular por parte de un arte culto que había monopolizado y alienado el campo artístico. Alfonso Castrillón interviene en el debate argumentando que aquellos que definen los retablos de López Antay como artesanía están despreciando a los hombres del campo cuya entrada al mundo del arte culto se les niega por un interés de clase (1977). De este modo, termina definiendo a este grupo productores bajo la categoría del arte popular, que incluyen las expresiones de las “ideas trascendentes propias de nuestra cultura” (Mitrovic, 2019, p. 112), que se diferencian de los souvenirs de aeropuerto y a los objetos religiosos tradicionales.

Las investigaciones de Majluf (2004) y Ulfe (2011) sobre los retablos muestran que el premio a López Antay debe ser visto como el resultado de un proceso que ya se venía dando en la producción de retablos vinculada a su inserción institucional en el campo del arte local desde la década los sesenta. Las políticas y esfuerzos por incrementar la productividad del sector artesanal en esta época trajeron consigo el crecimiento de las exportaciones, el turismo y la configuración de un sistema de comercialización alrededor de ciertas producciones (Lauer, 1989). Así, en esta época algunas unidades de producción artesanal se insertan parcialmente a este entramado de galerías y coleccionistas que configura el mercado del arte desde la comercialización y distribución de las piezas. Así, la década de los setenta estuvo caracterizada por “un contexto político donde las artes tradicionales adquirirían algo más que su reconocimiento antropológico como manifestaciones culturales: eran vistas políticamente como una forma de reforzar las conquistas del campesinado” (Mitrovic, 2019, p. 88). Sin embargo, el desarrollo de este deseo muchas veces se tradujo más en una celebración únicamente del símbolo del arte dominado y menos en prácticas concretas para cambiar este escenario (Mitrovic, 2019).

En la década los ochentas, nuevas organizaciones se insertaron al entramado de actores vinculados a la artesanía en el país. Estudios como el de Henrici analizan la configuración de este escenario vinculado a los cambios políticos y económicos del régimen neoliberal y las políticas culturales. La autora explica en su texto que en esos años se incrementa el mercado artesanal de cara al turismo, lo que se tradujo en la acción de las ONG y representantes de la cooperación internacional que buscaban promover la artesanía y fortalecer sus unidades productivas (1997). Asimismo, Giuliana Borea menciona al Programa del Cuerpo de Paz, la OEA, y la UNESCO como las principales entidades que conforman un circuito y un mercado tanto regional como internacional interesados en la promoción y comercialización de la artesanía (2017). Es importante mencionar aquí la idea que Lauer señala sobre la asociatividad de los productores artesanales como un mecanismo de respuesta ante los cambios en la demanda de su trabajo y la introducción de la actividad a nuevos circuitos de comercialización (Lauer, 1989).

Para Borea, la década de los noventa y la ejecución de una serie de reformas neoliberales introduce de manera más fuerte el eje del turismo al escenario de la producción artesanal que se expresa en una mayor comercialización de la artesanía como objeto de contenido simbólico de lo tradicional (2017). Esta idea empieza a oficializarse desde la UNESCO con la creación del reconocimiento oficial de patrimonio cultural inmaterial, definido como aquellas “prácticas, expresiones, saberes o técnicas transmitidos por las comunidades de generación en generación” (UNESCO). Las ideas vinculadas a la salvaguarda de lo tradicional y la cultura viva se insertan en el escenario de la producción artesanal en el país y abren una nueva ventana de oportunidades y expectativas para la generación de beneficios socioeconómicos del artesanado. El Estado peruano se alinea a estos cambios a través del Ministerio de Industria, Turismo e Integración (hoy Ministerio de Comercio Exterior y Turismo) y el Instituto Nacional de Cultura (hoy Ministerio de Cultura). Desde ellas se crean iniciativas como los concursos de financiamiento para las asociaciones que buscan incrementar su eficacia, competitividad y creatividad (Borea, 2017), o la feria Ruraq Maki que actualmente es uno de los proyectos más importantes vinculados al sector artesanal.

Desde la década del 2000, Borea identifica el surgimiento de “una nueva agenda en el sistema artístico peruano” (2017, p. 109) que se vincula con un contexto de movilizaciones en contra de la dictadura fujimorista que permiten visibilizar a

diversos artistas indígenas a través de referentes simbólicos que sintetizaron demandas colectivas. En las últimas décadas, diversos artesanos han ido ganando espacio en circuitos institucionales vinculados a la escena del arte contemporáneo en Lima. Así, por ejemplo, el Museo de Arte de Lima (MALI), el Museo de Arte Contemporáneo (MAC), o la Feria Art Lima, incluyen regularmente muestras, piezas y expoferias alrededor de estos objetos. Aun así, la oposición entre las categorías de arte y no-arte siguen existiendo de manera operativa para los productores, las instituciones de la producción plástica contemporánea y los actores institucionales estatales e internacionales. Por ello, arte popular, arte tradicional, artesanía y arte, son conceptos que suelen intercambiarse según los actores y espacios desde los que se enuncia.

1.4.2 Estudios sobre la producción artesanal de cerámica en la Amazonía

Para abordar el tema de investigación de manera más específica, en esta subsección presentaré algunos estudios realizados sobre la producción artesanal de cerámica en la Amazonía peruana. Los estudios presentados destacan distintos aspectos de la producción que varían según los enfoques utilizados y por el tipo de cerámica que estudian. A pesar que la bibliografía sobre este tema desde una mirada más allá de lo estético e iconográfico es aún escasa, he revisado investigaciones sobre tres tipos de cerámica: shipibo-konibo, kichwa lamista y kichwa chazutina.

Retomaré el texto “La producción artesanal en América Latina” de Lauer mencionando sus escasos pero interesantes aportes sobre la producción artesanal amazónica. Lauer identifica que, entre los diversos tipos de producción artesanal, existe “el universo de la dispersión tribal, virtualmente tocada por los viejos, y aun nuevos, imperios” (1989, p. 20), en el que incluye a los pueblos indígenas amazónicos. Su característica principal es que, durante la época prehispánica se mantuvieron parcialmente aislados de los circuitos centrales de producción y comercialización de artesanías, por lo que no llegaron a insertarse en una red económica más allá de las comunidades cercanas. Lauer, además, propone que “los objetos artesanales se transformaron más, y asimilaron mejor la influencia europea, cuando más cerca se habían encontrado de la dinámica del Estado precolombino” (1989, p. 21). Las ideas de Lauer nos hablan de la historia de la artesanía amazónica como una diferente a la que tomó la misma en el resto del país y que ha sido menos estudiada.

Con esta introducción, pasaré a mencionar 2 textos que estudian la cerámica

kichwa lamista. En primer lugar, mencionaré la tesis de Tafur en la que indaga en la forma en la que se construye el valor de estas cerámicas en un contexto enmarcado por el paradigma del desarrollo y las políticas culturales. Dentro de sus hallazgos, Tafur identifica que las cerámicas son el resultado de conocimientos históricos culturales que implican una relación entre las mujeres ceramistas y su entorno, en especial entre sus cuerpos, las variaciones del barro con el que hacen las cerámicas y los ciclos lunares (2019).

Por otro lado, Tafur identifica que las acciones institucionales desde el Estado han influenciado la actividad artesanal en Lamas en dos direcciones. En primer lugar, desde el MINCETUR, desde el cual se ha buscado articular la producción cerámica de la comunidad nativa del Wayku “al mercado nacional e internacional que demanda este tipo de bienes con identidad cultural” (2019, p. 221). Por otro lado, desde el MINCUL y la UNESCO, los principales proyectos se han realizado alrededor de la puesta en valor y la salvaguarda de la práctica artesanal como parte del patrimonio cultural inmaterial de los pueblos indígenas. Esto se vio expresado en una creciente diversificación de los circuitos por los que estos objetos circulan. Usando el enfoque de Appadurai y Kopytoff, Tafur confirma el postulado de que los objetos circulan por distintos “regímenes de valor” que hacen variar los repertorios, relatos y significados de las cerámicas que producen las mujeres kichwa lamistas.

En segundo lugar, mencionaré el texto “Cerámica tradicional Kichwa lamas de Wayku” (2017) de Luisa Elvira Belaúnde, realizado en el marco de las publicaciones encargadas por el Ministerio de Cultura para el programa “Ruraq Maki, hecho a mano”. En ese sentido, el texto se alinea al objetivo de promover la salvaguarda de estas cerámicas como parte del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Nación. Un punto interesante que me gustaría destacar de este texto es la relación que la autora identifica entre la producción de la cerámica y el mundo sensorial y espiritual de la ontología amazónica. La producción está atravesada por una serie de prácticas detalladas y conocimientos que responden a un ordenamiento del entramado de seres que habitan el entorno amazónico y que tienen propiedades particulares. La autora menciona que, para la extracción de greda, “la pareja no puede haber tenido relaciones sexuales la noche anterior y las mujeres no pueden estar con la menstruación” (2017, p. 18) ya que esto provocaría que las canteras de barro se manchen y las vasijas se rompan. Este tipo de prácticas son importantes ya que condicionan y fundamentan la producción de las ceramistas lamistas.

Sobre las cerámicas shipibo konibo mencionaré las investigaciones arqueológicas y antropológicas de Donald Lathrap. En su texto “Shipibo tourist art”, Lathrap identifica cuatro tendencias que ocurren en la producción de estas cerámicas con los efectos de la comercialización turística y de colección: la aparición de formas cerámicas no tradicionales, la difuminación de los estándares tradicionales de las formas cerámicas, la menor complejidad de los diseños y la sustitución de la cerámica por otro tipo de producciones artesanales (1976). Sobre esto, Lathrap explica que el crecimiento del interés de los compradores expertos en coleccionismo y arte por estos objetos provocó la producción de piezas con formas no tradicionales. Por ejemplo, para atender su demanda, Lathrap identificó que muchas ceramistas producían piezas en miniatura de las formas tradicionales para que un turista pueda transportar las piezas con mayor facilidad.

Esto se vincula con una mayor dependencia de la venta de estos objetos al mercado turístico, lo que se relaciona con “una tendencia a acelerar la producción al reducir la complejidad de los diseños pintados” (1976, p. 207). Además, el autor explica que, en este contexto, empresarios vinculados al turismo mantienen arreglos financieros explotadores con las familias de ceramistas shipibas que buscan que los turistas compren los trabajos de las artesanas para que ellas puedan pagar sus deudas. Así, Lathrap explica que en estos casos “las mujeres de estas familias simplemente no pueden producir suficiente cerámica para mantenerse al día con el flujo constante de turistas” (1976, p. 205).

Luisa Elvira Belaúnde también ha realizado investigaciones sobre la producción artesanal shipibo-konibo. El texto “Kené. Arte, Ciencia y Tradición en diseño”, la autora presenta a detalle los significados y prácticas que dan vida al kené en el marco de su patrimonialización en el año 2008. Se llama kené al sistema de diseños vinculados a las cosmovisiones amazónicas que aparecen en visiones y se plasman en distintos soportes para materializarlos (2009). Al ser diseños, el kené permite ser utilizado y expresado de maneras muy variadas y flexibles, siendo la cerámica uno de los muchos soportes sobre el que se plasman estos diseños. Belaúnde identifica que para la elaboración de cerámicas como las tinajas “joni chomo”, las ceramistas deben cumplir con rituales y restricciones que les permiten tener claridad para alcanzar pensamientos y visiones necesarios para hacer una pieza. Asimismo, la autora menciona que estas técnicas ancestrales son importantes de resguardar ya que cumplen una función importante y reconocida por la sociedad shipibo-konibo, más aún

en un escenario en el que la masificación de este trabajo está cambiando las formas tradicionales de producción artesanal (2009).

Por último, presentaré algunos hallazgos relevantes sobre el estudio más detallado sobre la elaboración de cerámicas en Chazuta: “Chazuta, Arte ancestral” de Narváez y Bartra. El libro recoge, en primer lugar, una descripción de los elementos que caracterizan la forma tradicional de hacer cerámica, cuya continuidad en el tiempo permitió que esta práctica sea declarada como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Nación en el año 2012. Por otro lado, el texto menciona que, con el crecimiento de la comercialización de esta actividad, en el año 1993 se creó la primera asociación de ceramistas de Chazuta, así como la construcción del primer taller artesanal especializado en cerámica (2012). Sin embargo, como el texto se escribió en el año 2012, no recoge algunos cambios que ha habido con respecto a la asociatividad y organización del trabajo actualmente existentes como la creación de nuevas agrupaciones de ceramistas y otros reconocimientos institucionales importantes alrededor de la cerámica.

Por último, me parece importante destacar el vínculo que se identifica en el texto entre la cerámica actualmente producida en Chazuta con los hallazgos del proyecto arqueológico de rescate de urnas funerarias pre incas realizado en el año 2002. Como explica Bartra, para quienes se dedican a la cerámica, los hallazgos de corte histórico que se obtuvieron con el proyecto arqueológico significaron un enriquecimiento de sus conocimientos sobre su trabajo y su producción. Además, Bartra menciona: “Quedamos gratamente sorprendidos al comprobar la ligazón que tenemos con nuestros ancestros quienes usaban grandes vasijas de barro para enterrar a sus muertos” (2012, p. 35). Esta cita invita a indagar sobre las formas en las que las ceramistas han incorporado estos hallazgos tanto en sus prácticas como en sus relatos alrededor de la producción cerámica.

1.4.3 Turismo, globalización y aspiraciones de progreso

Desde fines del siglo XX, el turismo viene siendo estudiado como un fenómeno que realiza e intensifica constantemente la globalización, es decir, que propicia el incremento de los flujos e intercambios materiales y simbólicos entre distintas partes del mundo, vinculados por una generalización del sistema económico capitalista contemporáneo. En este apartado recogeré algunos estudios que siguen esta línea e indagan en los efectos sociales que produce el turismo al abrir una nueva ventana de

oportunidades para las poblaciones, pensando en que distintos actores en Chazuta están manifestando su interés en activar el turismo en el lugar.

En su texto "Anthropology of Tourism: Forging New Ground for Ecotourism and Other Alternatives", Stronza afirma que:

es, al menos, seguro decir que las personas en casi todas las sociedades han sido tocadas de alguna manera por el turismo...Lugares fuera de lo común se están abriendo cada vez más al turismo a medida que la economía internacional se globaliza y se mejoran las redes transnacionales de transporte y comunicación. (2001, p. 264).

Asimismo, Greenwood afirma que el turismo es uno de los principales catalizadores del desarrollo económico y los cambios sociopolíticos a nivel mundial, siendo para el autor "el movimiento de bienes, servicios y personas a mayor escala que la humanidad quizás haya visto jamás" (2001, p. 129). En esta línea, una de las ideas que desarrolla Mowforth y Munt en el libro "Tourism and sustainability" es que el turismo, como un fenómeno que es la vez causa y consecuencia de la globalización, constituye actualmente una de las principales formas mediante las que se moldean nuestras visiones sobre el mundo (2003). Así, para los autores es importante que se estudie la capacidad del turismo para producir representaciones y movilizar imaginarios sobre la realidad de los turistas, los que son visitados, y los actores intermediarios entre ambos. Mowforth y Munt identifican tres ideas fundamentales sobre los efectos del turismo en los imaginarios sobre la realidad. En primer lugar, explican que "algunas personas, empresas, instituciones y países podrán difundir mejor su imaginación particular a los demás" (2003, p. 7), es decir, que la consolidación de estos imaginarios están atravesados por relaciones de poder. Esto va de la mano con el segundo punto, que es que las diversas formas que toman los imaginarios construidos por el turismo son divergentes y entran en competencia, habiendo siempre una disputa constante por consolidar ciertos imaginarios sobre otros. Por último, los autores hacen énfasis en la forma en la que el turismo se inserta en el proceso de globalización y refuerza su tendencia a intensificar los flujos de intercambio de información alrededor del mundo.

Estos autores permiten vincular el fenómeno del turismo con los procesos de globalización, así como entender su capacidad para activar una serie de imaginarios

con los que las personas involucradas se definen a sí mismos y a su mundo. Para aterrizar estas ideas, presentaré dos estudios que muestran cómo este vínculo se expresa en casos concretos, poniendo el foco de atención en las prácticas y aspiraciones de las personas que viven en los lugares de un destino turístico o que buscan posicionarse como tales.

En primer lugar, la tesis de Dangelo estudia la forma en la que los comuneros de la comunidad campesina de Chahuaytire en Cusco negocian su status según las formas en las que construyen y modifican sus casas con la expectativa de recibir turistas. Dangelo parte de la idea de que, en el encuentro turístico, se constituyen constantemente los marcos (Goffman, 1959) de los actores involucrados en el contacto, es decir, los esquemas interpretativos dentro de los cuales se ubican en un contexto social y construyen su realidad.

Entre sus hallazgos, Dangelo identifica que el turismo, al despertar altas expectativas en la comunidad de poder generar ingresos y al ponerlos en contacto con actores como capacitadores y promotores del turismo, se expresó en un deseo de cambio vinculado a nociones de modernidad y progreso. Así, Dangelo señala que “las maneras en las que los comuneros de Chahuaytire construyen y modifican sus casas está relacionado a un esfuerzo y afán por progresar” (2020, p. 148), que en este caso se expresa en términos de “dejar de vivir como antes”. Este tipo de relatos está asociado a la forma en la que el pasado se vincula con el retraso, mientras que el futuro se relaciona e imagina desde el progreso. Sin embargo, estos relatos no se insertan en Chahuaytire de forma pasiva, sino que más bien, los diferentes actores involucrados interpretan y elaboran de forma activa y diferente las nociones sobre cómo diseñar una casa para el turismo en busca de poder progresar.

El estudio de Beatrice Simon indaga sobre el turismo en Pisac y la forma en la que este fenómeno es pensado y expresado en sus aspiraciones a futuro. La autora explica que, en la actualidad, casi todos los habitantes de Pisac dependen de los ingresos del turismo, lo que ha provocado que la organización económica del lugar gire en torno a ella y se abra la posibilidad de aprovechar esta actividad (2006). Esto ha provocado que los piseños reconfiguren y expandan sus imaginarios sobre su futuro, reflexionando acerca de la forma en la que el dinero debe ser usado para poder vivir mejor. Simon identifica que estas aspiraciones se expresan en el deseo que los hijos de los actuales piseños puedan tener una buena educación, mayores oportunidades laborales y una mejor calidad de vida (2006).

Sin embargo, Simon explica que las aspiraciones de progreso toman formas diferentes y contradictorias. Así, “por un lado opinan que los jóvenes deberían recibir una buena educación para que más tarde puedan encontrar una buena profesión, por otro afirman que deberían quedarse a vivir en Pisac” (2006, p. 122). De este modo, Simon argumenta que “del discurso sobre el futuro se desprende que realmente existe el deseo de modernizarse” (2006, p. 124), lo cual se expresa en el deseo de los piseños de, por ejemplo, construir un nuevo edificio para el mercado del pueblo, construir casas de cemento o enviar a sus hijos a la universidad. Sin embargo, este deseo de modernizarse debe realizarse sin distanciarse demasiado las prácticas tradicionales vinculadas a la identidad cultural de la población. Así, Simon concluye que “en Pisac existe algo así como un continuo entre lo tradicional y lo moderno, donde el deseo de modernidad es grande” (2006, p. 124).

Por último, Espinosa indaga en su texto sobre la forma en la que las comunidades asháninka y yánesha están implementando proyectos turísticos y explica las tensiones y negociaciones que han surgido alrededor de estos. Espinosa menciona que, el turismo se presenta como una expectativa e ilusión a futuro antes que como una realidad actual dentro de las comunidades amazónicas (2017). Así, en las comunidades estudiadas, se puede identificar que los turistas que llegan no permanecen muchos días en el lugar y no se generan los ingresos esperados de esta actividad. En ese sentido el autor explica que “la imagen idealizada del turismo como alternativa económica y como oportunidad de expresarse desde sus propias tradiciones culturales se desvanece” (2017, p.135).

Un aspecto importante que resalta el autor sobre la forma en la que el turismo se está llevando a cabo en comunidades amazónicas es la diferencia de lógicas y racionalidades que entran en juego dentro de esta actividad. Así, Espinosa menciona que la mayoría de los indígenas no buscan ser empresarios ni adoptar una mentalidad empresarial, lo cual no significa que no tengan la capacidad de hacerlo. La forma de relacionarse con el mundo, incluyendo al trabajo y las personas, que los indígenas de las comunidades estudiadas mantienen, muchas veces entra en contradicción con una lógica empresarial de producción y consumo que constantemente es promovida por los actores estatales y privados que buscan activar el turismo en el país. De esta forma, la frustración de no cumplir con las expectativas iniciales de la actividad turística por parte de los indígenas no es tan radical debido a que hay también una decisión por parte de estos de mantener una forma de vida propia (2017). A pesar de esto, se

suele interpretar que el “fracaso” del turismo en comunidades se explica únicamente por la falta de capacitación de los indígenas y su mala gestión de la actividad, reproduciendo así “un imaginario que representa al indígena como ignorante e incapaz” (2017, 129).

1.4.4 Turismo, cultura y producción artesanal

En esta subsección recogeré algunos estudios sobre los efectos del turismo en la producción artesanal y su vínculo con la producción cultural. Para empezar, tomaré como punto de partida la idea de George Yúdice sobre la cultura como recurso. El autor explica que, en nuestra época caracterizada por la globalización y una racionalidad económica neoliberal, hay un uso creciente de la cultura como un recurso para acceder a beneficios sociales, políticos y económicos (2002). Para Yúdice, la cultura se ha vuelto un activo predominante en el mundo de las industrias culturales y en la discusión sobre la propiedad intelectual. De esta forma, Yúdice explica que hoy en día “la cultura se invierte, se distribuye de las maneras más globales, se utiliza como atracción para promover el desarrollo del capital y del turismo” (2002, p. 16). En este sentido, cuando estudiamos contextos atravesados por la actividad turística, es común ver que la cultura es movilizada como un recurso que puede ser intercambiado por otros tipos de capital, moldeándose para satisfacer los intereses y demandas de los actores involucrados en esta actividad económica.

Los estudios que presentaré a continuación abordan el vínculo entre el entendimiento de la cultura como un recurso y el contexto turístico en casos donde la actividad artesanal se vuelve una práctica fundamental para generar ingresos en los nuevos circuitos activados por el turismo. Para empezar, está la investigación de Vera sobre la actividad artesanal vinculada a la Marca Ayacucho, “un proyecto de marca región que busca potenciar el turismo y consolidar la identidad con la región” (2021, p. 2). En esta búsqueda, los promotores del proyecto activaron los recursos que consideraban que tenían gran potencial para ser gestionados con estrategias de marketing y branding, entre ellos, la actividad artesanal. Vera identifica que, en este contexto, los artesanos han entablado una relación de dependencia con la Marca Ayacucho, por lo que se han alineado con los mandatos de participación de la misma al definirse como sujetos emprendedores y al incorporar en su producción la materialización del logo de la marca.

Esto implicó, por un lado, que los artesanos hayan tenido que dejar los

procedimientos y repertorios tradicionales que desplegaban en la producción. Así, Vera identifica que los objetos artesanales branderizados por la Marca Ayacucho “han atravesado un proceso de estetización” (2021, p. 160), ya sea por las modificaciones que exigió la incorporación del logo de la marca, o por las nuevas formas que los artesanos crearon para satisfacer a la demanda. Por otro lado, implicó que los artesanos construyeran nuevas subjetividades en las que predomina el “poder consolidarse como representantes, desde el área del arte y la cultura, del repertorio que Ayacucho tiene para ofrecer al mundo” (2021, p. 159). Así, vemos como en esta investigación los nuevos imaginarios y mandatos asociados al turismo generan redefiniciones de los objetos artesanales mismos, pero también de los artesanos como sujetos que van a pensarse a sí mismos desde conceptos como “embajadores” o “emprendedores”.

Una segunda investigación en esta línea es la de Macarena Moscoso, la cual analiza a los centros de tejido en Chinchero, Cusco, como espacios de exhibición turística y de reorganización social de las mujeres artesanas que viven y trabajan en ellos (2019). Chinchero es una de las entradas principales al circuito turístico del valle de Urubamba, lo que moldea la vida cotidiana de sus habitantes, entre ellos, a las tejedoras, cuya producción forma parte de los atractivos turísticos del lugar. Moscoso identifica que, en este contexto, los textiles han pasado por un proceso de revalorización que se expresan en la forma en la que las tejedoras presentan sus productos en los centros de tejido. Para la autora, en este lugar “emergen una serie de significados cuando tejedoras y turistas se relacionan con la materialidad de este espacio” (2019, p. 108). Así, los centros de tejido son una de las respuestas más expandidas para responder a la demanda turística, siendo espacios donde las tejedoras pueden exhibir sus tejidos a los turistas.

La exhibición se produce a través de ciertas estrategias para atraer de forma más efectiva a los turistas, que implican el uso de la “autenticidad étnica” como un recurso para obtener los beneficios buscados. Así, Moscoso identifica que los recursos museográficos y performáticos dispuestos en los centros de tejido “permiten la mercantilización de los textiles ya que sustentan el aspecto cultural de los tejidos y generan un compromiso moral en los visitantes” (2019 p. 111). En ese sentido, las tejedoras, el proceso de tejer y el tejido mismo son el centro de las puestas en escena y los elementos a partir de los cuales se negocia su autenticidad de manera conjunta. La idea de la exhibición que se realiza en los lugares de producción, distribución y

consumo de tejidos será fundamental para explorar la forma en que las que las artesanas despliegan puestas en escena vinculadas a su trabajo y su identidad.

Por último, está el trabajo de Bassilio sobre los artesanos de Túcume y la construcción de su identidad vinculada a la marca-territorio. La costa norte del Perú se ha consolidado en las últimas décadas como uno de los principales destinos turísticos del país a raíz de los descubrimientos arqueológicos vinculados a la cultura Moche y Lambayeque en el territorio. Bassilio explica que, en el caso de Túcume, las artesanías fueron creadas como mercancías bajo una lógica de marca-territorio, en el que el principal repertorio a movilizar para hacer productos diferenciados y originales ha sido la iconografía hallada en los complejos descubiertos en el lugar (2012). Para ello, los artesanos han incorporado los estándares bajo los cuales la tienda en la que se venden las artesanías filtra los productos que responde a su vez a las exigencias estéticas y preferencias de marca de los turistas. Así, Bassilio identifica que, en el control de ingreso de la tienda, se revisan los estándares de calidad, la calibración de los precios y el contenido de unicidad territorial.

Sin embargo, Bassilio identifica que los artesanos también intervienen de manera activa en la producción de sus productos y de sus identidades que se expresa en el deseo de dar a conocer a Túcume, deseo que es asumido como una responsabilidad del artesano. De esta forma, me interesa rescatar los nuevos criterios que Bassilio identifica que los artesanos deben incorporar en sus decisiones sobre la producción, vinculados a un entramado de actores que intervienen en los circuitos turísticos, pero también a la forma en la que los mismos se apropian del sentido y dirección de su trabajo en un contexto donde el turismo forma un eje central en las vidas de los tucumanos.

1.4.5 Balance

Con esta revisión de la literatura realizada sobre los principales temas que se abordarán en esta investigación se puede ubicar este estudio en un campo más amplio del conocimiento. Esto me permitirá identificar puntos fundamentales a observar durante mi investigación, para sostener el planteamiento del problema presentado previamente y para tener referencias con las cuales entender lo que se investigará en el caso de la cerámica de Chazuta, ya sea desde las similitudes con otros estudios de caso o propuestas teóricas, o desde sus diferencias para poder complementar la bibliografía sobre los temas principales a abordar.

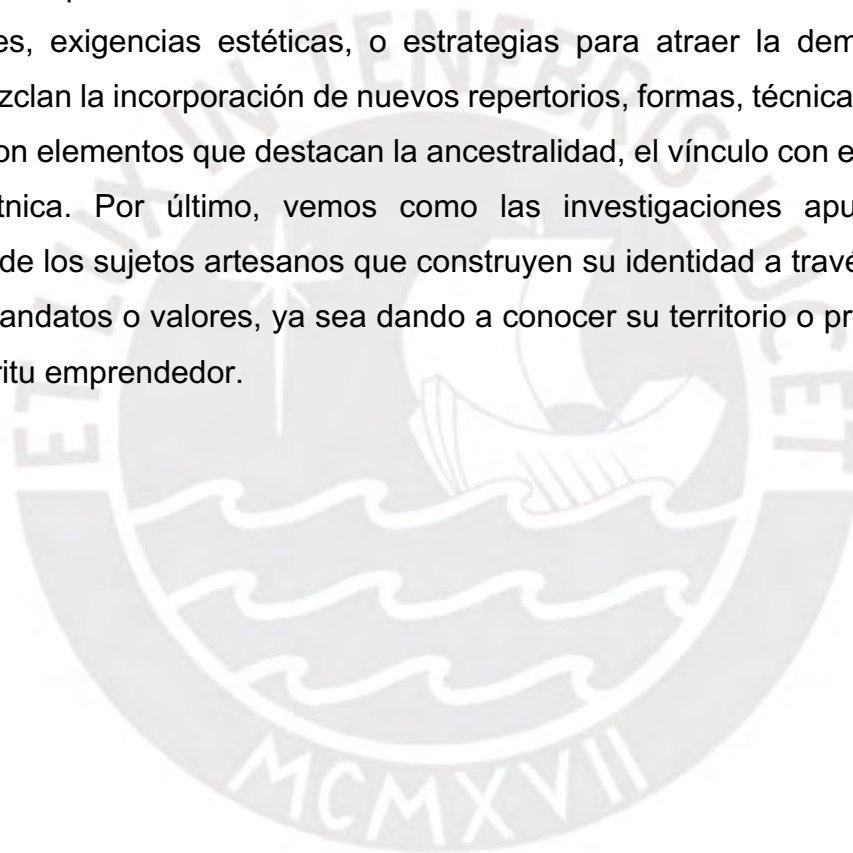
Sobre el primer eje, se puede identificar que el desarrollo de la actividad artesanal en el país ha sido atravesado constantemente por los contextos sociales, políticos y económicos que le han dado forma hasta el día de hoy. Asimismo, podemos notar que los debates conceptuales en torno a las categorías de la producción plástica persisten hasta la actualidad. Esto expresa el carácter histórico de las categorías, sin que eso implique que su reconocimiento como tales haga que las mismas se disuelvan. Asimismo, abre un campo de indagación sobre la forma en la que estas categorías se han construido y sobre cómo se han vuelto operativas en cada caso particular, lo que implica tomar en cuenta a la artesanía a partir de la totalidad socioeconómica de la que es producto.

Sobre los estudios revisados sobre la producción de cerámica tradicional en la Amazonía, podemos identificar que en todos los tipos de producción presentados hay un conjunto de conocimientos y prácticas vinculadas a las ontologías amazónicas que implican una relación particular con el territorio amazónico, en especial con los ciclos lunares. Por otro lado, las investigaciones nos hablan de un contexto actual en el que las cerámicas están circulando por nuevos espacios institucionales que implican nuevos consumidores, así como nuevas exigencias para sus productoras. Esto se vincula con el crecimiento del turismo y los cambios en la demanda que esta actividad produce. Ante ello, los estudios hablan de diversas estrategias y adaptaciones que las ceramistas en la Amazonía han desplegado para poder generar beneficios de esta actividad. Además, podemos identificar cómo los procesos de patrimonialización han jugado un rol importante tanto para la producción de la cerámica amazónica, como para la investigación sobre los conocimientos detrás de ella. Estas ideas serán fundamentales para abordar el caso de la cerámica de Chazuta, en el que los conocimientos vinculados al territorio, la demanda turística y los reconocimientos institucionales conforman el escenario en el que esta producción se desarrolla.

En cuanto al segundo eje, vemos como el turismo es un fenómeno que actualmente moviliza una serie de imaginarios y representaciones que alcanzan escales globales, llegando a tener efectos en lugares antes considerados remotos o intactos por esta actividad. Asimismo, las investigaciones mencionadas hablan del turismo como una actividad que despierta expectativas e intereses en diversas poblaciones del país que pueden beneficiarse económicamente de ella. Estas expectativas pueden ser contradictorias entre los diversos actores involucrados o en un mismo relato, pues, aunque suelen estar asociadas al “salir adelante”, “progresar”

o “modernizarse”, también se habla del deseo de permanencia y trascendencia de aquellas prácticas y conocimientos que existían antes de la llegada de la demanda turística. Asimismo, se muestra que en muchos casos, las expectativas generadas por diversas poblaciones locales alrededor del turismo contrastan significativamente con la realidad.

Por último, acerca de los estudios que abordan los temas vinculados al turismo y sus efectos en la producción artesanal, podemos ver que la artesanía es una actividad que se ha vuelto central para las estrategias que despliegan distintas poblaciones y actores para posicionarse en los circuitos turísticos del país. Asimismo, vemos que la producción misma atraviesa cambios vinculados a los nuevos consumidores, exigencias estéticas, o estrategias para atraer la demanda. Estos cambios mezclan la incorporación de nuevos repertorios, formas, técnicas y estilos de artesanía, con elementos que destacan la ancestralidad, el vínculo con el pasado o la identidad étnica. Por último, vemos como las investigaciones apuntan a una redefinición de los sujetos artesanos que construyen su identidad a través de nuevas prácticas, mandatos o valores, ya sea dando a conocer su territorio o presentándose con un espíritu emprendedor.



1.5 Marco Teórico

En esta sección presentaré los principales enfoques teóricos y conceptos desde los que me aproximaré al problema de investigación. En el marco teórico se abordarán diversos cuerpos teóricos y propuestas de autores que sostienen modos de acercamiento para estudiar la artesanía y el neoliberalismo. Del lado de la artesanía, empezaré definiendo este término como una categoría histórica, recogiendo los aportes de los autores latinoamericanos que crearon lo que Lauer y Eder llaman la teoría social del arte. Asimismo, en relación con este conjunto de autores, explicaré la forma en la que el objeto artesanal puede ser abordado como una síntesis de los procesos materiales y simbólicos que permiten su existencia. Las propuestas de Lauer, Salas y García Canclini en esta línea abren la posibilidad de abordar el objeto artesanal para “abrirlo” y analizar la manera particular en la que condensa diversas determinaciones sociales que le dan forma y sentido a su existencia.

Por otro lado, se recogerán las ideas de diversos autores que escriben sobre el neoliberalismo en tanto esta investigación se sitúa dentro de un contexto en el que este régimen modela las formas actuales de los Estados nación. Así, me centraré en primer lugar en definir este concepto como una forma de gubernamentalidad. Para ello, es necesario repasar las ideas de Foucault sobre las diversas “artes de gobierno” y las formas particulares que ha tomado a lo largo de la historia, haciendo énfasis en cómo el neoliberalismo ha reconfigurado las formas del ejercicio de poder de la población. En segundo lugar, explicaré el concepto propuesto por Cánepa sobre el “homo performance” como el sujeto que el régimen neoliberal busca producir para gobernar. Este concepto permitirá definir la forma en la que este tipo de sujeto ha venido configurándose dentro de la realidad peruana a través de ciertos mandatos que se incorporan en los individuos, así como tener un marco en esta investigación para analizar cómo es que desde diversas acciones institucionales se promueve la configuración de un tipo particular de artesana con ciertas habilidades y repertorios a manejar.

1.5.1 Artesanía como categoría histórica

Como se ha visto previamente, la discusión conceptual alrededor de las categorías vinculadas a la plástica ha sido un debate constante que continúa siendo vigente. Para un conjunto de autores esta discusión debe llevarnos, no a continuar esforzándonos por encontrar un concepto definitivo, sino más bien a identificar el

carácter histórico y social de las prácticas vinculadas a la creación plástica. En la década de los setenta, un conjunto de profesionales latinoamericanos vinculados a las ciencias sociales y al arte como Mirko Lauer, Juan Acha y Nestor García Canclini, empezaron a problematizar las prácticas artísticas en Latino América desde una entrada social, tomando aproximaciones, conceptos y esquemas derivados del marxismo. Mirko Lauer y Rita Eder le dan el nombre de “teoría social del arte” a “aquellos trabajos emprendidos dentro de los marcos conceptuales de las disciplinas tradicionales en el terreno de la plástica, pero con una preocupación por lo social como aspecto fundante de la actividad, sus procesos y sus productos” (Lauer, 1982, p. 58).

Me interesa rescatar principalmente las ideas de Lauer y autores a los que él hace referencia en sus textos para presentar la forma en la que entenderé a la artesanía en esta investigación. Tomo como punto de partida la idea clave de Perniola de que el arte debe ser entendido como una categoría histórica, pues la tradición filosófica idealista la ha definido como una expresión universal del espíritu humano, y, por lo tanto, con una existencia a priori e inmutable (1981). Para Perniola, estas concepciones mistifican al arte, por lo que propone reconocer su historicidad en tanto es una práctica que no siempre existió ni tuvo la forma que tiene hoy en día. En su esfuerzo por rastrear el surgimiento de esta categoría, Taylor identifica que, con el intento de la burguesía por posicionarse como la clase dominante con un nuevo sistema ideológico, el arte “se convierte en el proyecto concreto de elevar ciertas prácticas burguesas al estatus de arte, y de transformar...sus instituciones aristócratas” (1978, p. 45). Así, la burguesía se apropia de esta categoría a través de la teoría estética que emerge durante los siglos XVII y XVIII, la cual asocia la belleza con una cuestión de gusto, placer y goce humano.

Esta discusión es importante ya que permite ligar el surgimiento de esta categoría con su importación al contexto latinoamericano. En relación a esto, Lauer, en su texto “Crítica de la artesanía: plástica y sociedad en los Andes peruanos”, explica que, en el caso de Latino América, el arte llega como un sistema importado del colonialismo y vinculado a una misma clase dominante que se hace operativa al reproducir el orden social impuesto. Así, las artes se empiezan a constituir “por oposición a las expresiones creativas de los sectores y culturas dominados” (1982, p. 21), que se consolidaría como la dicotomía entre arte y “no-arte”. La afirmación de que las artesanías son objetos que pueden ser valorados estéticamente, pero sin ser propiamente fenómenos artísticos, es para Lauer un enunciado de negación de

valores antes que una realidad fáctica, pues “la condición de no arte de estos objetos y procesos supone por parte de la cultura dominante su reclusión en la subalternidad” (1982, p. 24). De este modo, la artesanía se construye como un concepto abstracto que “reúne a innumerables sistemas de producción plástica del precapitalismo” (1982, p. 25).

Lo que está haciendo Lauer al problematizar la forma en la que se ha configurado la categoría de la artesanía a partir del sistema de las artes importada de Europa es reconocer a este concepto como una categoría sociohistórica. En esta línea, Becerril postula que el camino para estudiar esta práctica es entender a la artesanía como una categoría histórica que habla de un modo de producción, distribución y consumo cuyas particularidades están determinadas por la naturaleza de las relaciones de producción que les da forma (1982). En mi investigación, entender a la artesanía partiendo de su reconocimiento como una categoría histórica, me permitirá vincular a esta actividad con la relación actual que mantiene con el fenómeno del turismo. Así, por un lado, podré indagar en las formas específicas en las que se configura y opera la actividad artesanal en el caso de la cerámica en Chazuta y el contexto del auge del turismo en el que se encuentra, y por otro, podré entender esta producción no como una actividad aislada, sino que permanece en constante relación con los procesos socioeconómicos de diversas escalas que le dan forma.

1.5.2 El objeto artesanal como síntesis material-simbólica

Continuando con Lauer y la problematización sobre la definición de la artesanía, el autor argumenta que, al decir que los objetos plásticos son producto de la naturaleza de las relaciones de producción que le dan forma, no significa que estos son un reflejo simplista de la estructura productiva, sino más bien, que son una parte integral de la misma. Para entender mejor esta idea, recogeré los aportes de Salas sobre la interdependencia de lo material y lo simbólico. Salas plantea que, desde las ciencias sociales, se ha solido hacer referencia a ambos términos de dos formas. En primer lugar, tratándolos analíticamente como dimensiones de un fenómeno que pueden ser observables por separado, y, en segundo lugar, como categorías que se vinculan de manera mecánica para comprender fenómenos sociales, buscando así identificar cuál de estas esferas determina a la otra para explicar una realidad (1987).

Salas argumenta que, en contraste con este tipo de acercamientos, si se pone el foco de interés en la vida social y práctica de los actores vinculados a la realidad a

estudiar, se puede evidenciar que:

no hay comportamiento social explicable sólo a partir de una lógica material o exclusivamente simbólica. Existe una relación entre lo material y lo no material de tal manera que así como no hay producción de sentido que no esté inserta en estructuras materiales tampoco hay estructuras materiales que no cobre su dimensión cultural o ideológica. (1987, pp. 20-21).

De esta forma, en esta investigación se tratará la relación entre lo material y lo simbólico como esferas que se relacionan de manera dialéctica, lo que permite evitar reduccionismos e idealismos. En relación a esta idea, García Canclini plantea que la artesanía no solamente representa una clase social o las relaciones de producción, sino que las realiza desde la organización socio económica hasta su sostén ideológico y simbólico, ambas partes que se relacionan de una manera dialéctica. (García, citado en Lauer, 1982, p. 53). En esta línea, Lauer explica que el acercamiento a los objetos plásticos debe realizarse más allá de su visualidad, en tanto estos condensan diversas determinaciones sociales que son una parte específica de un proceso general de reproducción social. Es decir, que para Lauer los objetos plásticos no tienen una dimensión social separable de la dimensión estética y simbólica. El objeto plástico es social en su integridad y por tanto hay que entenderlos como una síntesis de la relación dialéctica entre los procesos de producción material y simbólica que permiten su existencia. Los procesos materiales hacen referencia a las instituciones, circuitos, mercados, tecnologías y conocimientos que modelan la parte física del objeto, mientras que los procesos simbólicos incluyen a las narrativas, discursos, ideologías y simbologías que le dan sentido a su existencia.

En ese sentido, Lauer sostiene que podemos “abrir” el objeto plástico en tanto estos tienen la capacidad de congelar y condensar procesos de trabajo, ideas, relatos, etc. Así, “abrir” los objetos plásticos permite ir más allá de su visualidad. Para el autor, este proceso implica preguntarnos por las formas que toma el objeto “en su carácter de proceso (actividad, trabajo), las de su eventual existencia como objeto (producto, mercancía), las de su aspecto de representación (imagen)” (1982, p. 60). De esta forma, entender al objeto artesanal como una síntesis de determinaciones sociales me permitirá “abrir” las cerámicas de Chazuta y rastrear las instituciones, narrativas,

conocimientos y repertorios que permiten su existencia y le dan sentido.

1.5.3 La gubernamentalidad neoliberal

La investigación actual se sitúa dentro de un contexto global ligado al régimen neoliberal vigente en los Estados nación del mundo contemporáneo. Las lecturas foucaultianas sobre la forma en la que el neoliberalismo actúa en la actualidad hacen referencia al concepto de gubernamentalidad, término amplio que corresponde al último periodo de las producciones del filósofo francés a finales de la década de 1970. Este término es usado por Foucault para reconstruir momentos históricos y analizar las diferentes racionalidades que orientan las formas de gobierno. Lemke define la gubernamentalidad en su sentido amplio como el conjunto de técnicas y procedimientos usados para dirigir el comportamiento humano (2001). En este sentido, el poder político es entendido desde este enfoque en base a su operación según racionalizaciones específicas que pueden identificarse en las diversas formas de gobierno existentes a lo largo de la historia y que se expresan en la relación de poder entre los Estados y la población, pero también en las diversas técnicas para gobernarse a uno mismo en búsqueda de producir subjetividades específicas.

El neoliberalismo puede entenderse como un modelo económico que surge a partir de una reformulación del liberalismo económico clásico en la década de 1970. Para Foucault, la racionalidad política del liberalismo marca un cambio con respecto a la forma de gobernar en las sociedades feudales de la Europa medieval, en la que la figura del monarca encarnaba el ejercicio de poder dirigido al control de un territorio en busca de fortalecer su Estado (1981). En contraste, la racionalidad del liberalismo se caracteriza por tener como objeto de gobierno a la población, entendida como una red de relaciones entre personas, cosas y eventos que tiene regularidades y procesos internos que exceden el aparato gubernamental y que requiere ser intervenido como tal, ya no individualizando a los sujetos para su control (Rose, O'Malley y Valverde, 2006). La gubernamentalidad liberal está ligada de esta forma al Estado de bienestar y los mecanismos de seguridad social desplegados desde el aparato de gobierno, a la vez que este mantenía la consigna del “dejar hacer” al mercado, es decir, diferenciando las esferas de los asuntos de la población y del mercado, dejando que este último se regule a sí mismo.

En la segunda mitad del siglo XX se empiezan a dar una serie de cambios en las formas de gobierno en Inglaterra y Estados Unidos que se construyen sobre una

crítica al modelo del Estado de bienestar y los diseños del aparato estatal construidos bajo una racionalidad liberal. Lemke explica que estos cambios están ligados al surgimiento de una racionalidad neoliberal, cuya principal diferencia con el liberalismo clásico está en la propuesta de que el Estado, en lugar de limitarse al gobierno de la población, deberá gobernar a través de mecanismos que favorezcan la creación de condiciones necesarias para el desarrollo del libre mercado (2001). El pensamiento que surge desde la Escuela de Chicago y que va tomando relevancia en los diseños de los Estados de la postguerra, pretende expandir la esfera de lo económico a las demás áreas de la vida humana a través de nociones vinculadas al mercado que hacen referencia a la libertad y la autodeterminación (Lemke, 2001). En la racionalidad neoliberal, ya no se restringe la libertad de los individuos, sino que más bien se promueve como una estrategia de gobierno de uno mismo. Lemke explica, por ejemplo, que, bajo la lógica neoliberal, ya no se necesita obligar a los individuos a que trabajen ya que el trabajo es en sí mismo una forma de elegir autorrealizarnos; asimismo, se construye la figura del trabajador asalariado no como un subordinado de un jefe, sino como un empresario de sí mismo que puede (y debe) ser libre y por tanto responsable de sus propios éxitos y fracasos.

De esta forma, Lemke explica que las lecturas foucaultianas del neoliberalismo entienden al mismo no solo como un régimen económico caracterizado por no limitar el mercado, sino también como una forma de gubernamentalidad, es decir, como un conjunto de técnicas y procedimientos a través de las cuales se ejerce poder sobre la población, dirigiendo el comportamiento humano de una manera específica (Rose, O'Malley y Valverde, 2012). Así, lo que Foucault hace a través del concepto de gubernamentalidad es analizar la forma de acción humana orientada por prácticas de gobierno basadas en nociones de mercado a través de tecnologías de producción de sujetos gobernables. Entender al neoliberalismo a través del concepto de gubernamentalidad foucaultino permite trazar un continuum desde las estrategias, políticas y lineamientos que organizan el funcionamiento de los Estados nación contemporáneos, hasta las tecnologías de gobierno que hemos incorporado para producirnos a nosotros mismos como sujetos gobernables y congruentes con estos Estados nación. Asimismo, permite incorporar el análisis de las acciones de gobierno de los Estados en tanto estos no se retraen o limitan su poder de control sobre la población para priorizar el avance del mercado, sino que más bien, pasan a adquirir nuevas tareas de aplicación de técnicas de control de individuos sin ser responsables

de ellos, produciendo sujetos responsables y morales que pueden cuidarse de sí mismos y que favorezcan el desarrollo del libre mercado.

En esta investigación, entenderé al neoliberalismo como una forma de racionalidad de gobierno que orienta la acción de los Estados nación en la actualidad para producir subjetividades específicas. Tomando en cuenta el contexto en el que se ubica esta investigación, será de especial importancia poner el foco de atención en la forma en la que el Estado peruano, a través de las políticas y acciones de las entidades institucionales que gobiernan los asuntos vinculados al desarrollo artesanal y la actividad turística, orienta su accionar en base a las racionalidades neoliberales de gobierno. Asimismo, permitirá a entender estas acciones como una forma de producir sujetos congruentes con esta racionalidad.

1.5.4 Neoliberalismo, cultura y el homo performance

Siguiendo en la línea de los estudios mencionados previamente, es importante para esta investigación definir cómo es que la gubernamentalidad neoliberal crea subjetividades a través de tecnologías de autogobierno y qué características tienen estos sujetos. Para ello, recogeré algunas ideas propuestas por Cánepa, quien argumenta que el neoliberalismo puede ser definido como un régimen cultural en el sentido de que la cultura opera en este régimen como una instancia gubernamental para producir subjetividades y ejercer poder (2020). Cánepa describe diversos sucesos de la realidad peruana vinculados a la producción de narrativas nacionales, la formación de un sentido de ciudadanía, y la construcción de lógicas de consumo y de creación de valor que se discuten como un nuevo orden que reconfigura la relación entre cultura y poder, y que toman la forma de una serie de repertorios culturales bajo los cuales nos construimos como sujetos. Cánepa argumenta que estos repertorios culturales son de carácter discursivo y performativo, y son regidos por “una lógica empresarial y mandatos culturales y morales cuya fuerza normativa se expande, aunque de manera diferenciada al conjunto de la sociedad, así como a todos sus ámbitos” (2020, p. 64).

Foucault propone que las subjetividades producidas por la gubernamentalidad neoliberal corresponden a lo que define como el “homo economicus”. El “homo economicus” del neoliberalismo se caracteriza por constituirse como un “empresario de sí mismo” (Foucault, 2007, p. 264); es un “átomo” libre y autónomo de interés propio que es completamente responsable de navegar en el ámbito social utilizando

la elección racional y el cálculo de costo-beneficio con la exclusión expresa de todos los demás valores e intereses” (Hamman, 2009, p. 38). Cánepa hace referencia al “homo economicus” de Foucault para proponer el concepto de “homo performance” como la forma que toma el sujeto neoliberal que no solamente se reduce a una racionalidad económica individual, sino también a la forma en la que este asume un “espíritu creativo, responsable y reflexivo” (2020, p. 90), que incorpora imperativos y repertorios culturales basados en la participación y la performatividad que despliegan en la vida privada pero también en la vida pública.

Así, Cánepa define al homo performance como un sujeto productor de contenidos y diseñador de conductas, y entrenado en el manejo y dominio de repertorios escénicos y expresivos. En un sentido gubernamental, estos operan como tecnologías del yo en la formación de subjetividades emprendedoras que responden a mandatos de orden económico, político, cultural y moral. (2020, p. 64).

De esta forma, el neoliberalismo busca producir sujetos que sean instrumentales a esta forma de gobierno a través de prácticas y mandatos basados en repertorios culturales que giran en torno al manejo de conocimientos y habilidades performativas y discursivas. La propuesta de Cánepa permite problematizar la naturalización de este tipo de repertorios en el país que toman la forma de relatos épicos sobre el emprendedurismo, mandatos vinculados a la participación como equivalente de un ciudadano responsable y moral, y la celebración de la adquisición de habilidades escénicas y expresivas.

De esta forma, se plantea dejar de entenderlos como expresiones culturales sino más bien como formas de gobierno neoliberal que buscan producir sujetos capaces de gobernarse a sí mismos (2020). Siguiendo la línea de Rose, O'Malley y Valverde, se puede decir que la producción del homo performance pasa a ser una forma de gobierno implementado desde los Estados nación en la actualidad (2012). Lossio y Cánepa argumentan que hoy en día la gestión de los Estados no puede entenderse sin la figura de una nueva tecnocracia global que “ocupa el rol central en el diseño contemporáneo de las naciones” (2019, p.12). Esta tecnocracia global está conformada principalmente por expertos en disciplinas como el branding, la publicidad, los negocios internacionales y la publicidad, que, a partir de sus

conocimientos, lenguajes y tecnologías, producen aquellos lineamientos a seguir para configurar una nueva cultura nacional expresada a nivel global y en la producción de subjetividades congruentes a estos mandatos (Lossio y Cánepa, 2019).

En esta investigación, los aportes de estos autores serán fundamentales para analizar la forma en la que el Estado peruano, a través de sus entidades representativas, se alinea a estos lineamientos que plantean diversos organismos internacionales con legitimidad global para plantear las formas de orientar los gobiernos que a su vez permiten producir sujetos que puedan incorporar discursos y prácticas que permitan su autogobierno. Particularmente, los sujetos centrales para esta investigación serán las ceramistas chazutinas, cuyo trabajo artesanal es regulado y moldeado tanto por el Ministerio de Cultura como por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Así, la forma de entender al neoliberalismo como un régimen cultural centrado en la producción de sujetos gobernables caracterizados a través del “homo performance”, me permitirá problematizar las acciones institucionales dirigidas hacia el sector artesanal y la forma en la que estas se expresan en la configuración de un prototipo de artesana que debe manejar ciertos saberes, habilidades, lenguajes, y en general, repertorios culturales que corresponden con el “homo performance”.



1.6 Diseño Metodológico

En esta sección explicaré el diseño metodológico que se aplicó para desarrollar la investigación y cumplir con los objetivos definidos previamente. Esta sección incluirá la presentación de la metodología utilizada para generar la información necesaria para responder a las preguntas que orientan el trabajo, la delimitación del campo y la muestra, las técnicas de investigación utilizadas, las temáticas abordadas y el plan de análisis, algunas consideraciones éticas que tomé en cuenta para la investigación y un balance sobre lo que fue mi trabajo de campo.

1.6.1 Planteamiento de la metodología

La metodología que se aplicó en esta investigación fue cualitativa y de corte etnográfico, basado en algunos conocimientos que pude adquirir en mis visitas de pre campo a Chazuta. Este enfoque me permitió generar información y data a partir de las mismas experiencias de las ceramistas y los demás actores involucrados en esta investigación, lo cual fue fundamental para entender la forma en la que el trabajo de la cerámica se insertaba en las demás actividades que forman parte de sus vidas cotidianas. Además, este enfoque me permitió generar información no solo desde las narrativas y discursos presentes en las entrevistas, sino también a partir de las prácticas, imaginarios, espacios y objetos que se relacionan con los actores involucrados en la investigación y que son fundamentales para entender a complejidad y profundidad las implicancias de hacer cerámica en Chazuta. La mirada etnográfica que guio la metodología también hizo posible que el plan de trabajo que tenía fuera ajustándose según las realidades que iba conociendo, en tanto buscaba basarme en las vivencias de las informantes para generar la información.

Asimismo, la metodología fue pensada para realizar un trabajo de campo presencial. Esto se debió a varias razones. Una de ellas fue que para la metodología era fundamental poder estar presente en los momentos de producción y venta de las cerámicas ya que estos eventos brindaban una gran cantidad y riqueza de información que no hubiera sido accesible preguntándolo a través de entrevistas o buscando archivos. Asimismo, a partir de la lectura de otras propuestas metodológicas que trataban temas vinculados a la producción artesanal, decidí incluir en mi metodología poder participar de la práctica haciendo cerámica con las ceramistas, sabiendo que los momentos de compartir alrededor de esta práctica también permiten acceder a un tipo de información valiosa que fue relevante para la investigación. Por otro lado,

aunque en un inicio planteé la aplicación de algunas técnicas en el espacio virtual, durante el campo me di cuenta que el acceso a internet, a tecnologías como celulares y computadoras, las dificultades en el manejo de las mismas, y el poco uso que se le da en los procesos vinculados a la producción de cerámica, eran factores que me iban a dificultar hacerlo y no sería estratégico para los fines de la investigación. En ese sentido, la metodología planteada me ha permitido aplicar técnicas como las entrevistas a profundidad, observación participante y conversaciones informales que funcionaron al realizarlas en la presencialidad.

1.6.2 Delimitación del campo de estudio y muestra

Chazuta es un distrito ubicado en la zona del Bajo Huallaga de la región San Martín. Para llegar se debe tomar un colectivo desde la ciudad de Tarapoto y viajar por la carretera una hora y media aproximadamente. Dentro del distrito hay 14 comunidades nativas de población indígena kichwa (Valderrama, 2021). Chazuta es “un típico poblado andino amazónico” (Echevarría, 2008, p. 325) ubicado en el límite de la selva baja y la selva alta. Como en otras zonas de la Amazonía, el clima se divide en dos estaciones: verano, desde mayo hasta septiembre, e invierno, desde octubre hasta abril, las cuales marcan los ritmos y calendarios de diversas actividades realizadas en el distrito como la agricultura y el turismo.

Según el censo nacional del año 2017, el distrito de Chazuta cuenta con 9 497 habitantes de los cuales 4 928 son hombres y 4 569 son mujeres (INEI, 2018a). Además, los datos muestran que en el distrito la mayoría de la población pertenece al área urbana (6 356 habitantes). Sobre los datos vinculados a la etnicidad, los datos del INEI señalan que, de la población censada 3 años a más, la mayoría tiene como lengua materna al castellano, seguido por el quechua en segundo lugar. Asimismo, se muestra que, de la población de 12 años a más, la mayoría menciona que su autoidentificación étnica es mestiza, seguida de las personas que se autoidentifican como quechuas. Sobre las actividades económicas principales, se evidencia que, del total de la población económicamente activa (2 926 personas), la mayoría se dedica al trabajo agrícola (1 783 personas) (INEI, 2018b).

Figura 2
Vista aérea de la capital del distrito de Chazuta



Fuente: Google Earth (2023).

El campo en el que decidí realizar mi estudio estuvo delimitado principalmente por el espacio geográfico que corresponde a la capital del distrito, que también se conoce por el nombre Chazuta (Figura 2). Esto debido a que es en este lugar donde viven y trabajan las personas involucradas en el trabajo de la cerámica en Chazuta, y también donde se realizan las dinámicas de desarrollo del turismo en el distrito. Por más que las ceramistas se movilizan a algunas ciudades cercanas para realizar algún trámite necesario involucrado con su trabajo, en Chazuta se encuentran los espacios más relevantes para la investigación. Estos son los talleres de cerámica, las tiendas, las ferias productivas, los lugares de reunión con los actores institucionales que son el local de la Municipalidad distrital y la sala de reuniones del Centro Cultural Wasichay, y la sala museo donde se encuentran los hallazgos arqueológicos de piezas de cerámica. A pesar de ello, es importante mencionar que se realizó una feria importante en el mes de marzo dedicada a celebrar el día del artesano en Tarapoto en la que invitaron a algunas de las agrupaciones de ceramistas chazutinas. Debido a ello, estuve en la ciudad de Tarapoto un par de días para observar cómo se llevaba a cabo la actividad. Sin embargo, el resto de técnicas aplicadas se desarrollaron en Chazuta.

Para definir la muestra de personas con las que realicé las técnicas planteadas, primero mencionaré a los grupos de actores principales con los que realicé la investigación. En primer lugar, está el grupo de las ceramistas chazutinas. Antes de

realizar el trabajo de campo había planteado trabajar con ceramistas que pertenezcan a las dos asociaciones de ceramistas formalizadas en los registros públicos que había podido contactar previamente, las cuales eran la asociación de Wasichay y Yana Rumi. Esto debido a que asumí que eran estas las que estaban realmente involucradas en las dinámicas del desarrollo del turismo local y que además habían tenido un mínimo contacto con actores institucionales en algún tipo de proyecto. Sin embargo, al pasar las primeras semanas en Chazuta, me di cuenta que, en primer lugar, había dos asociaciones formalizadas más de ceramistas en Chazuta, que, a pesar de no haber tenido un reconocimiento público y estatal al nivel de las otras dos asociaciones, si estaban involucradas en las dinámicas que iba a investigar de manera activa y, a través de espacios y caminos que yo no había tomado en cuenta, fueron cruciales de indagar para la investigación. En segundo lugar, identifiqué dos agrupaciones de ceramistas más que no estaban formalizadas como asociaciones, pero que de igual manera estaban involucradas las reuniones, capacitaciones, ferias, y diversas dinámicas que involucraban el trabajo de la cerámica en Chazuta. De esta forma, terminé trabajando con las 6 agrupaciones existentes y activas actualmente en Chazuta.

El segundo grupo de actores fueron los actores vinculados con las dinámicas locales de desarrollo del turismo, los cuales pude dividir en 2 tipos. El primero eran las organizaciones de base que se han creado a partir de la organización de los mismos chazutinos en busca de promover el turismo local y generar oportunidades de ingresos para los emprendedores. Dentro de las organizaciones de base se tomó en cuenta a dos entidades. La primera fue Chazuta Emprende, un colectivo que reúne a diversos emprendedores de Chazuta, incluyendo a algunas ceramistas, que buscan generar oportunidades de visibilidad, difusión y venta de sus negocios. Este colectivo suele participar en las reuniones y talleres que discutían temas sobre el turismo local y organizar ferias locales en fechas de celebración, como lo fue el día del artesano. La segunda entidad fue el Comité de Gestión Turístico de Chazuta (CGT-CH), organización que reúne a representantes de emprendimientos, negocios y proyectos formalizados interesados en la gestión de Chazuta como un destino turístico.

Por otro lado, están los actores institucionales, dentro de los cuales trabajé de manera directa con la Municipalidad Distrital de Chazuta. La Municipalidad actualmente viene organizando y facilitando el desarrollo de diversas reuniones, talleres, capacitaciones, y otras iniciativas que buscan promover el desarrollo turístico

local, así como otras acciones dirigidas a las ceramistas para adquirir ciertas habilidades. Asimismo, la gestión actual ha incorporado a una especialista de turismo que se encarga de gestionar todas las acciones que tienen que ver con esta actividad. Aunque no entrevisté directamente a representantes de otras instituciones, he tomado en cuenta a representantes de la Dirección Desconcentrada de Cultura de San Martín y la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de San Martín a través de técnicas de observación y observación participante. Estas entidades son relevantes ya que, a través de ellas, el Estado puede aplicar diversas acciones y políticas focalizadas a esta región en materia de cultura y turismo, y además están involucradas en las dinámicas locales de desarrollo del turismo en Chazuta.

En cuanto a la estrategia de entrada al campo para poder contactar y generar una relación con estos grupos de actores, fue fundamental, en primer lugar, realizar un pre campo. Mi primera visita fue en noviembre del 2021 y solo pasé dos días en el lugar. Mi segunda visita fue en mayo del 2022 y pude quedarme 10 días en Chazuta. Mi primera llegada a Chazuta fue facilitada a través de Marisol García, la actual presidenta de la Federación de Pueblos Indígenas Kechua de Chazuta (FEPIKECHA), a quien pude conocer un encuentro de mujeres indígenas de San Martín en el año 2021. A través de Marisol pude contactar a dos ceramistas que me permitieron conocer de manera directa su trabajo y sus experiencias: Consolación Panaijo y su hija Consolación Ríos, quienes, a través de conversaciones con ellas, me permitieron conocer a otras ceramistas.

Asimismo, a través de Marisol pude acceder a algunos espacios y actividades en el pre campo donde conocí a Hilder Cenepo, líder de Chazuta Emprende, que también me permitió conocer a otros chazutinos involucrados en las dinámicas de desarrollo turístico local. Cuando empecé el campo en marzo del 2023, pude retomar estos contactos iniciales que me dieron la oportunidad de poder integrarme a diversas dinámicas y actividades que sabía que podían ser de interés para mi investigación. De esta manera, el pre campo me facilitó poder generar una red de contactos importante para realizar la investigación, pero también para poder conocer Chazuta, las rutinas cotidianas, ubicarme dentro del lugar y hacer algunos ajustes al planteamiento inicial del problema a indagar en este trabajo.

La selección de la muestra de las personas con las que desarrollé este trabajo se basó en un muestreo no probabilístico que tuvo ciertos criterios a seguir (Tabla 2). En cuanto a las ceramistas, fue fundamental poder entrevistar a las presidentas de

cada una de las 6 agrupaciones activas existentes en Chazuta. Como representantes de sus agrupaciones, sus testimonios fueron cruciales para generar información no solo de sus experiencias personales de trabajo, sino también de las dinámicas y formas de organización de la agrupación que dirigían. Además de ellas, también fue importante poder entrevistar por lo menos a una ceramista más de cada agrupación para procurar tener información representativa y diversa sobre cada grupo. Asimismo, desde el inicio tuve la idea tratar de entrevistar a ceramistas hombres, ya que, aunque la mayoría de las trabajadoras de esta actividad son mujeres, sus vivencias como hombres podrían aportar ciertos matices a la información generada y mostrar ciertas ideas fundamentales acerca de los procesos de cambio que ha habido en las últimas décadas en el trabajo de la cerámica. En total, pude entrevistar directamente a 11 ceramistas mujeres y 2 ceramistas hombres.

Del lado de las organizaciones de base vinculadas a las dinámicas locales de desarrollo turístico, trabajé con el presidente de Chazuta Emprende y la presidenta del CGT-CH. Además de esto, pude entrevistar a una participante y miembro activa del CGT-CH cuya experiencia laboral y trayectoria de vida fue fundamental para conocer más a fondo el contexto del turismo local. Del lado de los actores institucionales, pude entrevistar también a la representante del área de turismo de la actual gestión municipal de Chazuta, quien fue una informante clave ya que está realizando diversas acciones junto con las ceramistas y otros chazutinos interesados en generar turismo en el lugar. Así, pude entrevistar a un representante de Chazuta Emprende, 2 representantes del CGT-CH, y una representante de la Municipalidad Distrital. Por otro lado, aunque no realicé una entrevista con ella, pude tener diversas conversaciones informales con Juanita Bartra, una señora chazutina con gran reconocimiento y cariño por parte del distrito ya que fue la principal impulsora y fundadora de la creación del Centro Cultural Wasichay, la elaboración del expediente que permitió la declaración de Patrimonio Cultural Inmaterial de la Nación a esta práctica, y muchos otros proyectos que han marcado la trayectoria de la cerámica en este distrito.

Tabla 2
Muestra de actores

Tipo de informante	Muestra
Ceramistas	13
Actores vinculados a las dinámicas de desarrollo del turismo local	4
Especialistas sobre la cerámica chazutina	1
Total	18

Fuente: Elaboración propia.

1.6.3 Técnicas de investigación

Para poder generar la información necesaria para responder a las preguntas planteadas en este trabajo, se diseñaron y aplicaron diversas técnicas de investigación. Estas técnicas fueron las entrevistas abiertas y semi estructuradas, la observación, la observación participante y las conversaciones informales. Estas técnicas me permitieron acceder a diversas fuentes de información que enriquecieron y complejizaron los datos que se utilizaron para plantear los hallazgos. Asimismo, estas técnicas fueron aplicadas con algunas guías o herramientas que me ayudaron a darles cierta orientación y poder tener un lugar seguro de registro de la información que surgía.

En primer lugar, se realizaron diversas entrevistas a los actores mencionados previamente. Las primeras entrevistas que realicé fueron abiertas o muy poco estructuradas ya que buscaba poder darles a los informantes la posibilidad de resaltar ellos mismos los aspectos más importantes según perspectivas y experiencias para tener una idea más segura del tipo de información que se iba generando, dejando que ellos también puedan orientar de cierta forma el estudio. Desde la cuarta semana de trabajo de campo, las entrevistas que apliqué fueron un poco más estructuradas ya que, al tener un planteamiento más concreto y direccionado después de las primeras entrevistas, busqué generar información que respondiera a las temáticas y líneas de trabajo que se iban configurando. Asimismo, las experiencias de las primeras entrevistas me sirvieron para poder saber cuál era la mejor forma de estructurarlas para poder facilitar la conversación con los informantes. Aun así, las guías que planteé para estas entrevistas fueron simples y consistieron en temáticas básicas a ahondar

en la conversación.

En segundo lugar, usé la técnica de la observación participante, para la cual no tuve una guía a seguir, pero sí me sostuve en mi cuaderno de campo y en la toma de fotografías para tener registro de lo que sucedía. Esta fue aplicada principalmente en 2 tipos de situaciones. La primera fue en los procesos de producción involucrados en la actividad de la cerámica. Poder observar y a la vez trabajar con las ceramistas embarrando fue fundamental para poder acceder a información relevante sobre los conocimientos, técnicas, valores e imaginarios que las ceramistas tomaban en cuenta a la hora de hacer sus cerámicas. Aunque este era un tema que solía indagar en las entrevistas, era evidente que poder conversar alrededor de mi misma práctica con el barro me permitió tener una idea más concreta de las implicancias de hacer cerámica chazutina. Asimismo, los momentos de trabajar con el barro suelen ser espacios en los que se cuentan historias, anécdotas y emociones entre las ceramistas, por lo que poder ser parte de estos momentos me permitía acceder a información muy valiosa que no surgía en las entrevistas. El taller en el que pude generar las condiciones más propicias para poder ir regularmente a hacer cerámica fue en el de Yana Rumi, quienes me invitaban continuar con las piezas que dejaba por terminar en su taller (Figura 3).

Figura 3
Piezas propias realizadas durante el trabajo de campo



Fuente: Archivo personal, 2023.

El segundo tipo de situaciones donde realicé observación participante fue en las diversas prácticas instauradas en Chazuta que formaban parte de las dinámicas locales de desarrollo turístico. Estas fueron diversas reuniones, talleres, capacitaciones y asesoramientos que era organizados por los actores institucionales y organizaciones de base. En un inicio, mi idea era poder realizar observación de manera más externa, pero en el campo me di cuenta que la forma más orgánica de poder estar presente en estos espacios era involucrándome de manera activa. Así, aunque en algunos momentos de estas sesiones podía tener la posibilidad de observar las dinámicas que surgían de manera más externa, en general yo asistí a estos espacios dispuesta a poder participar, aportar alguna idea y ayudar a que se desarrollen estas actividades. En algunas de ellas, por ejemplo, pude ayudar escribiendo algunas ideas en papelógrafos o participar en las diversas actividades que se planteaban. Cuando asistía a estas reuniones abiertas me presentaba como estudiante que estaba realizando una investigación vinculada a la cerámica chazutina y el turismo local, por lo que estos espacios también me permitieron ir haciéndome familiar con las personas interesadas. Asimismo, poder observar y participar en estos eventos fue clave ya que en ellos interactuaban los 3 grupos de actores con los que estaba desarrollando la investigación, por lo que la información generada fue muy rica y diversa.

En tercer lugar, también pude realizar observaciones, en las que no participaba activamente de las situaciones que surgían. Las observaciones se realizaron, en primer lugar, en las dos ferias a las que pude asistir durante mi trabajo de campo en las que pude identificar las interacciones entre las ceramistas y los visitantes y la forma en la que se preparaban para exhibir sus piezas. Por otro lado, realicé observación de los espacios involucrados en los procesos de producción y venta de la actividad, los cuales eran principalmente los stands de las ferias, las tiendas de cerámicas, los talleres artesanales, y la sala museo del Centro Cultural Wasichay. Los espacios fueron cruciales para entender la organización del trabajo de la cerámica y la producción de toda una experiencia a ofrecer al turista alrededor de esta actividad. Estas observaciones no tuvieron una guía estructurada a seguir, aunque si marcaba ciertos elementos a tomar cuenta durante la experiencia, a la vez que usé mi cuaderno de campo y mi cámara fotográfica para registrar la información.

Por último, aunque las conversaciones informales no son técnicas estructuradas, considero que estas fueron cruciales para generar información que me

permita responder a las preguntas de esta investigación. Me gustaría destacar que, para poder generar estos espacios y conversaciones, fue fundamental tener una actitud de apertura, disposición y de búsqueda activa por establecer vínculos con las personas involucradas en el campo. Al fin y al cabo, la mayor parte del día, estas personas no transcurren su cotidianidad respondiendo entrevistas, sino al contrario; es en estos espacios rutinarios que pueden pasar desapercibidos donde surgen oportunidades para entender cómo se expresan las diversas problemáticas y discusiones que atraviesan una investigación en la vida práctica y concreta de las personas. En ese sentido, muchos de los sucesos y momentos reveladores en el trabajo de campo surgieron a raíz de cambios de planes, encuentros inesperados y decisiones de involucrarme en una gran diversidad de espacios que excedían los fines de este trabajo pero que de manera directa o indirecta me permitieron generar alguna idea o aporte valioso para formular hallazgos y reflexiones.

1.6.4 Temáticas y plan de análisis

Las técnicas aplicadas buscaron abordar 3 temáticas principales que constituyen el planteamiento de la investigación, los cuales corresponden a las preguntas secundarias definidas y a las secciones de hallazgos que se presentarán en los siguientes capítulos. La primera temática corresponde a la primera pregunta secundaria de investigación y se centra en los discursos y prácticas presentes en las dinámicas de desarrollo turístico sobre la actividad de la cerámica de cara al turismo. Para abordar este tema, primero fue crucial conocer y asistir a los diversos espacios donde se llevaban a cabo estas dinámicas. Asimismo, no solo se identificaron el tipo de prácticas y discursos que constituían estas dinámicas y que hablaban sobre cómo se podía configurar la cerámica de cara a la actividad turística, sino que también fue clave generar información sobre la forma y contenido de las mismas para poder ir más allá de la descripción. Así, se tuvo en cuenta los diversos actores que organizaban y planteaban las agendas y orientaciones de estas dinámicas, así como la forma en la que aplicaban y formulaban estos discursos y prácticas que trataban de una manera particular el trabajo de la cerámica. Además, fue importante abordar las relaciones e interacciones que surgían entre los actores institucionales y las personas que asistían a estos espacios de discusión y participación para entender más a fondo las tensiones, acuerdos y desigualdades de estos vínculos.

La siguiente temática corresponde a la segunda pregunta secundaria y aborda

la dimensión organizativa del trabajo de la cerámica en Chazuta. Abordar este tema implicó poder explicar las trayectorias de cada agrupación de ceramistas para poder identificar los cambios, divisiones y alianzas que han realizado para llegar a trabajar de la forma en la que lo hacen en la actualidad. Asimismo, se profundizó en las relaciones que establecían las ceramistas dentro de una agrupación y entre agrupaciones diferentes para explorar la naturaleza del trabajo colectivo. También se indagó por las pautas y normas que organizaban las dinámicas de trabajo, así como también por la relación que tenían los miembros de las agrupaciones con sus espacios de trabajo, sus vidas cotidianas y sus relaciones familiares.

Por último, la tercera pregunta secundaria de este trabajo se relaciona con el tema de los procesos productivos involucrados en la actividad de la cerámica chazutina. Uno de los subtemas a tratar en esta línea fue el proceso de producción de las piezas de cerámica. Esto implicó ahondar en los métodos y técnicas de producción y los criterios bajo los cuales las ceramistas decidían qué tipo de forma, herramienta o material usar dentro de sus repertorios cerámicos. El segundo subtema tiene que ver con la producción de una experiencia alrededor de la actividad, es decir, lo que incluye a todos aquellos elementos que exceden a las piezas cerámicas pero que producen un valor agregado a las mismas y que puede ser ofrecida a los clientes turistas. Para ello abordé el tema de la producción de los espacios, el turismo vivencial, el uso de vestimenta típica en ciertos espacios de venta y los relatos y narrativas que las ceramistas elaboran sobre su trabajo para presentar a los turistas.

Las temáticas planteadas están estrechamente conectadas entre sí, por lo que, en el proceso de realizar el trabajo de campo, sistematización de información y redacción, fue crucial poder conectar las ideas que surgían alrededor de cada uno de estos ejes. De esta forma, se pudo responder a la pregunta principal que guía este trabajo con una mirada integral y analítica que dio sentido a la información generada. Para ello, se dio un proceso de análisis de la información generada después del campo que consistió en desintegrar la data obtenida para analizarla, y después volverla a reintegrar como una serie de hallazgos y conclusiones coherentes.

Para empezar a presentar este plan de análisis, es importante mencionar que, para poder ejecutarlo de manera eficaz, fue relevante poder mantener un registro constante la información generada en el campo. Para ello, los apuntes realizados en mi cuaderno de campo, las grabaciones de voz de las entrevistas, y las fotografías obtenidas desde mi celular y mi cámara fotográfica, fueron los materiales de registro

usados en durante el trabajo de campo. Cuando encontraba momentos libres dentro de esta etapa, me dedicaba a transcribir las entrevistas y apuntes que iba realizando durante el día, por lo que inicié este proceso de manera paralela a la aplicación de las técnicas. Todos estos registros fueron almacenados en Google Drive para asegurar su almacenamiento y fueron ordenados en carpetas.

Habiendo regresado del trabajo de campo y finalizado con la transcripción de todas las entrevistas y apuntes, empecé a ordenar estas transcripciones en un documento según los 3 ejes que estructuraron la investigación y que corresponden a las preguntas secundarias, y dentro de ellos, en los subtemas que correspondían al tipo de información identificada. Además de ordenar las citas y extractos de estas transcripciones en las diversas secciones anotando la persona o espacio desde el cual se generaron estas ideas, en este documento también fui agregando mis propias anotaciones sobre reflexiones que surgían al revisar la información ordenada. Además, resalté aquellas citas que consideraba más significativas en el sentido que condensaban alguna idea o hallazgo que quería plantear en este informe. Decidí transcribir primero cada entrevista y anotación de manera individual debido a que esta técnica me ayuda a ir pensando en ideas y reflexiones alrededor de un testimonio. Además, tener las transcripciones individuales me permitió tener una idea más coherente de cómo cada informante narra y estructuraba sus historias y opiniones.

Después de tener toda la información recogida ordenada según mis preguntas secundarias y los subtemas que las constituían, pude empezar a identificar patrones y relaciones entre los mismos que permitieron redactar una serie de hallazgos preliminares bajo los cuales pude orientar la redacción del informe. Asimismo, el documento de sistematización de información me permitió generar un índice inicial para estructurar el trabajo desde el cual pude empezar a redactar los hallazgos de cada capítulo. De esta forma, mientras redactaba, volvía constantemente a este documento de sistematización para recordar las ideas clave y los patrones identificados. Asimismo, volví a revisar el estado de la cuestión y el marco teórico realizado para relacionar lo que iba identificando con discusiones y conceptos generados desde otros estudios que me permitieron sostener y argumentar de manera más sólida los hallazgos y conclusiones planteadas en este informe.

1.6.5 Reflexiones éticas

En toda investigación académica es importante tener consideraciones éticas a

cumplir, sobre todo en estudios como este que implican un trabajo directo con personas desde sus experiencias cotidianas. En ese sentido, esta investigación ha cumplido con los lineamientos éticos necesarios para desarrollar un trabajo de esta naturaleza, por lo que la metodología planteada y aplicada durante el trabajo de campo no afectó negativamente a la población de estudio. Para garantizar esto, se tomaron en cuenta diversas medidas que permitieron una participación segura de los informantes en este trabajo. En primer lugar, fue importante que se explicara de manera clara de qué trataba la investigación y cuáles eran los objetivos que guiaban este trabajo, lo cual fue explicitado en los primeros contactos y conversaciones que tuve con las informantes, antes de comenzar las entrevistas, en conversaciones informales y en diversos espacios y actividades donde era imprescindible que explique mi posición como investigadora.

También fue importante hacer explícito mi rol como estudiante e investigadora de antropología, para lo cual solía hacer una pequeña introducción sencilla para que los informantes sepan mis intereses y comprendan a mayor profundidad los objetivos del estudio. Asimismo, se mencionó de manera explícita que la información que compartían sería únicamente utilizada para los propósitos de esta investigación. Esto estuvo relacionado con una consideración fundamental que fue preguntar siempre por su consentimiento explícito para formar parte de esta investigación, así como para aplicar las técnicas planteadas que los involucraban y poder tener un registro de la información compartida.

Por otro lado, se tuvo en cuenta en todo momento los ritmos de vida, trabajos y afectos que moldeaban las experiencias cotidianas de las informantes. Así, se mantuvo apertura y flexibilidad para coordinar los momentos de entrevistas y conversación para evitar interrumpir sus actividades y procurar ser oportuna. Mantener una actitud de honestidad, claridad, disposición, amabilidad y compromiso, fue clave para poder generar vínculos y conversaciones fluidas y confidenciales con las informantes. Para ello, fue fundamental tener presente de manera transversal al desarrollo de la investigación mi posición como investigadora y las implicancias de este rol en un trabajo de campo para procurar generar diálogos y encuentros democráticos, asertivos y horizontales.

1.6.6 Balance sobre el trabajo de campo

El trabajo de campo realizado se desarrolló en 8 semanas que corresponden a

los meses de marzo y abril del año 2023. Desde que inició este proceso, mantuve la idea tener una actitud de apertura y ser flexible con respecto a los cronogramas, actividades y subtemas a abordar que había planteado en mi plan de trabajo. En ese sentido, dejando que las mismas personas involucradas en el trabajo de campo pudieran guiar el desarrollo de la investigación y pudieran apropiarse en cierta medida de los temas a tratar, decidí reacomodar ciertos aspectos de mi formulación de preguntas, objetivos, técnicas y conceptos a utilizar en la investigación durante el proceso. Estos ajustes se dieron sobre todo en las primeras 3 semanas de campo en las que aún estaba buscando identificar cuáles iban a ser las líneas principales que iban a estructurar la investigación. Así, por más que realicé ciertos cambios con respecto a lo planeado previo al campo, asumí que estos cambios eran fundamentales para poder realizar una investigación acorde a la realidad que iba conociendo y para asegurarme de desarrollar los temas y reflexiones en base a las mismas preocupaciones de las informantes sobre ciertas aristas que consideraban importantes de abordar.

Como expliqué previamente, el pre campo me permitió contactar a algunos informantes iniciales con los que quería trabajar en la investigación. En la primera semana del trabajo de campo, busqué contactar a estas personas para poder empezar a generar posibilidades de interacción y participación en Chazuta. La relación que desarrollé desde mi primera visita a Chazuta con Consolación Panaijo fue fundamental para empezar a entender y ubicarme dentro del trabajo cotidiano de las ceramistas en sus talleres. Desde el pre campo, siempre que iba a su taller me invitaban a embarrar con ellas, por lo que decidí tener este acercamiento personal y directo con la cerámica desde el espacio y la confianza que me brindó Consolación y su familia.

Además de tener esta relación con la asociación de Consolación, pude establecer contacto con las demás agrupaciones de ceramistas activas en Chazuta. Además de las entrevistas que realicé directamente con ellas, solía visitar sus talleres para conversar, ver qué piezas estaban trabajando y qué actividades tenían por delante. Así, dentro de mi rutina en Chazuta, además de separar los espacios de entrevistas y observaciones, procuraba hacer visitas regulares a los talleres de cerámica y conversar con las ceramistas presentes. Poco a poco pude generar una relación más fluida y cómoda con ellas y logré entrevistar y conversar con las ceramistas que iba conociendo.

Asimismo, conocer a Hilder Cenepo desde el pre campo me permitió generar

un vínculo cercano con él. Hilder me invitó a participar de las diversas reuniones, talleres y capacitaciones que se daban regularmente en los locales de reunión de Chazuta. Poder empezar a acceder a estos espacios marcó el transcurso del trabajo de campo. Las personas que asistían a estas dinámicas solían ser los mismos de siempre. El poder asistir con regularidad estas actividades me permitió poder hacerme familiar antes estas personas que tenían un interés significativo en los temas relacionados al desarrollo turístico local, así como poder presentarles mi proyecto de investigación. Así, estas mismas personas me buscaban para contarme de alguna reunión que me podía interesar, para poder conversar acerca de mi trabajo y compartirme sus experiencias en relación al mismo o tan solo para presentarse e intercambiar contactos. Asimismo, los actores institucionales que organizaban estas actividades, pudieron conocer los objetivos de mi trabajo y así también poder compartir mi interés en conversar con ellos. De esta forma, cada vez que asistía a estas actividades, se afianzaba la familiaridad mutua en el campo.

En general, las interacciones y relaciones establecidas en el campo fueron muy fluidas y orgánicas. Para que esto fuera posible, considero que fue fundamental involucrarme en la vida cotidiana de las personas que formaron parte de esta investigación. Poco a poco fui encontrando un balance en establecer mi posición como investigadora y mantener ciertos límites prudentes en mis vivencias en Chazuta, y poder mostrar mi disposición para ayudar en alguna actividad, trámite, proyecto o tarea en la que pudiera apoyar y para poder conversar más allá de los temas delimitados por esta investigación. Asimismo, me animaba siempre a salir a pasear en mis ratos libres, generar espacios de conversación con quién mostrara interés en tenerlos, y aceptar invitaciones a almuerzos, celebraciones y planes diversos constantemente. Mientras avanzaba el campo, podía notar cómo es que este involucramiento activo pero oportuno y honesto me permitió llegar a espacios, personas y conversaciones no planeadas previamente pero muy valiosas para la investigación, además de permitirme acomodarme a una nueva rutina y ritmo de vida al que me estaba enfrentando sola por primera vez.

El trabajo de campo realizado me permitió generar la información esperada para poder responder las preguntas de investigación que fui terminando de definir en el proceso. Asimismo, pude realizar un número de entrevistas y observaciones considerables para que la información generada sea representativa. Además, más allá los fines académicos de este trabajo, el trabajo de campo fue una experiencia de

aprendizaje y reflexión acerca de las realidades sociales y las implicancias complejas de dedicarse a la cerámica en un lugar como Chazuta. Asimismo, fue una experiencia de autoconocimiento sobre, por un lado, mi interés en poder generar un aporte desde las ciencias sociales a estas realidades, y por otro, sobre mis propias capacidades, mis convicciones y mi desarrollo integral, conocimientos que surgieron a raíz del encuentro con las personas que hicieron posible esta investigación.



Capítulo 2: El escenario de la cerámica y el turismo en Chazuta

Chazuta es un lugar que suele ser conocido por su producción de cerámicas. Durante el trabajo de campo, conocí a varias personas que no eran de Chazuta que habían llegado allí interesados por conocer más sobre su cerámica. Esta actividad, según los hallazgos arqueológicos e históricos, así como los relatos orales de los chazutinos, tiene una larga tradición prehispánica. Las investigaciones muestran que las piezas cerámicas encontradas eran elaboradas principalmente con fines utilitarios relacionados a la producción y almacenamiento de bebidas y alimentos, pero también con fines funerarios que se pueden identificar en las urnas funerarias encontradas en diversas zonas de la capital de Chazuta. Los objetos de cerámica encontrados muestran que esta producción se basa en diversos conocimientos sobre la naturaleza de la zona ya que la materia prima y las herramientas utilizadas para elaborar las piezas provenían del bosque de sus territorios.

A lo largo del tiempo, las chazutinas han ido incorporando diversas prácticas en la producción de las piezas que, como lo muestra la investigación de Bartra y Narváez, corresponde al contacto entre diversos grupos sociales y culturales (2008), destacando la época del incanato, la conquista europea y las migraciones de grupos de familias tanto dentro del territorio amazónico como fuera del mismo, incluyendo algunas familias extranjeras a mediados del siglo XIX. Estos contactos con diferentes tradiciones cerámicas han ido dando forma a la cerámica chazutina, obteniendo progresivamente su apariencia típica actual que se caracteriza por tener los colores rojo, blanco y negro con algunos diseños conocidos como los quingos, que son conjuntos de líneas y formas geométricas variadas, así como algunas flores o plantas.

La cerámica ha solido ser una actividad realizada por las mujeres, siendo las abuelas y mamás de las familias quienes les enseñaban a sus hijas pequeñas a jugar con el barro. Las ceramistas cuentan que alrededor de los 13 o 14 años ya habían aprendido a hacer bien una cerámica y ya podían ayudar a sus mamás a trabajar el barro. Toda persona que pude conocer en Chazuta que nació y vivió su infancia allí, me contaba que recuerdan ver a sus mamás o abuelas embarrar en sus casas, e incluso ellos mismos jugaban con el barro y hacían algunas piezas. En este sentido, la cerámica ha sido una actividad que formaba parte del cotidiano de las familias chazutinas y ahora está presente en los recuerdos de los más adultos o jóvenes que

no necesariamente se dedican a este trabajo, pero que han tenido un contacto con la actividad en su infancia.

Sin embargo, las dinámicas de la actividad de cerámica que pude conocer en mi trabajo de campo no son el resultado de un mantenimiento estático a lo largo del tiempo de este trabajo. Por el contrario, en los últimos 30 años aproximadamente, se han producido una serie de eventos que han marcado la trayectoria de esta actividad, dando forma a la cerámica que se conoce el día de hoy. Asimismo, la llegada del auge del turismo en la ciudad de Tarapoto en las últimas décadas influyó en la forma en la que esta actividad empieza a configurarse en Chazuta, siendo la cerámica uno de los rubros más relevantes dentro de este proceso. En este primer capítulo busco explicar la trayectoria histórica reciente de esta actividad sin la que no se podría entender su funcionamiento en la actualidad. Explicaré cómo es que la cerámica se posicionó como una actividad identitaria del distrito a diferencia de otras actividades artesanales, resaltando 3 momentos que considero que son los más relevantes en cuanto a los cambios que supuso para el rumbo de este trabajo. Asimismo, explicaré las características de la actividad turística en Chazuta, detallando cómo la cerámica entra en este escenario y qué tipo de actores intervienen en la configuración del mismo.

2.1 “El producto bandera es la cerámica de Chazuta”: 3 momentos claves para entender a la cerámica chazutina como la actividad identitaria del distrito

2.1.1 El Centro Cultural Wasichay y la Asociación de Ceramistas de Chazuta (1992-1993)

Tras leer algunos archivos locales en Chazuta y preguntar sobre la vida en el lugar hace unas décadas, es evidente que uno de los momentos que marca la historia reciente del lugar es la época de violencia que se vivió entre las décadas de 1980 y 1990. Desde mediados de la década de 1980, la violencia provocada por el ingreso de Sendero Luminoso y el Movimiento Revolucionario Túpac Amaru (MRTA) se agudiza en diversas zonas del departamento de San Martín (Reyes Saurín, 2022). Su expansión y posicionamiento en esta zona se vinculó a la relación que tejieron ambos grupos con el narcotráfico de coca que se había trasladado desde Huánuco a San Martín, siguiendo el cauce del río Huallaga. Además de esto, la entrada violenta y represiva del Ejército para hacer frente a estos problemas sumaba al crecimiento del caos y la sensación de inseguridad de los chazutinos.

Este contexto afectó de manera directa a la vida cotidiana de Chazuta. A lo largo de estos años, la policía se retiró del pueblo, los problemas de consumo de drogas aumentaban y se daban constantes represiones y detenciones indiscriminadas en el lugar. A raíz de ello, la población empezó a organizarse en diversos grupos de base que buscaban hacerle frente a la violencia generalizada y brindar seguridad al distrito. En medio de este escenario es que se dan los primeros pasos de organización del trabajo de la cerámica en Chazuta, liderados por Juanita Bartra. Conocí a Juanita cuando hice mi trabajo de campo en Chazuta y pude escuchar las historias de cómo se empezó a involucrar en el trabajo de la cerámica en medio del contexto de caos que se vivía. Después de vivir fuera realizando diversos trabajos asociados a la congregación religiosa a la que pertenecía, Juanita decide regresar a vivir a Chazuta en la década de 1980 cuando se vio llamada a contribuir desde su experiencia y liderazgo a retomar el orden y hacerle frente a la violencia que se vivía.

La madre Juanita cuenta que desde pequeña tenía una gran sensibilidad por las tradiciones ancestrales de su distrito como la cerámica, los tejidos de algodón, los bailes típicos y las fiestas que se hacían en fechas de celebración. Las ceramistas que estaban alrededor de los 70 años de edad con las que pude conversar cuentan que cuando eran niñas ayudaban a sus mamás a hacer cerámicas en sus casas, sobre todo tinajas para almacenar el agua, tiestos y ollas para la alimentación para su propio uso familiar. Asimismo, cuentan que también vendían o realizaban trueques de sus cerámicas en Tarapoto y en los pueblos por los que pasaban en una larga caminata por el monte cuando no había carretera:

Por allá cargaban cerámicas mis madres, mis padres, cargaban en canastos tejidos. Ellos se iban a vender en Tarapoto, caminando. Y cuando nosotros éramos más muchachos mi mamá nos contaba diciendo que esa carga las hacía llorar, no podían caminar. Padeciendo. Por lo menos comprar los útiles de sus hijos, por ejemplo, de nosotros para comprar cuadernos, lápiz, lapicero. Y de esa manera también comprar nuestras ropas con el costo de la cerámica. Entonces ellas al regreso ya no venían por trocha sino venían por balsa. De Shapaja se

embarcaban. Algunas personas se ahogaban. (Juan Yaicurima, comunicación personal, 2023).

Cuando Juanita regresa a Chazuta en 1986, notó que estas prácticas que solían formar parte del día a día de las mujeres chazutinas se practicaban cada vez menos y no eran una prioridad dentro de la sensación de inseguridad generalizada que se había consolidado. Además, es en esta época en la que los chazutinos identifican que se dio un momento de cambios intensos con respecto a los objetos que solían usarse para las actividades cotidianas, como lo explica la ceramista Juanita Pizango:

Yo todavía me acuerdo que antiguamente nosotros comíamos en los tiestos, ahí comíamos, no comíamos en plato de plástico. Todo de pate y tiesto. El pate y el tiesto. Para comer, para tomar, la olla de barro para cocinar, ahí era. De ahí ya el cambio cuando vino el 90, en el 80, ahí ya se veía, del 80 para arriba ya se ha visto el plato. 85, ya los plásticos y aluminios. Ahí se dejó de hacer un poco lo utilitario para la casa. (Comunicación personal, 2023).

Juanita, al percatarse de estos cambios, empieza a pensar en la idea de convocar a distintas señoras con las que había compartido la infancia y que sabía que tenían mucha destreza con la producción de cerámica para invitarlas a reunirse a practicar con el barro como antes. Sin embargo, sabía que en ese momento el contexto que se vivía podría impedir que este llamado tenga buena acogida, por lo que esperó unos años a que el momento más intenso de violencia pasara. Para esto es importante mencionar que fueron claves las organizaciones de base que se crearon para combatir la violencia que se desplegaba desde distintos frentes. Entre ellas destacan el Comité de Defensa y Promoción de la Cultura de Chazuta y la organización Mujeres Defensoras de la Vida, ambas dirigidas por Juanita Bartra, así como las rondas campesinas, que como lo indica Manrique, tuvieron una gran capacidad de organización en diversas zonas de San Martín que facilitó la caída de SL y el MRTA, y consiguieron, el problema generalizado del narcotráfico a inicios de la década de 1990 (2015).

Cuando se empezó a notar los primeros indicios del retorno del orden de la cotidianidad en Chazuta, la madre Juanita decidió dar los primeros pasos para empezar a retomar aquellas prácticas que dejaron de verse en los últimos años. “3 calaminas me conseguí, le puse palos, y ese era nuestro taller, ahí quemábamos a shunto, y gente tan amorosa nos hacían encargos por apoyarnos” (Juanita Bartram comunicación personal, 2023). Cuando se dio cuenta que varias señoras se mostraban interesadas en asistir a hacer cerámica y que la gente del lugar las motivaba a hacerlo, comenzó a proyectarse a poder construir un espacio de taller especialmente dedicado a la producción de cerámica que pueda tener las implementaciones básicas para realizar su trabajo. Gracias a las gestiones en conjunto con la compañera española de Juanita, la hermana María, pudieron obtener un financiamiento de 30 000 dólares de la ONG Manos Unidas para construir este espacio que decidieron llamar el Centro Cultural Wasichay, palabra en quechua que puede traducirse como “casa querida” y que se inauguró en agosto de 1992. El lugar es amplio y con el tiempo ha podido obtener y construir cada vez más herramientas, muebles y espacios que han mejorado la implementación del taller.

La madre Juanita explica el sentido de la creación de Wasichay así: “Si uno quiere hacer algo, tiene que haber un lugar simbólico de juntarse, de estar, porque tenemos un objetivo de rescatar la cerámica, ¿dónde vamos a hacer?, un lugar hay que tener” (Comunicación personal, 2023). Wasichay fue creado como un espacio para Chazuta, abierto a todo quien quisiera practicar la cerámica allí, y por ello tuvo un impacto muy relevante en la historia de la actividad de la cerámica en el distrito. Logró convocar a una gran cantidad de chazutinas y chazutinos interesados en practicar la cerámica. Poco a poco se fue generando una dinámica en este espacio en el que las personas se reunían a hacer cerámica por voluntad propia, organizándose para no desatender los quehaceres domésticos y el trabajo en las chacras. En 1993, a raíz del tiempo trabajado en Wasichay, con el liderazgo de la hermana Juanita y un grupo de 30 ceramistas que solían asistir a las jornadas en el taller, deciden crear la primera asociación de artesanas en el distrito llamada la Asociación de Ceramistas de Chazuta. Estar organizadas a través de la asociación les permitió empezar a crear alianzas con diversas instituciones que brindaban capacitaciones técnicas a las ceramistas y la posibilidad de participar en concursos de promoción de la artesanía, así como comenzar a regularizar y pautar el trabajo que venían realizando a través de horarios y cuotas mensuales. Además, permitió que

empezaran a ingresar a espacios de venta como ferias locales o regionales participando como asociación.

En este mismo año, se inició el proyecto del taller-escuela de cerámica, un espacio abierto en Wasichay para que niños, jóvenes y adultos puedan aprender a hacer cerámica con algunas de las ceramistas asociadas que tenían el rol de profesoras, junto con otros ceramistas que provenían de otras partes del país con los que se gestionaban algunos talleres más especializados. El taller-escuela tuvo muy buena recepción y con el llamado de motivación de Juanita y María, muchos chazutinos se animaron a aprender. Es importante mencionar que este taller-escuela tuvo un rol fundamental en la formación de hombres ceramistas en Chazuta. Como expliqué previamente, la cerámica ha sido históricamente una actividad realizada por mujeres. El taller-escuela era un espacio abierto y muchas de las mujeres que se apuntaron a las clases iban también con sus esposos que terminaron aprendiendo a trabajar con barro.

En Chazuta hacía pues sus cerámicas, sus tejidos, sus bordados, y los hombres se dedicaban a la pesca, a la caza, a la chacra. Y pues de tal otra manera en esa época era difícil que un hombre era artesano, era marginado porque había también un poco de machismo. (William, Ojanama, comunicación personal, 2023).

Ahí nosotros empezamos a emprender [taller-escuela], pero tal vez quizás yo, quizás no con interés, sino mi señora, porque decía, aquí en Chazuta nos han considerado acá a los varones los que trabajan cerámica que somos homosexual, así nos decían. Y bueno, a veces de vergüenza no queríamos trabajar. (Juan Yaicurima, comunicación personal, 2023).

En ese sentido, el taller-escuela trajo consigo un cambio fundamental en la cuestión del género en esta práctica. Desde entonces, varios hombres pudieron tener un espacio abierto donde poder practicar y hoy en día pueden verse más varones dedicarse al trabajo de la cerámica. Por otro lado, las mismas mujeres encontraron en

la cerámica y el impulso de Wasichay, una forma poder generar ingresos por ellas mismas, ganando progresivamente independencia económica de sus esposos y logrando salir de situaciones de violencia gracias a las posibilidades que se abrieron a raíz del trabajo organizado de la cerámica. Una de las ceramistas que inició su trabajo como artesana en Wasichay comenta al respecto:

Ya participaba en las ferias, de las ferias ya venía yo con mi plata, compré mi cocina, mandé a hacer mi casa de techo propio, compré mi motor, mandé a hacer mi bote, y ya compré mi lavadora, todo eso, y he empezado ya, ya yo me sentía una mujer ya independiente, gracias a la cerámica, al Wasichay. Yo ya pues me he sentido independiente, ya no depender de mi pareja, pedirle para un jabón o algo. (Auraluz Pilco, comunicación personal, 2023).

Todas las ceramistas con las que he podido conversar han pasado por Wasichay, ya sea siendo las fundadoras del taller y de la asociación junto a la madre Juanita, o asistiendo posteriormente como alumnos al taller-escuela. Las actividades y proyectos que realizaron en sus primeras décadas de creación han sido cruciales para las personas que actualmente se dedican a la cerámica ya que Wasichay brindaba la posibilidad de, no solo adquirir, recordar o ampliar los implementos, conocimientos y técnicas vinculadas a la actividad cerámica, sino que también de empezar a vender y comercializar sus piezas, es decir, a ver la cerámica como una posibilidad de trabajo y estrategia económica complementaria a la agricultura. En este sentido, el Centro Cultural Wasichay construyó las bases locales para que la cerámica pueda empezar a retomarse dentro de las dinámicas cotidianas de Chazuta y para que pueda ser algo más que una actividad realizada con fines domésticos o utilitarios. Ángeles Tangoa dice al respecto:

Yo voy a valorar mucho a la hermana Juanita, ella ha dado su vida por eso, y eso hay que resaltar. Sino hubiese sido por ella y la madre Mari, no tendríamos esto, y la gente quizás hubiese olvidado totalmente la cerámica. (Comunicación personal, 2023).

2.1.2 El proyecto arqueológico de rescate de urnas funerarias (2002)

Previamente he hecho referencia a las evidencias arqueológicas que se tienen sobre la actividad de la cerámica en Chazuta desde tiempos pre incas, las cuales fueron el producto de un proyecto arqueológico realizado en el año 2002. Se sabe que varias décadas antes de este proyecto las personas que vivían en Chazuta encontraban ocasionalmente restos de cerámicas muy antiguas de manera fortuita, mientras jugaban en las calles o removían un poco la tierra para hacer alguna obra. Asimismo, en 1968 se realizó una excavación dirigida por David Villa, un profesor de un colegio de Chazuta en la zona donde está actualmente la plaza de armas y sus alrededores en donde encontraron objetos como ollas y tinajones (Reyes Saurín, 2022). Además, con el proyecto del Centro Cultural Wasichay, se empezó a discutir de manera más urgente la propuesta de coordinar con las instituciones del Estado la realización de un proyecto arqueológico sistemático. Esto se debió a que desde 1984 se hicieron reportes de la existencia de urnas funerarias en la zona gracias al trabajo del arqueólogo estadounidense DeBoer.

Además de esto, con Wasichay empezó a crecer la preocupación de algunos chazutinos por la falta de cuidado que tenían los restos que se habían empezado a encontrar. El arqueólogo Gori Tumi Echevarría cuenta que las urnas encontradas “estaban siendo vandalizadas y destruidas por los pobladores locales” (2008, p. 324). Hasta ese momento no había entre la población de Chazuta un interés particular por preservar estos hallazgos. Ángeles Tangoa explica que ella recuerda que cuando era pequeña no estaban incorporadas en Chazuta las nociones vinculadas al valor arqueológico o turístico que hoy en día se le otorga a este tipo de objetos antiguos encontrados recientemente:

Yo estudié en la 103. Cuando hacíamos nuestra canchita, desenterrábamos un montón de cosas, tiestos, tinajas, pero lo tomábamos de broma, lo rompíamos, y todo eso fue a parar en la basura. No era algo que se daba valor, que se tenía conocimiento. (Comunicación personal, 2023).

Con el trabajo iniciado en Wasichay, se empezó a pensar de otra forma el significado que se les podían otorgar a estas piezas también hechas con barro, lo que

resultó en la habilitación de una sala museo dentro del lugar destinado a conservar y exhibir los objetos antiguos que se habían encontrado hasta el momento (Figura 4).

Figura 4
Urna funeraria de la sala museo Wasichay



Fuente: Archivo personal, 2023.

Con las gestiones e iniciativas realizadas desde el Centro Cultural Wasichay para poder organizar un proyecto arqueológico sistemático, en el año 2002 el Instituto Nacional de Cultura (INC), actual Ministerio de Cultura, inicia esta investigación. Además del INC, el proyecto se realizó a través de un acuerdo multisectorial con la Municipalidad distrital de Chazuta y la Municipalidad Provincial de San Martín. El arqueólogo Anselmo Lozano dirigió el proyecto que se realizó en octubre del 2002. Se excavaron 8 cuadrículas y se pudieron encontrar vasijas de cerámica y, lo que destacó y dio nombre al proyecto arqueológico, varias urnas funerarias también hechas de barro en las que se solían enterrar a los muertos junto con otras piezas. Estas urnas eran hechas con unas hendiduras que prevenían el desgaste de las piezas por el tiempo y la humedad (Reyes Saurín, 2022). Aunque los objetos tenían varios daños debido a las malas condiciones de excavación y preservación empleadas previamente a la intervención del proyecto, así como por las lluvias y el mismo deterioro esperable

por el paso del tiempo, se pudieron rescatar varios fragmentos y piezas que están conservadas hasta el día de hoy.

Las piezas encontradas en este proyecto también fueron depositadas en la sala museo de Wasichay y con el tiempo este espacio ha sido producido y curado con toda una narrativa que hace un viaje por el tiempo de la actividad de la cerámica en Chazuta, empezando por las urnas funerarias pre incas, hasta llegar a las formas más contemporáneas de hacer cerámica, tejiendo un vínculo y una continuidad entre ambos conjuntos de piezas. Más adelante describiré y analizaré más a fondo este espacio, pero es importante mencionar que este proyecto significó para las ceramistas de Chazuta una evidencia material que les permitía consolidar el aspecto ancestral del trabajo que venían haciendo desde el proyecto del Centro Cultural Wasichay. Asimismo, tener en Wasichay un lugar dedicado específicamente para ver los hallazgos arqueológicos fue aprovechado para dar a conocer a Chazuta a través de este evento que podía causar interés en personas externas al distrito, por lo que también fue un momento importante que trajo consigo un poco más de movimiento y circulación alrededor de la actividad cerámica y por lo tanto también una nueva oportunidad de generar más ingresos.

Un año después del proyecto arqueológico de rescate de urnas funerarias se encontraron nuevamente hallazgos de piezas de cerámica mientras se hacían las obras de remodelación de la plaza de armas de Chazuta. Las obras tuvieron que ser paralizadas y se solicitó que las excavaciones se ampliaran en esta zona. Varios de estos nuevos hallazgos se quedaron en la misma plaza y se construyeron unas coberturas que las protegen para cuidar su conservación. Con estas investigaciones se pudo concluir que “Chazuta debió ser territorio de un asentamiento complejo antiguo (arqueológico) del cual quedan dispersadas las vasijas enterradas” (Echevarría 2008, p. 340). Asimismo, se pudo afirmar que las cerámicas de este tiempo tenían un estilo llano sin decoraciones pictóricas ni acabados escultóricos.

2.1.3 La patrimonialización de la cerámica chazutina (2012)

En marzo del año 2012, Juanita Bartra, junto al arqueólogo Alfredo Narváez, publicaron el libro "Chazuta: Arte Ancestral". Este libro es el resultado de una investigación de la madre Juanita realizada a lo largo de los años de trabajo con Wasichay sobre la cerámica chazutina. El libro explica algunos de los más importantes avances e iniciativas realizadas desde la organización del Centro Cultural Wasichay,

además de tener una sección escrita por Narváez que contiene un análisis arqueológico e iconográfico sobre la cerámica. En este libro también se explica cómo es el proceso usual de producción de cerámica en Chazuta y se destaca la sobrevivencia de una actividad ancestral hasta la actualidad.

Este libro fue el antecedente más importante para hacer posible la declaración de Patrimonio cultural Inmaterial de la Nación a la cerámica de Chazuta unos meses después de su publicación, en junio del 2012. Claribel Chujutalli, presidenta del Comité de Gestión Turístico de Chazuta, cuenta al respecto: “La hermanita Juanita Bartra, ella ha sido la impulsora de la artesanía, y gracias a ella que se realizó este tema de que fue declarado [como patrimonio cultural], gracias al tema de Wasichay” (Comunicación personal, 2023). El libro sirvió como un expediente que recogió la información más importante sobre la actividad de la cerámica, resaltando que esta cumple con aquellas características y requisitos que el Ministerio de Cultura exige a las prácticas que se quieren declarar como patrimonio:

El valor histórico y la evidencia de formar parte de una tradición, el valor simbólico o emblemático y la vigencia de su significado como símbolo de identidad cultural, la vigencia y actualidad de su impacto en la vida cotidiana o en la calendarización de la vida colectiva,...la representatividad y trascendencia local, regional, nacional o internacional por su capacidad de convocatoria y participación colectiva.
(Ministerio de Cultura).

El descubrimiento de las urnas funerarias, la iniciativa local de construir el Centro Cultural Wasichay, el involucramiento y participación de los chazutinos en las actividades y proyectos de este espacio, y el impacto que este tuvo en la recuperación de la actividad de la cerámica y en la creación de nuevas oportunidades de difusión y comercialización de este trabajo, fueron claves para consolidar la solicitud de la declaratoria. De esta forma, la resolución de la declaratoria finaliza diciendo:

Por el origen milenario de las técnicas de elaboración de la iconografía empleada en su decoración, por la transmisión generacional ininterrumpida de sus saberes, por sus valores estéticos y su significado

social e identitario para población, es recomendable que la cerámica de Chazuta sea reconocida como Patrimonio Cultural de la Nación. (2012, Ministerio de Cultura).

En julio del 2012, la cerámica chazutina tuvo un espacio especial dentro de la feria Ruraq Maki realizada en el Ministerio de Cultura en Lima. Ruraq Maki es una de las ferias más importantes para los artesanos del país ya que tienen la oportunidad de vender sus trabajos en la capital y obtener visibilidad e ingresos relevantes. En el año 2012, aprovechando la declaratoria de patrimonio del mes anterior y la publicación del libro de Juanita y Narváez en marzo, se invitó a la Asociación de Ceramistas de Chazuta al Ruraq Maki por primera vez. Dentro de la agenda programada para este evento se realizó una ceremonia especial para dar a conocer la declaratoria de patrimonio de la cerámica chazutina así como para realizar la presentación del libro “Chazuta: Arte Ancestral”.

La declaratoria de patrimonio de la cerámica chazutina fue también un evento que marcó la trayectoria de la historia de esta actividad en el distrito. Este fue el inicio de una relación más estrecha entre el Ministerio de Cultura y las organizaciones locales en Chazuta vinculadas al trabajo cerámico que permanece actualmente sobre todo a través de la Asociación de Artesanos Productores de Chazuta - Rescatando Nuestra Cultura, vínculo que será profundizado más adelante. Además, para las ceramistas tener la declaratoria les ha servido como un reconocimiento del Estado que les da la sensación de tener un respaldo sólido desde el cual promocionar sus trabajos. En palabras de la ceramista Consolación Ríos, “El reconocimiento de patrimonio es lo que más nos sirve. Antes no estaba puesto en una vitrina como el Ministerio de Cultura” (Comunicación personal, 2023). Otorgar a la cerámica chazutina el valor de patrimonio cultural no era parte del lenguaje o la narrativa usual para hablar de esta actividad entre los chazutinos, de la misma forma que el valor arqueológico de las piezas antiguas encontradas tampoco era una noción y una práctica incorporada. Sin embargo, desde el proceso de recopilación de información que luego desembocó en la declaratoria, hablar de la cerámica chazutina como patrimonio cultural es ahora algo común y forma parte de los discursos y descripciones sobre este trabajo.

2.2 El contexto del turismo en Chazuta

Como expliqué en el estado de la cuestión, en la actualidad, es difícil pensar en el desarrollo de la actividad artesanal en el Perú sin hacer referencia al turismo. Autoras como Henrici y Borea explican cómo es que desde la década de 1980 se empieza a configurar un entramado de actores institucionales estatales, internacionales y privados que a través de políticas, iniciativas y convenios buscan incrementar la oferta turística en el país (Henrici 1997, Borea 2017). La artesanía fue una de las diversas actividades que se potenciaron y generaron para lograr este objetivo, por lo que la forma en la que Yúdice conceptualiza a la cultura como un recurso o activo cada vez más usado en el contexto de la globalización y la economía neoliberal para obtener diversos beneficios (2002), es preciso para entender la búsqueda por generar ingresos del turismo a través de la producción artesanal.

En el Estado peruano son dos las principales instituciones vinculadas a los trabajadores artesanos. Por un lado, está el Ministerio de Cultura, el cual está involucrado en las políticas e iniciativas de salvaguarda y difusión del patrimonio cultural como el Ruraq Maki y los concursos de estímulos económicos para artesanos. Por otro lado, está el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, que a través del Directorio General de Artesanía atiende a los artesanos con políticas como el Registro Nacional de Artesanos (RNA), concursos de financiamiento como Somos Artesanía, y capacitaciones y asistencias técnicas. Las iniciativas de ambos ministerios siguen las líneas y objetivos que marcan organizaciones internacionales como la UNESCO y la Organización Mundial de Turismo, ambas ligadas a las Naciones Unidas. A su vez, los ministerios funcionan de manera descentralizada en los diversos departamentos del Perú a través de direcciones desconcentradas regionales. Así, se puede identificar un vínculo entre estos actores que actúan a diferentes escalas.

En esta sección busco, en primer lugar, explicar cuál es lugar de la cerámica chazutina dentro del escenario actual del desarrollo turístico local y qué otros rubros la acompañan como las principales actividades que atraen el interés de los turistas a visitar Chazuta. En segundo lugar, explicaré cómo es que, a pesar de los esfuerzos por desarrollar estas actividades con miras a posicionar a Chazuta como destino turístico, en la realidad no se han podido cumplir los objetivos deseados y no hay actualmente un flujo relevante de turistas. En tercer lugar, identificaré a los actores que están gestionando y organizando la actividad turística local, las acciones a través

de las que están buscando el desarrollo turístico y cómo se organizan y trabajan entre ellas formando un entramado de actores conectados.

2.2.1 La cerámica como principal atractivo turístico de Chazuta

Un precedente clave para que empezara a pensarse la posibilidad de que el turismo llegue a Chazuta fue la construcción de la carretera desde Tarapoto hasta la capital del distrito. En 1967 iniciaron las obras para construir la carretera que une al pueblo de Shapaja con Chazuta. Shapaja ya estaba conectada con Tarapoto con la carretera construida en 1952, por lo que este pueblo sería un punto de conexión entre Tarapoto y Chazuta. Sin embargo, las obras iniciadas en 1967 se paralizaron por 10 años y no fue hasta 1980 que se inaugura esta obra con la llegada del primer vehículo a Chazuta que pertenecía al Ministerio de Transportes y Comunicaciones (Reyes Saurín, 2022). Aun así, los suelos arcillosos, las lluvias y los mal pasos de los ríos que caracterizan el medio de esta zona, siguen generando dificultades en el acceso y salida de Chazuta, sobre todo en época de lluvias.

Además de esta obra de infraestructura, en las últimas décadas el auge del turismo que venía incrementándose en distintas partes del Perú, vinculado a las agendas institucionales que buscaban este objetivo, se intensifica en ciudades de la selva norte como Moyobamba, Chachapoyas y Tarapoto, siendo esta última la que, por su menor distancia, influye y se relaciona más directamente con la situación en Chazuta. Como explica Tafur, este suceso “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” (2019, p.121). En este sentido, la historia del turismo en Chazuta viene siendo influida en gran medida por los efectos de la actividad turística en Tarapoto en las últimas décadas.

La trayectoria que llevaba la actividad de la cerámica en Chazuta fue un ancla importante para la llegada de turistas al distrito. Para inicios de la década de los 2000 ya existía el Centro Cultural Wasichay, la Asociación de Ceramistas de Chazuta, el taller-escuela, y ya se había instalado la sala museo para albergar los hallazgos arqueológicos encontrados hasta el momento. Los turistas que comenzaban a llegar pasaban siempre por Wasichay para tener la experiencia de conocer las urnas funerarias y poder ver a las ceramistas hacer sus trabajos, incluso se animaban a jugar con el barro. Claribel Chujutalli comenta: “Chazuta llama la atención por el tema

alfarero. Los turistas vienen por la cerámica, quieren ver como lo hacen, eso les impacta, que vean que están ahí las señoras artesanas haciendo” (Comunicación personal, 2023). Asimismo, la ceramista Consolación Panaijo dice:

La gente busca la cerámica, yo por eso siempre la familia inculco que vengan a trabajar, a los niños, jóvenes que llegan, es nuestra bandera, producto bandera es la cerámica de Chazuta...Si nosotros dejáramos de trabajar esto, ya no hay cultura y no hay dinero. Porque el turista viene por las obras, por las obras de arte. (Comunicación personal, 2023).

El Centro Cultural Wasichay y el trabajo que realizó desde la década de 1990 cimentó las bases para construir un primer atractivo de interés turístico alrededor de esta actividad cuando los turistas empezaron a llegar con más frecuencia. Posteriormente, la declaratoria de patrimonio sumó una estrategia más para reforzar la promoción del turismo en Chazuta desde la artesanía. Desde la opinión de Sarita Ventura, encargada de turismo de la municipalidad distrital de Chazuta, la cerámica “Tiene mucho valor y creo que ellos ven eso también, el tema del Perú, y al ser multicultural, en ese aspecto. El patrimonio le da un valor agregado, bastante, bastante reconocimiento también” (Comunicación personal, 2023). Asimismo, Claribel en la misma línea comenta: “Estamos promoviendo la artesanía, lo primerito que digo es Chazuta es patrimonio cultural de la artesanía. Eso impacta. Ya estamos metiéndole en la cabeza lo de Chazuta y la artesanía” (Comunicación personal, 2023).

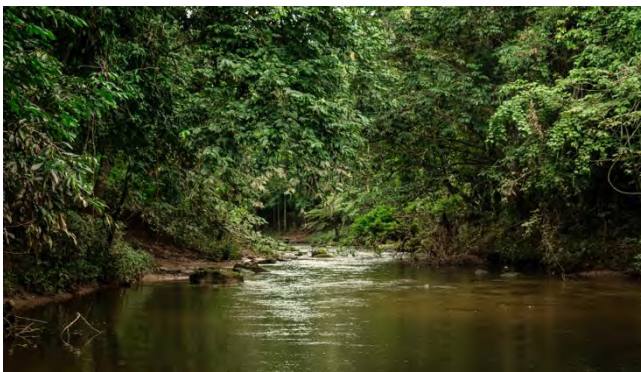
Mientras más conversaba con las personas en Chazuta, más afirmaba que era un consenso que la cerámica era la actividad que más generaba interés para quienes querían conocer Chazuta y además que tenía ciertas ventajas al haber construido las bases para que la demanda turística pueda desarrollarse alrededor de esta actividad. La declaratoria de patrimonio fue también un reconocimiento que le dio visibilidad a nivel nacional al distrito, en especial desde las plataformas e iniciativas realizadas desde el Ministerio de Cultura. La declaratoria les daba a las ceramistas y las personas involucradas en el desarrollo turístico local un reconocimiento institucional que se volvió una estrategia para hacer promoción de Chazuta de cara al turismo.

A pesar de haberse consolidado como una actividad identitaria, es importante mencionar otros rubros que también forman parte de los atractivos que se promocionan como motivos para visitar Chazuta. Para empezar, está el área de la

producción y comercialización del cacao. Con la intervención de proyectos e iniciativas de la cooperación internacional, surgieron y se consolidaron desde la década de los 2000 cooperativas agrarias y chacras familiares dedicadas al trabajo con el cacao que también empezaron ofrecer no solo la venta de productos de este alimento, sino también la experiencia de hacer tours por las chacras y ver el proceso de producción de los chocolates con cacao de la zona. Algunos de estos proyectos son la Chacra Pasikiwi, la cooperativa Allima Cacao y Mishki Cacao, y el proyecto Río Bosque Mágico.

Asimismo, el interés en visitar lugares turísticos naturales en Chazuta fue también un rubro que empezó a practicarse de manera espontánea. En el distrito hay una gran cantidad de cataratas, baños termales, quebradas y pozas a las que se llega siguiendo caminos rodeados del bosque amazónico (Figura 5). Sin embargo, estos lugares suelen ser poco accesibles para los turistas y es necesario ir acompañado de alguien del lugar que conozca los caminos para llegar sin perderse. De esa forma, los chazutinos que se contactaban con los turistas, al ofrecerles también la posibilidad de llevarlos a estos lugares, fueron creando circuitos de manera informal o espontánea. En la actualidad, las cataratas de Tununtunumba y los baños termales de Chazutayaku son algunos de los atractivos naturales que se suelen visitar por los turistas y configuran el centro de este tercer rubro turístico vinculado al medio amazónico. Por último, es importante mencionar que algunos turistas llegan a Chazuta buscando realizar ceremonias con plantas, en especial de ayahuasca, ya que es un distrito que, como muchos otros pueblos de la Amazonía, realizan prácticas rituales y medicinales con insumos del bosque. Dentro de los proyectos que ofrecen estas ceremonias, Río Bosque Mágico es el proyecto que suele recibir a más turistas en Chazuta.

Figura 5
Quebrada de Tunumba



Fuente: Archivo personal, 2023.

Se puede decir que los chazutinos identifican que el tipo de turista que llega a Chazuta tiene la expectativa de poder tener una experiencia de aventura en contacto con la naturaleza y la ancestralidad. Así, el ceramista William Ojanama explica:

son pasajeros que son viajes más de aventura, como estamos en la selva, los visitantes son más de paseo de aventura, no solo porque pasa un río sino también hay lluvias, la carretera mal, eso denominamos como un sitio de aventura. (Comunicación personal, 2023).

De esta forma, el desarrollo de los proyectos vinculados a la cerámica, el cacao, la naturaleza y las ceremonias con plantas en las últimas décadas, han posicionado a estos 4 rubros como las ofertas turísticas principales desde las que se ha venido promocionando a Chazuta como un destino turístico. Además de esto, hay algunos hospedajes pequeños (no más de 6 habitaciones) como Las Flores, El Cáliz, Los Cedros y Casa Mayu, así como algunos restaurantes y cafeterías como La Callana, El Madrugador, Chacra Pasikiwi y Las Flores. Asimismo, otros lugares que suelen visitarse en Chazuta son la plaza de armas donde están depositadas algunas de las urnas funerarias, un malecón a las orillas del río que ha sido inaugurado recientemente a finales del 2022, algunas quebradas cercanas como Chazutayaku y Tununmba, y los paseos en botes por el Bajo Huallaga.

2.2.2 El turismo como una expectativa antes que una realidad

A pesar que los ejes mencionados son las actividades que más se ofrecen a los turistas, es importante detallar que el trabajo alrededor del desarrollo turístico local no se ha traducido en un escenario en el que Chazuta se ha vuelto un destino turístico relevante dentro del corredor nororiental. Según el Reporte Regional de Turismo de San Martín del año 2019, es decir, el último año antes de la pandemia del covid-19, Chazuta recibió menos del 8% de los turistas que llegaron a la región San Martín, en comparación a otros lugares de la región como Lamas que recibió al 21,9% de tursitas o Moyobamba con el 24,9% del total (2019, MINCETUR). En el campo pude conocer a Deivis Lozano, un joven chazutino que estudió arquitectura en Lima y ahora lidera el colectivo Chazuta Emprende. Para su tesis de pregrado incluyó un análisis sobre cómo se distribuyen las actividades económicas en el distrito y mostró que, en Chazuta, muy poca gente podía generar ingresos de servicios relacionados con el turismo como hotelería y restaurantes. Sobre ello, Deivis explica:

No hay actividad, más se dedican a lo que es agropecuario. Ahora, si tú tomas en cuenta por ejemplo el tema de la gente que ya realmente se dedica ya al turismo, ¿quiénes son los que más recursos tienen? Los restaurantes o los empresarios hoteleros, pero no tanto por los turistas, sino porque realmente hay un movimiento de docentes, vienen a veces a hacer investigaciones, no necesariamente porque vienen a conocer Chazuta. (Comunicación personal, 2023).

Desde las autoridades locales, el tema del desarrollo turístico no ha sido una prioridad en las gestiones municipales pasadas más recientes. Claribel del Comité de Gestión Turístico de Chazuta comenta al respecto: “Las municipalidades desvían muchas veces los fondos que son destinados a turismo. Va a llegar [fondos] para turismo, y qué pasa, no llega para turismo, porque para la municipalidad el turismo es lo último” (Comunicación personal, 2023). El ceramista William Ojanama comenta sobre las gestiones pasadas: “Las autoridades que entran lo miran al turismo como segunda cara de la moneda. Lo que no va a dar la municipalidad no pueden darle mucho más a eso por su presupuesto” (Comunicación personal, 2023).

Después de mis experiencias de campo y pre campo, estando en temporadas de invierno, pero también de verano en la que suelen llegar más turistas, pude notar que no hay un gran flujo de turistas, sobre todo comparando mis experiencias visitando otras ciudades de la región como Tarapoto, Lamas, Sauce y Moyobamba. Los pocos turistas que llegan a Chazuta suelen ir a pasar el día, ocasionalmente un par de noches o por un tiempo bastante corto. No hay una infraestructura especialmente pensada para recibir a turistas, no hay centros de atención al turista, señalizaciones de los lugares a visitar ni rutas implementadas para visitar los atractivos turísticos naturales. Esta situación es reconocida por diversas personas que trabajan en actividades vinculadas al turismo que pude conocer en Chazuta. Ángeles del Comité de Gestión Turístico de Chazuta comenta al respecto: “tengo que ser sincera en las falencias que tenemos, nosotros en turismo estamos en pañales, porque Chazuta tiene de todo, pero falta ordenamiento” (Comunicación personal, 2023). Deivis, en la misma línea, comenta:

Uno se da cuenta que no es rentable, uno promociona Chazuta como un lugar turístico, tiene recursos y todo, pero no hay turismo. Y es que el turismo muchas veces se concentra también, se capitaliza, por ejemplo, es Cusco, es Arequipa, es ciertos lugares, y el resto se queda sin nada. (Comunicación personal, 2023).

Además del tema de infraestructura, las personas involucradas en desarrollar el turismo en Chazuta, ya sea desde organizaciones locales o desde las autoridades e instituciones vinculadas al turismo, identifican que hay una “falta de cultura del turismo” que limita los alcances de los proyectos y emprendimientos locales vinculados al turismo. Más adelante analizaré a qué se refieren estos actores con “cultura del turismo” y de qué forma se expresa en Chazuta, pero para los fines de esta sección es importante mencionar que este término hace referencia a todo un conjunto de estrategias y nociones vinculadas al marketing y la publicidad usadas con el objetivo de producir un valor turístico sobre algún espacio, objeto, persona o actividad, entre las que podemos encontrar al branding, la estandarización, el concepto turístico, entre otras. Las personas que hablan de esta falta de “cultura del turismo” suelen asociarla a la forma en la que las iniciativas, asociaciones y negocios de las actividades de los 4 rubros mencionados previamente vienen formando sus proyectos como un producto a ofrecer a un consumidor turista, orientación que se ha introducido como una preocupación a desarrollar recientemente desde que el turismo se consolida como una actividad a potenciar para poder generar ingresos y obtener visibilidad. Así, la “cultura del turismo” es un aspecto considerado aún débil en el caso de Chazuta y que impide generar un impacto de mayor alcance para que se potencie el turismo.

Es importante mencionar también que todas las personas con las que conversé identifican que la pandemia del covid-19 tuvo un efecto negativo para el turismo local, ya que, a pesar que de por sí no ha habido un flujo de turistas muy intenso en Chazuta desde que comienza el auge turístico de Tarapoto, hay una sensación generalizada de que no han vuelto llegar la cantidad de turistas que solían ir desde antes del 2020. Además de esto, eventos más recientes como las movilizaciones sociales agudizadas desde el inicio del gobierno de Dina Boluarte, así como las fuertes lluvias que se dieron en marzo, abril y mayo del 2023 en diversas partes del Perú, en especial en la zona

norte asociadas al fenómeno del niño, han sido dos eventos que incrementaron la sensación de inseguridad de los turistas de viajar a Perú y las dificultades de acceso a lugares como Chazuta.

2.2.3 Los actores involucrados en el desarrollo turístico de Chazuta

Teniendo en cuenta el escenario descrito previamente sobre cómo se encuentra actualmente la situación del turismo en Chazuta, explicaré en esta sección de manera más detallada las dinámicas locales alrededor de la búsqueda por fomentar el desarrollo turístico local. Para empezar, he podido identificar a los actores que intervienen en estas dinámicas creando espacios de coordinación, capacitación y discusión en busca de promover el desarrollo del turismo en Chazuta. He dividido a estos grupos de actores entre las organizaciones de base y los actores institucionales. En el primer grupo mencionaré a las dos organizaciones que han venido actuando de manera sostenida en el último año y que han mantenido diálogo y coordinación con otros grupos de actores para lograr sus propios objetivos. Estos son el Colectivo Chazuta Emprende y el Comité de Gestión Turístico de Chazuta (CGT-CH).

Chazuta Emprende nació alrededor del mes de agosto del 2022. Deivis Lozano actualmente cumple el rol de presidente de este colectivo y cuenta que este proyecto empezó a partir de la organización de una feria que reunió a una gran diversidad de emprendimientos y negocios del distrito que buscaban un espacio donde poder vender sus productos y generar ingresos. Deivis lanzó la idea de realizar una feria dirigida al sector agropecuario, sin embargo, cuando empezó a difundir su idea, personas que se dedicaban a otras actividades económicas también mostraron su interés en participar. De este modo, Deivis se reunió con los representantes de emprendimientos de cerámica y artesanía, cacao, comida típica, productores agropecuarios, entre otros, y después de diversas reuniones de organización realizaron la feria que llamaron “Chazuta Emprende”. Deivis comenta sobre la feria: “era una mega feria, era la feria más grande que hubo aquí en Chazuta, porque hubo artesanías, textilerías, por ahí se reunían comidas, por acá era comunidades nativas, luego había también tema agropecuario, o sea había bastante” (Comunicación personal, 2023).

Tras la gran acogida que tuvo esta iniciativa, las personas más involucradas en la organización junto con Deivis pensaron que se podía ir más allá de este evento concreto y seguir coordinando como grupo para buscar realizar más ferias e incluso ver otras oportunidades de difusión y fortalecimiento de estos emprendimientos.

Desde entonces, Chazuta Emprende funciona como un colectivo que reúne a distintos emprendimientos locales con el objetivo de buscar oportunidades para poder fortalecerse, generar ingresos y visibilizar sus trabajos. Aunque dentro de las categorías posibles de inscripción en los registros públicos, el de Asociación sería el más conveniente, Deivis resalta que, en la práctica, Chazuta Emprende funciona como un colectivo abierto que acoge a todos los chazutinos que quieran trabajar en conjunto en busca de espacios de participación y venta. En sus palabras “Nosotros al final de cuentas somos como gestores, nosotros buscamos justicia para todos, ya sea si tenemos que trabajar con comunidades nativas o gente que está alejada, lo vamos a hacer” (Comunicación personal, 2023). Hasta el momento el colectivo ha podido tejer diálogos y coordinaciones con instituciones como la DIRCETUR, la municipalidad distrital y el gobierno regional. Además, ha organizado ferias de emprendimientos como la realizada el 19 de marzo de este año por el día del artesano, ha podido participar en ferias organizadas por otras instituciones en Tarapoto y está en constante coordinación para poder acceder a convocatorias, capacitaciones y apoyos que brindan distintos actores institucionales. El colectivo se organiza manteniendo reuniones regulares donde se discuten los puntos de agenda programados, y aunque su principal objetivo es el fortalecimiento y desarrollo de los emprendedores, el posicionamiento de los mismos de cara al turismo es también un aspecto necesario a tratar para lograr su meta, por lo que viene trabajando junto con otros actores e iniciativas vinculadas más directamente al desarrollo turístico local.

El segundo actor dentro de las organizaciones de base es el Comité de Gestión Turístico de Chazuta (CGT-CH). Para entender el funcionamiento del CGT-CH, es importante saber que la idea del trabajo a través de la figura del comité de gestión es una propuesta que se vincula con las agendas y lineamientos del otro grupo de actores a explicar en esta sección que son los actores institucionales que actúan a distintas escalas, por ello, pasaré a detallarlos con más profundidad. El ente que sienta las bases generales a nivel internacional es la Organización Mundial de Turismo (OMT), organismo que pertenece a las Naciones Unidas y que utiliza y define diversos conceptos y nociones que configuran al turismo como una actividad que se gestiona a través de políticas y estrategias determinadas. La OMT entiende que “La gestión de destinos exige una coalición de numerosas organizaciones e intereses en torno a un objetivo común, siendo en última instancia la garantía de la competitividad y la sostenibilidad del destino turístico” (OMT).

Asimismo, la OMT promueve la creación de lo que llama una organización de gestión de destinos (OGD), entidades principales para alcanzar este objetivo común de competitividad y sostenibilidad y que pueden estar compuestas por “diversas autoridades, agentes y profesionales, y facilita las alianzas dentro del sector turístico con miras a un proyecto colectivo para el destino” (OMT, 2019, p.17). Asimismo, explica que las estructuras organizativas de las OGD

varían desde una única autoridad pública hasta un modelo de alianza públicoprivada, y su función esencial es iniciar, coordinar y gestionar ciertas actividades, tales como la aplicación de políticas turísticas, la planificación estratégica, el desarrollo de productos, la promoción y el marketing. (OMT, 2019, p. 17).

En el caso peruano, la entidad estatal encargada de cumplir con los lineamientos propuestos por la OMT es el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), por lo que las líneas estratégicas de acción que suelen plantearse en las políticas de desarrollo turístico están en congruencia con las desarrolladas desde esta organización mundial. Así, en el Plan Estratégico de Desarrollo Turístico – 2025 (PENTUR) explican que “El modelo de desarrollo turístico propuesto es el de “destinos turísticos”, de acuerdo al concepto planteado por la Organización Mundial del Turismo, en el año 2007”, los cuales deberán ser gestionados “mediante la unión de sus representantes públicos y privados, organizados bajo la forma de “Ente Gestor” u otra forma asociativa de naturaleza público-privada, involucrando a los principales actores que intervienen en la gestión del desarrollo turístico del destino” (MINCETUR, 2016, p. 93). Asimismo, el MINCETUR promueve el trabajo a diferentes escalas desde una “red de espacios de gestión” organizada según el planteamiento que propone la OMT: Organizaciones Nacionales de Turismo, gestores regionales, provinciales o estatales, y gestores locales (Cooperación Suiza – SECO, 2014).

A nivel de la región San Martín, el MINCETUR funciona a través de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR) que trabaja de la mano con el Gobierno Regional, el cual también tiene un plan de Implementación de Gestión Turística. Como lo indica la OMT, los entes de gestión turística tienen como objeto de trabajo el destino turístico. En ese sentido, la DIRCETUR y el gobierno regional han definido 4 destinos turísticos que se piensan producir y desarrollar en la región, siendo

uno de ello el Destino Tarapoto que incluye a distintos distritos, incluyendo el de Chazuta definido como una “ciudad cultural” (Gobierno Regional de San Martín, 2019, p.12). Para ello, en el 2018 se creó el Comité de Gestión del Destino Tarapoto que reúne a representantes públicos y privados de las áreas incluidas en el proyecto de desarrollo del destino. El trabajo de la DIRCETUR suele darse en Chazuta a través de acciones como los fondos concursables para los actores locales vinculados al turismo, la organización de capacitaciones para ofrecer herramientas que fortalezcan a los emprendimientos y asociaciones de cara al turismo, los reconocimientos institucionales según diversos rubros y la organización de ferias y espacios de venta.

A través de esta cadena de entidades llegamos a su expresión local en el distrito de Chazuta a través del Comité de Gestión Turístico de Chazuta (CGT-CH). El CGT-CH se creó en el 2020 a raíz de la implementación de todos estos lineamientos a escalas más locales a través de la municipalidad y su plan de desarrollo turístico local. En el caso de Chazuta, los miembros que forman parte de este ente de gestión son diversos representantes de negocios, emprendimientos y proyectos formalizados en registros públicos que destacan dentro de las dinámicas del turismo local y que buscan trabajar en conjunto para posicionar a Chazuta como un destino turístico en la región. Su presidenta actual, Claribel, explica: “somos un ente articulador con todos los entes privados y públicos, trabajamos con la municipalidad distrital, provincial y regional. Si viene un fondo de la municipalidad o de la región, quien va a ser el ente técnico somos nosotros” (Comunicación personal, 2023).

En esta línea, la municipalidad se ha vuelto progresivamente una entidad cada vez más relevante en la búsqueda por posicionar a Chazuta como un destino turístico. La gestión municipal actual cuenta con una representante del área de turismo, Sarita Venturo, licenciada en Turismo de la Universidad Nacional de Trujillo, quien viene trabajando en diálogo con las organizaciones de base locales mencionadas (CGT-CH y Chazuta Emprende), así como con otros actores institucionales, principalmente la DIRCETUR. La municipalidad distrital ha formulado el plan de trabajo anual del área de turismo y el Plan de Desarrollo Concentrado de Chazuta hacia el 2030, las cuales se basan en evaluaciones y diagnósticos para proponer acciones a desarrollar en los plazos acordados.

Es importante mencionar que los actores mencionados son los que trabajan alrededor del objetivo de fomentar el desarrollo turístico local, pero debido a que en Chazuta la actividad de la cerámica es uno de los rubros que tiene una posición más

sólida en este escenario, estas entidades trabajan de manera directa con las agrupaciones de ceramistas activas. Mencioné previamente que la entidad estatal que se encarga de fomentar el desarrollo artesanal en el país es el MINCUL. Esta institución está alineada a nivel global con la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), que cuenta con el área de cultura que define a la misma como un bien público y un recurso mundial a gestionar (Ottone, 2022), noción central para la creación de las nuevas políticas culturales que se han desarrollado dentro de un modelo neoliberal cada vez más globalizado. Las nuevas políticas culturales empezaron a desarrollarse e investigarse desde fines del siglo XIX en relación a la institucionalización de las acciones estatales sobre la cultura. Perrca explica que desde esta época se crea un órgano estatal con autonomía “destinado a la administración y gestión exclusiva del campo cultural en el país tras imponerse en el imaginario de la sociedad civil y miembros del Estado un modelo económico cultural internacional que aseguraba que la cultura podía generar «desarrollo»” (2020, p. 49).

Como Tafur explica en su tesis, esta forma de gestión desde el Estado peruano se caracteriza por mercantilizar la cultura, no solamente preservarla, a través de conceptos y estrategias que tratan lo cultural 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, p. 13). De esta forma, la UNESCO y la OMT trabajan en conjunto teniendo como interés común la gestión y preservación de las tradiciones culturales orientadas a promover el turismo. El turismo aparece en estas entidades internacionales como un recurso local para la gestión y preservación cultural, a la vez que como una actividad a fomentar a través de la cultura (OMT, 2017).

A nivel regional, el MINCUL funciona a través de la Dirección Desconcentrada de Cultura de San Martín (DDC-SM). Como se explicó previamente, el MINCUL mantiene una relación con la cerámica de Chazuta desde su declaración como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Nación y hasta entonces las principales iniciativas desde las que se ha trabajado con esta actividad son los Estímulos Económicos de la Cultura, la feria artesanal Ruraq Maki y diversos reconocimientos institucionales que esta entidad brinda como la misma declaratoria de patrimonio o el reconocimiento de “Personalidad Meritoria de la Cultura”. Las acciones del MINCUL han solido tener una repercusión en los objetivos planteados desde los actores involucrados en el

desarrollo turístico de Chazuta por lo que, aunque este no es su principal horizonte, su trabajo termina siendo relevante para lograr este objetivo.

Por último, he identificado que a lo largo de los últimos 20 años aproximadamente, han intervenido en Chazuta otras instituciones tanto públicas como privadas en busca de generar iniciativas que fomenten el desarrollo de las distintas asociaciones y emprendimientos, incluyendo a las de las ceramistas, para que puedan fortalecerse ante las exigencias del panorama del turismo local, entre otros objetivos. Estas instituciones han intervenido a partir de convenios y alianzas con algunos de los actores previamente mencionados, aunque estos acuerdos han solido ser temporales o solamente para organizar una iniciativa puntual. Entre ellas destacan algunas universidades como la Universidad Cesar Vallejo y la Universidad Nacional de San Martín que han permitido la realización de talleres y capacitaciones de habilidades y herramientas para fortalecer a los emprendimientos frente al turismo. Entre las ONG destaca Aid To Artisan (ATA), la cual busca crear “oportunidades económicas para grupos de artesanos de todo el mundo donde los medios de vida, las comunidades y las tradiciones artesanales son marginales o están en riesgo” (ATA). ATA realizó uno de sus proyectos con el Centro Cultural Wasichay con un programa de capacitación y exportación que marcó el proceso de aprendizaje de la producción de cerámica en Chazuta.

2.2.4 Balance del capítulo

Los eventos descritos en este capítulo, los cuales han ocurrido en los últimos 30 años aproximadamente, son cruciales para entender por qué es que fue la cerámica y no otra tradición la que se ha llegado a posicionar como la actividad identitaria de Chazuta. Como lo describen las personas de Chazuta, la cerámica solía ser una actividad más dentro de un conjunto de prácticas locales de producción vinculadas a las herramientas necesarias para realizar las tareas cotidianas de la vida chazutina. La ceramista Angélica Sangama cuenta:

he aprendido a hacer hila, a hilar, y tejíamos pretina para cargar la carga de plátano, de leña, y así hemos hecho las pretinas, hemos hecho las fajas, los chumbis, lo que decimos aquí para amarrar la cintura, y después la cerámica también hacíamos nuestros tiestos...así hacíamos

nuestro tiesto, para comer en la chacra, cuando mi papá tenía su peonada. (Comunicación personal, 2023).

Los primeros pasos dados por la madre Juanita y la construcción del Centro Cultural Wasichay, sentaron las bases para poder gestionar el proyecto arqueológico del 2002 y la declaratoria de patrimonio cultural inmaterial de la Nación en el 2012. Durante esos años y gracias a estos eventos, el trabajo de la cerámica de Chazuta empezó a tejer alianzas institucionales, llegar a nuevos espacios de difusión y venta, tener reconocimientos estatales y volverse a retomar como una práctica que forma parte del cotidiano de las familias chazutinas ampliando su imaginario y empezándose a pensar como una actividad que condensaba diversos intereses y valores asignados por los actores involucrados con su producción y consumo.

Esta trayectoria también muestra que la cerámica chazutina no ha llegado a ser lo que es hoy para los chazutinos de forma espontánea, sino que, por el contrario, ha sido construido tanto por las ceramistas chazutinas y el liderazgo de la madre Juanita, como por las acciones de actores institucionales como Manos Unidas, el Ministerio de Cultura y los gobiernos regionales, provinciales y distritales. Estas relaciones entre diversos actores también implicaron la introducción de nuevas nociones y valores asignadas a las cerámicas que empezaron a calar en los discursos y prácticas y que, como se verá más adelante, se intensificaron a través del entramado tejido alrededor de la actividad turística en Chazuta, nociones que serán analizadas y profundizadas en el siguiente capítulo.

Del lado del turismo, se puede decir que en Chazuta se ha desarrollado con más intensidad durante los últimos 20 años, influenciado por el incremento del auge de esta actividad en ciudades de la zona nororiental del país, en especial en Tarapoto. Este incremento está asociado a una reconfiguración de las estrategias y políticas del Estado, alineadas también a organismos internacionales que buscan promover el turismo a través del uso de la cultura como un recurso a gestionar e institucionalizar. En este proceso, la cerámica fue una actividad que ya había iniciado su historia en la década pasada y por tanto fue un ancla importante para empezar a generar un interés turístico, rubro al que luego se sumó también la actividad del cacao, las rutas a atractivos naturales y las ceremonias de ayahuasca.

Sin embargo, el desarrollo y fortalecimiento de estas iniciativas vinculadas a estos rubros no se ha traducido en la generación de una demanda turística

económicamente relevante para Chazuta. Al contrario, es un consenso para los chazutinos que, a pesar que si llegan turistas interesados en las actividades mencionadas, aun no se puede considerar a Chazuta como un destino turístico posicionado dentro de la región. Esto está vinculado a que el desarrollo turístico no ha sido una prioridad en las últimas gestiones municipales, no se han podido gestionar los presupuestos destinados al turismo para mejorar la infraestructura dedicada fortalecer esta demanda y hay una débil “cultura del turismo” en las asociaciones y proyectos vinculados a la cerámica, el cacao, los tours a atractivos naturales y las ceremonias de ayahuasca.

Este escenario contrasta con el gran interés que hay de parte de los chazutinos en posicionar a Chazuta como un destino turístico importante en la región, por lo que los representantes de las asociaciones de ceramistas y los otros 3 rubros mencionados suelen participar e involucrarse en las iniciativas y proyectos convocados por Chazuta Emprende y el CGT-CH, así como aquellos organizados por los actores institucionales. En Chazuta se hace visible cómo es que el turismo se define a partir de las agendas y lineamientos de organismos internacionales como la OMT y la UNESCO que, a través de conceptos y estrategias institucionales, plantean acciones orientadas a la gestión y preservación de la cultura a través del turismo, y a su vez, a la promoción de un turismo sostenible y competitivo a través de la mercantilización de la cultura. Estos conceptos y estrategias se incorporan desde las entidades del Estado peruano vinculadas al turismo y la cultura y se expresan de manera descentralizada a través de una red de actores multiescala que en el caso de Chazuta se puede identificar con el CGT-CH. De esta forma, estos actores vienen configurando una serie de dinámicas locales que buscan desarrollar el turismo local a través de capacitaciones, reuniones participativas, ferias, concursos, entre otras actividades que han pasado a ser parte de la cotidianidad de los chazutinos involucrados en el turismo. En el siguiente capítulo se analizarán los discursos y prácticas instauradas a través de estas dinámicas locales de desarrollo turístico en Chazuta.

Capítulo 3: “Si queremos vendernos, hay que mejorarnos”: Los discursos y prácticas sobre la cerámica de cara al turismo

Los actores institucionales mencionados en el capítulo anterior trabajan convocando a las diversas asociaciones, emprendimientos, líderes y proyectos de Chazuta para participar en iniciativas y propuestas que configuran las dinámicas de desarrollo turístico local. Cada cierto tiempo, se empieza a difundir en la radio de Chazuta, los grupos de Whatsapp de los chazutinos involucrados en el desarrollo turístico, las redes sociales y de voz a voz, la convocatoria para asistir a alguna reunión en la municipalidad o el Centro Cultural Wasichay organizada por alguno de estos actores sobre una nueva propuesta o reunión. Estas dinámicas son regulares y se han vuelto parte del cotidiano de las personas chazutinas involucradas e interesadas en el turismo local. En este capítulo, a partir de 4 eventos vinculados a estas dinámicas a los que pude asistir en mi trabajo de campo, explicaré el tipo de prácticas y discursos sobre la cerámica de cara al turismo que surgen, se discuten y se construyen en estos espacios. Asimismo, analizaré estas prácticas y discursos para entender qué tipo de valores, imaginarios y mandatos se generan a partir de ellas y cómo las ceramistas participan en este proceso.

Considero que los casos elegidos para explicar en este capítulo son oportunos para hablar de los discursos y prácticas sobre la cerámica de cara al turismo que se vienen generando en Chazuta ya que, en primer lugar, estaban presentes todos los grupos de actores con los que trabajé para la investigación: las ceramistas, las organizaciones de base vinculados al turismo y los actores institucionales. Además, estos espacios solían fomentar la participación y el diálogo entre los asistentes, por lo que pude identificar las perspectivas y acciones de cada grupo de actores alrededor de un mismo evento o agenda. Asimismo, aunque los eventos tenían como tema de discusión central el desarrollo turístico de Chazuta, la relación que se hacía por parte de los diversos actores presentes con la producción de cerámica en muchos momentos tomaba gran parte de la discusión y atención de las reuniones, por lo que no solo pude confirmar el vínculo estrecho que hay entre ambas actividades, sino que también pude observar cómo se expresaba este vínculo a partir de ciertos discursos y prácticas que analizaré al final de este capítulo.

3.1 Las dinámicas locales de desarrollo turístico en Chazuta: 4 casos representativos

3.1.1 Plan de Desarrollo Concentrado de Chazuta hacia el 2030

En los meses de marzo y abril, la municipalidad de Chazuta convocó a la población a las dos primeras reuniones en el Centro Cultural Wasichay para desarrollar los talleres participativos para la elaboración del Plan de Desarrollo Concertado de Chazuta hacia el 2023 (Figura 6). Los Planes de Desarrollo Concertado son la herramienta principal que emplea el Estado para establecer las bases de las gestiones de gobierno a nivel local, regional y nacional y se caracterizan por plantear líneas de acción a largo plazo. Aunque la municipalidad de Chazuta fue la que convocó, organizó y asistió estas reuniones, un especialista con experiencia en este tipo de reuniones en la región fue quien dirigió las sesiones realizadas. De aquí en adelante me referiré a él como el especialista. Estas dos primeras reuniones coincidieron con mi estadía en Chazuta por lo que pude asistir a ambas. A estas reuniones asistieron una gran diversidad de actores del distrito como las asociaciones de ceramistas, los dueños de hospedajes y restaurantes, maestros, ronderos, líderes indígenas de Comunidades Nativas, entre otros. La idea era que en las reuniones se dé un proceso colaborativo de diagnóstico, formulación de la visión de distrito deseada y creación de propuestas a implementar y evaluar a través de dinámicas de discusión entre los asistentes.

Asistí a la primera reunión motivada por Devis, quien me sugirió ir para conocer a más gente del lugar y tal vez escuchar algo que me interese. Decidí hacerle caso a pesar que no tuviera muchas expectativas de recoger información valiosa para mi investigación; lo tomé como una oportunidad para poder presentarme ante los asistentes y que mi presencia en Chazuta empiece a hacerse un poco más familiar. Sin embargo, desde el inicio de la reunión, el tema del turismo pasó a ser central en la discusión. Después de haber una ronda de presentación de los asistentes, el especialista comentó: “veo muchos artesanos hoy, eso debe ser porque quieren que llegue el turismo, una actividad que destaca en Chazuta” (Comunicación personal, 2023). El objetivo de la primera reunión era identificar los principales problemas y oportunidades del distrito. Para ello, se dividieron a los asistentes en dos grupos para que discutieran y escribieran en unos papeles estos dos puntos para después ponerlos en discusión entre todos. Uno de los ejes del que más se habló entre los

asistentes fue precisamente el tema del turismo. Entre las personas que identificaron los problemas del distrito, una de las ideas recurrentes tenía que ver con la deficiencia o falta de vías de acceso que dificultaba la conectividad con otros actores que tenían interés y recursos para invertir en la mejora de Chazuta, entre ellos, los turistas. El especialista señaló que este tema debería ser fundamental ya que “la carretera siempre trae desarrollo y turismo” (Comunicación personal, 2023). Las ceramistas mostraron bastante preocupación por este tema en la reunión. Una de ellas, Consolación Panaijo, me comentaba mientras hablaba el especialista: “La carretera, yo siempre le he dicho a los alcaldes, siempre he dicho que, si queremos que haga turistas, la carretera tiene que estar en óptimas condiciones” (Comunicación personal, 2023).

Otro problema identificado fue la falta de infraestructura local para la llegada de turistas como por ejemplo la ausencia de señalizaciones de los puntos turísticos a visitar, de rutas seguras y bien implementadas para ir a estos lugares, y de un centro de atención al turista. William Ojanama expresa su preocupación sobre este tema desde su posición como ceramista: “uno llega a Chazuta y no hay señalización, podemos ir al museo Wasichay, pero no hay una ruta de circuito señalizada. Yo tengo empíricamente mi recorrido porque vivo acá, pero alguien llega, un visitante, llega al azar, sin saber” (Comunicación personal, 2023).

El problema identificado en esta reunión que más destacaron las ceramistas presentes fue la falta de implementación de los talleres de producción artesanal. Al leer esta propuesta escrita en el papel, el especialista comenta: “Eso es un problema, por ejemplo, yo aquí en Chazuta, pueden utilizar torno, que tengan esa tecnificación y le muestren a la gente que viene lo que quiere ver” (Comunicación personal, 2023). Sin embargo, varios de los participantes empezaron a comentar a la vez que los talleres si tienen torno, pero también trabajaban la técnica tradicional a mano, a lo que el especialista responde: “eso no debe perderse, eso atrae y gusta más que lo hecho a torno... a la gente le gusta que le den el barro, que vayan haciendo así como ustedes y luego se lleven” (Comunicación personal, 2023).

En cuanto a las oportunidades vinculadas a la artesanía y el turismo se destacó que en Chazuta ya existen actividades y recursos que desatan el interés del turista, que son su tradición de producción de cerámica, la producción de cacao y su biodiversidad. Además, sobre la cerámica, el especialista destacó que una oportunidad es también que esta actividad ya tiene el reconocimiento de Patrimonio

Cultural de la Nación y que deber ser aprovechado para promocionarse y darse a conocer más.

Al empezar el segundo taller, el especialista abrió la sesión comentando que después de revisar las ideas que surgieron, “las dos cosas que más salieron en la primera reunión fue turismo y artesanía” (Comunicación personal, 2023). El objetivo de esta segunda reunión era discutir qué tipo de acciones se necesitarían hacer para enfrentar los problemas y potenciar las oportunidades identificadas en la primera reunión. Los asistentes escribieron en unos papeles sus propuestas y el especialista se encargó de ir leyéndolos, sintetizarlos y rephrasearlos para que se adecuen a los requerimientos de la elaboración del Plan de Desarrollo Concertado Distrital, es decir, que se propongan estas acciones como líneas a promover a largo plazo.

Dentro de los aportes de los asistentes se propusieron una serie de acciones vinculadas al tema del potenciamiento de la cerámica de cara al turismo, y el especialista explicó que para ello había que identificar qué es aquello que distingue a la cerámica chazutina de otras tradiciones artesanales, motivando a pensar en las características que hacen especial a esta producción. Para profundizar en este tema, el especialista planteó que podía pensarse “en el valor artesanal o el valor industrial” de los productos, y aunque invitó a los asistentes a que den su punto de vista, comenta antes que, en su opinión,

lo industrial lo tiene todo el mundo, lo artesanal pocos, tiene otro valor, es único, a veces cuesta más, pero hay que buscar mercado, porque para los extranjeros el precio es cómodo. No hay que perder esa mística. Cuando tenemos productos artesanales, hay un nicho de mercado, las personas valoran el tema natural porque no te malogra el organismo, te ayuda.
(Comunicación personal, 2023).

Uno de los participantes que trabaja en un proyecto de producción de cacao comentó al respecto que se debe tomar en cuenta en esa discusión el tema de la rentabilidad: “si seguir a mano le da bien, va a continuar, sino tiene que cambiar. Si bien lo cultural es importante, se balancea con lo económico. A veces solo lo cultural no es suficiente para mantener la práctica” (Comunicación personal, 2023). Después de la participación de distintas personas, el especialista plantea como solución que, en vez de llamar a este grupo de productores artesanos, se les podría llamar

emprendedores, un término que no hace referencia a la forma de producir sino al horizonte de crecimiento económico que tienen los involucrados, resaltando que “al final lo importante es lo económico para poder ser competitivo” (Comunicación personal, 2023).

Las reuniones tuvieron una gran cantidad de asistencia, sobre todo el primer día en el que Wasichay se encontraba lleno. Como suele pasar en otros espacios de reunión de este tipo, las sesiones por momentos resultaron tediosas y los asistentes de mayor edad solían bajar su intensidad de atención y participación, pero en general se desarrollaron conforme a lo esperado. Como lo indicó el especialista, también pude notar que los problemas, oportunidades y acciones identificadas por los participantes eran orientadas al interés en promover el turismo en la localidad, que va de la mano con poder generar mayores ingresos. Esto estaba relacionado con que, en gran medida, los asistentes tenían proyectos y emprendimientos que se vinculan directamente con los servicios ofrecidos a un público turístico. Después de terminar mi trabajo de campo en Chazuta, se realizó la tercera reunión programada, por lo que no pude asistir. Sin embargo, estas dos reuniones me dieron una buena base para entender cómo se llevaban a cabo estas reuniones, quienes asistían y cuáles eran las perspectivas intercambiadas por los distintos actores involucrados que sin duda tenían una preocupación por fomentar el desarrollo del turismo.

Figura 6
Reunión del Plan de Desarrollo Concentrado de Chazuta hacia el 2030



Fuente: Archivo personal, 2023.

3.1.2 Plan de Trabajo Municipal Anual del área de Turismo y Taller de Elaboración del Producto Turístico

Como expliqué previamente, la gestión actual municipal de Chazuta cuenta con una encargada del área de turismo, Sarita Venturo, licenciada en turismo de la Universidad Nacional de Trujillo. Sarita tuvo la iniciativa de convocar a una reunión a mediados de abril en el Centro Cultural Wasichay para explicar el plan de trabajo anual que ha diseñado para el área de turismo con el fin de que los asistentes puedan saber que ya hay una agenda planteada y también que ellos puedan dar su opinión sobre el plan y compartir algún aporte. Me di cuenta que en esta reunión asistieron otra vez todos los actores locales interesados en promover el desarrollo del turismo. Estaban algunas ceramistas, los productores y trabajadores del cacao, dueños de restaurantes y hospedajes, y otras personas que ya me podían reconocer de manera más familiar y viceversa.

Sarita comentó que la acción más urgente a realizar era la creación de un directorio que recopile la información básica y más relevante sobre los servicios turísticos y los emprendimientos de Chazuta que pudiera facilitar el trabajo de comunicación entre la municipalidad y los actores locales, pero que también pueda compartirse a diversas entidades que trabajen temas de turismo para que puedan

difundirlo. Posteriormente, Sarita explicó que el plan anual de trabajo tenía como meta general fomentar el desarrollo turístico sostenible a través de 3 líneas de acción: promover el trabajo interinstitucional, fortalecer la oferta turística y desarrollar infraestructura básica necesaria para recibir la demanda turística. De estas 3 líneas, la que apuntaba al fortalecimiento de la oferta turística fue la que tomó la mayor parte del tiempo de la reunión y fue desarrollada con más profundidad por Sarita.

Algunas de sus propuestas sobre esta línea fueron la creación de una página web “Visita Chazuta” donde se publiquen noticias e información sobre los servicios y turísticos y emprendimientos, la realización de ferias artesanales de forma más regular, crear un programa de entrevistas y difusión de los artesanos y emprendimientos para promocionar sus proyectos virtualmente, y la organización de talleres de fortalecimiento de capacidades para el turismo, argumentando que “si queremos vendernos, hay que mejorarnos” (Comunicación personal, 2023). Sin embargo, la propuesta que más se discutió sobre esta línea de acción fue la generación de productos turísticos en Chazuta.

Cuando Sarita explicó lo que significaba el producto turístico, asumí que era uno de los conceptos usados entre los especialistas de turismo, pero al indagar más a fondo en portales institucionales, pude identificar que es uno de los conceptos clave que define la OMT:

Una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés, que representa la esencia del plan de comercialización de un destino y genera una experiencia turística integral, con elementos emocionales, para los posibles clientes. (OMT).

La OMT añade que: “cuando éstos no corresponden a las necesidades y expectativas de los turistas, no se puede aprovechar plenamente el potencial de dicho destino” (OMT). Asimismo, “Los estudios de mercado, el desarrollo de productos y el marketing constituyen una cadena. Si no se lleva a cabo satisfactoriamente cualquiera de esos componentes fundamentales, el destino no alcanzará su pleno potencial” (OMT, 2013, p. 1). El MINCETUR explica que, en el proceso de adecuación de los bienes de un destino turístico a las necesidades del mercado, “los productos turísticos

representativos del destino, deben estar de acuerdo a la marca y posicionamiento del destino (PPV). Son estos productos representativos los que lograrán consolidarlo en el mercado debido a su diferenciación o característica única” (MINCETUR, 2019, p. 11).

Sarita explicó que, según su evaluación y perspectiva, los productos a desarrollar en Chazuta serían el de la cerámica, el cacao y la naturaleza. Para explicar de manera más sencilla cómo se puede generar estos productos turísticos, Sarita tomó como ejemplo a la Ruta Moche, resaltando que “a través de la innovación de sus recursos turísticos, lograron potenciarse como un producto, seguro conocen lo que pasó con el huaco erótico, ahora todos lo conocen” (Comunicación personal, 2023). Algunos de los asistentes comentaron que era mejor hablar de un producto de artesanía antes que de cerámica para que sea más incluyente con otros emprendimientos. Ante ello Sarita comentó que “El producto de la cerámica incluiría la artesanía en general, pero a veces se selecciona un nombre llamativo para ponerle, y la cerámica es lo que más destaca según lo que he podido ver” (Comunicación personal, 2023). Asimismo, detalló que una de las acciones más urgentes para poder crear estos productos turísticos era la construcción de infraestructura básica que sirva como punto de inicio, indicando la necesidad de señalización de las rutas que se creen y de destacar e implementar bien los puntos a visitar.

Al terminar esta reunión se acordó con los asistentes que se empezaría el proceso de creación de los productos turísticos de Chazuta que se realizarían a través de reuniones colaborativas y que por ello era necesario que los presentes se comprometían a estar durante estos encuentros y dar sus aportes. Por ello, unas semanas después se realizó la primera reunión para el desarrollo del producto turístico también en el Centro Cultural Wasichay. En esta reunión noté que fueron más ceramistas que las veces anteriores, además de las otras personas que solían asistir. La reunión inició con una serie de explicaciones y definiciones que Sarita buscaba aclarar desde un inicio. Por ejemplo, empezó distinguiendo al producto turístico del atractivo turístico y el recurso turístico, tres conceptos también centrales para los planes y agendas del MINCETUR y la OMT.

Luego explicó que a través de las reuniones se realizarán las 3 etapas necesarias para desarrollar un producto turístico: planificación, implementación y comercialización. Para crear un producto turístico se tenían que identificar y producir una serie de requerimientos. Para empezar, Sarita presentó algunos avances que

había realizado sobre el análisis y promoción del destino turístico de Chazuta. Por ejemplo, propuso una idea para el requerimiento de definir una vocación turística, que es una frase que relata qué puede ofrecer un destino turístico al visitante y por qué deberían conocer el destino, formulado de manera sintética y llamativa en busca de generar un impacto al lector y promocionar el destino en diferentes plataformas. Sarita propuso:

Chazuta ofrece una experiencia auténtica de la selva amazónica, donde la hospitalidad de sus pobladores y la belleza de sus paisajes, hacen de Chazuta un destino ideal para el descanso y la aventura en contacto con la naturaleza, con actividades de turismo de naturaleza, cultura y gastronomía. (Comunicación personal, 2023).

Asimismo, explicó que es necesario definir los elementos que agregan un valor al destino, dentro de los cuales propuso lo siguiente:

1. Turismo comunitario. La oferta turística de Chazuta está en mano de los pobladores locales, lo que permite un turismo responsable y sostenible que beneficia directamente a la comunidad.
2. Reserva Nacional Cordillera Escalera. La cercanía de Chazuta a esta reserva natural permite realizar actividades de turismo de naturaleza en un entorno protegido y conservado.
3. Tradición y cultura. La producción de artesanías y la celebración de festividades y rituales ancestrales son una muestra de la riqueza cultural de Chazuta y su gente. (Comunicación personal, 2023).

Después de esta introducción, Sarita invitó a los asistentes a que escribieran en un papel aquellas actividades, espacios y experiencias que pensaran que debían ser incluidos dentro de los elementos que conformarían los productos turísticos. Sarita había propuesto desarrollar 4 productos en la reunión: artesanía, misticismo, naturaleza y cacao. Sin embargo, después de compartir las opiniones de los asistentes, se decidió que se desarrollen 3: la artesanía, el turismo comunitario y la gastronomía. Para empezar a reflexionar y construir cada uno de estos productos,

Sarita invitó a los participantes a que, tomando en cuenta sus emprendimientos, proyectos y trabajos, se dividan en 3 grupos según los productos a desarrollar. Aunque mi asistencia en estas reuniones tenía como propósito principal generar información valiosa para mi investigación, también sabía que, si podía ser útil para alguna ayuda o podía ofrecer algún aporte, también estaba dispuesta a hacerlo.

Por ello, Sarita me pidió si podía quedarme con el grupo de los artesanos para ayudarlos a escribir en el papelógrafo lo que se requería en las dinámicas de la reunión y para poder animarlos a compartir sus ideas, promoviendo el diálogo y la participación de todos. Yo acepté con gusto; ya había pasado más de un mes y medio en Chazuta y ya había desarrollado vínculos con los artesanos y otros participantes de la reunión, por lo que me sentí muy cómoda. La conversación que se dio en el grupo de artesanos fue muy interesante para la investigación y también pude ayudar a motivar el diálogo, la participación y el desarrollo fluido de la sesión en este grupo. Aunque las dinámicas giraban en torno a la artesanía en general, la mayoría de ejemplos e ideas que salieron eran en realidad sobre la cerámica.

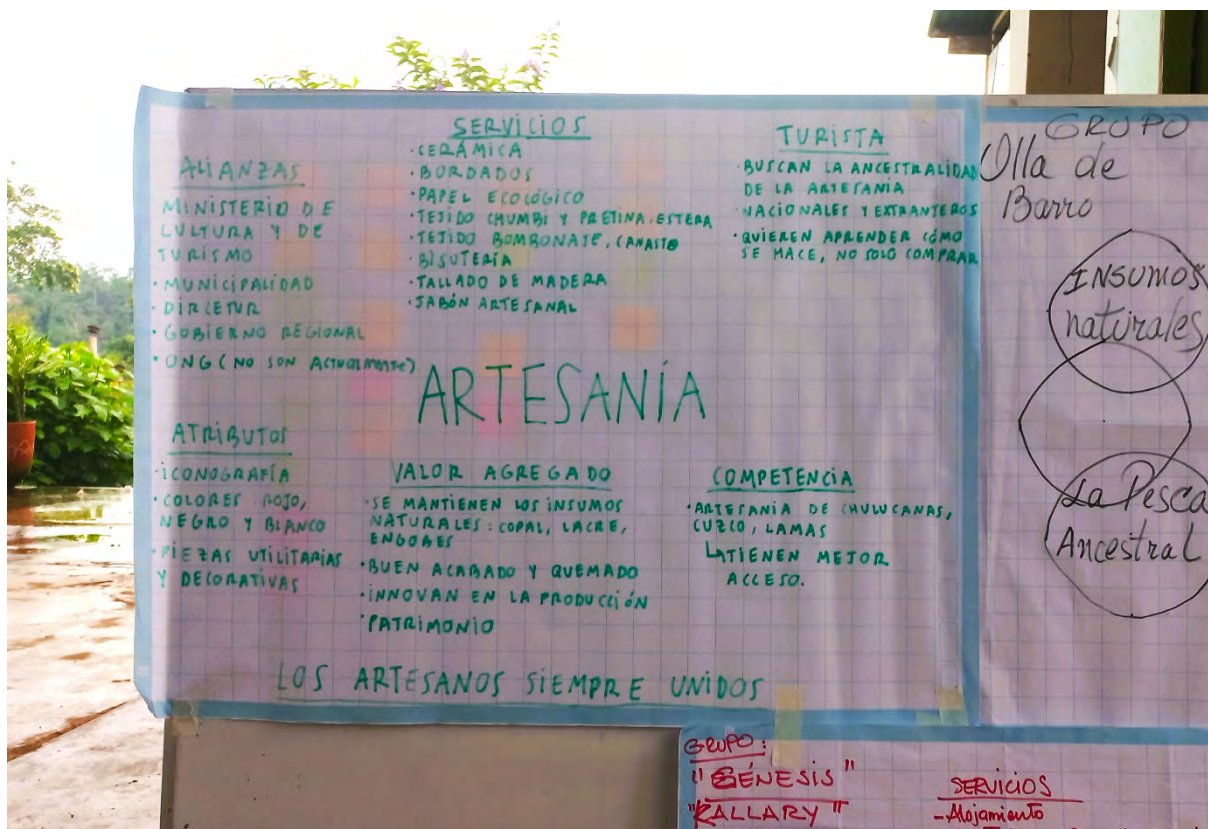
La primera dinámica entre grupos consistía en discutir e identificar 6 aspectos sobre la actividad de cada grupo que tenían que ver con las características a destacar para la creación de un producto turístico (Figura 7). En primer lugar, tuvimos que señalar los servicios que incluiría el producto de la artesanía. Con los aportes del grupo estos fueron la cerámica, bordados, papel ecológico, tejido chumbi, pretina y bombonaje, el tallado en madera y los jabones artesanales. Después identificamos los atributos y características que tenían los objetos vinculados a la artesanía. Después de escuchar las ideas del grupo, decidimos poner 3 aspectos: el uso de los colores típicos de la cerámica chazutina (blanco, negro y rojo), la producción de objetos con fines utilitarios y decorativos, y la presencia de la iconografía típica en las piezas (flores, quingos, plantas). Aquí se puede ver como la conversación se enfocó únicamente en la cerámica.

Lo siguiente era identificar el valor agregado, es decir, aquellos aspectos que hacían que la artesanía chazutina sea especial frente otras. Lo primero que salió en el grupo fue que la cerámica chazutina mantenía el uso de los insumos naturales en su producción, como los pigmentos que salen de la tierra y las piedras, el brillo que le daba el copal y el lacre, o la arcilla que salía de las canteras de barro. Luego las ceramistas dijeron que sus piezas tenían un buen acabado. Más adelante profundizaré en el tema del acabado de las piezas, pero por el momento se puede decir que este

término suele referirse a aquellos elementos y detalles de la producción que hacen que una cerámica sea valorada como excelente, estética y fina. Otra idea que salió fue que las ceramistas habían logrado innovar en la producción de sus piezas, saliendo de lo que siempre se había solido hacer. Por último, las ceramistas destacaron que Chazuta era patrimonio gracias a su trabajo, por lo que también incluimos la declaratoria de Patrimonio Cultural Inmaterial de la Nación como un valor agregado.

El cuarto aspecto a discutir era sobre la competencia, es decir identificar qué otras líneas artesanales compiten de manera directa o indirecta con la chazutina. Aquí las ceramistas identificaron como la competencia más clara a la cerámica lamista y la de Chulucanas, y de forma más indirecta a la artesanía cusqueña. El quinto aspecto a desarrollar era el del perfil del turista, en el que teníamos que detallar cuales son los intereses turísticos de las personas que suelen visitar Chazuta. Aquí el grupo habló sobre dos temas principales. El primero era que los turistas buscan lo ancestral, y eso lo podían encontrar en la actividad cerámica. El segundo tema fue que los turistas quieren ver como se hace la cerámica, no solo comprarla. Por último, teníamos que identificar los actores con los que los artesanos habían creado alianzas a lo largo del tiempo. Aquí identificaron al MINCETUR y el MINCUL, la municipalidad, el gobierno regional, la DIRCETUR y algunas ONG.

Figura 7
Actividad de creación del producto turístico de la cerámica chazutina



Fuente: Archivo personal, 2023.

Cuando todos los grupos terminaron de identificar estos 6 aspectos, se pasó a el siguiente paso de la reunión que consistía en llenar unos papeles que nos dio Sarita a cada grupo en los que también nos pedían que identificáramos algunos aspectos sobre la artesanía. Por ejemplo, pidieron que discutiéramos entre el grupo cuál podría ser el concepto del producto turístico de la artesanía, que consistía en redactar una frase con el mismo objetivo y características que la vocación turística, pero esta vez pensando no en el destino sino en el producto. Al principio fue difícil escuchar los aportes de las ceramistas y tratar de formular una frase a partir de ellos, pero poco a poco pude ir identificando los puntos que repetían y elegíamos entre todos la mejor forma de plasmarlo. De este modo, el concepto quedó así:

En Chazuta encontrarán la artesanía que destaca por mantener su tradición ancestral y sus técnicas vinculadas a la naturaleza, a la vez que incorporan innovaciones. Estas características le dieron el reconocimiento de Patrimonio Cultural Inmaterial de la Nación a la cerámica chazutina. (Comunicación personal, 2023).

Luego, en el cuadro que nos pedía definir el público objetivo al que se iba a vender este producto, redactamos lo siguiente: “Visitantes y turistas nacionales y extranjeros que buscan artesanías que mantengan técnicas ancestrales de producción” (Comunicación personal, 2023). La ceramista Juanita Pizango comentó: “pero no solo quieren comprar, quieren conocer, a los turistas les encantan que les cuenten historias, contar una historia vende” (Comunicación personal, 2023). Las demás ceramistas afirmaron que esto era cierto, por lo que añadimos a la frase: “y les interesa no solo comprar productos sino conocer cómo trabajan los artesanos” (Comunicación personal, 2023).

El siguiente ejercicio era identificar las condiciones de infraestructura y servicios que el grupo pensaba que debían de tener, y después identificar si en la realidad cumplían o no con estas condiciones. En el caso de infraestructura identificaron tiendas para vender productos, señalización de los talleres de artesanía, talleres aptos para mostrar al turista, servicios higiénicos en los talleres, licencias de funcionamiento, carteles de cada taller y tienda con su nombre. En el caso de los servicios identificaron la oferta de clases de cerámica para que la gente aprenda, la posibilidad de pagos no solo en efectivo, los implementos para el embalaje de piezas y la posibilidad de atender a los turistas en otros idiomas. En la evaluación, se dieron cuenta que a excepción de los servicios higiénicos en los talleres que todos disponían, los demás elementos identificados no los cumplía ninguno del grupo o solo una pequeña proporción. Además de esto, había varios otros aspectos a identificar sobre el producto con nuevos conceptos, por ejemplo, la planta turística, los recursos y atractivos que componían el producto, la tecnología necesaria y las condiciones de gestión y seguridad necesarios.

Solo pude asistir a este primer taller para la elaboración del producto turístico (Figura 8) ya que los demás se realizaron después de mi trabajo de campo. Me impresionó la cantidad de conceptos y requerimientos que se pedía discutir e identificar en las actividades de la reunión, y aunque al final pudimos entregar los papeles completos, a veces era difícil para las ceramistas y los demás miembros del grupo distinguir entre una y otra palabra o concepto y Sarita tenía que aclararnos constantemente las dudas que teníamos al respecto. Lo que Sarita estaba haciendo con esta reunión era seguir los pasos que se indican en los manuales estatales e internacionales sobre cómo desarrollar un producto turístico, y todos estos elementos a identificar también son requerimientos de este proceso. Sarita me comentó que de

todos modos, el grupo de los artesanos fue el que pudo identificar y escribir lo que nos pedían de manera más fácil a comparación de los otros grupos, lo que asocio con la mayor trayectoria que tiene el desarrollo de la actividad cerámica de cara al turismo frente a los otros rubros.

Figura 8
Taller de elaboración del Producto Turístico



Fuente: Archivo personal, 2023.

3.1.3 Asesoramiento para la postulación al concurso Somos Artesanía

En el mes de abril se empezó a difundir entre las ceramistas, desde las redes de Chazuta Emprende y las plataformas de la municipalidad distrital, que ya estaba abierta la convocatoria a los artesanos que estaban interesados en participar en el concurso “Somos Artesanía”. Somos Artesanía es un concurso que realiza el MINCETUR en el que las personas que se dedican al trabajo artesanal postulan para ganar un fondo de S/ 5,000.00 con el objetivo de financiar propuestas de producción, promoción y comercialización de productos artesanales. Como mencioné previamente, los concursos se han vuelto una de las acciones más conocidas entre los artesanos para poder acceder a financiamientos y apoyos del Estado. Aunque el MINCETUR tiene también el concurso Turismo Emprende y desde MINCUL se realizan los estímulos económicos para cultura, Somos Artesanía es un concurso dirigido especialmente a los artesanos del país.

Una de las acciones que Sarita quería realizar desde la municipalidad era incentivar a los artesanos a que se inscriban en estos concursos del Estado, pero también realizar talleres informativos y sesiones de acompañamiento para ayudar de manera más directa a quienes querían participar. Primero se realizó una charla informativa virtual dirigida por una representante de la DIRCETUR que fue proyectada en la sala de la municipalidad para quienes no tenían acceso al internet desde sus casas. Unos días después, se informó a las artesanas que se mostraron interesadas en participar que habría una reunión en la municipalidad para poder asesorar el proceso de inscripción al concurso a través de las computadoras que tenían en el local disponibles para el uso de quien lo requiriera. Ese mismo día, yo coordiné con Sarita para poder entrevistarla a las 10 de la mañana en la misma municipalidad para los fines de esta investigación.

Cuando llegué a la hora acordada, pude ver que Sarita estaba bajando las escaleras junto con varias artesanas que yo había conocido las semanas anteriores, todas ceramistas. Estaba Juanita Pizango que tenía su agrupación llamada Artesanía Emita, y también estaba la familia que integraba la asociación Untay Pishko: La señora Anselma y el señor Luis, y sus hijas Sarita, Magdalena y Anselma. Cuando les pregunté qué hacían en la municipalidad me comentaron que Sarita las estaba ayudando con la inscripción. Sarita me encontró y me comentó que la reunión se había alargado y me pidió tener la entrevista después que acabara. Le dije que no había problema. La vi un poco acelerada y después de un rato me pidió si es que podía ayudarla con la inscripción de las ceramistas, sabiendo que ya las conocía y podía tener más facilidad de usar las computadoras y agilizar el proceso. Yo acepté con gusto y en el proceso me di cuenta que fue muy buena decisión porque surgieron situaciones donde pude ver cómo algunos hallazgos que venían gestándose sobre la investigación en mi cabeza con las entrevistas, se expresaron en la realidad de manera muy espontánea.

Lo primero que Sarita hizo cuando se transmitió la charla informativa fue verificar que las ceramistas presentes tenían un RUC activo y apuntó los usuarios y contraseñas de las 6 ceramistas presentes, además de pedirles a ellas que también lo apunten porque de aquí en adelante iba a ser necesario para ingresar a las plataformas virtuales del MINCETUR. Este era uno de los requisitos necesarios para concursar y podían inscribirse a través de un RUC de una persona natural o una persona jurídica. Después de esto, les creó nuevas cuentas de correo electrónico a

quienes no recordaban el suyo que eran la mayoría, y también anotó sus usuarios y contraseñas. Esto era necesario ya que el sistema virtual de la SUNAT y otras plataformas necesarias para la inscripción requerían verificar los usuarios a través de este medio. Cuando llegué el día de la sesión de inscripción y fuimos a las computadoras, lo primero que teníamos que hacer era verificar que estuvieran inscritos en el Registro Nacional de Artesanos (RNA), una base de datos manejada por el MINCETUR que actualiza los datos de este grupo de trabajadores a nivel nacional y actualmente se ha vuelto un requisito para poder acceder distintas convocatorias y apoyos del Estado como el concurso Somos Artesanía.

Cuando les preguntamos si estaban en el RNA, solo Juanita nos dijo que sí, por lo que con la familia de Untay Pishko tuvimos que hacer la inscripción. Para ello pedían datos básicos como la fecha de nacimiento, la dirección y el DNI y el número de RUC, pero también algunos datos sobre sus trabajos como artesanos, como, por ejemplo, donde producían sus artesanías, hace cuánto tiempo lleva vendiéndolas, cuántas piezas suele producir por año y cuánto dinero gana por ello, o también el tipo de mercado al que vendía. Después de llenar esto debía llegar al correo electrónico de cada uno con la confirmación de que habían llenado el formulario para después esperar a la verificación de la inscripción. En ese momento surgió un problema ya que, a pesar que se habían creado cuentas de correo pocos días antes, la mayoría de ceramistas ya se había olvidado de sus contraseñas y usuarios, y otros los confundían con la clave SOL que está asociada al RUC. Sarita estaba terminando de atender a Juanita y cuando terminó pudo buscar entre sus apuntes las contraseñas y usuarios correctos, por lo que después de un tiempo de probar algunas opciones, pudimos entrar a sus correos y confirmar el llenado del formulario del RNA.

Con la familia de Untay Pishko, antes de empezar a inscribirse, tenían que pensar en el proyecto que iban a proponer, lo cual no habían pensado previamente con mucho detalle. Lo que sabían que querían era la adquisición de un torno eléctrico y los insumos con los que solían hacer sus piezas, que eran la arcilla y engobes y barnices naturales y artificiales. Sin embargo, el formulario de inscripción al concurso requería de todo un proyecto formulado con objetivos, presupuestos, diseño de un plan de acción, identificación de oportunidades, etc. Esto fue un problema porque, en primer lugar, habían decidido postular al concurso con RUC de persona natural, no como una asociación, ya que esta última opción requería tener algunos datos y herramientas como libro de acta y estatutos, y Sarita pensaba que inscribirlos

individualmente sería más fácil y además tendrían más posibilidades de ganar y beneficiarse en conjunto. Esto implicaba que cada uno de los miembros de Untay Pishko tenía que pensar en proyectos diferentes, que no se repitieran unos con otros y que postulen a diversas líneas para poder complementarse en caso gane más de uno el financiamiento. La segunda razón era que los requerimientos de cómo plantear el proyecto para el concurso exigía un esfuerzo importante para ellos. Imaginar y redactar un proyecto según indicadores y con partes segmentadas con un lenguaje formal y “oficial”, es un proceso que no están acostumbrados a realizar en su cotidianidad de trabajo. Además, como trabajan en familia, lo que tenían en mente era usar los fondos para implementarse de insumos para todos, por lo que hacer varios proyectos más cambiaba los planes.

Para empezar a resolver esto, decidimos empezar un proyecto a la vez, comenzando por el de Sarita. Por lo que comentaba la familia, los insumos que querían podían ser obtenidos postulando a la línea de diseño de productos. Pensamos que tenían que ver más con el proceso producto que era otra de las líneas, pero nos dimos cuenta que para ello las ceramistas debían pedir herramientas que pudieran mejorar el proceso de producción, no continuar haciendo lo mismo. Si postulaba a la línea de diseño de productos, podría obtener el financiamiento para comprar los insumos que querían con el fin de producir un producto específico. Como había estado varias semanas acercándome al trabajo de las ceramistas, ayudé a Sarita de Untay Pishko a hacer una lista de los materiales y herramientas que necesitan para producir sus cerámicas. Después, resaltamos las que Sarita y el resto de la familia identificó que más le hacía falta o le era difícil comprar. Luego tuvimos que pensar en cuánto costaba cada insumo, y para ello Juanita, que tenía más experiencia movilizándose para comprar lo necesario para hacer cerámica, nos ayudó a hacer esta tarea. Sarita de la municipalidad pensó que con eso el presupuesto sería suficiente para seguir avanzando, pero no sabía que, para obtener esos insumos, la mayoría naturales, había que hacer algunos viajes largos por tierra o en bote hasta Lamas, Yurimaguas o Yarina, además de tener que contemplar el pago a los peones que sacan las tierras de los engobes y el barro de las canteras. Juanita nos ayudó otra vez a completar esto y cuando tuvimos el presupuesto, vimos que aun podían incluir algunos insumos más ya que todavía no llegaba a los S/5,000.00.

Mientras que la familia de Untay Pishko continuaba dándole vueltas a este tema, a la vez que se esforzaban por empezar a pensar con qué otros proyectos

postularse, la atención se enfocó en Juanita. Juanita había tenido menos problemas con los trámites anteriores porque había tenido más experiencias recientes de postularse a otras convocatorias del Estado. Sin embargo, cuando llegó al momento de inscribirse al concurso, nos estancamos un rato otra vez. Juanita tenía claro que quería concursar en la línea de desarrollo de productos porque tenía en la cabeza la idea de hacer macetas de cerámica. Sarita la ayudó a redactar los primeros detalles de la propuesta, hasta que le preguntó a Juanita cuál era el elemento innovador que iban a tener las macetas. Juanita se quedó en silencio unos segundos, con un gesto de no entender exactamente qué le estaba pidiendo. Se animó a decir que las macetas iban a tener la iconografía típica de Chazuta, que no iban a ser de un solo color y nada más, pero Sarita le comentó que la iconografía era un elemento que ya todas las ceramistas agregaban a sus piezas, entonces le motivó a pensar en otra cosa. Juanita no sabía qué decir, se quedó un rato pensando. Sarita me miró a mí y me preguntó si yo podía dar una idea. Yo pensé un rato en qué podía decirle y le pregunté si nos podía contar un ejemplo, para que así quizás les diera ideas a las ceramistas de qué incluir.

En ese momento Sarita empezó a comentar lo que era una innovación y después de conversar con ella en la entrevista me dio su definición: “muchas de las veces lo vinculan con el tema de la tecnología, lo que no es, en realidad. La innovación trata de, a veces de crear un producto nuevo, o tal vez mejorar el que ya tienen” (Comunicación personal, 2023). Sarita le explicaba a Juanita que tenía que ver con la creatividad, con algo que destaque de lo que ya se hacía, que no se quedara en lo de siempre. Puso algunos ejemplos de artesanos de la costa norte del país que habían hecho algunos cambios en las formas y aspectos de las artesanías, representando alguna imagen u objeto que no solían plasmar. También se refirió a la ruta moche como un ejemplo de cómo los artesanos se habían basado en estos hallazgos arqueológicos y las culturas prehispánicas de la zona para poder representar en sus artesanías algunas figuras asociadas a estos descubrimientos.

Después de un rato de pensar entre todos los presentes alguna idea que a Juanita le pareciera realizable, pero a la vez sea innovadora, se le ocurrió proponer que las macetas no sean lisas como solían hacerlas en Chazuta, sino que tengan alto relieve y puedan ser vistas también como una escultura. A Sarita le encantó la idea, por lo que pasó a la redacción de su postulación. La idea de Sarita era anotar los principales aspectos del proyecto de cada uno para ella después llenar y corregir

detalles para que se adapten a los requerimientos de la postulación en base a su conocimiento profesional. Sin embargo, ya había pasado un buen rato desde que iniciamos esta reunión y solo dio el tiempo a recoger algunos datos sobre la propuesta de Juanita y de Sarita de Untay Pishko, por lo que Sarita de la municipalidad les indicó a los demás que fueran pensando en ideas más concretas para que en los siguientes días ella les pudiera ayudar a completar lo que faltaba, teniendo también todas las inscripciones solicitadas para el RNA confirmadas.

Yo llegué a la municipalidad a las 10 de la mañana y la sesión terminó casi a la 1:30 de la tarde. Lo que fue una reunión que Sarita planeó que durara no más de 1 hora, de 9 a 10 de la mañana, se alargó 1 hora y media más. La sesión implicó un esfuerzo mental y de energía grande para todas, pero en especial para las ceramistas, primero en relación a todos los trámites burocráticos que tenían que realizar y luego vinculado a la postulación al concurso. Antes de irse, Sarita de la municipalidad les recordó que para postularse tenían que tener una cuenta de crédito en algún banco para poder recibir los fondos si es que ganaban. Esto fue una sorpresa para la familia de Untay Pishko ya que solo 1 o 2 miembros tenían una cuenta. Abrir una cuenta requería viajar a Tarapoto y hacer un trámite más. Se fueron de la reunión un poco preocupados de ver las tareas que les faltaba realizar, además de cansados después de una larga mañana. A la 1:30 pude entrevistar a Sarita y profundizamos un poco más sobre lo que había sucedido.

3.1.4 Capacitaciones técnicas y de marketing

Durante mi estadía en el campo, uno de los temas que solía mencionarse por parte de las ceramistas cuando me contaban sobre las nuevas formas de hacer cerámica eran las capacitaciones técnicas de producción de la cerámica. Las capacitaciones técnicas de las que hablaban son talleres normalmente organizados por alianzas entre la municipalidad o la DIRCETUR con universidades, ONG o actores privados en las que ceramistas o artistas profesionales enseñan diversas técnicas para mejorar la producción de la cerámica en distintos sentidos: para agilizar y aumentar el volumen de la producción, para enseñar nuevas posibilidades de formas, imágenes o herramientas a usar, para mejorar los acabados de las cerámicas o para adecuar las piezas a la demanda turística. Aunque durante mi estadía no se realizó ninguna capacitación técnica a las ceramistas, la información que se detallará a continuación proviene de las entrevistas que realicé a las ceramistas, así como de las

fuentes de archivo que consulté, que me permitieron darme una idea de qué tipo de técnicas les enseñan y con qué objetivos lo hacen.

Como principal ejemplo, explicaré uno de los proyectos más relevantes que se realizó en el Centro Cultural Wasichay en el año 2003: El "Proyecto Chazuta, tierra de ceramistas" de la ONG Aid To Artisan (ATA). El proyecto estuvo financiado con fondos de USAID y consistía en una serie de talleres de capacitación y formación de ceramistas en busca de producir piezas para exportar a Estados Unidos. Para ello, Moisés Castro, ceramista peruano, cumplió el rol de capacitador y profesor de cerámica. Las ceramistas suelen recordar este proyecto como una experiencia muy importante y enriquecedora para su trabajo ya que les enseñaron a hacer cerámicas de mejor calidad. Lo que más resaltan las ceramistas es que en este proyecto ya no podían hacer las cerámicas como siempre las habían hecho, tenían que cambiar ciertas prácticas. William Ojanama comenta:

Ata Perú tenía así su equipo que exportó y esa experiencia nos valió para controlar la calidad, seguramente antes nuestros antiguos artesanos hacían rústica, derramado, manchadas de los engobes, entonces toda esta exportación nos ha ayudado a mejorar nuestra calidad y productividad. (Comunicación personal, 2023).

Una de las prácticas que incentivó el proyecto de ATA Perú fue la realización de nuevas formas, diferentes a las tradicionales, como las gallinitas, las vasijas con asas de pájaro y las princesas. Asimismo, se les enseñó a hacer las piezas de forma uniforme y estandarizada. Las ceramistas comentan:

En la calidad de ATA pedía que las piezas sean uniformes, sin manchas, las decoraciones exactamente como tiene el prototipo, se trabajaba con prototipo, se mandaba la foto y se aceptaba el recado y bien. Y a partir del prototipo salían varios. Y se mandaban varias piezas, el comprador decía 10, 20, 30, entonces ya igualito tienes que hacer. (William Ojanama, Comunicación personal, 2023).

Ha venido a hacer una capacitación de la cerámica, y ahí es lo que hemos aprendido ya a pulir ya, a hacer su forma regular, ya hemos sabido más mejorar ya las piezas. Y así hemos aprendido, y ahora de esa manera ya puedo hacer ya un poquito siquiera vender. (Angélica Sangama, Comunicación personal, 2023).

Para ello, las ceramistas aprendieron a trabajar con otras herramientas y métodos, como por ejemplo hacer las piezas con moldes de yeso para que salieran con la misma forma y pintarlas según un álbum de prototipos que tenían que seguir. Asimismo, en las capacitaciones de ATA las ceramistas aprendieron nuevas formas de preparar los insumos necesarios para la producción y también nuevas tecnologías para quemar las cerámicas. Luis Tapullima cuenta: “Moisés nos enseñó a preparar el barro. El barro preparábamos así colando, le colábamos y nos enseñó también a hacer en moldes de yeso, y así hacíamos, y para pegarles con barbotina, le pegábamos, y hacíamos excelente la obra” (Comunicación personal, 2023). Las ceramistas explican que, en la forma tradicional de preparar el barro, la arcilla no se colaba, sino que las mismas ceramistas iban quitándole las impurezas que encontraban con la mano. Asimismo, como parte de proyecto, se construyó en Wasichay un horno para cerámica construido por ceramistas de Chulucanas. El horno, como se verá más adelante, actualmente constituye una herramienta fundamental para la producción de las piezas y cada vez más las ceramistas buscan poder construir sus propios hornos en sus talleres y hogares.

Ángeles Tangoa cuenta que:

ya no era su horno normal, porque antiguamente las cerámicas, las tinajas, y las ollas de barro para cocinar se hacían en shuntos, con una madera en especial que era el cetico, nuestras huertas estaban de cetico y cuando quemábamos teníamos que estar cuidándonos para que no se lleven ese cetico, ahora queman con leña, pero se han modernizado un poquito más. (Comunicación personal, 2023).

El shunto es una fogata, es decir, que las cerámicas se quemaban a fuego abierto. Esto implicaba que se tenía que estar al tanto del clima, las quemas

demoraban más tiempo y el contacto directo con el fuego solían dejar manchas negras en las piezas. Con los hornos cerrados las quemadas eran más rápidas, se agiliza la producción y las piezas quedaban sin manchas que le daban el aspecto que las ceramistas caracterizan como la forma antigua de hacer cerámica, o el aspecto rústico de las mismas (Figura 9). Otra herramienta que se introdujo a raíz de una capacitación fue el torno. Como cuenta Bartra, “En 1994 llegó a Chazuta losu Goñi y Anita Martínez, ceramistas españoles que tuvieron un rol importante, pues con su presencia se introdujo el uso del torno” (2012, p. 22). Al igual que el horno cerrado, la principal ventaja que las ceramistas encuentran en el torno es que permite moldear más piezas en menos tiempo.

Figura 9

Horno cerrado del taller Yana Rumi



Fuente: Archivo personal, 2023.

Aunque el proyecto de ATA Perú realizado con las ceramistas chazutinas no tuvo como objetivo principal el desarrollo del trabajo cerámica de cara al turismo,

posteriormente las ceramistas identificaron que las capacidades de innovación y tecnificación que aprendieron en este proyecto eran también requeridas para poder vender sus piezas a los turistas. En los años posteriores han continuado yendo a Chazuta distintos ceramistas, también acompañados por especialistas en marketing y turismo para seguir enseñando prácticas técnicas vinculadas a fortalecerse ante las demandas de nuevos consumidores turistas. Algunas de las mencionadas por las ceramistas han sido llevadas a cabo por la Universidad César Vallejo, la Universidad Nacional de San Martín y algunas iniciativas de personas particulares.

Algunos temas que han solido tocarse en diversas capacitaciones para mejorar la venta de cerámicas a los turistas han sido la incorporación del nombre del distrito en las piezas de cerámica, la ausencia de manchas y grietas en las piezas, la producción de piezas pequeñas que puedan transportarse más fácilmente y el fomento de la tecnificación del trabajo productivo que permita hacer más volumen de piezas en menos tiempo. Consolación menciona sobre los aprendizajes en estas capacitaciones:

han venido a capacitar acá en mi casa para capacitar a todos los emprendedores, para poder vender al turista, para mejorar la venta, para pasar por control de calidad, eso venían. Que nuestras piezas estén bien hechas, bien trabajadas, para que tengan más perfección ... que las obras sean bien acabadas, que no tengan fallas (Comunicación personal, 2023).

Asimismo, Juanita Pizango comenta: “En las capacitaciones nos enseñan a mejorar la calidad...Para hacer con relieve, ponerle otras cosas a la cerámica. Haces una tinaja y le pones otras cosas. Otros detalles” (Comunicación personal, 2023).

Además de las capacitaciones técnicas, en Chazuta se han realizado también diversas capacitaciones orientadas directamente al turismo, enfocadas ya no en la producción misma de la pieza, sino en ciertas capacidades y requerimientos que las ceramistas deben cumplir para poder atender a las demandas turísticas. Consolación cuenta que especialistas de marketing de la Universidad Cesar Vallejo hicieron una capacitación en el 2022 para mejorar las prácticas de los emprendedores, donde, por ejemplo, les enseñaban formas adecuadas para recibir a los turistas a sus locales de venta. Asimismo, Juan Yaicurima menciona que en las capacitaciones les han enseñado a no exagerar los precios de las cerámicas solo por pensar que por ser

turistas están dispuestos a pagar más por las piezas: “cuando nos capacitan nos explican eso pues, a los turistas no vale exagerar en costos...no debes hacer eso” (Comunicación personal, 2023). Asimismo, Juan comenta que en las capacitaciones también les enseñan a realizar algunas prácticas para generar un enganche con los turistas, por ejemplo: “De 10 cosas que te han comprado, uno deben regalarle. Entonces ellos se alegran. Si son 5, le regalas, desde 5 debes regalarles” (Comunicación personal, 2023).

Otro de los temas a tratar en las capacitaciones gira en torno a la creación de marcas de ceramistas individuales o de asociaciones, las cuales incluyen la creación de logos, empaques y una línea visual que acompañe toda la producción. Consolación explica que en una capacitación dirigida por especialistas de marketing le enseñaron sobre este tema:

Nos enseñan que la gente sepa de quien es la cerámica, quién lo hace, eso nos lo enseñan. En primer lugar, toda obra tiene que tener marca, su nombre del artista. Para que sepan quién lo ha hecho y de paso le buscan, si al cliente le gusta, lo busca quién lo ha hecho. (Comunicación personal, 2023).

Asimismo, Consolación Ríos cuenta:

A raíz de estas capacitaciones, por ejemplo, cuando nos hacen pedidos, nos dicen “yo quiero que me hagas tal frase acá”, ya, le digo, pero también va nuestra marca. Hay muchos que quieren apropiarse, quieren vender el trabajo los revendedores. Le ponen ya su nombre y su marca, y eso no lo deben hacer. Le pueden poner su marca, pero también de nuestra marca. (Comunicación personal, 2023).

Los actores locales e institucionales vinculados al desarrollo del turismo local suelen buscar alianzas para realizar estas capacitaciones que actualmente son una de las acciones más comunes a incorporar dentro de sus agendas de trabajo. Claribel Chujutalli menciona que hubo una capacitación del MINCETUR en la que los representantes evaluaron los emprendimientos y talleres del distrito:

Ellos dicen qué tanto tus emprendimientos, que tal servicio tienen, y fuimos emprendimiento por emprendimiento, cómo se expresan, cómo se venden, y ahí nos dimos cuenta, hubo falencias. Ustedes en su misma tienda pueden hacer su circuito, y eso ya es una venta y un plus, decían. Tú tienes que mostrar. (Comunicación personal, 2023).

Sarita de la municipalidad, en la misma línea, explica que:

en el plan de trabajo ya tenemos programado un plan de fortalecimiento de capacidades, un programa de capacitación para ellas [ceramistas]. Entonces espero que, a través de ello, no se va a poder lograr todo, pero de una u otra manera aportar un poco al menos para que mejoren el tema de sus productos y sean más innovadores. (Comunicación personal, 2023).

3.2 Prácticas y discursos para producir ceramistas con cultura turística: Analizando las dinámicas de desarrollo turístico en Chazuta

A partir de los 4 eventos narrados he podido identificar un conjunto de discursos y prácticas sobre la producción de cerámica de cara al turismo que analizaré más a detalle en esta sección. Para empezar, los casos evidencian que dentro de las dinámicas del desarrollo turístico local es muy relevante producir un determinado discurso sobre aquello que se quiere promocionar. Cánepa argumenta en su texto que el neoliberalismo es un régimen cultural, en el sentido que es una racionalidad gubernamental que busca la creación de sujetos determinados a través de repertorios culturales que giran alrededor de recursos performativos y discursivos (2020). Asimismo, postula que los sujetos protagonistas de este régimen son definidos a través del concepto de “homo performance”, como un sujeto entrenado en el dominio de repertorios escénicos que operan como tecnologías de autogobierno en busca de configurar subjetividades emprendedoras congruentes con una racionalidad neoliberal (2020).

En los eventos mencionados, en especial en el taller de elaboración del producto turístico, se puede evidenciar cómo es que constantemente se pide y motiva

a los asistentes a que piensen en la actividad turística a impulsar alrededor de un discurso que tenga ciertos elementos. Los términos de concepto turístico y vocación turística hacen referencia a la producción de un discurso que destaque aquellos elementos que pueden llamar la atención del consumidor, en este caso, del turista, sobre un determinado producto o destino turístico. Los elementos que caracterizan este discurso pueden asociarse con las técnicas de marketing y publicidad que en las últimas décadas se han vuelto disciplinas centrales en la formación de una tecnocracia global que moldea las naciones contemporáneas a través del manejo de “los lenguajes, saberes y herramientas propios de estas disciplinas” (Lossio y Cánepa, 2019, p. 12). Pero a su vez, estas disciplinas son también centrales en la creación de sujetos funcionales a la gubernamentalidad neoliberal a través de la exigencia de adquisición de repertorios escénicos y expresivos que se branderizan para poder instrumentalizarse como tecnologías de gobierno (Cánepa, 2020).

De esta forma, se puede decir que la dimensión discursiva resulta primordial en la configuración de la actividad cerámica de cara al turismo en Chazuta, lo que puede observarse en las diversas dinámicas realizadas en las reuniones y talleres que forman parte de las agendas de los actores institucionales ligados al turismo local. Estas dinámicas motivan a que, en este caso, las ceramistas, piensen su trabajo de una forma distinta a la cotidiana, teniendo como objetivo la satisfacción de la necesidad del turista de encontrar lo que busca en este trabajo. Para ello, las ceramistas tienen que vender su trabajo al turista, pero no solo las piezas en sí mismas, sino también el discurso que envuelve a estos objetos; como dijo Juanita, “contar una historia vende”. Los lenguajes, saberes y herramientas del marketing, la publicidad y el branding, orientadas a la demanda turística, son necesarios para poder producir esa dimensión discursiva que acompaña las piezas cerámicas.

Habiendo explicado la relevancia que tiene el aspecto discursivo en la configuración de la actividad cerámica de cara al turismo, detallaré dos elementos característicos de estos discursos que funcionan como estrategias para atraer al turista. En primer lugar, está el aspecto que caracteriza el contenido del discurso, que es la relevancia de destacar el aspecto ancestral de la cerámica chazutina. Diversos autores han escrito sobre cómo la cultura y la etnicidad se mercantilizan para ser usados como recursos y estrategias para poder obtener diversos beneficios como Yúdice (2002), Comaroff y Comaroff (2009) y Chaumeil (2009). En el escenario del turismo, la forma de adecuar lo cultural y lo étnico se vincula con la demanda y

necesidad que tienen los turistas de tener experiencias cercanas con lo “exótico”, como también de preservar el patrimonio cultural material e inmaterial expuestos al riesgo de desaparecer; es decir, de poder seguir generando ganancias del turismo llamado “alternativo”, “de aventura” o “cultural”, sin perder lo “ancestral” en el contacto entre los turistas y las personas visitadas.

Esto puede verse en las agendas compartidas entre la UNESCO y la OMT que orientan a las naciones a seguir los lineamientos que plantean. La OMT explica que actualmente hay una mayor demanda turística por conocer y consumir cultura, “especialmente como manifestación de la identidad local frente a la globalización” (2016, p.19). Además, menciona que esta demanda se vincula con la “sed de experiencias de los consumidores posmodernos” y el “deseo de crear una narrativa, una biografía y una identidad” (2016, p. 22). Asimismo, desde las instituciones del Estado que se alinean a estos mandatos como el MINCETUR y el MINCUL, se promueve destacar este tipo de aspectos para poder adaptar el trabajo artesanal con la demanda turística. Por ejemplo, en el Manual de Adecuación Turística de Talleres Artesanales, el MINCETUR incentiva a que los trabajadores artesanales creen un mensaje de promoción para atraer al turista y señala elementos que recomienda destacar en este discurso como “nuestro compromiso con la autenticidad de nuestras tradiciones plasmada en nuestras obras” (2021, p.108) o “Develar el misterio y la magia de nuestros diseños e iconografías de origen ancestral” (2021, p. 109).

En esta línea, diversos autores hablan también de cómo en el escenario del auge del turismo y el crecimiento de la oferta turística en relación a experiencias de contacto con lo cultural y lo “étnico”, la “ancestralidad” y la “autenticidad” se vuelven conceptos clave. Chaumeil explica al respecto: “el argumento de la autenticidad, de lo «auténtico», muy ligado a la actividad turística por cierto, lleva a la definición de lo que sería, según los propios términos de los interesados, el «verdadero» indígena o el «nativo de verdad»” (2009, p. 66). El caso de la fiesta de Paucartambo es analizado por Cánepa para entender cómo la etnicidad se formula como un campo de disputa por las personas que participan en la fiesta, e identifica cómo la autenticidad de las danzas de la celebración viene siendo reclamada por los que festejan la fiesta en Lima a través del argumento de la historicidad:

[Los danzantes en Lima] argumentan que las danzas en Paucartambo están siendo tergiversadas por las nuevas generaciones que ya no las

conocen, y que es en Lima donde aún se baila la versión auténtica. Este argumento, que recurre a una autenticidad entendida como continuidad en el tiempo, legitima danzas que están siendo bailadas fuera del “lugar de origen”. (2002, p. 286).

En Chazuta, la “ancestralidad” es el término más usado entre los actores involucrados en el desarrollo turístico para resaltar la experiencia cultural a ofrecer a los turistas y que hace referencia al hacer una verdadera práctica artesanal. Por ejemplo, Deivis explica que “en Chazuta hay un montón de artesanos de verdad, ancestrales, tradicionales” (Comunicación personal, 2023). En el taller de elaboración del producto turístico vimos como la vocación turística del destino Chazuta resaltaba este aspecto. Asimismo, las ceramistas identifican con facilidad que lo que les interesa a los turistas de su trabajo es que se mantengan sus técnicas ancestrales de producción. Al respecto, la Ceramista Magdalena Tapullima comenta: “A los de afuera les interesa, les atrae. Lo que les atrae es de antes, los ancestros, reconocer lo que antes usaban y llevar ese recuerdo de cuando no había cosas, por ejemplo, lozas, plásticos, ese recuerdo les atrae” (Comunicación personal, 2023). Asimismo, en la reunión para elaborar el Plan de Desarrollo Concertado de Chazuta hacia el 2030, el especialista invitado hace referencia a que lo artesanal de la cerámica le da una “mística” que no hay que perder.

El constante resalte de lo ancestral, lo “místico” y lo artesanal en los discursos sobre la cerámica chazutina de cara al turismo, se complementa con el segundo aspecto recurrente de estas narrativas y habla de la forma que toman, que es la innovación. La innovación es identificada por Cánepa como parte de la moralidad y las capacidades que debe tener el “homo performance” para responder los requerimientos de un sistema neoliberal (2020). Asimismo, Florida argumenta que la creatividad individual está siendo cada vez más valorada en el sistema económico actual y explica que “el conocimiento y la información son simplemente las herramientas y los materiales de la creatividad. La innovación, ya sea en forma de un nuevo artefacto tecnológico o de un nuevo modelo o método de negocio, es su producto” (2012, p.30).

La innovación, como lo explicó Sarita, está vinculada al ejercicio de la creatividad, de hacer algo diferente o mejorar lo que ya se hacía antes. En los talleres

y reuniones, no solo se reconocía por parte de las ceramistas y los actores institucionales que en Chazuta habían innovado con la cerámica, sino que también se motivaba a pensar su trabajo de forma innovadora, formulando un discurso llamativo y creativo. Es decir que, en la cerámica chazutina, la innovación es a la vez una capacidad que deben tener las ceramistas con respecto a la producción de sus piezas, pero también una forma de pensar y presentar su trabajo ante las nuevas demandas del mercado turístico. La innovación es una de las habilidades identificadas por los actores locales e institucionales vinculados al turismo en Chazuta que debe potenciarse. Por ejemplo, el MINCETUR promueve en el Manual de Adecuación Turística de Talleres Artesanales estrategias de atracción y fidelización de clientes turistas como el storytelling, que tiene como objetivo “lograr una comunicación persuasiva con tus clientes, es decir, que logres conectar emocionalmente con tu público contando una historia que los emocione y que ponga en valor tu producto, negocio o marca” (2021, p. 111). Asimismo, la presidenta del CGT-CH, hablando sobre el tema de la innovación y lo que les enseñaban en las capacitaciones me comenta:

Tú tienes que mostrar lo que haces. A raíz de eso tuvimos una capacitación con la universidad UPeU de Tarapoto con los de marketing. Poco a poco nos vamos culturizando en turismo. Ya no es solamente que uno viene y se va, ya no es solo eso. Además, los que hemos salido de Chazuta, vemos cómo te tratan, a Chazuta entonces le falta eso. (Claribel Chujutalli, Comunicación personal, 2023).

La dimensión discursiva de la innovación, es decir la forma novedosa, creativa y mejorada de presentar y vender su trabajo al turista, es identificada como algo que falta desarrollar en Chazuta y que las ceramistas aún no han incorporado a su trabajo. Además, es identificada como una habilidad discursiva que es más fácil de obtener si has tenido la oportunidad de vivir en afuera, sobre todo en capitales más urbanizadas.

En mi caso también he salido de acá muy jovencita, fui a Tarapoto y luego en Lima, y a veces nosotros somos más cancheras, a veces un tema que ha sido una barrera para nosotras es el tema de que la gente está muy sensible todavía. Yo puedo hablar contigo así rápido, pero ellas no, por

ejemplo, en un evento le decimos “pinte bonita, venda bien, muestre”, ellas piensan que es por mala...Pero no lo hacemos por herirlas (Claribel, Comunicación personal, 2023).

Los discursos presentes en las dinámicas locales de desarrollo turístico sobre la cerámica de cara al turismo, van de la mano de la introducción de una serie de prácticas mediante las cuales circulan estos discursos y se les enseña a las ceramistas aquellas habilidades y saberes que deben aprender para mostrar mejor su trabajo y producir mejores piezas. Las prácticas que he identificado son las capacitaciones, los concursos institucionales y los talleres participativos, que, aunque pasaré a explicar cada una por separado, las 3 se encuentran relacionadas en tanto suelen tener una fuerza normativa similar que orienta a las ceramistas a pensar, realizar, y presentar su trabajo a través de dinámicas participativas guiadas por las agendas de organismos internacionales, exigencias para poder acceder a ciertos apoyos y la introducción de herramientas y capacidades que garantizan un mejor posicionamiento de cara al turismo.

Para empezar, una de las prácticas que se ha vuelto más común en el trabajo de las ceramistas es la de los concursos institucionales. Cada año se esperan las convocatorias del MINCUL y sobre todo del MINCETUR que buscan financiar proyectos vinculados al trabajo artesanal, así como las charlas informativas que organiza la municipalidad sobre los mismos. Los concursos se han vuelto la forma primordial por la que las ceramistas acceden a apoyos y contactos con los ministerios mencionados y aquellas que han podido obtener el financiamiento, han podido ir implementándose de herramientas y tecnologías para sus talleres productivos o han podido generar ingresos de ventas de productos que luego invirtieron en sus talleres.

Sin embargo, como hemos visto, los concursos no son un trámite fácil y requiere movilizar esfuerzos importantes de parte de las ceramistas. Para empezar, es necesario que las ceramistas realicen trámites de formalización como sacar un RUC, registrarse en el RNA y tener cuentas bancarias, lo cual implica llenar formularios, manejar lenguajes formales y burocráticos y tener acceso y familiarización con el uso de computadoras. La postulación al concurso también implica que las ceramistas piensen en propuestas que se adecuen a los requerimientos y conceptos que manejan los actores institucionales, definiendo objetivos, planes de acción, presupuestos, indicadores de evaluación, etc. Además, como hemos visto, estos concursos suelen

exigir a las artesanas que piensen en sus trabajos de forma innovadora, por lo que tienen que pensar en elementos que cambien la forma usual de producir las cerámicas.

La innovación es una exigencia para postular a los concursos y a la vez es un criterio de evaluación de los mismos. Si vamos a las bases de postulación del concurso Somos Artesanía, vemos dentro de las exigencias de postulación de cada proyecto frases como “incorpora mejoras e innovaciones en el diseño y desarrollo de productos artesanales”, “incorpora herramientas y mejoras tecnológicas que eleven la productividad” o “desarrolla acciones novedosas para promocionarlas y comercializarlas al público objetivo” (2023, p. 8). Las habilidades y saberes exigidos en estos concursos no son manejados por todas las ceramistas; al contrario, como explicaré más adelante, son la minoría de ceramistas en Chazuta las que han podido llegar a postular y beneficiarse de estos concursos, y las que lo han logrado, han solido tener apoyos de profesionales que sí manejan estos lenguajes y habilidades y han asesorado y acompañado los trámites necesarios a realizar. De esta forma, vemos como este tipo de saberes y habilidades son exigidas por los actores institucionales, de modo que resultan normativas y moldean un prototipo de artesana en tanto resultan condicionantes para poder acceder a sus apoyos y beneficios.

En segundo lugar, las capacitaciones son también una de las prácticas instauradas alrededor del trabajo de la cerámica chazutina de cara al turismo. La definición que hace Dangelo sobre las capacitaciones en el caso de la comunidad campesina de Chahuaytire, Cusco, resulta oportuna para entender el caso chazutino:

Las capacitaciones son una transmisión de conocimiento por parte de los capacitadores hacia los comuneros basado en la autoridad que estos tienen por su posición en relación al mercado turístico...Por lo que pude observar, las diferentes capacitaciones, finalmente se complementan para moldear las interacciones entre turistas y comuneros en Chahuaytire. (2020, p.56).

Del mismo modo, en Chazuta las ceramistas suelen asistir a capacitaciones orientadas a incorporar innovaciones técnicas, pero también formas adecuadas de mostrar su trabajo al turista. Las capacitaciones buscan que el trabajo de la cerámica

se adecue a las demandas del turismo y responden también a las exigencias institucionales de mejorar la calidad y la venta de la producción artesanal en el Perú.

Del lado técnico, se ha buscado introducir formas de producción que agilicen el proceso productivo, aumenten el volumen de producción y eviten producir piezas con “malos acabados”. Asimismo, se busca introducir a las piezas ciertos marcadores visuales como el nombre de Chazuta en alguna parte de las obras o el nombre de la marca de la ceramista o la asociación que la ha producido. Es importante mencionar que el MINCETUR tiene un conjunto de acciones y reconocimientos dirigidos a los artesanos orientados a fomentar la excelencia técnica de la producción. La nueva ley del artesano del 2022 contempla dentro de los lineamientos estratégicos “Programas completos de capacitación y asistencia técnica para los artesanos y sus asociaciones, con el objetivo de mejorar la competitividad y adecuar su producción a los estándares de calidad, y productividad que exige el mercado internacional” (2022, MINCETUR, p. 7). Asimismo, el MINCETUR brinda el reconocimiento de Normas Técnicas Peruanas (NTP) a los artesanos que evidencian la mejora e innovación de las técnicas productivas.

Del lado de las formas de mostrar el trabajo a los turistas, se suele fomentar la capacidad performativa o creativa para presentar discursivamente el trabajo a los turistas y la incorporación de buenas prácticas de venta como regalar piezas según el número de obras vendidas o mantener precios cómodos. El concepto de buenas prácticas también es definido y reconocido por el MINCETUR a través del Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas (SABP) que busca “introducir al prestador de servicios turísticos en procesos de mejora continua de la calidad, mediante la aplicación de buenas prácticas de gestión, diseñadas específicamente para cada tipo de servicio” (MINCETUR). En este caso, los capacitadores suelen ser especialistas de marketing, publicidad o turismo que suelen usar los términos y lenguajes de sus especialidades vinculadas a la creación de marcas, el cambio y el progreso para poder desarrollar sus negocios.

Por último, están las prácticas de las reuniones participativas organizadas por diversos actores institucionales que buscan incluir a las ceramistas en los procesos de diseño de productos o planes vinculados al desarrollo turístico. Tanto el Plan de Desarrollo Concertado de Chazuta, como la elaboración de Productos Turísticos se materializaron en Chazuta a través de la convocatoria a reuniones abiertas a los interesados para que puedan aportar sus puntos de vista con el objetivo que los

productos resultantes sean democráticos e inclusivos. En ambos casos, los manuales institucionales de elaboración de estos productos, el primero a cargo del Centro Nacional de Planeamiento Estratégico y el segundo a cargo del MINCETUR y la OMT, incluyen dentro de sus procesos una etapa de discusión colaborativa y participativa con la sociedad civil en busca de garantizar el diálogo, la democracia y la descentralización de estos procesos.

Sin embargo, esto no quiere decir que las dinámicas participativas planteadas en estas reuniones sean neutrales, sino que más bien están organizadas bajo una serie de conceptos, lenguajes y técnicas que responden a la forma en la que el turismo y la cultura viene siendo planteada desde organismos internacionales y estatales. En la reunión de elaboración de productos turísticos vemos como se invita a que las ceramistas entiendan y les den contenido a conceptos como “vocación turística”, “concepto turístico”, “producto turístico”, entre otros términos que ya presuponen una forma particular de entender la cultura como un recurso a gestionar y adecuar a las demandas de los nuevos consumidores turistas. Asimismo, en la reunión del Plan de Desarrollo Concertado distrital hacia el 2030 vemos como gran parte de la sesión se ocupó para hablar de la forma en la que la cerámica puede ser orientada para atraer la demanda turística, destacando que la “misticidad” que la da el carácter ancestral de la cerámica es algo que atrae y que no se debe perder. De esta forma, las reuniones participativas de los actores institucionales también ponen sobre la mesa maneras particulares de pensar y hablar de la cerámica que suelen estar asociadas con los lineamientos de organismos internacionales y responden al conjunto de saberes, conceptos y técnicas del marketing y la publicidad adaptadas a las demandas del turismo.

Las prácticas y discursos sobre el trabajo de la cerámica chazutina de cara al turismo analizados en esta sección pueden englobarse bajo el término de la “cultura del turismo”. Este término surgió en una de las entrevistas que realicé a la presidenta del CGT-CH y era recurrente en las conversaciones informales con ella y otros chazutinos involucrados en las dinámicas del desarrollo turístico. Cuando le pregunté a Claribel a que se refería con “cultura del turismo”, ella me lo explicó con un ejemplo:

Por ejemplo, ¿qué vas a decir de ese producto? Por ejemplo, una tinaja, ¿qué más le llama al turista? Bueno, ahí dices “Chazuta, patrimonio cultural de la artesanía, elaborado con la mano de mujeres”. Ya una lo

puede hacer, pero hay algunos que no tienen eso...nos falta educarnos en la cultura turística. Acá en este barrio, por ejemplo, han hecho algo, pero no van a mostrar o vender como solemos hacer, hay que prepararse para generar un impacto, para atraer. Eso es un poco de la brecha acá. Tenemos todo acá, simplemente que eso de cultura turística nos falta...Yo quisiera tener la habilidad de hacerles entender que eso falta, porque ellos dicen “mucha capacitación”, pero es necesario ir a las capacitaciones y las reuniones. (Comunicación personal, 2023).

La “cultura turística” es explicada en esta cita como una serie de prácticas y habilidades discursivas que las ceramistas chazutinas deben incorporar para satisfacer las necesidades y demandas de lo que un turista y potencial consumidor quiere escuchar y comprar, produciendo a través de ellas un valor en esta actividad que antes no tenía. Claribel se refería a esta “cultura turística” como un saber promocionar, vender o mostrar ante el turista de forma innovadora, así como la costumbre de asistir y participar en prácticas de capacitación y reuniones institucionales. Pude identificar que este término también es usado por los actores institucionales vinculados al desarrollo del turismo local. El MINCETUR define en el PENTUR que la cultura turística es la

expresión del sentimiento de pertenencia de la población a una colectividad (a través de su historia, tradiciones, danzas, costumbres, lenguas y organización social comunes), fomentando la identidad nacional y el orgullo, la participación y el empoderamiento de la población local en la actividad turística, en su calidad de comunidad anfitriona. (MINCETUR).

El desarrollo de la “cultura turística” se plantea como un interés del Estado que, a través de indicadores, permiten evaluar la gestión efectiva del turismo a nivel nacional. La OMT, a su vez, fomenta modelos de gobernanza que cumplan con una eficacia directiva, definida como capacidades y recursos institucionales “que ayudan a llevar a cabo los procesos de definición de objetivos y búsqueda de soluciones y oportunidades para los agentes interesados, así como por las herramientas y medios

que se ofrecen para su ejecución conjunta” (OMT). En ese sentido, retomando los argumentos de Cánepa y Lossio, la “cultura turística” que se busca desarrollar entre las ceramistas chazutinas tiene una fuerza normativa vinculada a la forma en la que el neoliberalismo gobierna a través de la creación de sujetos que dominen los lenguajes y repertorios performativos que respondan a los mandatos y agendas de los actores institucionales vinculados al turismo y la cultura y que participen voluntariamente en los espacios de actividad turística. Esta idea puede expresarse en la forma en la que Claribel se refiere a la cultura turística como una noción de ciudadanía que progresa: “Cuando más te capacitas, cuando más te educas, más creces como empresaria, persona, ciudadana” (Comunicación personal, 2023).

3.3 Balance del capítulo

En este capítulo he analizado los discursos y prácticas presentes en las dinámicas de desarrollo turístico local sobre la actividad cerámica chazutina de cara al turismo a partir de 4 casos representativos. Me pareció importante analizar estas dinámicas ya que, como expliqué previamente, el turismo en Chazuta, antes que ser una actividad relevante a nivel económico, se introduce a través prácticas y discursos concretos que reúnen a las ceramistas chazutinas con los demás emprendimientos y negocios que pueden beneficiarse del turismo, pero también con los actores institucionales vinculados al turismo a distintas escalas. Así, es a través de estas dinámicas que se introducen las formas actuales de pensar y presentar el trabajo de la cerámica como una actividad potencialmente atractiva para los turistas.

Los concursos, las capacitaciones y las reuniones participativas son prácticas presentes en estas dinámicas de desarrollo turístico local que se han vuelto parte de la cotidianidad de la vida de las ceramistas, las cuales han sido instauradas a través del Estado y que puede extenderse hasta la OMT y la UNESCO. En estas prácticas circulan una serie de discursos sobre la cerámica chazutina como actividad dirigida y adecuada a las demandas del mercado turístico tanto en su forma como en su contenido, que deben ser aprehendidos por las ceramistas para poder pensar, mostrar y vender mejor sus trabajos. Estas prácticas y discursos que se instauran en Chazuta son desarrolladas con una fuerza normativa orientada a crear un prototipo de ceramista educada en la “cultura del turismo”.

Se puede decir que esta ceramista debe estar formalizada y ser reconocida por el Estado, debe saber manejar los lenguajes, conceptos y tecnologías del mismo, es

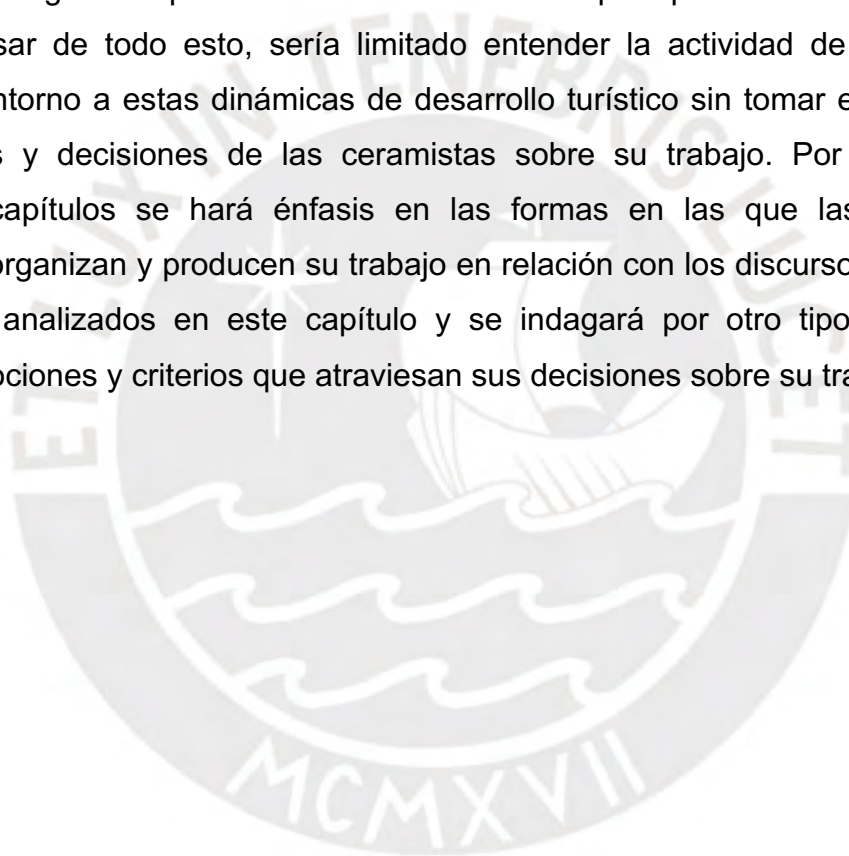
capaz de pensar su trabajo de forma innovadora y creativa, y tiene las habilidades para satisfacer al turista en sus deseos de comprar una cerámica con buenos acabados, pero a la vez de consumir una historia presentada de manera innovadora y performativa sobre el carácter ancestral de esta práctica. Una ceramista educada en la “cultura del turismo” no es solamente una artesana mejor posicionada de cara al turismo, sino que también se adecua al homo performance, definido por Cánepa como el sujeto protagonista del sistema neoliberal actual y que, por lo tanto, se adecua más al prototipo de ciudadano que busca producir para poder gobernar. Asimismo, la ceramista con “cultura turística” es capaz de crear un valor nuevo e intangible a su práctica que no tenía antes, por lo que puede posicionarse de forma ventajosa dentro del escenario local.

Hasta el momento, el análisis que he presentado sobre la actividad de la cerámica de cara al turismo se ha enfocado en una entrada desde los mandatos y formas de gobierno que se vienen planteando desde los actores institucionales que promueven las agendas estatales sobre el desarrollo del turismo y la cultura. En ese sentido, la falta de “cultura turística” que tienen las ceramistas chazutinas al no encajar del todo en el prototipo de artesana deseada, se lee desde estos actores como limitaciones y falencias al no haber logrado cumplir e incorporar esas prácticas y discursos que buscan adecuarse a la demanda del mercado turístico. Como se mencionó en el estado de la cuestión, esta idea es mencionada por Espinosa en su texto sobre la relación de las comunidades amazónicas con los actores institucionales vinculados al turismo. En su texto menciona que muchas veces se suele interpretar la falta de éxito de los planes de promoción del turismo local por la falta de capacidades de las personas de las comunidades de gestionar esta actividad, lo cual alimenta la idea de que las personas de la amazonia son ignorantes o que no se esfuerzan lo suficiente (2017, 129).

Sin embargo, no se toma en cuenta el contraste entre las metas y valores que se buscan incorporar desde las dinámicas de desarrollo turístico descritas, con la realidad social, cultural y económica de las ceramistas. Esto tiene que ver con que la incorporación de esta “cultura turística” requiere esfuerzos por parte de las ceramistas, las cuales deben saber utilizar lenguajes técnicos, formales, y especializados, así como acceder y manejar herramientas tecnológicas, hacer trámites, algunos por los que hay que pagar, además de saber pensar e imaginar su trabajo según las exigencias de los actores institucionales. Además, como se ha mencionado

previamente, no hay que olvidar que todos estos discursos y prácticas mencionados, por más que es la actividad cerámica la mejor posicionada de cara al turismo, no tienen más de 20 años instaurándose en Chazuta y que antes de ello, la cerámica solía practicarse de manera diferente en la cotidianidad. En este sentido, las promesas vinculadas a la adquisición de la “cultura turística” reproducen también desigualdades sociales en tanto las ceramistas muchas veces no encuentran los recursos materiales necesarios para desarrollarse como este prototipo deseado de artesanas, y tampoco se toma en cuenta la forma en la que las ceramistas vienen desarrollando esta actividad dentro de un contexto social y cultural propio que no siempre concuerda con los planes configurados por los actores institucionales para promover el turismo.

A pesar de todo esto, sería limitado entender la actividad de la cerámica chazutina entorno a estas dinámicas de desarrollo turístico sin tomar en cuenta las experiencias y decisiones de las ceramistas sobre su trabajo. Por ello, en los siguientes capítulos se hará énfasis en las formas en las que las ceramistas chazutinas organizan y producen su trabajo en relación con los discursos y prácticas descritos y analizados en este capítulo y se indagará por otro tipo de valores, prácticas, nociones y criterios que atraviesan sus decisiones sobre su trabajo.



Capítulo 4: Familia, trabajo, hogares y asociaciones: La organización del trabajo de la cerámica en Chazuta

Para explicar y analizar de qué forma las dinámicas del desarrollo turístico local dan forma a la actividad de la cerámica chazutina, empezaré explicando la dimensión organizativa de este trabajo. La organización incluye la forma en la que las ceramistas han decidido agruparse para trabajar en base a ciertos criterios, qué implicancias tiene trabajar en agrupaciones, en qué espacios suelen realizar su trabajo y cómo manejan la gestión interna como los ingresos, las cuotas de pago y los horarios de trabajo. Analizaré de qué forma estas decisiones sobre la organización del trabajo se vinculan con la organización social mayor que configura la vida cotidiana de las ceramistas en Chazuta, así como con las nuevas dinámicas vinculadas al desarrollo turístico.

Para ello, voy a presentar a las agrupaciones actualmente activas que trabajan la cerámica en Chazuta: la Asociación de Ceramistas de Chazuta, la Asociación de Artesanos Productores de Chazuta - Rescatando Nuestra Cultura, Artesanía Emita, Artesanía Cholita, Untay Pishko y Arawillo. A lo largo del capítulo explicaré cómo se expresan las diversas dimensiones sobre la organización del trabajo en cada agrupación para poder identificar similitudes y diferencias. Es importante mencionar que, además de estas agrupaciones, hay más personas que hacen cerámicas para el uso doméstico o para la venta, pero de manera más esporádica y no tienen a la cerámica como una actividad económica importante para los ingresos familiares. La idea de agruparse implica de por sí la intención de trabajar de manera más regular y con la expectativa de tener un mayor alcance de ventas. Por este motivo, decidí centrarme en estos 6 grupos para poder identificar de qué forma los discursos y prácticas de las dinámicas de desarrollo turístico da forma, en este caso, a la dimensión organizativa del trabajo cerámico.

4.1 Las agrupaciones de ceramistas en Chazuta

4.1.1 Asociación de Ceramistas de Chazuta – Wasichay

Como mencioné en el capítulo 2, la Asociación de Ceramistas de Chazuta fue la primera agrupación de ceramistas creada en el distrito en el año 1993. En Chazuta las personas suelen referirse a esta asociación como el Wasichay, por lo que de aquí en adelante me referiré a esta asociación por ese nombre. Ya pude explicar gran parte del proceso de creación de esta asociación así que añadiré algunos detalles que complementarán esta trayectoria. Cuando se creó la asociación de Wasichay, gran

parte de las ceramistas asociadas eran señoras mayores, las cuales son consideradas como la primera generación de ceramistas del distrito. Con el paso del tiempo, parte de estas socias han fallecido y otras se desasociaron para trabajar en otras actividades o crear sus propias agrupaciones de ceramistas, por lo que los miembros del Wasichay se han renovado constantemente a lo largo de sus 30 años de existencia.

Mientras realicé mi trabajo de campo, el presidente de esta asociación era el señor William Ojanama que tiene 45 años de edad, y además de él, hay 7 miembros activos más: Ruth, Auraluz, Olga, Próspero, Maritza, Helen y Sivelí. Todos los miembros activos del Wasichay, menos el señor Próspero y la señora Olga, son familia directa o indirecta. Esta asociación es la única que trabaja en un espacio específicamente construido para la producción de cerámica, que es el Centro Cultural Wasichay, por lo que es el taller mejor implementado en el distrito, teniendo a disposición de los socios herramientas importantes como el torno y los hornos cerrados. Wasichay cuenta con varias salas dedicadas a distintos fines. El lugar más amplio es donde las ceramistas moldean las piezas, en las que hay mesas largas donde trabajan. Además, tiene un espacio dedicado a las quemas donde se encuentran los hornos cerrados y donde ocasionalmente arman shuntos para quemas a fuego abierto. Asimismo, cuenta con un cuarto con varios estantes donde colocan las piezas que aún no están terminadas y al costado un lugar donde preparan el barro y lo dejan reposar. Cuentan también con un cuarto dedicado a la exhibición de las piezas en venta. Esto además de los otros espacios del Centro Cultural que son las dos salas dedicadas a la exhibición de los hallazgos arqueológicos de piezas de barro y un área extensa donde se realizan actividades y eventos de distinto tipo.

Wasichay tiene un horario de trabajo definido. El primer turno de mañanas es desde las 9 de la mañana hasta las 12 del mediodía, luego se cierra para dar tiempo de descanso y de almuerzo, y se regresa para el turno de la tarde desde las 2 hasta las 5 de la tarde aproximadamente. Trabajan de lunes a sábado, pero ocasionalmente también trabajan los domingos. La asistencia al taller para trabajar no es una obligación de los miembros, sino que funciona abiertamente para los socios. Sin embargo, como asociación si tienen ciertas normas y reglas a cumplir por parte de los socios. Por ejemplo, una fuente de ingresos de la asociación viene del uso del horno. Por cada quema del horno se tienen que pagar 10 soles. Si en una quema más de una ceramista usa el horno para quemar sus piezas, los 10 soles pueden repartirse

entre quienes están quemando. El uso del horno no es exclusivo de los socios del Wasichay, sino que es abierto y cualquier persona que desee usarlo puede hacerlo siempre y cuando cumpla con el pago.

Asimismo, los socios aportan una cuota mensual para poder generar un fondo común como asociación que también les da el pase para poder usar el taller y vender sus piezas en la tienda de Wasichay. Además de esto, la asociación también obtiene ingresos de las visitas guiadas que se realizan por las salas museo para ver la exhibición de los hallazgos arqueológicos a un precio de 5 soles. Yo pude hacer la visita guiada con William y me mostró las dos salas, contándome la historia de cómo encontraron las urnas y cómo es que esta práctica se ha mantenido hasta el día de hoy. Wasichay participa de distintas ferias convocadas por actores institucionales de la región, espacios donde también pueden generar ingresos a través de la venta de sus piezas. Además, cada ceramista realiza independientemente obras que les piden personalmente a cada uno, a personas que son de confianza, familiares o distintas redes de contactos que suelen recurrir a la misma ceramista para que le venda obras al gusto del cliente.

Por muchos años, Wasichay era el único taller y la única asociación de ceramistas en Chazuta, por lo que hasta el 2018 aproximadamente, los trabajos, apoyos y relaciones con diversos actores institucionales vinculados a la cerámica, la artesanía y el turismo llegaban a esta agrupación. A lo largo de los años han podido participar en eventos y ferias locales, regionales y nacionales convocadas por la DIRCETUR, la DDC-SM, el MINCUL, la municipalidad de Chazuta y de diversos distritos y provincias de la región. Mencioné también que diversos convenios y alianzas se han realizado entre Wasichay y otro tipo de actores privados como Manos Unidas, ATA Perú y personas particulares que buscaban dar apoyo a esta agrupación. Es importante mencionar que del 2012 al 2017, Wasichay participó en las ferias del Ruraq Maki en Lima y supuso un gran aprendizaje para las personas que iban en representación de la asociación a vender las piezas. Asimismo, Wasichay trabajó en alianza con la Unidad de Gestión Educativa Local de Chazuta (UGEL-CH) brindando clases de cerámica de manera gratuita a los alumnos de las instituciones educativas de Chazuta. Wasichay forma parte de del CGT-CH y ha participado en algunas ferias organizadas por Chazuta Emprende.

4.1.2 Asociación de Artesanos Productores de Chazuta Rescatando Nuestra Cultura-Yana Rumi

La señora Consolación Panaijo tiene 68 años y fue una de las señoras que perteneció a la asociación de Wasichay desde su creación y fue presidenta de la misma por un tiempo. Sin embargo, en el 2018 decide separarse de Wasichay para crear su propia asociación. Su hija Consolación Ríos cuenta cómo su mamá siempre ha sido una lideresa que buscaba animar a otras personas a trabajar la cerámica y cuando decidió crear su propia asociación pasó de casa en casa por Chazuta, invitando a distintas señoras y señores a que se unan para aprender y trabajar la cerámica. Así, Consolación, formó la Asociación de Artesanos Productores de Chazuta – Rescatando Nuestra Cultura, que reunía no solo a ceramistas sino también a otras artesanas que se dedicaban a hacer bisutería, bordados, llaveros, entre otras.

Con los ahorros que tenía, Consolación decidió ir construyendo poco a poco un espacio dentro de su casa para implementarlo como un taller de cerámica (Figura 10). Así, de los ingresos que iba teniendo de cuando vendía sus piezas en ferias o a pedidos, iba guardando dinero para comprar implementos necesarios. Ahora este espacio cuenta con algunas mesas, dos hornos cerrados para hacer quemados, un torno manual, y las diversas herramientas necesarias para hacer sus piezas. Este espacio está al lado de la cocina, es techado, amplio y abierto. Además, en los últimos años ha podido construir dos espacios más en su casa dedicados a la cerámica. Primero, una habitación donde guarda las piezas que aún no están terminadas, y muy recientemente construyó otra habitación que es una tienda para poder exhibir las piezas ya terminadas. Consolación decidió ponerle el nombre Yana Rumi al taller que construyó dentro su hogar, que significa piedra negra en quechua, uno de los insumos que las ceramistas chazutinas utilizan para obtener el pigmento negro característico de la iconografía plasmada en las piezas. Desde entonces, se suele reconocer a esta asociación como Yana Rumi, y de aquí en adelante me referiré de esa forma a su agrupación.

Aunque en los registros públicos hay varios socios inscritos en Yana Rumi, actualmente están trabajando de forma activa la señora Consolación, su hija Consolación Ríos y la señora Angélica Sangama, a veces acompañada por su hija Liseth Zumba. Angélica también fue parte de las primeras ceramistas que trabajaron en Wasichay cuando se creó esta asociación, pero después empezó a trabajar en otros rubros como el cacao y la producción de papel ecológico, hasta que Consolación

la invitó a hacer cerámica otra vez. Suelen juntarse a trabajar 6 días a la semana, los domingos descansan. También van en dos turnos, en las mañanas y las tardes teniendo un descanso para almorzar. Sin embargo, para Consolación y su hija estos horarios no son tan definidos porque viven en el mismo taller, por lo que a veces suelen quedarse hasta las 8 o 9 de la noche avanzando si es que tienen el tiempo y la energía para hacerlo o en caso tengan que acabar alguna pieza con urgencia. La cuota mensual a pagar para colaborar con el fondo de la asociación es de 5 soles, y al igual que Wasichay, si se quiere usar el horno también se debe pagar un monto, y cualquier persona más allá de los socios pueden hacer uso del mismo. Asimismo, la venta de las piezas suele ser en ferias locales, regionales o nacionales, de la misma tienda del taller cuando pasan turistas a visitar, o de los pedidos personales que les hacen a las ceramistas de la asociación.

Desde su creación, la asociación de Consolación ha trabajado de la mano con el MINCUL. Desde entonces, ha asistido todos los años a las ferias del Ruraq Maki en Lima y se posicionado como la representante de Chazuta en este evento, además de haber podido vender una gran cantidad de obras cada vez que asiste. En el 2022, Consolación fue reconocida por el MINCUL como Personalidad Meritoria de la Cultura por su larga trayectoria trabajando activamente la cerámica chazutina con la meta de no perder esta práctica. Asimismo, asiste a eventos y ferias convocados por la DIRCETUR, los gobiernos distritales y el regional de San Martín. Además, los miembros de la asociación han participado en diversos concursos estatales del MINCUL y el MINCETUR y muchos de ellos han podido ser beneficiarios de los fondos concursables. Actualmente Consolación es la presidenta de la asociación y al igual que Wasichay, Yana Rumi pertenece al CGT-CH.

Figura 10
Trabajo en Yana Rumi



Fuente: Archivo personal, 2022.

4.1.3 Asociación Arawillo

La presidenta de la asociación Arawillo es Maribel Pizango de 58 años de edad. Maribel también pasó por Wasichay junto a su esposo Juan Yaicurima, donde pudieron aprender a hacer cerámica tanto con el método artesanal con chunchullis, como con el método a torno. Maribel además fue profesora de cerámica en el taller escuela de Wasichay por 3 años. Alrededor del 2008, Juan sale de la asociación para trabajar en el rubro del cacao y posteriormente Maribel también se separa. En el 2018, Maribel, con la motivación de poder retomar el trabajo cerámico y poder enseñar a otras señoras del lugar, así como a niños o jóvenes que quisieran aprender, tiene la iniciativa de crear una asociación propia. Reunió algunas personas interesadas en trabajar la cerámica y lograron inscribirse en los registros públicos con 15 socios.

En los últimos años, además de Juan y Maribel, solo trabajaban activamente con ellos 3 ceramistas más. Actualmente Maribel se encuentra trabajando como profesora fuera de Chazuta desde diciembre del 2022, y desde entonces, solo trabaja en el taller de la asociación Juan, ocasionalmente Maribel cuando regresa a Chazuta, la mamá de Maribel, la señora Dinaria Cenepo, y ocasionalmente la hija menor de Juan y Maribel. La señora Dinaria Cenepo tiene 84 años de edad y en los últimos años ha perdido la vista, por lo que ya no puede hacer cerámica de manera regular como lo hacía antes. Sin embargo, cuando su hija Maribel necesita ayuda para terminar algunas piezas, Dinaria la apoya con ello, sintiendo el barro con sus manos para saber cómo darle forma. Al igual que Consolación, Maribel quería implementar su propio taller en su casa, por lo que poco a poco fue invirtiendo en herramientas y tecnologías para poder trabajar allí como un torno, mesas y estanterías. Ahora tiene un espacio dedicado a trabajar la cerámica con algunas mesas y un horno de barro que Juan construyó hace unos años. Antes de tener su propio horno, las piezas que solían trabajar las quemaban en los hornos de Wasichay pagando el monto pautado por esta asociación. Debido a la situación actual en la que se encuentran, no hay un horario determinado de trabajo, pero antes solían reunirse los lunes, miércoles y viernes en dos turnos de mañana y tarde en el taller de la asociación.

En la misma casa de Juan y Maribel tienen también una habitación amplia que da a la calle que sirve como tienda de la asociación. Además de vender en este espacio y hacer piezas a pedido que les solicitan su red de contactos de confianza, como Arawillo también han asistido a diversas ferias locales organizadas por la

municipalidad o Chazuta Emprende, y también regionales organizadas por la DIRCETUR. A diferencia de Wasichay y Yana Rumi, la asociación Arawillo no cobra un monto para quemar las cerámicas en el horno que tienen. Sin embargo, sí les piden a las personas que quieren quemar sus piezas en su taller que traigan su propia leña para aportar con este insumo a la quema, aunque también les dan la opción de que, si no pueden o no quieren hacer este aporte material, pueden hacer el pago equivalente a leña necesaria para quemar que son 15 soles.

4.1.4 Artesanía Emita

Juanita Pizango de 60 años, perteneció a la asociación de Yana Rumi hasta el 2021. En ese año, Juanita ganó uno de los fondos concursables de los estímulos económicos del Ministerio de Cultura. Ella postuló con un proyecto para realizar fuentes de cerámica, y a raíz de los ingresos de la venta de estas piezas, decidió separarse de Yana Rumi para poder invertir en la construcción de su propio taller en su casa. Así, Juanita tiene un espacio en su casa dedicado al taller de cerámica donde tiene sus mesas de trabajo y los insumos y herramientas necesarias, incluyendo un torno. En este espacio Juanita suele trabajar con sus 2 hijos, una sobrina y su mamá. La mamá de Juanita, la señora Ema Panaijo de 85, fue también una de las ceramistas que integró la asociación de Wasichay desde su fundación, además de poder ser profesora en este taller. En honor a su madre, Juanita le puso a su agrupación de ceramistas Artesanía Emita.

A pesar de ello, Juanita aun no inscribe en los registros públicos a Artesanía Emita como una asociación formalizada, aunque si está en sus planes poder hacerlo en un futuro. Aun así, Juanita si ha podido participar en ferias locales y regionales con Artesanía Emita a través de los eventos y oportunidades que ha podido gestionar y conseguir Chazuta Emprende. Desde que empezó a trabajar en su casa, lo que aún tiene pendiente es poder invertir en la construcción de su propio horno. Por ello, suele llevar sus piezas listas para quemar a los hornos de Wasichay pagando el monto acordado por esta asociación. Juanita solía llevar sus piezas a vender al Ruraq Maki cuando pertenecía al Yana Rumi, pero ahora ya no ha podido tener esa oportunidad.

Además de las ferias organizadas o posibilitadas a través de Chazuta Emprende, Juanita suele realizar cerámicas a pedido a varias personas que ya confían en su trabajo. Juanita tiene unos estantes en la entrada de su casa en las que pone sus piezas listas para vender, pero también tiene un cuarto libre de cara a la calle para

implementar una tienda en el futuro. Como aun no ha formalizado su grupo de trabajo, no tiene pautadas ciertas normas como cuotas de pago mensual, horarios de trabajo u otros acuerdos formales. Tampoco ha podido tener muchas actividades o apoyos de otros actores institucionales desde que se creó Artesanía Emita. Aun así, es importante mencionar que la señora Emita tiene un reconocimiento de la Derrama Magisterial por su larga trayectoria trabajando y enseñando la cerámica chazutina.

4.1.5 Artesanía Cholita

La señora Soraida Calampa de 83 años de edad, también fue una de las ceramistas asociadas a Wasichay cuando se creó a inicios de la década de 1990. Fue también profesora del taller-escuela e incluso llegó a ganar algunos premios en concursos regionales de cerámica, gracias a los cuales tuvo la oportunidad de viajar a Chulucanas para capacitarse en las técnicas productivas que utilizan los ceramistas locales. Después de unos años, Soraida dejó de trabajar con Wasichay y empezó a hacer sus obras por su cuenta con los insumos que tenía en su casa. Por otro lado, su hija Hermelinda de 62 años, hace unos años empezó a implementar un pequeño espacio dentro su casa para un taller de cerámica y una tienda para vender las piezas que hacía. Ella siempre había trabajado individualmente de manera no asociada, haciendo pedidos y vendiendo a algunas personas que la conocían. Desde que levantó su tienda de artesanía, su mamá y también sus hijos, sus nueras y sus nietos que también trabajaban con barro ocasionalmente, empezaron a poner sus piezas terminadas en la tienda de Hermelinda.

Hermelinda le puso a su tienda y su taller Artesanía Cholita, ya que a la señora Soraida le dicen Cholita de cariño. El espacio de trabajo de Hermelinda está en la entrada de su casa, tiene una mesa con algunas estanterías; el taller es el mismo espacio que la tienda. A diferencia de las otras agrupaciones, la familia de Hermelinda suele trabajar en sus propias casas, pero como Hermelinda tiene su tienda en su casa, una vez están las piezas acabadas, las llevan allí para ponerlas en las estanterías de exhibición para la venta. Sin embargo, Hermelinda no cuenta con horno en su taller, por lo que las quemadas familiares las realizan en el horno de la casa de la señora Soraida. Soraida construyó su horno en un pequeño espacio al frente de su casa que levantó con algunos palos donde suele trabajar en una mesa pequeña. De esta forma, en esta agrupación el trabajo gira en torno de la casa de Soraida para las quemadas, y de la casa de Hermelinda para las ventas. Artesanía Cholita aún no está inscrita en

los registros públicos como asociación, por esto tampoco tienen normas estrictas de trabajo, sin horarios fijos ni cuotas a pagar.

A pesar que Soraida tiene una trayectoria larga trabajando con Wasichay, y por ello, con diversos actores institucionales, Hermelinda y su agrupación de Artesanía Cholita no ha tenido muchas oportunidades de trabajar de la mano de estos actores y tampoco ha salido a vender a ferias regularmente, aunque sí ha podido participar en los eventos organizados por Chazuta Emprende en los que sí pudieron vender varias piezas. Además de esto, cada familiar realiza piezas a pedido y también venden las obras de la tienda cuando pasan turistas interesados. Además, el suegro de una de las hijas de Hermelinda es el señor Heriberto Chujandama, quien dirige el proyecto Río Bosque Mágico dedicado a la reforestación y la sanación a través de ceremonias de ayahuasca y el trabajo con otras plantas medicinales. Este proyecto ha logrado posicionarse en Chazuta dentro de la actividad del turismo local y suele acoger a diversos turistas que buscan hacer voluntariados en su proyecto o quieren trabajar con las plantas medicinales. Gracias al contacto a través de su hija, Heriberto suele recomendar o llevar a los turistas a la tienda de Artesanía Cholita en la casa de Hermelinda y suelen comprarle sus piezas.

4.1.6 Asociación Untay Pishko

Untay Pishko es una asociación de ceramistas creada en el año 2021. Los miembros de este grupo son el señor Luis Segundo Tapullima de 64 años, su esposa Anselma Tuanama de 60 años, y sus 3 hijas, Sarita, Magdalena y Anselma. Luis y Anselma, aunque no llegaron a asociarse, asistieron temporalmente a las clases que brindaba el Centro Cultural Wasichay como alumnos y pudieron aprender a hacer cerámica del modo tradicional y también a usar el torno. Asimismo, la señora Anselma fue una de las señoras que Consolación Panaijo invitó a para que formara parte de Yana Rumi en el 2018 y perteneció a la asociación formalmente. Sin embargo, Anselma dejó de participar activamente de la misma y empezó a hacer cerámica por su cuenta en su propia casa junto a su familia.

Después de inscribirse en los registros públicos como asociación formalizada, la familia decide postular a un fondo concursable que brinda el proyecto “Noa Jayatai” de FONCODES para desarrollar capacidades productivas en diversas partes de la selva peruana. Untay Pishko pudo ganar estos fondos que usan para implementar un torno eléctrico, un calibrador y un piro grabador. Al igual que otras agrupaciones, la

familia de Untay Pishko habilitó un espacio dentro de la casa de Anselmo y Luis donde tienen sus mesas de trabajo, las herramientas que ganaron en el concurso y otras que obtuvieron con sus propios ingresos y también un horno que construyeron para hacer quemadas cerradas.

Aunque no tienen una larga trayectoria como asociación y no han tenido oportunidad de trabajar con diversos actores institucionales como las otras agrupaciones, Untay Pishko ha asistido a las reuniones, ferias y eventos que organizó o participó Chazuta Emprende en el mismo Chazuta y también en Tarapoto. Además de esto, en la casa de Anselma y Luis han podido implementar un espacio que da a la calle con unas estanterías que sirven como lugar de exhibición de las piezas terminadas que están en venta y que suelen comprar algunos turistas que pasan, aunque reconocen que aun no han podido llegar a vender muchas piezas a este grupo de personas. Suelen hacer piezas a pedido a partir de las cuales ganan más ingresos. Al ser todos familia directa, no tienen un horario de trabajo fijo ni cuotas mensuales fijas a pagar, sino que más bien tienen una dinámica flexible.

4.2 “Además de la cerámica, en la casa hay todo”: El lugar de la cerámica en la vida cotidiana de las mujeres chazutinas

En el primer capítulo de este trabajo expliqué cómo es que antes de la creación del Centro Cultural Wasichay, la patrimonialización de la cerámica chazutina y el proceso de configuración de esta actividad como se la conoce hoy, la cerámica era una actividad que formaba parte de la vida cotidiana de las familias chazutinas. Antes de haber servicio de agua dentro de los hogares, se solía ir a los pozos cercanos a recoger agua en las tinajas para llevarlos a las casas. También se usaban algunas vasijas con tapas para almacenar pescados y otros alimentos antes que se introdujeran los refrigeradores en los hogares. Cuando no había implementos de plástico, loza o aluminio, se usaban los tiestos para comer y las ollas de barro para cocinar. Las ceramistas de mayor edad recuerdan estas imágenes en su interior de cuando eran niñas y adolescentes, por lo que en realidad este tipo de usos de la cerámica no vienen de hace más de 60 años atrás.

Cuando las ceramistas mayores hablaban de cómo hacían la cerámica antes, suelen asociarla con tiempos pasados y un conjunto de prácticas y experiencias realizadas en esa época. Estas hablan de cuando la pesca y la caza eran la principal

forma de obtener comida, de cuando comían el alimento del bosque, de los viajes por el Huallaga. Así, me narran diversos recuerdos con cierta nostalgia:

Mi papá se iba a pescar y bajaban en canoa grande, se iban a pescar, y surcaban en canoa. Traían bastante pescado. Traían arawana, hasta paiche traían, huevo de charapa, todo, todo, hasta ishpa, pescado con huevo. Bien rico señorita. Pescado con lindos plátanos...Bonito nuestra vida, bien bonito hemos vivido antes. (Consolación, comunicación personal, 2023).

No comíamos ni comprando. Sacaban carne del monte, agarrando peces de la quebrada, eso vivíamos comiendo. Comíamos nuestro majambo, mazamorra de plátano, del majambo. Comíamos awiwa. Así comíamos nosotros en puro tiesto. (Soraida, comunicación personal, 2023).

Mi abuelita le ha criado a mi mamá, era madre soltera, la hija única, ella bajaba en balsa, bajaban en balsa a hacer trueques, cambiaban telas y ellos cosían sus ropas, su ropa interior. Todo eso. Jabón, todo lo que deseaban cambiaban y con eso venían, surcaban en canoa. (Auraluz, comunicación personal, 2023).

Asimismo, las ceramistas cuentan como ellas aprendieron a hacer cerámica más o menos a la misma edad, alrededor de los 14 o 15 años, viendo como sus mamás y sus abuelas cogían el barro y dejándose enseñar por ellas.

Cuando yo ya crecí y me he hecho ya señorita, mi mamá me llamaron a aprender este arte que le llaman la embarrada de las vasijas. Y así éramos en nuestra casa, nos entregaban, así como Liseth [su hija] está haciendo con hilo su yica, así nos enseñaba mi mamá, mis mamitas me enseñaron

y de esa manera he aprendido, pero a la edad de 15 años más o menos he aprendido. (Angélica, comunicación personal, 2023).

Mi mamá le ha enseñado su mamá, se llamaba Catalina Shapiama, ella le enseñaba a mi mamá. Pero mi mamá nos ha enseñado ya a nosotras, 3 hijas mujeres. Ella nos ha enseñado a nosotras, a moler shaño. Desde edad de 16 años. (Soraida, comunicación personal, 2023).

La cerámica tradicional viene de generación en generación, mi abuelita ha sido artesana, mi mamá también. Siempre en las casas trabajan las mamás porque no había un taller adecuado como hoy que tenemos. Siempre jugando se va elaborado. (William, comunicación personal, 2023).

Con estas citas, podemos entender cómo es que la cerámica era una actividad que solía reunir a las mamás y abuelas de un hogar con sus hijas y nietas, las cuales solían verlas jugar o trabajar con el barro en sus casas y al llegar a cierta edad, se involucraban de manera más regular y activa en el aprendizaje del embarrado. Asimismo, la cita de William da cuenta de como antes no existían los espacios de taller especializados exclusivamente para hacer cerámica e implementados con diversas tecnologías y herramientas. Por el contrario, la cerámica era una actividad que se hacía dentro del hogar y en espacios que ya formaban parte de la estructura de la casa. Asimismo, las piezas que en esta época se vendían o intercambiaban para conseguir otros recursos, no se mostraban en lugares dedicados especialmente a la venta o exhibición ya que no era común una práctica de consumo de exhibir en el mismo Chazuta esperando a que alguien pase. Más bien, las ceramistas cuentan como es que ellas tenían que salir de sus hogares cargando sus piezas para ofrecerlas de puerta en puerta, incluso yendo caminando a Tarapoto y los pueblos que estaban de paso donde se sabía que este tipo de piezas eran más deseadas y valoradas.

Actualmente, a pesar de los cambios en las formas de venta y la construcción de talleres de producción fuera de los hogares o dentro de los mismos como un espacio nuevo dentro de la casa, la actividad de la cerámica sigue estando insertada

dentro de las dinámicas del hogar. A excepción de Wasichay, las otras 5 agrupaciones trabajan en talleres que han sido construidos dentro de las mismas casas y por lo tanto siguen estando muy vinculadas a la vida cotidiana dentro del hogar. Hoy en día, las ceramistas han incorporado al proceso productivo nuevas herramientas y tecnologías como los tornos y los hornos cerrados, lo que ha influido en la necesidad de implementar un espacio dentro del hogar exclusivamente dedicado a esta labor. Esto está asociado también a la configuración reciente de la cerámica como un trabajo que puede generar ingresos importantes dentro de la economía familiar, y no solo como una actividad de producción con fines utilitarios para las mismas ceramistas; es decir, como un trabajo especializado en sí mismo que requiere de un espacio también especialmente implementado para realizarlo.

El hecho de que las ceramistas hayan construido estos talleres dentro de sus hogares, responde en parte a los costos que significaría invertir en el alquiler o compra de un espacio externo a la casa que funcione como taller, pero también porque las ceramistas acomodan el trabajo de la cerámica a sus rutinas y experiencias cotidianas y domésticas, y más bien, la mayoría prefiere trabajar en sus propios talleres del hogar que tener que salir a hacer cerámica afuera. En mis visitas a estos 5 talleres, los días de trabajo solían transcurrir así: las señoras hacían el desayuno temprano, iban a la zona del taller para modelar las piezas, si estaban acompañadas, solían compartir conversaciones e historias entre las presentes, un rato antes de la hora del almuerzo pausaban el trabajo para preparar la comida, luego de almorzar, descansaban un rato y después continuaban embarrando hasta que empezaba a oscurecer y se preparaban para la cena, cada cierto tiempo durante el día paraban un momento el trabajo para dar de comer a las gallinas, lavar alguna ropa o atender algún familiar menor o mayor.

El hecho de que el espacio de trabajo de las ceramistas esté en el mismo hogar es una facilidad que ellas valoran al poder continuar haciendo las tareas domésticas cotidianas y a la vez avanzar sus piezas. Recordemos que, en Chazuta, en la mayoría de los hogares son las mujeres adultas quienes se dedican al trabajo doméstico que incluye labores como la preparación de los alimentos para los miembros de la familia, la limpieza de la casa, cuidar a los hijos y nietos, así como a sus padres ancianos, entre otras. Algunas, además de esto, manejan algún tipo de negocio familiar que suele requerir también el trabajo en el hogar. Por ejemplo, la señora Hermelinda suele vender comida en la vereda de su casa para gente que quiere comer al paso, justo al

frente de la habitación en la que trabaja su cerámica que está delante del resto de su casa. Angélica cuenta: “Además de la cerámica, en la casa hay todo, lavas, cocinas, aseas la casa, y si quieres descansar descansas, a veces se duerme, a veces veo la tele hasta que sueño” (Comunicación personal, 2023). En ese sentido, la inserción de la práctica del trabajo de la cerámica dentro del espacio del hogar es un aspecto clave para las mujeres ceramistas al facilitar la organización del trabajo doméstico que realizan sin dejar de embarrar.

En el caso de los hombres que practican cerámica actualmente en Chazuta, explican que suelen alternar el trabajo de la cerámica en el taller con el trabajo en las chacras. William explica: “Casi la mayor parte, las mujeres se dedican 100% de la cerámica, y los hombres sacamos leña, vamos a la chacra, quizás el 80% dedicamos a la cerámica” (Comunicación personal, 2023). Asimismo, Juan cuenta: “Yo solo estoy aquí, estoy en mi chacra, hay semanas que solo hago uno o dos trabajitos, cuando Maribel estaba haciendo la cerámica permanentemente, yo me iba a la chacra y volvía a hacer” (Comunicación personal, 2023). De esta forma, ya que los hombres ceramistas suelen tener que organizar el trabajo de la cerámica con actividades afuera de la casa, mientras que las mujeres trabajan dentro de este espacio, son las mujeres quienes suelen resaltar la facilidad de trabajar en un taller propio dentro de los hogares.

Por otro lado, como vemos, la actividad de la cerámica es una actividad que gira en torno a núcleos familiares. Tradicionalmente, las madres y abuelas se juntaban con sus descendientes para embarrar juntos y así también poder ir enseñando y los menores aprendiendo viendo sus mayores. Actualmente, en mis visitas a los talleres era común ver embarrar a 2 o más familiares juntos, mientras hablaban, se reían entre ellos, coordinaban alguna salida o tarea relacionada a sus familias, entre otras conversaciones fluidas entre personas familiares y con confianza mutua. Pude notar esto ya que, en algunos talleres, cuando empecé a ir las primeras veces, me costaba seguir el paso a las conversaciones cotidianas sobre bromas entre ellos, personas de la familia que yo no conocía o eventos familiares que no había vivido. Cuando empecé a ir de manera más continua y pudimos entrar en un ambiente más relajado entre todas, cada vez entendía mejor de lo que conversaban, y cuando no sabía de quien hablaban, me explicaban sobre sus abuelas, sus primos y las historias que sabían de ellos.

De esta forma, la cerámica reúne a la familia y al hogar y permite crear una dinámica de compartir saberes e historias entre personas cercanas. Belaúnde explica en su texto que el dominio de las mujeres sobre la actividad de la producción de cerámica es un patrón en la Amazonía, mientras que los hombres suelen tener dominio sobre actividades como la caza y la pesca (2019). Como se explicó previamente, la cerámica en Chazuta ha sido tradicionalmente una actividad realizada por mujeres y actualmente son más mujeres las que trabajan embarrando, mientras que los hombres suelen hacer trabajos intensos en sus chacras. Cuando iba a los talleres, solía ver como trabajan entre las familiares o compañeras mujeres y se generaban conversaciones que giraban alrededor del género y de sus vivencias siendo mujer. Asimismo, cuando los esposos de las ceramistas se acercaban a las mesas de trabajo, contaban que ellos no sabían hacer, que incluso habían intentado y no podían embarrar, comentarios que eran motivo de risas y bromas entre su esposa y las demás ceramistas. Sin embargo, las mujeres ceramistas estaban en contacto constante con el resto de su familia que estaba en las casas. Algunas veces los niños se sentaban en alguna de las mesas del taller a hacer sus tareas, o los esposos acercaban una silla para conversar mientras las mujeres embarraban. Así, la cerámica, además de insertarse en la distribución espacial del trabajo marcado por la presencia de la mujer en el hogar, también se inserta de forma orgánica a las dinámicas cotidianas de las familias dentro de los hogares y las relaciones entre los miembros del hogar.

De esta forma, aunque actualmente las asociaciones exigen que algunas ceramistas se trasladen a un taller fuera de sus hogares y por lo tanto se disloque esta actividad de las dinámicas familiares, idea que se explicará a profundidad más adelante, los núcleos familiares siguen siendo importantes a la hora de organizarse en agrupaciones. Las 6 agrupaciones de ceramistas actualmente activas en Chazuta están compuestas en su mayoría por uno o más núcleos familiares que comparten el trabajo en un mismo taller y se organizan bajo las mismas pautas de cada agrupación. Además, aunque puede que solo unos cuantos miembros de las familias estén formalmente vinculados a una agrupación o acudan a los talleres a trabajar, suele ocurrir que estas ceramistas recurren a otros familiares que pueden apoyar a agilizar el trabajo, sobre todo cuando hay alguna fecha límite de entrega de piezas como una feria o un pedido concreto. Por ejemplo, Consolación suele llamar a su hermana Marlene cuando tiene muchas piezas que acabar con urgencia para que le ayude

puliendo o engobando las obras. Asimismo, Maribel le deja algunas piezas a su mamá Dinaria para que las termine cuando ella tiene que salir por trabajo. Además, en muchas ocasiones, cuando una ceramista se asocia o empieza realizar cerámica de forma más regular, suele animar a sus familiares a que empiecen también a hacer cerámica, por lo que muchos de ellos terminan asociándose o aprendiendo también. De esta forma, se puede decir que la cerámica continúa siendo una actividad que suele organizarse alrededor de núcleos familiares y cuando una ceramista se involucra en este trabajo de manera más intensa, suele extender la invitación de producir en conjunto a sus redes familiares cercanas.

4.3 “Estar formalizado es tener mayor apoyo”: Nuevos criterios para organizar el trabajo de la cerámica

En la subsección anterior he explicado cómo es que la actividad de la cerámica mantiene algunos aspectos organizativos que estaban instaurados desde antes de que empezaran los procesos de cambios intensos en los últimos años. Sin embargo, en esta sección presentaré cómo es que estos cambios explicados previamente, plantean nuevas formas de pensar la organización del trabajo de la cerámica chazutina. Así, busco explicar y analizar cómo es que las fuerzas normativas que ejercen los actores institucionales vinculados al desarrollo turístico local se expresan en las nuevas exigencias y presiones para organizar el trabajo de la cerámica y cómo las ceramistas chazutinas deciden y responden a este nuevo escenario.

Para empezar, retomaré algunas ideas importantes de Mirko Lauer sobre la organización de los artesanos en su libro sobre la producción artesanal en América Latina. Al respecto, Lauer explica que, para entender las formas de organización de los artesanos latinoamericanos, hay que asumir la realidad del sector diverso y variable de los artesanos, en las que se deben identificar intereses específicos de cada grupo a estudiar (1989). Así, recoge la cita de Herrera que plantea que “el elemento que se presenta ante la observación y el análisis como el agente de organización es la unidad de producción, concepto que en este caso incluye también a las personas jurídicas de tipo asociativo” (Herrera 1979, en Lauer 1989, p. 114). Así, los autores identifican que la asociatividad formal de los artesanos es una forma más entre otras posibles y existentes en la realidad práctica de los contextos latinoamericanos.

Por otro lado, Lauer explica que la figura de la asociación, como una agrupación formalizada a través de los registros y herramientas institucionales del Estado, ha sido promovida dentro de las políticas y acciones estatales en la búsqueda por fomentar la productividad del sector artesanal, siendo una forma de poder organizar el trabajo para que pueda responder a las demandas y los estándares del mercado (1989). Menciona que el Estado promueve ciertas figuras de asociatividad establecidas como una forma de articular a los artesanos a las normas y pautas del mercado generalmente a través de la oferta de posibilidades de financiamiento y de asistencia técnica. Sin embargo, también explica que este tipo de articulación promovida por el Estado implica condiciones de trabajo a las que muy pocos artesanos pueden acceder, “solo aquellos cuyos productos efectivamente interesan a los circuitos de la demanda urbana, turística o extranjera” (1989, p.111). Asimismo, el autor explica que la forma más difundida de asociación que pudo encontrar en su estudio ha sido aquella que se agrupa para poder enfrentar las exigencias de la comercialización, “en que los artesanos se juntan para compartir los gastos de transporte, concurrencia a las ferias, incluso compra de materias primas” (1989, p. 109).

En el caso de Chazuta, como primera idea importante para entender las decisiones tomadas para organizarse, está el tema de la decisión de dejar de hacer piezas de manera individual y formar una agrupación de ceramistas. En el proceso del trabajo de campo, me di cuenta que tan solo la decisión de agruparse entre varias ceramistas para trabajar de manera diferente a como se trabajaba antes la cerámica, ya expresaba una serie de cambios que se estaban dando en Chazuta con respecto a las nuevas exigencias que planteaba el entramado de actores institucionales y sus formas de orientar la producción artesanal en el país. De esta forma, empecé a prestar más atención a la forma en la que las ceramistas, más allá de su pertenencia a una agrupación formalizada, pensaban sobre las formas de organizarse grupalmente para trabajar y en base a qué criterios tomaban las decisiones al respecto.

Como expliqué previamente, cuando las ceramistas mayores eran pequeñas, no existía la idea de juntarse entre varias personas que buscan generar mayores ingresos y alcances a partir de un trabajo regularizado y estratégico de la cerámica. La creación del Centro Cultural Wasichay en 1992 y la creación de la primera agrupación de ceramistas al año siguiente, fue la primera iniciativa que existió en ese escenario. De esta forma, Wasichay no era solamente la dimensión espacial del proyecto que funcionaba como un taller abierto a cualquier chazutino o chazutina

interesada en aprender cerámica, sino que también hacía referencia al grupo de ceramistas que trabajaban de manera regular en un mismo taller, con un horario de trabajo, con ciertas normas a cumplir como cuotas de pago mensual, y sabiendo que su trabajo está representando a la asociación como una entidad y un proyecto en sí mismo que buscaba ya no solo retomar la práctica de la cerámica en la cotidianidad, si no también acceder a otro tipo de espacios y lógicas de producción, distribución y consumo. En ese sentido, el proyecto de la madre Juanita se orientó no solo a implementar la estructura material y espacial para producir cerámica, sino también a buscar oportunidades que ofrecían actores institucionales vinculados al turismo y la artesanía que requerían tener un grupo de ceramistas con cierto nivel de compromiso con Wasichay que asegurara obtener los logros esperados.

Así, las ceramistas entrevistadas asocian su vinculación a la agrupación Wasichay con un cambio importante en sus dinámicas de trabajo, teniendo la posibilidad de vender más piezas, salir de Chazuta, conocer nuevos contactos, beneficiarse de capacitaciones, entre otras oportunidades que empezaban a abrirse en un contexto en el que las nuevas políticas culturales y el vínculo estrecho entre la gestión de la cultura y su orientación a la promoción del turismo, empezaba expresarse en la región San Martín.

Para conocer más ya hemos trabajado en Wasichay, con algunos profesores que vienen de Lima, señor, joven, Moisés Castro Castro. Él era el profesor, hemos hecho familia, amigos, hemos trabajado mucho, hemos corregido también para exportaciones, así hemos trabajado ahí en Wasichay. (Luis, comunicación personal, 2023).

Empecé a trabajar [en Wasichay] y ya mandé ya mis trabajos a las ferias cuando se iba nuestra presidenta, ya me traían mi plata, ahí estaba generando mi economía poco a poco, cuando mis hijos me pedían en los colegios, los pedidos, ya les daba. Ya conocía a personas que me pedían, me contacté. De ahí ya yo mismo me contacté con más personas, me fui

a la feria, y de esa manera yo me vengo a hacer conocida. (Auraluz, comunicación personal, 2023).

Ya con eso [Wasichay] empezamos a atraer toda la atención de todo San Martín, y todo el Perú, eso ha sido del 93 para adelante. (Juanita Bartra, comunicación personal, 2023).

Desde el año 2018, Wasichay deja de ser la única agrupación de ceramistas en Chazuta, año en que se crea formalmente la asociación de Yana Rumi y Arawillo. En los años posteriores se crearon 3 agrupaciones más. Uno de los efectos que tuvo en Chazuta la creación y el trabajo sostenido de la agrupación de Wasichay fue que, a partir de su trayectoria, las chazutinas se dieron cuenta que se podía generar ingresos importantes de la cerámica, acceder a nuevos espacios de venta y difusión incluso fuera de la región, y que trabajar como una agrupación facilita el trabajo con otros actores institucionales. De esta forma, la cerámica empezó a ser vista como una posibilidad de trabajo real para muchas mujeres que desde pequeñas habían visto a sus madres embarrar y pudieron aprender junto a ellas, por lo que la idea de formar una agrupación que pudiera trabajar con actores aliados, tener una producción de más volumen y compartir esfuerzos para cubrir las necesidades que exige empezar a trabajar de una forma sostenida la cerámica, empezó a configurarse dentro de las proyecciones e imaginarios de las chazutinas después de haber tenido la experiencia exitosa en Wasichay.

Otras ventajas de trabajar de manera agrupada que las ceramistas destacan tienen que ver, en primer lugar, con la necesidad de tener una cantidad mínima de piezas disponibles para la venta en las tiendas de cada agrupación y en las ferias artesanales. Si solo trabaja una ceramista por su cuenta, sería realmente difícil poder tener piezas suficientes para poder exhibir en una feria, además de correr el riesgo de terminar perdiendo dinero de los gastos de viáticos necesarios que solo cubriría una persona. Cuando trabajan en grupo, pueden tener más piezas que mostrar, pagar entre los distintos miembros los gastos de viáticos y tener más posibilidades de generar ingresos de venta. Asimismo, es importante para las agrupaciones que sus tiendas estén siempre con algo que vender. Si una tienda puede mostrar piezas de diversas ceramistas, esta siempre se mantendrá con algo que ofrecer y así poder tener

una mayor diversidad de obras posibles a elegir por los visitantes de las tiendas, que suelen ser los turistas. Así, Consolación explica: “A veces falta mano, si todos unidos trabajáramos juntos, el turista vendría y llevaría lo que quiere, a veces vienen a buscar ollas, tiestos y no encuentran” (Comunicación personal, 2023).

Asimismo, muchas ceramistas deciden agruparse ya que esta forma de trabajo te permite tener acceso a los medios de producción y distribución disponibles en un taller de cerámica para poder trabajar y vender sus piezas. De esta forma, las ceramistas que aún no tienen los recursos para implementar su propio taller de trabajo en sus casas, al agruparse, tienen la posibilidad de trabajar en un taller bien implementado, por lo que suele ser una motivación para las ceramistas que quieren empezar a producir piezas de manera más regular. Así, por ejemplo, Juan explica que cuando construyeron el horno en el taller de su casa, los miembros de su agrupación se beneficiaron porque ya no tenían que pagar por quemar en otros hornos, sino que podían ir al horno de Arawillo aportando solo con la leña: “Yo le construí. Ya tiene 2 o 3 años. Con ese horno ya quemaban todos aquí. Como construíamos todas las socias aquí, cada socia traía su leña para hacer la cerámica” (Comunicación personal, 2023). Asimismo, si se quiere vender cerámicas a los turistas que compran al paso, se necesita un espacio de exhibición accesible y visible para estos consumidores, por lo que concentrar piezas de diversas ceramistas en un solo espacio bien implementado para este fin también es una ventaja que las ceramistas encuentran al agruparse. Así, por ejemplo, Angélica cuenta que, como está trabajando con Yana Rumi, ella puede dejar sus piezas en la tienda del taller y así, aunque no esté presente, pueden venderse a los turistas que pasan: “Ha vendido la Conchito mis obras. Dice han vendido esos fuentecitas negritos, lo han llevado...Han venido, no sé de donde eran pero ellos han atendido, como ellos viven aquí, cualquier visita que llegan encuentran acá” (Comunicación personal, 2023).

Después que las ceramistas deciden agruparse, se abre la posibilidad de formar una asociación, proceso por el cual la agrupación pasa a ser reconocida formalmente como tal. Una asociación se define como “una organización estable de personas naturales o jurídicas, o de ambas, que a través de una actividad común persigue un fin no lucrativo” (Cruz, 2020, 5m), siendo esta última característica la que impide que los miembros de una asociación se repartan las ganancias de la asociación. El proceso de constitución de una asociación se realiza a través de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP), a través de la cual

se le otorga personalidad jurídica a la asociación, pasando a tener derechos y deberes. Para tramitar la partida registral como asociación, se exige que toda asociación presente una constancia de la voluntad de los miembros para constituir la asociación, la producción y aprobación de un estatuto que funciona como un conjunto de normas que determina la estructura interna de la asociación, y, por último, el nombramiento de un consejo directivo.

Los trámites requeridos para inscribirse en la SUNARP como asociación requieren hacer pagos para la reserva del nombre de la asociación, para la tasa registral, para constituirse como asociación y para el nombramiento de una junta directiva, además de las posibles modificaciones de estatutos, asociados y juntas directivas que se deben actualizar. Asimismo, el otorgamiento de personalidad jurídica indica que es un trámite legal y requiere de cierto conocimiento básico de este tipo de lenguaje y de las acciones más adecuadas a seguir en el proceso, además de la necesidad de que el mismo esté acompañado por un notario que certifique ciertos requerimientos a realizar por la asociación. Además, anualmente se deben presentar ciertos papeles para actualizar la vigencia de la asociación, lo que también requiere un pago.

Esto en el ámbito burocrático y legal, pero en la práctica, trabajar como una asociación también tiene ciertas implicancias. Bassilio explica en su investigación sobre los artesanos de Túcume que trabajar en asociaciones permite tener ciertas ventajas frente a quienes trabajan de manera individual e informal, como una mayor accesibilidad para obtener apoyos y fondos de diversas instituciones, una mayor legitimidad para representar al sector artesanal local, y un impulso general para entrar a un mercado incipiente como el de la artesanía en Túcume (2012). Asimismo, Bassilio explica que, en el contexto de incremento del turismo en el país y la demanda de artesanías que materialicen lo étnico, las instituciones del Estado y las ONG vinculadas al desarrollo de la artesanía en el Perú “apoyaron en la capacitación y asociatividad entre artesanos, buscando el fomento de la artesanía como profesión y actividad económica” (2012, p. 9).

Efectivamente, revisando diversos portales de instituciones como el MINCETUR y PromPerú, se puede identificar que dentro de sus actividades y proyectos se realizan acciones dedicadas al fomento de la formalización de asociaciones de artesanos, como capacitaciones para realizar dicho proceso o la publicación de guías e informes sobre la relevancia de trabajar desde la asociatividad.

El MINCETUR explica por ejemplo en un documento sobre la asociatividad que asociarse trae diversas ventajas comerciales, como la apertura de nuevos mercados o la inversión conjunta, ventajas financieras, como la facilidad de cumplir garantías en conjunto en vez de individualmente para el acceso a financiamiento, u organizacionales, como la mejora de procesos productivos y la capacitación conjunta (2013). Asimismo, en el Manual de Adecuación Turística de Talleres Artesanales, el MINCETUR identifica al trabajo en asociación como “un importante mecanismo para el crecimiento de las actividades artesanales en el Perú” (2021, p. 106). Asimismo, destaca que permite beneficios para los artesanos como obtener “mayor capacidad de negociación con intermediarios, proveedores o con operadores de turismo”, “Se eleva la productividad y se abren oportunidades para llegar a mercados de mayor rentabilidad” o que “permite disminuir duplicidades (“mucho de lo mismo para un mercado que quiere cosas diferentes”)” (2021, p. 107).

En Chazuta, 4 de las 6 agrupaciones existentes están formalmente inscritas en la SUNARP como asociaciones: Wasichay, Yana Rumi, Arawillo y Untay Pishko. Una de las razones principales por las que las ceramistas buscaron crear una asociación formalizada o unirse a una ya existente tiene que ver con la idea previamente mencionada por Bassilio sobre la mayor facilidad a acceder a diversas oportunidades que brindan los actores institucionales. Aunque estas oportunidades, como lo son los fondos concursables del MINCETUR, las capacitaciones o las invitaciones a ferias, no excluyen la posibilidad de que artesanos individuales o no formalizados puedan postular, en la práctica las ceramistas encuentran ventajas a la hora de aliarse con estos actores y acceder a sus apoyos. Así, Juanita Pizango comenta: “Estar formalizado es tener mayor apoyo, así todavía puedes entrar a un concurso, el Ministerio te puede ayudar, porque si no estás formalizado, no se puede ayudar, no dan apoyo” (Comunicación personal, 2023).

La principal ventaja la encuentran cuando se realiza un concurso del Estado desde el MINCUL o el MINCETUR. En los trámites de postulación, suele ser más fácil que varias ceramistas postulen a través de una asociación, otorgando sus datos y papeles de certificación como grupo, a que cada uno de ellos realice una postulación por separado, teniendo que cumplir todos con los requerimientos formales para participar. Así, Consolación Panaijo, quien ha podido postular y ganar diversos concursos tanto del MINCETUR como del MINCUL, cuenta sobre uno de los últimos concursos que ganaron como asociación: “Hemos concursado, ahí hemos ganado S/.

3,000.00, 9 socias hemos ganado S/. 3,000.00, MINCETUR, ellos, Turismo Emprende. Cada socio ha recibido S/. 3,000.00, total han salido recibiendo su plata” (Comunicación personal, 2023). Asimismo, Juan explica sobre cómo los socios de Arawillo suelen recurrir a la asociación cuando quieren inscribirse a algún apoyo del Estado:

Las asociaciones presentan a sus socios para apoyo al ceramista, para un bono de cerámica. Y qué cosa pasaba, esas socias decían “yo también he pagado para comprar los registros públicos, yo también soy socio, no me he retirado”, porque en esos concursos nos piden que estén en asociación. (Comunicación personal, 2023).

En ambas asociaciones, el involucramiento de las ceramistas en la actividad asociativa en la época en la que se abren posibilidades de concursar a fondos del Estado, contrasta con la irregularidad en los ritmos de trabajo y la asistencia a los talleres el resto del año, lo cual ha sido fuente de diversos conflictos internos.

La facilidad de acceso a estas oportunidades institucionales para las asociaciones formalizadas también se expresa en su nivel más local con el funcionamiento del CGT-CH. Como mencioné previamente en el capítulo 1, el CGT-CH está compuesto por representantes de aquellos negocios, asociaciones, emprendimientos, entre otros proyectos que busquen involucrarse activamente en el desarrollo del turismo local. Estas agrupaciones tienen que estar formalizadas y trabajar con un RUC determinado. La presidenta del CGT-CH comenta al respecto:

El comité integra a marcas, empresas. Los que están son empresarios ya posicionados, cuentan con RUC, cuentan con una marca conocida...Eso ya es un empresario, están las asociaciones, tenemos Wasichay, Arawillo, Yana Rumi. Sí podemos jalarlos, pero siempre y cuando en el camino no digan “ay no puedo sacar RUC”, porque eso es lo que primero nos piden cuando hacemos gestiones. (Claribel, comunicación personal, 2023).

Como mencionó Claribel, estas 3 asociaciones de ceramistas formalizadas vienen siendo parte de las actividades y gestiones del CGT-CH habiendo dado constancia de su formalización como asociación. Además, en las diversas prácticas

instauradas por los actores institucionales vinculados al turismo local se puede identificar cómo es que la competitividad es una capacidad que se motiva constantemente a incorporar por las ceramistas. Así, por ejemplo, en la reunión sobre el Plan de Desarrollo Concertado de Chazuta hacia el 2030, el especialista comenta en la discusión sobre el valor de lo artesanal en la actividad cerámica: “al final lo importante es lo económico, para poder ser competitivo. No lo llamemos artesanos, sino emprendedores que tengan actividad económica” (Comunicación personal, 2023).

Además de esto, sabiendo que en Chazuta no ha habido una relación histórica larga entre artesanos y el Estado, y que más bien han sido en los últimos 15 años aproximadamente que se empiezan a notar en Chazuta la generación progresiva de algunas oportunidades y apoyos institucionales dirigidas a las artesanas, es más difícil llegar a acceder un nivel mayor de actividad económica y productiva si es que se trabaja sin estar formalizado y de manera independiente. En un contexto en el que el mercado artesanal es relativamente incipiente, las asociaciones formalizadas son una forma más efectiva de poder trazar vínculos con los actores institucionales del Estado, que actualmente son los que brindan las oportunidades más relevantes para la venta y difusión del trabajo de las ceramistas chazutinas. Deivis comenta que, además de acceder a las oportunidades institucionales, la formalización de las asociaciones les permite poder a empezar a pensar ellos mismos en proyectos que pueden organizar como grupo: “La formalización es muy importante...ya podemos generar nuestros propios proyectos. Puedo hacer yo el proyecto o puedo invitar a profesionales para poder hacer proyectos, ya se puede entrar a bancos de inversiones para conseguir financiamientos” (Comunicación personal, 2023).

Es importante mencionar que, al tener que realizar diversos pagos para la inscripción de una asociación en la SUNARP, así como para la renovación de los certificados de vigencia y actividad de la misma, formar y mantener una asociación requiere movilizar recursos económicos. En este sentido, llegar a formalizar una asociación significa que los miembros se han tenido que organizar para pagar estas tasas de registro, lo cual no siempre es un gasto que todas las ceramistas estén dispuestas a realizar. En las entrevistas, varias ceramistas contaron que deben ahorrar de las ventas de sus cerámicas en ferias o de sus pedidos para poder ir preparándose para realizar los pagos de la SUNARP, y también ha sido un motivo recurrente de tensiones internas ya que en muchas ocasiones las ceramistas no

disponen de los recursos para aportar económicamente a los pagos pautados por cada asociación.

Hasta el momento, se ha explicado cómo es que, en los últimos años, teniendo como referencia la experiencia de Wasichay, se ha abierto una serie de posibilidades nuevas para organizar el trabajo de Chazuta que se adecúa a las nuevas formas en las que los actores institucionales vienen gestionando la cultura y el turismo en el país. Por ello, desde el 2018 hasta la actualidad se han generado 6 agrupaciones de ceramistas que han encontrado ventajas en el trabajo colectivo como el aprovechamiento de la infraestructura adecuada para recibir a turistas y trabajar con los implementos necesarios de producción, la posibilidad de incorporar a las redes familiares a este trabajo, y poder agilizar la producción y volumen de piezas listas para vender en ferias o a los turistas al paso. Asimismo, 4 de estas 6 agrupaciones están formalizadas como asociación, sabiendo que esta es una estrategia para poder acceder más fácilmente a los apoyos, financiamientos y oportunidades de venta que generan los actores institucionales, en un contexto donde el mercado artesanal y su relación con el Estado es relativamente incipiente comparado con otras localidades del país.

Sin embargo, es importante mencionar que, aunque el trabajo colectivo en asociación es la forma preferible de organizarse por parte de la mayoría de ceramistas, el hecho que en los últimos 5 años Chazuta haya pasado de tener 1 asociación a 6 asociaciones de artesanos, también expresa ciertos aspectos a analizar sobre las razones por las cuales deciden separarse de alguna agrupación anterior. Más allá de las divisiones y tensiones que todo grupo social o sector productivo tiene, hay una parte de ellas que en el caso del trabajo de la cerámica en Chazuta tiene que ver con la relevancia que ha tomado la competitividad en el trabajo artesanal y su vínculo con las formas “mejores de hacer cerámica”, pero también con una tendencia a mantener la cerámica como un trabajo organizado principalmente según las relaciones familiares, las dinámicas cotidianas del hogar y la producción dentro del propio hogar.

La competitividad es una palabra cada vez más común en documentos, manuales, planes de acción e informes de los actores institucionales vinculados a la artesanía y el turismo. El MINCETUR define la competitividad como una “capacidad de una empresa, institución, individuo, etc., para desarrollar y mantener aquellas ventajas que le permiten disfrutar y sostener una posición destacada en el entorno socio económico en el que actúa” (2021, p. 123). Desde el marco de la alianza entre

la UNESCO y la OMT en su búsqueda por articular directamente la gestión de la cultura y el turismo, explican que la artesanía tiene en este escenario un rol importante en posicionar al Perú como un destino turístico competitivo, ya que “estimula el turismo receptivo, que ocupa el tercer lugar de generación de ingresos por divisas al país. El Estado valora el talento, la competitividad y la creatividad de los artesanos” (OMT, p.60). Por otro lado, el MINCETUR explica sobre las múltiples ventajas de trabajar desde asociaciones, que estas “principalmente a este nuevo entorno competitivo. Trabajar en equipo es la principal estrategia, pues permite resultados que difícilmente podrían obtenerse de manera individual” (2013, p.15).

De esa forma, desde las instituciones se habla de este término haciendo referencia a la competitividad de un destino turístico, la artesanía como un recurso para potenciar la competitividad de un destino turístico, y de la creación de asociaciones como una estrategia para destacar en un entorno competitivo. Pero estos actores, en concreto, el MINCETUR, habla también de las estrategias competitivas que pueden desarrollar los artesanos para destacar dentro de su mismo sector. Por ejemplo, en el Manual de Adecuación Turística de Talleres de Artesanía, el MINCETUR promueve como estrategia para adecuar el trabajo artesanal a las exigencias del mercado turístico “Revisar qué hacen mis competidores y afinar mi propuesta para ser más competitivo y más innovador que ellos” (2021, p. 108). Asimismo, destaca que los turistas valoran los talleres de artesanía “con personalidad, auténtico, único, original e irrepetible” (2021, p. 52).

En Chazuta, si es que las ceramistas querían continuar trabajando de la cerámica de manera sostenida y generar ganancias de la actividad, debían crear su propio proyecto de trabajo colectivo para poder posicionarse en un escenario en el que Wasichay tenía ya una trayectoria larga y sólida como asociación, posicionándose por mucho tiempo como la única agrupación de ceramistas en el distrito por 15 años aproximadamente. De esta forma, en el caso de la cerámica en Chazuta, al ser aún un lugar sin un flujo importante de turistas que le permita competir con otros destinos de la región o del país y sus respectivas líneas de artesanía y cerámica, la competitividad suele estar más presente a nivel interno, entre las agrupaciones de cerámica existentes. Además de ser un tema recurrente en las entrevistas realizadas, el hecho de destacar el trabajo de una asociación en contraposición a otra lo pude percibir de manera más clara en las ferias a las que las ceramistas chazutinas asistieron en los meses de marzo y abril que se realizaron por el día del artesano en

Chazuta y en Tarapoto. En la feria de Chazuta estuvieron vendiendo sus cerámicas todas las agrupaciones menos Yana Rumi y Wasichay, mientras que en la de Tarapoto asistieron representantes de Yana Rumi, Artesanía Emita y Artesanía Untay Pishko. Al asistir varias agrupaciones de Chazuta a la vez, las ceramistas solían destacar en sus discursos para atraer a clientes como “nosotros hacemos la cerámica de la mejor calidad en Chazuta” o “aquí si hacemos la cerámica como siempre se ha hecho”.

Esta última frase expresa una idea clave sobre la competitividad entre las agrupaciones de ceramistas en Chazuta, que es que esta competencia por destacar entre los clientes y turistas, se expresa en la forma en la que se destaca que las cerámicas bien hechas son aquellas que se hacen manejando con excelencia las técnicas ancestrales de producción. Hemos visto previamente que destacar la ancestralidad es una de las características que debe tener un buen discurso manejado de forma innovadora por una ceramista con “cultura turística”, término ligado a la “autenticidad” y la legitimidad étnica. Así, Hermelinda cuenta: “Los turistas preguntan, cómo lo hacen esta pintura, cómo le preparan dicen... Nosotros no utilizamos esas pinturas que pintan la tempera... Mayormente se ve lo que hacen, ya le utiliza pues este las pinturas de la tienda. Nosotros no” (Comunicación personal, 2023). Asimismo, Consolación comenta: “hay algunos que hacen pesado aquí, hacen doble. Cuando le haces doble, es que no lo llunguneas bien, pesa. Siempre he llevado obras livianas a Lima” (Comunicación personal, 2023). Juan también comenta lo que les suele decir a algunos ceramistas: “Ustedes todavía no están haciendo la cerámica bien perfectamente acabada y ustedes no deben competir con las personas que hacen la cerámica bien acabada... yo la miraba a mi mamá, pero perfectamente hacía una tinaja su obra, bien hechecito” (Comunicación personal, 2023).

De esta forma, la competitividad entre agrupaciones de ceramistas suele hacerse explícita destacando como algunas de ellas hacen mejores cerámicas porque saben hacerlas como se hacía antes, con insumos naturales, manejando las técnicas tradicionales de producción o haciéndolas tan bien como sus mamás o abuelas. Esta competitividad suele destacarse en espacios donde las diversas agrupaciones están vendiendo sus obras en la misma feria o evento, o en momentos donde buscan explicar por qué algunos turistas compran cerámica de una agrupación en lugar de otra. Esto tiene que ver también con que, como hemos visto, en Chazuta la cerámica chazutina es la línea artesanal mejor posicionada de cara al turismo, y dentro de esta línea, a pesar de haber pequeños detalles que hacen variar la producción de las piezas

de una agrupación a otra, en general, las 6 agrupaciones se dedican a hacer el mismo tipo de cerámica, es decir, la cerámica tradicional chazutina. Esto también se ha expresado en la elección de algunas agrupaciones sobre otras en espacios de venta y exhibición institucionales que son menos accesibles y tienen una mayor demanda. Por ejemplo, desde el 2012, Wasichay fue invitado a todas las ferias del Ruraq Maki en Lima realizadas por el MINCUL; sin embargo, desde el 2018, cuando se empiezan a crear otras agrupaciones, se empieza a invitar anualmente a la asociación de Yana Rumi, siendo ahora la única asociación de Chazuta que acude a este evento. En ese sentido, en espacios de ferias o eventos donde las agrupaciones exhiben sus cerámicas unas al lado de las otras, en las que solo hay opción de que una o dos agrupaciones participen, resulta más relevante que desplieguen estrategias para diferenciarse dentro de una oferta similar de piezas.

Sin embargo, fuera de estos espacios donde las ceramistas necesitan desplegar ciertas estrategias para vender más cerámicas que otra agrupación, he podido identificar diversas prácticas de solidaridad y cooperación entre ceramistas de diferentes agrupaciones. Por ejemplo, el día en el que diversas ceramistas se reunieron en la municipalidad para inscribirse en el concurso Somos Artesanía 2023 del MINCETUR, pude ver cómo Juanita Pizango y la familia de Untay Pishko se ayudaron mutuamente durante toda la sesión para resolver las diversas dificultades que tuvieron; Juanita ayudando a Untay Pishko a realizar el presupuesto de lo que iban a solicitar para el concurso, y la familia de Untay Pishko ayudando a Juanita a pensar en una forma de incorporar el elemento de innovación a su propuesta. Asimismo, Consolación y su hija pasaron por una pérdida de un familiar cercano en el mes de abril que impidió que pudieran seguir trabajando la cerámica por varias semanas. En esos días Juanita Pizango le llevó a su casa algunos sacos de leña que Consolación no había tenido tiempo de recoger y la animaba constantemente a que vuelva a embarrar. Asimismo, en una reunión organizada por el MINCUL y la DDC-SM para hacer un registro preliminar de artesanas para inscribirse en el RENTOCA (Registro Nacional de Trabajadores y Organizaciones de la Cultura y las Artes), las ceramistas se ayudaron mutuamente para seguir los pasos de la inscripción y resolver diversas dudas. Además, en las diversas reuniones realizadas en las que se encontraban y debían realizar dinámicas juntas, como el de la elaboración de productos turísticos y el del plan de desarrollo concertado, había una relación cercana y familiar entre las ceramistas.

El último punto importante a analizar de esta subsección tiene que ver con el otro aspecto implicado en la generación de tensiones y divisiones entre agrupaciones de ceramistas, que es la tendencia a mantener la forma organizativa tradicional del trabajo de la cerámica, es decir aquella inserta de manera directa a las dinámicas cotidianas familiares, ritmos del trabajo doméstico y al espacio del hogar. Al indagar por las motivaciones de separación de las ceramistas de sus anteriores agrupaciones suelen mencionar que se trabaja con más comodidad y facilidad en el mismo hogar debido a que les permite encajar el trabajo de la cerámica con el resto de tareas domésticas que deben realizar.

Cuando la han invitado acá al Yana Rumi mi mamá siempre se iba... Como no quedaba conveniente dejar la casa, los quehaceres, vuelta ir allá, en cambio aquí estás haciendo, dejas tu olla hirviendo, hasta que haces está ahí, así otra manera de hacer propio acá hace mismo sus artesanías (Magdalena, comunicación personal, 2023).

Yo también estoy diciendo, construir mi taller en mi propia casa, en mi propia casa...y no estar viniendo al Wasichay. Ahora que estoy con mi mamá enferma, en algunos momentos ya estoy haciendo algunos hechos, ya de repente esta semana, como mi mamá no puede pues, para dejarle. (Auraluz, comunicación personal, 2023).

Asimismo, las ceramistas suelen preferir trabajar con miembros de sus propias familias a compartir el trabajo con otras ceramistas no familiares, por lo que las ceramistas que salían de una agrupación solían crear otra nueva, pero con miembros solo de la familia. Magdalena cuenta sobre la creación de Untay Pishko: “Decidimos trabajar muy ajeno a los demás por motivos que, a veces trabajan en organizaciones, hay peleas, hay pleitos, egoísmo, a veces por la envidia de que hay, hemos tratado de trabajar más bien familia” (Comunicación personal, 2023). Asimismo, Juanita describe el hecho de trabajar en un taller de una casa que no era suya como estar de “inquilino”: “El local era personal, no era de la asociación, éramos como inquilinos, pero no pagábamos ni de luz ni de agua ni del local ni de nada, pero éramos como

inquilinos...en cambio aquí estoy en mi casa familiar” (Comunicación personal, 2023). De esta forma, la comodidad que las ceramistas encuentran al trabajar la cerámica como una actividad acomodada a los ritmos y trabajos domésticos de las mujeres en sus casas, así como a las dinámicas cercanas intrafamiliares, es una razón importante por la cual las ceramistas se desvinculan de sus agrupaciones para crear una nueva que cumpla con estos aspectos.

4.3 Balance del capítulo

Este capítulo tuvo como objetivo explicar y analizar la forma en la que las ceramistas chazutinas se organizan para trabajar, relacionando sus decisiones al respecto con los discursos y prácticas sobre la actividad de la cerámica de cara al turismo que configuran el contexto actual de las dinámicas de desarrollo turístico local. Asimismo, buscaba identificar qué aspectos de la forma de organizar el trabajo de la cerámica en Chazuta respondían más bien a la manera en la que se solía realizar este trabajo antes de los últimos 50 años aproximadamente, cuando no existían agrupaciones, la cerámica no circulaba en los mismos espacios que ahora, y el Estado no tenía un vínculo con las ceramistas chazutinas.

He explicado cómo es que la cerámica en esta época era una actividad que formaba parte de la vida cotidiana de las familias chazutinas, asociándola con un conjunto de prácticas, conocimientos y experiencias ligadas al trabajo y la vida familiar como la pesca, los viajes en río, los alimentos provenientes del trabajo en la chacra, y la necesidad de fabricar objetos que permitían a realizar estas tareas como las ollas de barro y las yicas de hilo. La fabricación de estos objetos era una actividad hecha por las mujeres, quienes aprendían de sus madres mientras las veían embarrar y tejer en sus casas. Estos objetos eran usados por la misma familia, pero también las vendían e intercambiaban en diversos pueblos vecinos a los que tenían que salir caminando ya que no ingresaban consumidores con frecuencia al distrito.

Hoy en día, después del proceso de cambios vinculados a una nueva agenda institucional alineada al régimen neoliberal que gestiona como recurso a la cultura orientada al turismo, cuyos efectos se han expresado con más intensidad en Chazuta en los últimos 20 años, la cerámica sigue estando vinculada a las dinámicas familiares, los hogares y las tareas domésticas, pero con diversos matices. El primer aspecto importante a destacar dentro de las nuevas formas de organizarse incorporadas por las ceramistas chazutinas en los últimos 30 años tiene que ver con la decisión de crear

agrupaciones de ceramistas. Esta decisión viene marcada por el rol que cumplió Wasichay en la configuración de un escenario local propicio para que las ceramistas empiecen a pensar en la cerámica como un trabajo en sí mismo que puede generar aportes importantes a las estrategias económicas de las familias chazutinas, permite tener visibilidad pública y poder acceder diversos apoyos y oportunidades institucionales vinculadas al Estado. Tras ser evidente que su forma de trabajo marcó un antes y un después en la forma de entender la cerámica chazutina, las ceramistas pudieron evidenciar desde sus propias experiencias los mayores alcances que tenía la cerámica cuando se trabajaba desde una agrupación, con ciertas normas a cumplir, con agendas y horizontes de crecimiento y en una búsqueda activa por generar alianzas con actores institucionales.

Las agrupaciones, además, permitían ciertas ventajas en el trabajo de la cerámica, considerando que, en este nuevo contexto, tener un taller de trabajo con diversas tecnologías de producción, un espacio de dedicado a la venta, y la exigencia de producir más piezas para vender en diversos espacios, exigía a las ceramistas movilizar recursos económicos y desplegar nuevas estrategias organizativas. Las ceramistas explican que el trabajo en agrupaciones permite, por ejemplo, tener una cantidad de piezas suficientes para poder vender constantemente en las ferias y a los turistas que pasan por las tiendas que no podrían cubrir trabajando individualmente. También identifican que trabajar con otras ceramistas permite que las personas que no tienen los recursos para construir un taller o una tienda de cerámica, usen los medios de producción y distribución de otras ceramistas que ceden este espacio a los miembros de la agrupación.

Por otro lado, de las 6 agrupaciones existentes, 4 están formalizadas como una asociación en la SUNARP. Actualmente, actores como el MINCETUR y Promperú destacan las ventajas de formalizar las asociaciones de artesanos, expresándose a nivel local con las exigencias de trabajo del CGT-CH. Las ceramistas si encuentran ciertas ventajas de trabajar en asociaciones formalizadas, siendo la principal de ellas la percepción de que esta decisión facilita notoriamente el acceso a los apoyos que brinda el Estado, por lo que son las etapas en las que se abren las convocatorias de fondos concursables cuando más activo se encuentra el trabajo en asociación.

El crecimiento de agrupaciones y asociaciones de ceramistas existentes en Chazuta en los últimos 5 años ha sido evidente, lo que refleja cómo la organización del trabajo de la cerámica actualmente se basa en la figura de la asociación, pero

también que ha habido constantes desprendimientos de ceramistas de las dos asociaciones que, como se ha visto, son las que han podido posicionarse con mayor solidez en aquellos eventos, espacios y plataformas que maneja el Estado: Wasichay y Yana Rumi. Para entender este proceso de división de las asociaciones, y a la vez de creación de las mismas, es importante entender la introducción del concepto de la competitividad que proviene del campo empresarial, del marketing y de los estudios del mercado. Los actores institucionales estatales como locales adoptan este término en sus planes y manuales dirigidos a los artesanos, promoviendo la incorporación de estrategias que les permitan posicionarse frente a los competidores de su mercado, que, en el caso de la cerámica en Chazuta, se expresa en la competencia entre las mismas agrupaciones locales de ceramistas.

Vinculado a la forma en la que la ancestralidad viene siendo incorporada en las estrategias discursivas alrededor de la producción de cerámicas en Chazuta, las ceramistas han identificado que a los turistas y extranjeros les gusta consumir aquella cerámica hecha como lo hacían los antepasados, manejando técnicas tradicionales de producción y usando insumos del bosque. En ese sentido, la competitividad se expresa en este escenario destacando que la cerámica de una agrupación se hace “como se hacía antes”, a diferencia de otras, en especial en aquellos espacios de venta y exhibición, donde se hace evidente que, en general, el tipo de piezas producidas por las ceramistas chazutinas son similares. Sin embargo, es importante mencionar que, en las dinámicas más cotidianas de relación entre ceramistas en Chazuta, la competitividad se matiza con una notoria solidaridad entre ellas, incluso en situaciones que dicha cooperación supone una ayuda en la producción de otra agrupación.

Pero, además del ambiente de competitividad que se puede identificar en el escenario actual en el que ya se han creado diversas agrupaciones de ceramistas, la razón fundamental por la que ha habido un proceso de división de las mismas tiene que ver con la tendencia a mantener la cerámica dentro de la organización de la vida cotidiana de las familias chazutinas. Así, podemos ver cómo ha habido diversos casos en los que las ceramistas, después de haber ahorrado y conseguido los recursos necesarios para construir un taller dentro de sus hogares, han decidido hacerlo y así empezar a trabajar por su propia cuenta con una nueva agrupación. Las ceramistas destacan que esto se debe a que tener un taller dentro del hogar permite seguir trabajando la cerámica sin descuidar las diversas tareas domésticas que las mujeres

chazutinas deben cumplir en el hogar. Asimismo, vemos que las personas que se han desvinculado de una asociación, buscan crear una nueva agrupación que se base principalmente en las relaciones de parentesco y la forma habitual de convivir, apoyarse y organizarse entre familia.

En el texto de De Sardan sobre la antropología del desarrollo se explica cómo desde las ciencias sociales se pueden analizar los procesos de articulación entre contextos macro sociales y micro sociales para identificar actitudes de aceptación o rechazo ante factores nuevos o exógenos en diversas sociedades (2005). Al analizar la forma en la que las ceramistas chazutinas han decidido organizarse vemos, por un lado, se puede identificar una actitud de aceptación ante la consolidación de la figura de la asociación como la forma organizativa que promueven las instituciones del Estado. Las ceramistas están o buscan estar formalizados como asociaciones al identificar una serie de ventajas vinculadas al acceso de los apoyos del Estado cuando se trabaja bajo esta figura legal. Estas agrupaciones mantienen una relación competitiva caracterizada por buscar destacar el aspecto ancestral, y, por tanto, bien hecho, de sus producciones sobre otras, pero también practican diversos vínculos de solidaridad y cooperación en las experiencias cotidianas que exceden los encuentros directos entre ellas en espacios de venta y exhibición.

Sin embargo, por más que es evidente que la figura de la asociación es predominante en el escenario del trabajo cerámico en Chazuta, se puede identificar también tensión y rechazo hacia este tipo de organización laboral ya que las mismas están en constantes procesos de división y creación debido a la tendencia de las ceramistas de buscar encajar su trabajo con las tareas domésticas a realizar y las dinámicas familiares cotidianas, y por tanto dentro de la estructura del hogar. Esto entra en tensión con la forma en la que la figura de la asociación promovida por los actores institucionales se ha introducido en Chazuta, ya que exige la dislocación del trabajo de la cerámica en el hogar y de las relaciones de parentesco. Así, se puede ver también que la figura de la asociación promovida desde los actores institucionales, al aterrizar a la práctica, evidencia no tomar en cuenta que en Chazuta las mujeres están encargadas del sistema de cuidados y del trabajo doméstico de los hogares, y que las implicancias de trabajar en asociaciones supone una carga y presión adicional a las ceramistas por encajar estas nuevas lógicas a las labores que ya están encargadas de realizar. De esta forma, el análisis de las estrategias organizativas promovidas por los actores institucionales implica necesariamente hablar del sistema

de género presente en Chazuta y las particularidades de las vidas cotidianas y laborales de las mujeres chazutinas.



Capítulo 5: Produciendo piezas y experiencias

En este capítulo buscaré explicar y analizar la forma en la que las dinámicas de desarrollo turístico local han dado forma a la producción de la cerámica chazutina. La producción incluye el proceso de hacer las piezas mismas, pero también de otro tipo de elementos que son clave para vender la experiencia de la cerámica chazutina, como por ejemplo la producción de espacios como los stands de las ferias, los talleres y las tiendas, y de relatos y narrativas sobre el hacer cerámica. Es importante tener en cuenta las ideas de Mirko Lauer sobre los objetos plásticos más allá de su materialidad específica, sino también como un conjunto de procesos productivos, tecnologías, valores, ideologías y narrativas que la sostienen y le dan existencia (1982). Las tesis de Dangelo (2020) y Moscoso (2019) muestran como la construcción de los espacios juegan un rol clave para diversos negocios que buscan atraer compradores turistas. Asimismo, hemos visto que la dimensión discursiva ha cobrado una importancia cada vez mayor en un régimen neoliberal que construye sujetos con habilidades y repertorios escénicos, performativos e innovadores. De este modo, es importante tomar en cuenta la producción de aquellos elementos que construyen la experiencia de hacer cerámica en Chazuta, que incluye a sus piezas, pero también otros aspectos que la acompañan.

Para Lauer, los objetos condensan una serie de relaciones y determinaciones sociales, con lo que argumenta que estos no tienen una dimensión estética o visual que pueda ser analizada sin la dimensión social de su existencia; por el contrario, explica que los objetos son sociales en integridad (1982). Esta es una idea que complejiza los análisis tradicionales sobre los objetos plásticos en tanto entiende su materialidad de la mano de los procesos sociales y simbólicos que componen la existencia del objeto, yendo más allá del argumento estético basado en un buen gusto. Cuando empecé a tener más conocimiento sobre la forma de hacer cerámica, me di cuenta que, más allá de que, en general, todas las ceramistas chazutinas hacen un estilo similar de cerámica, hay una gran diversidad de formas, métodos, técnicas, estrategias, insumos, entre otros elementos que forman un repertorio del cual las ceramistas pueden optar por una u otra opción.

En este sentido, no solo mencionaré qué formas tienen las ceramistas de hacer las piezas sino también de qué forma el nuevo contexto descrito previamente, con los nuevos mandatos sobre el hacer artesanía y las exigencias a tener en cuenta para

posicionarte en un mercado turístico, atraviesan estas decisiones productivas, así como también con qué otros criterios, valores y prácticas coexisten estos mandatos en los procesos de producción. Asimismo, los aspectos mencionados a analizar en este capítulo serán explicados según las diversas experiencias de las ceramistas y sus agrupaciones de trabajo, pues cada una de ellas tiene más o menos recursos que determinan sus posibilidades de producir cerámica de manera más estratégica.

5.1 Producir piezas

Al preguntar e indagar por las formas de producir las piezas, las ceramistas solían ir describiendo el proceso que pueden verse en los libros y documentos institucionales sobre la cerámica chazutina, que corresponde a lo que las ceramistas llaman la forma artesanal o tradicional de hacerla. Sin embargo, preguntado sobre cómo hicieron una u otra pieza que tenían en sus tiendas, me di cuenta que en realidad había diversas opciones a elegir sobre cómo hacer una pieza. Al final de las conversaciones, solían concluir que, además de tener la forma artesanal de hacer cerámica, también tenían la forma innovada. En los siguientes párrafos, describiré y analizaré ambos métodos de producción según sus componentes, como los insumos, las herramientas, formas o lo acabados, detallando las características de cada uno de ellos tanto en su forma artesanal como innovada.

5.1.1 El método artesanal - tradicional

Para empezar, hay ciertos insumos que las ceramistas usan en la forma artesanal de hacer cerámica, los cuales tienen la característica de ser naturales y provenientes de diversas fuentes del medio amazónico. El material principal de la cerámica es la arcilla, la cual proviene del barro que las ceramistas suelen sacar de canteras conocidas que cada una elige según su preferencia. Estas suelen ser las canteras de Ramón Castilla, Santa Rosa de Chipaota, la Banda y Mushuck Llacta. Los engobes son los pigmentos que las ceramistas usan para darle color a las piezas. Los colores tradicionales de la cerámica chazutina son el rojo, el blanco y el negro, pigmentos que provienen también del bosque. Para el color rojo, se utiliza la tierra amarilla que se suele traer de las canteras de Lamas; el color amarillo de esta tierra se vuelve rojo cuando la pieza pasa por la quema. El color blanco sale de la tierra blanca (Figura 10) que se suele traer de Lagunas. Ambos lugares requieren que las ceramistas viajen hasta estos lugares y contraten peones que puedan sacar la

cantidad deseada y que puedan llevarlas hasta el lugar donde las ceramistas toman el transporte de regreso. Por último, el color negro se obtiene del yana rumi, la piedra negra, la cual se suele traer de Yarina. El negro del yana rumi suele ser un pigmento difícil de usar debido a que tienen que hacer diversas mezclas para lograr la consistencia deseada para que se impregne en la pieza. Así, las ceramistas suelen mezclar el yana rumi con otros insumos del bosque. Hermelinda cuenta: “para que no se desprende de la cerámica, no se despinta, su mezcla es la hoja de la guayaba, la hoja ucuera, la hoja uchugya, una hierba mentita que tiene sus hojitas... Es una pintura bien excelente” (Comunicación personal, 2023).

Figura 11
Tierra blanca de Lagunas



Fuente: Archivo personal, 2023.

El barro sacado de las canteras pasa por un proceso de preparación para que pueda ser usada. El método artesanal de prepararla consiste en sacarle rezagos de piedras u otras materias que pueda tener el barro. Luego de dejarla reposar unos días sobre un cuero o un manto, se pisa el barro con los pies a la vez que se le remoja y se hecha el shaño. El shaño es un polvo que se obtiene de cerámicas quemadas que se rompen y trituran. Este proceso sirve para darle la consistencia deseada a la arcilla para evitar que las piezas se derritan, se doblen o que se rompan en la quema. Juanita Pizango explica que las ceramistas ancianas tienen un gran conocimiento de cómo hacer una buena arcilla:

ellos lo sienten el olor y ya saben que va a ser bueno, y después cuando revienta, cuando se le pisa, shack, shack, hace, y eso ya va a ser bueno,

ya está saliendo todo su burbuja, todo eso he aprendido de mi mamá...a veces le pasa la lengua, le prueba para que tenga el shaño. (Comunicación personal, 2023).

Una vez está lista la arcilla, se empieza con el modelado de la pieza. El principal distintivo del método artesanal de hacer cerámica es el modelado de la pieza a través de los chunchullis, palabra que significa tripa o intestino en quechua. Los chunchullis (Figura 11) son rollitos de barro que se van pegando unos sobre otros para ir dándole altura y forma a una pieza, empezando desde la base de la cerámica hasta llegar al cántaro o la parte superior de la misma.

Figura 12
Chunchullis



Fuente: Archivo personal, 2022.

Otro aspecto del método tradicional de la cerámica tiene que ver con la forma de la pieza. Las formas tradicionales (Figura 12) suelen ser los tiestos y callanas, las tinajas, los garrafones, las mocahuas y las ollas, cada una de ellas teniendo diversas variaciones. Estas formas tradicionales corresponden a los usos que solían darle a las piezas cerámicas tradicionalmente como transportar agua y conservar, preparar y servir alimentos. Una vez modelada la forma de la pieza, se le pasa la llunguna a todas las superficies. La llunguna es una herramienta que se saca del fruto del huingo y es usada para alisar la pieza y terminar de acomodar los chunchullis. Después se utilizan algunas herramientas para suavizar la textura de la pieza como las cáscaras de

plátano. Cuando la pieza está lista y seca, se puede pasar a engobar la pieza con los pigmentos deseados. Primero se pintan los colores de fondo que están en toda la extensión de la pieza. Cuando se seca, se pasa a pulir la pieza con una piedra lisa que permite sacarles brillo a los colores pintados.

Figura 13
Tinajón de Consolación Panaijo



Fuente: Archivo personal, 2022.

Después de este paso, se empiezan a pintar los detalles e iconografías de la pieza. Los diseños que suelen plasmarse son los quingos, que son un conjunto de elementos y series geométricas, pero también se suele hacer diseños florales que representan las plantas que rodean el bosque. Juanita Pizango explica:

Yo me acuerdo que cuando iba mi mamá, lo que decía voy a pintar las flores de shiricsanango, y hasta ahora sigue. Las flores del ayahuasca, hasta ahora sigue. Así decían ellos al pintarle. O voy a hacer un cerrito, igual que el camino, lo que se camina. Hasta ahora los quingos ahí.
(Comunicación personal, 2023).

Estos diseños, al ser finos y detallados, suelen hacerse después del pulido para que no se desprendan de la pieza con el paso de la piedra. Los diseños suelen

hacerse con chujcheros, que son pinceles hechos de los cabellos de las propias ceramistas que permiten hacer líneas más finas y rectas.

Cuando las piezas están listas, se puede empezar a hacer el quemado. Un aspecto fundamental a tomar en cuenta a la hora de hacer el quemado de las piezas es observar las fases de la luna. Las ceramistas chazutinas explican que hay una buena luna y una mala luna para hacer la cerámica. La buena luna es la luna llena y alrededor de 5 días antes y después de la misma. En Chazuta identifican una buena luna cuando está en la parte central o alta del cielo. La mala luna es la luna verde, nombre que le dan a la luna llena. Quemar una pieza en esta luna provoca que las cerámicas se agrieten y se rompan, volviéndose inútiles para su fin de retener líquidos. Angélica explica: “una tinaja que se le pone agua, y asas en la luna verde, cuando la luna ya está como dicen las abuelitas, adentro la tierra, y ahí llora la tinaja, llora, escurre agua, aunque tiene copal, lacre la tinaja” (Comunicación personal, 2023). Consolación comenta: “en las fases de la luna, tienes que ver que sea mínimo 5 días antes, mayormente 8 días antes, 8 días después [de la luna verde], pero si estás en apurada, por lo menos 5 o 6 días” (Comunicación personal, 2023). Aunque la mayoría de ceramistas resaltan el vínculo entre las fases lunares y el quemado, algunas explican que también afecta en los momentos de embarrar o de sacar las tierras y el barro de las canteras. Asimismo, también cuentan que algunas no queman o embarran cuando están menstruando. Auraluz cuenta: “Cuando está por decir yo estoy con mi regla, con mi menstruación, no puedo ir a sacar esa arcilla, cuando también tienen relaciones así en la noche, el día que van a sacar la arcilla tampoco puedes ir” (Comunicación personal, 2023).

El quemado tradicional se realiza con shunto, que significa fogata en quechua. Los shuntos se hacen con leña suave apilada en forma de cono, y sobre ella, después de precalentar las piezas, se las monta encima con cuidado hasta que estén listas. Sin embargo, esta técnica ya casi no se practica, y ahora lo más común es usar hornos de barro cerrado. Con algunos pedazos de leña se hace un precalentamiento inicial. Después se van metiendo las piezas y se va aumentando el fuego. Las ceramistas conocen ciertos indicadores para saber cuando las piezas están listas para sacarlas del horno. Luis cuenta al respecto: “ya huele, huele el olor de la tierra, cuando ya huele ya sigues metiendo fuego...ya has visto las piezas bien rojitos, cuando está negro le sigues metiendo fuego, pero cuando se ve rojito ya le dejas, se apaga” (Comunicación

personal, 2023). Las quemas son largas, pueden durar 7 horas y suelen hacerse de noche o en días fríos para evitar la sensación de calor fuerte.

El paso siguiente es sellar las piezas con lacre y copal. Para aquellas piezas que serán usadas para servir agua o líquidos, es importante pasarles el copal por la parte de adentro para que no se filtre o se absorba. El copal es una resina natural de color negro que proviene de un árbol. Cuando está fría no se impregna en la pieza, por ello, el copal debe ser echado justo después de la quema, cuando la pieza aún está bien caliente, esto permite que el copal se suelte y sea fácil restregarla por toda la parte interna de la pieza con ayuda de un palo en forma de hisopo. Lo mismo sucede con el lacre. El lacre es otro árbol que bota una resina transparente que se conserva en pedazos duros. Para que se suelte también tiene que entrar en contacto con una alta temperatura. El pedazo de lacre se soba con la mano por toda la parte externa de la pieza y le deja un brillo que funciona como barniz (Figura 13). A veces, cuando no se realiza a una temperatura adecuada, la resina deja algunas manchas oscuras, por lo que las ceramistas deben manejar bien la fuerza con la que aplican la resina y el calor de la pieza. Cuando se secan estas resinas y se enfría la pieza termina el proceso de producción. Como expliqué previamente, el fin tradicional de este tipo de piezas es el utilitario. Ya sea para uso propio o para la venta a terceros, las piezas tradicionales tienen el fin de poder usados para tareas cotidianas vinculadas a la preparación, cocción y conservación de alimentos.

Figura 14
Consolación Ríos pasando lacre después de la quema



Fuente: Archivo personal, 2023.

5.1.2. El método innovado

El método innovado implica algunas variaciones del método artesanal-tradicional de hacer cerámica. Para empezar, la principal diferencia con respecto al método artesanal-tradicional es el modelado con torno manual o eléctrico. El torno tiene una plataforma donde se coloca un pedazo de arcilla y que cuando empieza a girar, se le va dando forma con las manos según la pieza que se quiere hacer. El giro de la plataforma permite que las piezas puedan ser uniformes con más facilidad y también agiliza el tiempo de modelado. Esta técnica requiere de otras habilidades en las manos y ha sido enseñada a las ceramistas a través de capacitaciones técnicas.

Las formas de las piezas también pueden ser innovadas. Dentro de las piezas utilitarias, por ejemplo, ahora es común encontrar una gran diversidad de formas como tazas, macetas, jarras, porta inciensos y cuencos. También hay un conjunto de piezas que tienen fines decorativos, dentro de las cuales podemos encontrar diversas esculturas como las gallinitas (Figura 15), las palomitas, los jarrones, o incluso piezas utilitarias con alto relieve como cuencos en forma del fruto del cacao, tinajas con formas de rostros o jarrones con asas de pajaritos. Hay un gran conjunto de piezas clasificadas por su tamaño que son las miniaturas (Figura 14), caracterizadas por tener las diversas formas mencionadas anteriormente, pero hechas en tamaños muy pequeños. Dentro de las miniaturas podemos encontrar réplicas, que representan otras formas conocidas de piezas, pero las reproducen a menor tamaño, como por ejemplo las réplicas de las grandes urnas funerarias encontradas en el proyecto arqueológico del 2002. Las formas de las piezas van de la mano con los fines para los cuales se va a usar la pieza, por lo que muchas de las formas mencionadas corresponden ya no a un uso utilitario, sino a un uso decorativo.

Figura 15

Miniaturas a torno, con pinturas industriales, de la colección de Juanita Bartra



Fuente: Archivo personal, 2023

Figura 16
Gallinita de la colección de Juanita Bartra



Fuente: Archivo personal, 2023.

Una vez la pieza tiene la forma deseada, en lugar de empezar a engobar, en el método innovado primero se debe quemar a horno cerrado. Esto debido a que, dentro de los insumos innovados, se encuentran las pinturas artificiales que son compradas en bodegas o mercados. Estas pinturas no están hechas para soportar el quemado del horno, por lo que se debe hacer después de la quema. Cuando la pieza está quemada, se puede empezar a pintar con los pigmentos industriales que suelen coincidir con los colores rojo, blanco y negro que se usan con los engobes naturales. Las iconografías plasmadas suelen ser las mismas que en el método tradicional, aunque hay un grupo de ceramistas que están realizando piezas con detalles diferentes en los diseños, incluso agregando otros colores que no son los 3 típicamente usados. Las pinturas en este tipo de cerámicas también son usadas para escribir algunas palabras que ahora es común ver en las piezas. La primera es el nombre de Chazuta, y el segundo es el nombre de la agrupación que la ha producido, y en algunos casos el nombre de la ceramista que la hizo. Es importante mencionar que algunas herramientas tradicionales son reemplazadas por otras que cumplen la misma función, pero provienen de materiales procesados, como algunos pedazos de plástico que sirven como llungunas, pinceles comprados en mercados o navajas especiales para cortar la arcilla. Una vez terminado todo lo que tiene que ver con los

pigmentos, la pieza pasa a ser barnizada. Para esto se utilizan barnices industriales conseguidos en bodegas o mercados o también lacas en spray.

5.1.3 “Es tradicional, pero ha innovado”: Las decisiones detrás de la producción de las piezas

Los métodos descritos previamente son las formas que las ceramistas tienen para elegir cómo hacer una cerámica. El método innovado de hacer cerámica es descrito por las ceramistas como la forma en la que ellas han respondido a través de sus piezas a las demandas del mercado turístico actual, lo cual puede identificarse en los distintos componentes que he descrito. Para empezar, un aspecto donde las ceramistas notan un cambio al cual han debido adaptarse han sido las formas de las cerámicas, que va de la mano con sus fines de fabricación. Antiguamente, como hemos visto, la cerámica era la forma en la que las chazutinas hacían objetos para el uso diario cuando no había ollas, platos o valdes de aluminio y plástico, cuando no había una refrigeradora para conservar alimentos o cuando no había servicio de agua y debían recogerla de los pozos con tinajas. Hoy en día, toda familia tiene sus platos de loza o de plástico, ollas de aluminio, agua en sus casas, lo cual ha influido en la disminución de la fabricación de las piezas con formas tradicionales para el uso propio o la venta.

De esta forma, las ceramistas ampliaron su repertorio de formas a modelar. Por ejemplo, la señora Dinaria explica: “Las gallinitas son nuevas. Mi mamá no hacía, ahorita esto ya hacemos, palomitas, palomitas también se hacen chiquititos, gallinitas, estas gallinas hacen grandes. Los turistas de Lima duro han querido” (Comunicación personal, 2023). William también comenta al respecto:

ya con la técnica más innovada, por ejemplo, ya no solo tinajas, ya no ollas, platos, sino también hacer vasijas más modernas y más innovados que el mercado nos pide, que las personas tengan piezas más decorativas...Por ejemplo, decirte, yo quiero hacer tinaja, pero dónde lo va a poner, no tiene lugar, pero si puedes poner para unas flores, un jarrón, una vasija moderna...eso va de que en cierto modo la gente necesita eso, la gente atrae eso, y entonces nosotros también estamos a pie del mercado, ha de crear algún artesano algo que si salía, entonces hay que producir para no

perder. Hay una vasija ahí un año, dos años, ahí sentadita que no la quieren. (Comunicación personal, 2023).

Vemos también como en las capacitaciones han enseñado y fomentado el modelado de nuevas formas. Por ejemplo, William comenta sobre el proyecto con ATA Perú: “Ahí me pidieron formas más innovadas, más modernas...más tecnificadas las formas que nunca se han visto en el mercado” (Comunicación personal, 2023). Asimismo, las ceramistas vinculan la producción de nuevas formas a una mayor exigencia de ser artesanas creativas y que sus productos sean competitivos y diferentes en el mercado. Las ceramistas asocian el desarrollo de su creatividad para crear nuevas piezas con su trabajo en Wasichay, donde empezaron a tratar con otro tipo de actores institucionales y buscaban poder acceder a nuevos espacios de capacitación, venta y difusión.

[Antes] No había otro tipo, por decir unas jarras, otros modelos. Hay un montón de cosas que no le hacían antes, pero en esos tiempos si le están construyendo. Ahora si estamos haciendo formas nuevas. En Wasichay solamente hacíamos eso nomás [nuevas formas]...La señora Consolación hacía también su creativo, le hacía, no podían para hacer su creativo de ellas, si no cada uno tenía que hacer su creativo para que haga diferencia. (Luis, comunicación personal, 2023).

Acá ya hay una variación, la de cuello surge porque decíamos, “pero ahora tinajas no se venden, todo el mundo tiene refrigeradora, yo tenía que combinar el aspecto económico con el arte, con la historia, los ancestros”. (Juanita Bartra, comunicación personal, 2023).

Además de las piezas decorativas y las nuevas formas creadas para este fin, otro cambio importante que resaltan las ceramistas es la producción de miniaturas y piezas pequeñas. Este cambio tiene que ver con que los turistas difícilmente pueden llevarse piezas de tamaño grande o mediano debido a que ocupa espacio en sus maletas, corre mayor riesgo de romperse en el camino, e implica un peso extra a

cargar durante el viaje. Así, Ángeles del CGT-CH comenta: “lo que se deben trabajar mucho son las miniaturas, pues el turismo actual no es turismo de maletas, es de mochilas, y por más que te guste una tinaja no vas a ir cargando, lo vas a dejar” (Comunicación personal, 2023). Asimismo, Claribel del CGT-CH cuenta: “el tema es que los turistas no se llevan en cantidad, no se llevan pues grandes tinajones que cuestan, se llevan pues recuerdos chicos” (Comunicación personal, 2023). Entre las ceramistas, William comenta: “lo que nosotros hemos visto que el turista local, regional, nacional o internacional es que utilizan cosas más pequeñas” (Comunicación personal, 2023). Asimismo, Juan cuenta: “Todo lo que es miniatura compran los turistas para poder llevar afuera. Cosas grandes no compran” (Comunicación personal, 2023). De este modo, vemos como las necesidades y perfiles de los turistas son tomados en cuenta por las ceramistas a la hora de elegir qué tipo de cerámicas producir para la venta, además de ser una práctica fomentada explícitamente desde los espacios de capacitaciones y otras actividades institucionales que buscan el alineamiento de la producción artesanal al nuevo mercado turístico.

Además de las formas y usos de las piezas, otro cambio que tiene relación con las nuevas exigencias del mercado tienen que ver con la técnica de modelado. Con la técnica artesanal de modelar el barro con chunchullis, las ceramistas pueden hacer entre 2 o 3 pizas por días, aunque según el tamaño de las piezas pueden ser menos. Si se compara el tiempo que toma hacerlas con el torno, el tiempo exigido por el método artesanal es bastante mayor. Luis comenta: “Con torno se hace más rápido, cuántas piezas en un día, pero a mano haces 3 o 2 nomas, todo el día le haces” (Comunicación personal, 2023). Consolación también comenta: “Yo estaba practicando el torno, como se ve que la cerámica tradicional no puedes avanzar rápido, si en un día haces una obrita, si es más o menos grandecito, si es pequeño vamos a hacer dos, no avanzas” (Comunicación personal, 2023).

En el contexto actual, la variable del tiempo cobra especial relevancia ya que ahora hay ciertas fechas límites y acuerdos con otros actores a cumplir, ya sea por la fecha de una feria importante, de entrega de un pedido, de la temporada alta de turismo, o simplemente para tener algo que vender en la tienda de manera constante.

Ya no nos queda más [piezas], porque hacer cerámica tradicional no es de hacer de la noche a la mañana. Por eso estamos apurándonos...A veces digo mejor que no vengan porque qué voy a vender...me hayan lo que

estoy trabajando pero no hay obras quemadas. Quiero plata, pero no tengo obras, cuando hay obras se tiene plata. (Consolación Panaijo, comunicación personal, 2023).

Conchi me dice “mami cómo vamos a participar en la feria si no tenemos más piezas”. No te preocupes, vamos a tener que salir a delante porque si nosotras decimos que no, no nos van a invitar...Ahorita mi tiendita es vacío, porque los turistas llevan. (Consolación Panaijo, comunicación personal, 2023).

Estas obras cansa, no es solo como se dice, haga haga cualquier cantidad di, de ahí cuando se seca, vete ya vuelta otro a pulir, después de eso, si es para decorar, le decoras ya vuelta las piezas, y ahí se saca ancho pues, cuando eres peor sola, cuando no hay quien te ayude. (Angélica, comunicación personal, 2023).

cuando te hacen pedidos en cantidad, así como te digo del proyecto que yo publiqué y tenían que hacerme el pedido, se necesita de más, entonces la persona que lo hace a torno te lo hace rápido. (Juanita Pizango, comunicación personal, 2023).

Vemos como hoy en día el uso del torno permite que las ceramistas cumplan con las exigencias sobre el tiempo de producción y el volumen de piezas necesario para tener algo que vender siempre y así generar ingresos permanentes.

El uso de insumos industriales como el barniz y las pinturas compradas en bodega, también cumplen una función similar a la del torno en tanto pueden ser usadas con más facilidad e inmediatez. Para conseguir las tierras, piedras y resinas usadas tradicionalmente, las ceramistas deben trasladarse o pagar a alguien por el

traslado necesario en tanto estos insumos no se encuentran en Chazuta. Además, estos insumos deben pasar por un proceso de preparación que también toma tiempo y esfuerzo por parte de las ceramistas. Hemos visto también que encontrar la consistencia adecuada del yana rumi es bastante difícil y complica su uso. Las temperas, acrílicos y barnices conseguidos en los mercados no necesitan pasar por estos procesos, están listos para ser usados de manera inmediata, además de poder ser conseguidos en el mismo Chazuta. De todos modos, es importante mencionar que las ceramistas que usan barniz industrial suelen evitar aplicarlo en piezas utilitarias que tendrán contacto con alimentos o líquidos ya que consideran que los químicos que contiene pueden afectar a la salud.

Un detalle que también ha sido incorporado en las últimas décadas ha sido el poner el nombre de Chazuta y la agrupación o ceramista que ha realizado la pieza. Consolación Ríos explica al respecto: “Siempre hay que poner nombre, ya saben quién lo ha hecho, de donde viene...Así aparte de darle más valor a ese artista, se dispersa esa actitud de no reconocer a quien realmente corresponde” (Comunicación personal, 2023). Asimismo, Juan explica: “La cerámica está echo Arawillo-Chazuta, ellos ya saben de dónde es. También debe ir de la persona que construye, el nombre, entonces va a saber quién es lo que ha construido” (Comunicación personal, 2023).

Las ceramistas explican que, en las capacitaciones, también se les ha enseñado a poner siempre el nombre de la agrupación o ceramista correspondiente, he incluso en el Centro Cultural Wasichay ha habido talleres de caligrafía para mejorar la uniformidad de la escritura de las letras que se ponen en las piezas. Consolación Ríos explica sobre esto:

Últimamente nos ha visitado un español, él incluso volvió a recalcar lo del nombre. Eso le da mucho más valor, es como si un cantante viene y te firma un autógrafo, le da más a valor. Nosotros ya desde antes hacíamos esto, pero ya más a raíz de estas capacitaciones...Hay muchos que quieren apropiarse, quieren vender el trabajo los revendedores. Le ponen ya su nombre y su marca, y eso no lo deben hacer. Le pueden poner su marca, pero también de nuestra marca. (Comunicación personal, 2023).

Además, comenta:

Antes de mí mi letra para hacer esto era bien fea, ya he aprendido. Llevé clase de escritura...una hermana de España, un día me encontró lo que estoy haciendo me ha dicho, “tu letra es fea”, directa, y dice en Wasichay voy a dar taller de escritura. Me hacía escribir en papel, de ahí ha mejorado mi letra. (Comunicación personal, 2023).

Vemos como tan solo poner el nombre en la pieza es también una forma de darle un valor agregado a la cerámica, difundir una marca, generar una garantía de propiedad de autor y satisfacer al turista que busca una pieza que evidencie que se ha estado en ese lugar.

El uso del torno, los materiales industriales y la incorporación del nombre en las piezas influyen también en lo que se conoce como el acabado de las obras. El acabado se refiere a aquellos elementos y detalles visuales de la producción de las piezas que hacen que una cerámica sea valorada con un aspecto estéticamente excelente y pulcro. Normalmente las ceramistas explican que lo contrario a un acabado pulcro es un acabado rústico (Figura 16), que suele ser descrito como la forma en la que las ceramistas solían hacer sus piezas en la antigüedad. Además, las ceramistas explican que desde diversas capacitaciones institucionales les han enseñado técnicas para mejorar el acabado en tanto este aspecto de excelencia estética y técnica es un elemento a tomar en cuenta por el turista y es también una forma de sustentar un precio más alto de una pieza (Figura 17). Ángeles del CGT-CH explica: “Para sacar afuera hay que hacer cosas más perfectas, y pequeñas, un souvenir ya de torno que es más agradable a la vista, entonces llevo eso” (Comunicación personal, 2023).

Asimismo, Consolación explica:

También el precio le elevamos, si vendes cosa buena, lo vendes a buen precio, pero si haces rústico, cómo vas a vender a buen precio...de la César Vallejo han venido a capacitar acá en mi casa para capacitar a todos los emprendedores, para poder vender, para mejorar la venta, para pasar por control de calidad, eso venían. Que nuestras piezas estén bien hechas,

bien trabajadas, para que tengan más perfección. (Comunicación personal, 2023).

Asimismo, William cuenta: “Esa experiencia [ATAPerú] nos valió para controlar la calidad, seguramente antes nuestros antiguos artesanos hacían rustica, derramado, manchadas los engobes, entonces toda esta exportación nos ha ayudado a mejorar nuestra calidad” (Comunicación personal, 2023). Ángeles del CGT-CH comenta: “Mira, creo que esas cerámicas utilitarias le darían un poco más de acabado, a veces hay fallitas, cuando eres muy observador o muy exigente en las cosas que compras, pues no vas a llevar eso, quieren perfeccionar” (Comunicación personal, 2023).

Figura 17

Tinajón con método tradicional de Consolación Panaijo



Fuente: Archivo personal, 2023.

Figura 18

Tinaja en miniatura con método innovado de la tienda Wasichay



Fuente: Archivo personal, 2023.

Vemos como los componentes de la forma innovada de hacer la cerámica corresponden a incorporaciones que las ceramistas han hecho a lo largo de las últimas 2 décadas para adaptar esta actividad tanto a los gustos y exigencias de los turistas que llegan a Chazuta como a los mandatos y prácticas productivas que se fomentan en diversos espacios institucionales, en especial en las capacitaciones. Deivis, presidente de Chazuta Emprende, expresa en sus palabras este proceso de incorporación de nuevas prácticas de innovación, siendo para él también una preocupación de poder perder el aspecto tradicional de las piezas:

Vas cambiando las cosas y al final no es una cerámica tradicional, sino ya se ha vuelto más industrial, entonces ya no es lo mismo, por eso es que se pierden esas tradiciones...también influye mucho una cosa bien importante, que es el tema económico, ellos hacen sus actividades porque saben que de ahí van a poder tener ingresos, entonces si nosotros les decimos “ya sabes qué, haz cerámica tradicional y dedícate a eso y hazle ver a todo el mundo de que lo haces”, pero qué gana ella con eso. Entonces ella mejor se dedica a hacer cerámica digamos con torno y todo chévere porque sabe que lo hace más rápido, gana más y puede tener

más ingresos...Ha pensado más en un negocio que en la tradición misma (Comunicación personal, 2023).

Es importante resaltar que poder cumplir con estos mandatos exige que las ceramistas tengan los recursos necesarios que les permitan producir de esta forma sus piezas. Esto puede verse claramente en el deseo de las ceramistas de tener un torno y capacitarse para usarlo. Actualmente, Artesanía Cholita es la única agrupación que no tiene torno. Sin embargo, Untay Pishko tampoco puede usar el suyo ya que se malogró y aún no consigue el dinero para poder repararlo. Asimismo, en Yana Rumi, el torno disponible solo lo sabía usar Consolación Panaijo pero ya no puede hacerlo porque tuvo una lesión en el brazo que le impide hacer los movimientos necesarios para modelar en torno. Wasichay es la asociación que saca más provecho de su torno ya que William ha tenido la oportunidad de capacitarse en el extranjero en este tipo de técnica.

Todas las ceramistas con las que conversé querían tener un torno en sus agrupaciones para aprender a usarlo o en todo caso que algún miembro de las mismas pueda aprovecharlo, de modo que pueden tener al menos una persona a quien encargarles los trabajos más urgentes y tener este tipo de cerámicas a la venta. Así, Hermelinda cuenta: “nos falta bastante también a nosotros, arreglar nuestro taller. Mejorar el taller...tener un torno, para aprender nosotros también, porque avanzan bastante en el torno, avanza bastante, pero con el tiempo ya vamos a ver cómo vamos a hacer” (Comunicación personal, 2023).

Asimismo, Juan explica sobre las ceramistas que no hacen buenos acabados: ustedes todavía no están haciendo la cerámica bien perfectamente acabada, y ustedes no deben competir con las personas que hacen la cerámica bien acabada...ustedes no saben decorar, no saben todavía hacer bien. Quieren competir con eso, no se puede, le digo. No puedes hacer eso. Esta tinajita debe estar en 20, 25 soles. (Comunicación personal, 2023).

A pesar que tener los recursos necesarios para hacer cerámica innovada es algo que todas las ceramistas desean en tanto produce un tipo de piezas actualmente deseadas por el mercado turístico y exigida por los actores institucionales, esto no

quiere decir que las cerámicas artesanales-tradicionales hayan dejado de fabricarse. Cuando llegué a Chazuta, sospechaba que quizás las cerámicas con métodos más tradicionales ya no estaban fabricándose en grandes cantidades y que más bien las cerámicas innovadas habían incrementado en su demanda y producción. Sin embargo, hay diversas razones por las cuales la cerámica hecha de forma artesanal-tradicional sigue siendo importante de producir para las ceramistas.

La primera razón tiene que ver con que las mismas ceramistas identifican que si hay turistas que prefieren llevar cerámicas tradicionales antes que las innovadas. Hermelinda explica: “Nosotros acá no utilizamos, ni una vez, las pinturas de la tienda porque los turistas preguntan cómo lo hacen esta pintura, cómo le preparan dicen. Los turistas todo lo que es natural quieren ellos” (Comunicación personal, 2023). Asimismo, Angélica dice: “No todo al cliente le gusta eso, quieren pues tener una cosa natural. Por eso nosotros usamos natural. Eso es lo que quieren” (Comunicación personal, 2023). Consolación Ríos explica: “Tratamos de vender una cosa buena, pero a algunos les gusta rústico” (Comunicación personal, 2023). De este modo, las ceramistas identifican que, aunque las cerámicas innovadas han sido introducciones hechas para satisfacer a los turistas, también desean llevar piezas que evidencien lo rústico y los insumos naturales del bosque. Esto se relaciona también a la necesidad que los turistas que llegan a Chazuta tienen de encontrar lo ancestral, lo tradicional y lo auténtico en las piezas, lo cual puede identificarse en los acabados visuales de la pieza. Por ello, Dinaria también comenta: “Porque compran se hace, si no comprarían, no se hace. Haríamos para nosotros. Mi hija ha hecho más a pedido así tinajón. Los turistas de todo quieren” (Comunicación personal, 2023).

Aunque las ceramistas reconocen que su producción está determinada por lo que ellas identifican que los turistas llevan, también mencionan y evidencian que hay otras motivaciones que resultan prioritarias para seguir produciendo este tipo de piezas. Explicaré a detalle el proceso que para mí expresa con más claridad esta idea que es que las ceramistas en su mayoría, siguen basándose en el calendario lunar para hacer sus piezas. Los calendarios lunares no solo influyen en la actividad de la cerámica, sino también en muchas otras actividades vinculadas al agua y el bosque. Juan explica: “Toda la gente eso si controlan, toda la gente. Las plantas, por ejemplo, para la mengua tu siembras las plantas, pequeña nomás echan fruto, por ejemplo, el plátano, en tiempo de acá la mengua, hacen racimitos bien gordos” (Comunicación personal, 2023). Luis comenta: “igualito también se saca con motosierra alguna

madera en mala luna, mira cómo le hacen, no vale, se saca en buena luna” (Comunicación personal, 2023). La luna marca así los días en los que la madera puede ser sacada de los árboles, cuándo se pueden sembrar las plantas para que saquen frutos jugosos, y cuán hay que sacar el barro para que pueda contener el agua.

Cuando las ceramistas tienen ferias, temporadas altas de turismo, eventos de exhibición o pedidos a entregar, es importante hacer las cerámicas de manera más ágil y en menos tiempo. Sin embargo, siempre adecuan sus fechas de entrega al calendario lunar, y no al revés. Pude acompañar a Consolación Panaijo en su proceso de preparación de piezas para una feria en Tarapoto que la municipalidad de la ciudad organizó por el día del artesano que iniciaba el 23 de marzo. El 21 era el primer día de luna verde, por lo que calculó que debía estar quemando sus piezas máximo el día 16, es decir 5 días antes de la mala luna. Sin embargo, el 17 en la mañana, día en el que debería estar sacando las piezas del horno para echarles lacre y copal, había una reunión del MINCUL en Wasichay y era importante que asistiera. Además, estaba contra el tiempo porque, un par de días antes del 16, aún no tenía obras suficientes listas para quemar y poder llevar a la feria. Al final, Consolación recurrió a la ayuda de su hija y su hermana que pudieron pulir y engobar piezas mientras ella terminaba de moldear las que faltaban, y también le dijo a su socia Angélica que pudiera ir a la reunión del MINCUL en su representación para que le informe de lo sucedido. Consolación durmió menos de lo normal los días previos al 16 de marzo ya que se quedó hasta tardes horas de la noche acabando las piezas.

Figura 19

Día de quema 5 días antes de la luna verde en el taller Yana Rumi



Fuente: Archivo personal, 2023.

Después de pasar varios días acelerada, Consolación logró quemar sus piezas el 16 de marzo (Figura 18). Así como Consolación, las demás ceramistas acomodan el proceso de producción de sus piezas y las exigencias de productividad del contexto actual a las fases lunares, por más que tengan que hacer varios sacrificios y ajustes para llegar a tiempo a las fechas pautadas. Esto es debido a que las ceramistas explican que hacer una cerámica en una mala luna implica tomar un riesgo que no están dispuestas a asumir.

yo no puedo mentir a la gente haciendo obra mala, tengo que hacer obra buena para poder tener a mis clientes tal como debe ser. Si le quemo en esos días, decir yo quiero quemar esta obra, y esta obra es utilitaria, para poner líquido, puedes poner agua o chicha, todo absorbe, absorbe el agua, entonces para evitar eso, no se puede engañar al cliente, no quiero tener ningún problema con el cliente, hago esto, tengo que respetar la luna. (Consolación Panaijo, comunicación personal, 2023).

Nosotros anteriormente no hemos creído. Y cuando ya nos hemos dado cuenta que fallamos todo el tiempo así, pucha no vamos a asar, vamos a asar cuando nos da la luna. Y excelente. O sea, ya no puedes ya fracasar, porque hacer por ejemplo un jarrón de esta clase te pasas pues dos días o tres días. Entonces perder pues, es una pérdida, es un riesgo. (Juan, comunicación personal, 2023).

Nosotros seguimos creyendo pues en eso. Por eso más que todo, no vamos a vender algo mal hecho. Otros por vender lo venden. O no saben. En ese rato pues cuando le habilitan no pasa nada, a los tiempos ya ese se pica, ya se hace malogrado. (Luis, comunicación personal, 2023).

De esta forma, su status ante los clientes como ceramistas y la cantidad de esfuerzo invertido en el trabajo se pone en riesgo cuando no se hacen las piezas en buena luna. Pero además de estos riesgos, las ceramistas hacen énfasis en que quieren seguir haciendo las piezas como sus mamás les enseñaron. Consolación dice: “Mi mamá me enseñó así. Todo lo que ella me dice hago y funciona, está funcionando. Por eso le estoy diciendo a mi hija, le digo, vamos a trabajar, vamos a quemar, hay que mirar con tiempo la luna” (Comunicación personal, 2023). Hermelinda explica de su mamá Soraida: “Eso pues estamos llevando el ejemplo de mi mamá que ella nos ha explicado así, que luna verde es mala luna y no se puede asar las cerámicas” (Comunicación personal, 2023). Asimismo, Angélica dice: “Nuestras mamás nos decían que no es bueno para asar la luna verde, y cuando llena, cuando mengua, eso sí. Eso es nuestra costumbre” (Comunicación personal, 2023).

Más allá del tema de la continuidad del calendario lunar, muchas ceramistas explican que prefieren seguir haciendo piezas con métodos artesanales porque sus mamás hacían así las piezas, y así se hace una buena cerámica. Soraida dice: “Aquí todo es natural, todo sale del natural. Así nos ha enseñado pues mi mamá, natural. No es variado” (Comunicación personal, 2023). Asimismo, Auraluz explica: “Yo prefiero hacer la tradicional, me siento más cómoda y es también más ancestral, que viene de nuestros padres, nuestros abuelos...nuestra tradición no queremos perder y seguimos así, yendo de generación en generación” (Comunicación personal, 2023).

William, como ceramista especializado en las técnicas innovadas de hacer cerámica, expresa cierta preocupación en que las ceramistas no se animen a hacer piezas de esta forma por más que varias de ellas si han sido capacitadas para manejar el torno: “muchos años con la técnica, pero no produzco personas, produzco más vasijas que personas. Y no es porque no los capacito. Poque saben muy bien...pero ellos no quieren dejar lo aprendido de sus abuelos, así les han enseñado” (Comunicación personal, 2023).

De esta forma, actualmente las ceramistas chazutinas tienen dentro de sus repertorios la posibilidad de hacer cerámicas de la forma tradicional y de la forma innovada. Aunque solo algunas de ellas tienen todos los saberes técnicos y herramientas a su disposición para hacer uso del torno y de insumos nuevos, todas las ceramistas han incorporado algún tipo de práctica innovada dentro de sus repertorios, ya sea por las nuevas formas que hacen, los usos que le dan a las piezas, sus tamaños, sus técnicas, etc. Aunque, hasta el momento se ha presentado el

método tradicional e innovado como opuestos, en la práctica, las ceramistas combinan ciertos aspectos de uno y otro método, teniendo en cuenta que el escenario actual les permite (y demanda) manejar ambas técnicas de producción. De esta forma, las ceramistas han tenido la posibilidad de probar e indagar diversas formas de hacer sus piezas, pudiendo hacer, por ejemplo, una pieza con una forma innovada, pero usando insumos naturales (Figura 19), o una tinaja tradicional, pero moldeada con torno.

William explica: “se ha trabajado una amplia categoría, pero con innovación, pero sin dejar al lado la técnica artesanal, por ejemplo, si yo tengo un jarrón muy moderno, lo sigo con la misma técnica, hacer rollo” (Comunicación personal, 2023). Asimismo, Juanita Bartra explica: “es tradicional, pero ha innovado, le ha vestido como una señorita... así como digo esta es tradicional, ancestral, está con todo el método, el acabado, igual está, pero ya hay combinación de colores, con la misma roca” (Comunicación personal, 2023). Asimismo, comenta: “Quiero que la gente vea cómo la cerámica de Chazuta repite lo que se hace ancestralmente, pero tiene la necesidad de expresarse” (Comunicación personal, 2023). De esta forma las ceramistas han aprovechado la diversidad de posibilidades que tienen de hacer una cerámica en la actualidad, configuradas por la demanda turística de consumir piezas con acabados excelentes y nuevos, pero también que materialicen la ancestralidad de la práctica, para poder investigar nuevas formas de producción.

Figura 20

Pieza de forma innovada e insumo tradicionales de la colección de Juanita Bartra



Fuente: Archivo personal, 2023.

5.2 Producir experiencias

Como expliqué previamente, una de las formas en la que las dinámicas de desarrollo del turismo dan forma a la actividad cerámica tiene que ver con una nueva forma de presentar, mostrar y vender la cerámica a un nuevo grupo de consumidores que no solo quiere consumir una pieza, sino también una experiencia. Chaparro explica en su texto que

la industria turística es un buen ejemplo de cómo lo que finalmente se comercializa es la experiencia... A través de la experiencia turística se mercantiliza el retorno a lo natural, al estilo de vida ecológicamente sostenible, el cual busca preservar ese mundo pre-industrial en armonía con su entorno (2008, p.116).

En el caso de la cerámica chazutina, esta experiencia tiene que ver con un conjunto de elementos que las ceramistas tienen que producir más allá de las piezas y que, como veremos, en general, buscan mostrar el aspecto ancestral de la actividad de diversas maneras. Analicé previamente cómo es que este tipo de estrategias son enseñadas con una fuerza normativa a través de diversas prácticas organizadas por los actores institucionales vinculados al turismo local. En esta subsección analizaré cómo es que las ceramistas incorporan estas estrategias a sus posibilidades y qué consideran ellas importante de producir y mostrar a los turistas y clientes.

Para empezar, un elemento clave para dar a conocer una experiencia a los turistas es la producción de los espacios involucrados en la actividad de la cerámica. El principal de ellos es el del taller artesanal. Los talleres ya no solo son usados como espacios para producir las piezas, sino también para recibir a los turistas, sobre todo cuando no hay una feria en concreto que reúna a las ceramistas en un lugar específico. La mayoría del tiempo, las ceramistas se encuentran en sus talleres trabajando, sabiendo que pueden recibir visitas de personas interesadas en comprar una pieza. De este modo, las ceramistas están preocupándose cada vez más por mejorar su taller, no solo en términos de equipamientos para producir piezas, sino también en incorporar ciertos elementos que permitan generar una experiencia que atraiga al turista.

Actualmente todos los talleres tienen un cartel con el nombre de la agrupación que trabaja en este espacio que da a la calle para que sea visible para los transeúntes.

Los talleres de Wasichay y Yana Rumi son los más grandes actualmente y también los que han sido más producidos con el fin de recibir turistas. Wasichay, como he explicado previamente, cuenta con un espacio grande del cual solo una parte corresponde al taller. A lo largo de los diversos espacios del Centro Cultural pueden verse carteles, banners y fotografías que destacan momentos importantes de la trayectoria de este grupo de ceramistas, diversos reconocimientos institucionales otorgados y palabras de bienvenida a los visitantes en español y quechua. Un cartel que destaca en el área del taller es el que está posicionado en la entrada de la tienda que dice: “Cerámica de Chazuta. Patrimonio Cultural de la Nación”, con la constancia del número de la resolución ministerial correspondiente a este reconocimiento (Figura 20). Asimismo, el área de la sala museo tiene en las paredes diversos paneles con información sobre las urnas funerarias, decorados con diseños de la iconografía chazutina y fotografías que muestran momentos del proceso de producción de las piezas con el método artesanal.

Figura 21
Cartel de la tienda de Wasichay



Fuente: Europa Latina TV, 2023, <https://europalatina.fr/chazuta-artistas-del-huallaga>

En el taller de Yana Rumi, también hay diversos recursos visuales que rodean el lugar. Lo que más destaca actualmente es un mural del rostro de Consolación Panaijo pintado por Frank Machuca sobre una de las paredes externas de la tienda del taller (Figura 21). Este mural fue realizado tras el reconocimiento que esta ceramista obtuvo en el 2022 como Personalidad Meritoria de la Cultura otorgado por el MINCUL, iniciativa realizada por la DDC-SM. Así como en Wasichay, en Yana Rumi

hay un gran banner colgado en una parte del taller donde está el nombre de la asociación que trabaja en el taller con el logo del MINCUL. Consolación y su hija me explicaron que para ellas tener el taller limpio y listo para recibir visitas es fundamental. En el mes de marzo, mientras visitaba su taller, me encontré con máquinas de mantenimiento de carreteras en la parte de la calle que da a la entre del taller y casa de Consolación. La municipalidad había empezado a abrir el camino para construir la continuación de la carretera que pasaría justo delante de su casa. Consolación se encontraba preocupada y angustiada porque estas obras implicaron quitar el cerco de entrada del taller donde habían construido un cartel de bienvenida al taller, además de complicar el acceso por las máquinas y la tierra levantada. Además del conflicto que tuvo con la municipalidad por esto, Consolación estaba preocupada porque si llegaban turistas al lugar, encontrarían mal presentado su taller y eso perjudica sus ventas y su imagen, destacando la importancia que tiene para ella tener este espacio listo para recibir a los turistas.

Figura 22
Frank Machuca pintando mural de Consolación Panaijo



Fuente: Dirección Desconcentrada de Cultura – San Martín, 2022, <https://www.facebook.com/photo/?fbid=453096843515570&set=pcb.453104520181469>

A pesar que estas asociaciones son las que tienen más implementos y recursos visuales en sus talleres incorporados para recibir a los turistas, las demás agrupaciones consideran importante poder mejorar sus talleres de cara a los turistas en el futuro. Hermelinda explica sobre sus metas a futuro con respecto a su trabajo:

“Así sucesivamente estamos trabajando, pero nos falta bastante también a nosotros, arreglar nuestro taller. Mejorar el taller, para que nos visiten bien” (Comunicación personal, 2023) (Figura 22). Asimismo, Magdalena comenta que le gustaría mejorar su taller como Untay Pishko para que los turistas puedan entrar al mismo y reconocerlo con facilidad cuando caminen por la calle, ya que: “en el momento que vienen no va a saber ni dónde queda, para que no vengán desconfiando, porque sabes que cuando hay turismo y guías, hay hacer eso” (Comunicación personal, 2023).

Desde las dinámicas institucionales de fortalecimiento del turismo local también se discute continuamente sobre el tema del acondicionamiento de los espacios pensados para atraer y recibir a los turistas. En la reunión sobre el Plan de Desarrollo Concertado de Chazuta hacia el 2030, las artesanas identificaron como un problema presente en el distrito el tema de que los talleres no estaban listos para recibir turistas. Ángeles del CGT-CH menciona como un deseo que tiene sobre el distrito de cara al turismo: “propongamos a la gente, que pinten sus fachadas de blanco y que se hagan iconografías en cada fachada, el turista desde que entre va a estar tomándose foto y viendo a que lugares entrar” (Comunicación personal, 2023). Asimismo, Claribel menciona: “Sería bueno que Chazuta sea un barrio todito con artesano, que puedan entrar a varios lados [los turistas] y ver a cada uno” (Comunicación personal, 2023).

Figura 23
Tienda de Artesanía Cholita



Fuente: Archivo personal, 2023.

Además de los talleres y tiendas de cada agrupación, las ceramistas también suelen producir los espacios que les son otorgados en las ferias a las que las invitan. Las ceramistas suelen tener un stand por agrupación, aunque a veces comparten el espacio con otras personas. Yana Rumi es la agrupación que suele destacar la importancia de arreglar los stands en las ferias. En la feria por el día del artesano realizada en Tarapoto, Consolación fue a vender las piezas de Yana Rumi y llevó uno de los banners de su taller para colocarlo en el stand, el cual destacaba el respaldo del MINCUL a través de los reconocimientos otorgados por este a lo largo del tiempo a la cerámica chazutina. En esta feria también asistieron Juanita de Artesanía Emita y Anselma de Untay Pishko, quienes pudieron ir junto a otros artesanos de otros rubros gracias a la coordinación de Chazuta Emprende. Sin embargo, como compartieron un stand entre todos, tuvieron poco espacio para mostrar cada una sus piezas e implementar el espacio con sus propios banners, en contraste de Yana Rumi que, al ir invitada como una asociación en sí misma, tuvieron más espacio.

Un elemento que noté en las ferias era que las ceramistas se ponían sus trajes típicos en estos eventos. Autores como Moscoso (2019), Chaumeil (2009) y Chaparro (2008) escriben en sus textos que la vestimenta es uno de los elementos que genera interés en los turistas que buscan lo exótico en “el otro”, y que, por ende, es también usada como una estrategia de parte de las personas que reciben y tienen contacto con los turistas en sus lugares de origen para atraerlos y generar diversos beneficios. En Chazuta, el traje típico de las mujeres suele consistir en blusas blancas bordadas con diseños del repertorio de la iconografía típica chazutina (Figura 23), acompañado de faldas de telas floreadas con colores intensos. Juan explica: “Esa ropa en el diario no...si hay una presentación de la municipalidad de Tarapoto o de repente para Lima, todos deben ir con esa ropa típica para presentar” (Comunicación personal, 2023).

Consolación Panaijo cuenta:

Yo a mis hijos, al principio, no sé si tenían vergüenza para ponerse la vestimenta, no querían ponerse, luego cuando se puso la cosa seria. Mi hija la mayor decía “por qué te pones la vestimenta, ¿solo eso puedes ponerte?, ponte estos vestidos, necesariamente es para que te pongas”.

Claro que sí, esa es mi identidad. En las ferias casi obligatorio tienes que

estar con tu vestimenta, para que sepan de donde estas. (Comunicación personal, 2023).

Figura 24
Vestimenta típica chazutina



Fuente: Archivo personal, 2023.

En la feria de Tarapoto, estuve presente en los stands de las ceramistas y pude observar una interacción interesante sobre el tema. Consolación fue a la feria junto a Liseth Zumba, la hija de la señora Angélica, en representación de Yana Rumi. Esta era la primera vez de Liseth asistiendo a una feria como parte de una asociación. Un compañero artesano de Consolación pasó a visitar la feria y saludarla. Al ver a Liseth, quien no llevaba la vestimenta típica, le comentó a Consolación que ella también debería llevar el traje para que la gente sepa que es de Chazuta y sobre todo porque eso hace que la gente les compre más piezas y así conserve su cultura, porque, en sus palabras, “la conservación da plata”. Las vestimentas, además de las ferias, también son usadas por las ceramistas en eventos de reconocimiento institucional. Consolación explica: “Ahí me he puesto mi traje para recibir el reconocimiento [Personalidad Meritoria de la Cultura], yo solamente me pongo mi traje para ocasiones importantes. No siempre uso” (Comunicación personal, 2023).

De esta forma, la vestimenta típica chazutina es usada por las ceramistas en espacios donde interactúan con actores institucionales y con turistas en el marco de eventos de exhibición y venta de sus piezas. Las ceramistas saben que usar esta vestimenta refuerza el aspecto ancestral de la práctica, y los actores institucionales

vinculados al turismo local también. Para unos videos que realizó La Casa de la Gastronomía Peruana, se le pidió a Claribel como presidenta del CGT-CH que grabara y enviara unos videos de alguna ceramista de Yana Rumi y de Wasichay mandando saludos a esta entidad y dando a conocer quiénes son y de donde vienen. Claribel les indicó como una pauta a seguir que las que iban a salir en el video se pongan la vestimenta típica para mostrarse. Asimismo, como Consolación lo expresa, ir a las ferias y eventos institucionales con vestimenta típica es un mandato, como cuando le avisaron que iba tener que asistir a una ceremonia en Lima por el reconocimiento del MINCUL que le iban a dar como Personalidad Meritoria de la Cultura, y también le dijeron que tenía que ir con su vestimenta típica. Consolación cuenta que ella no estaba preparada para esta ocasión y tuvo que volver a usar la vestimenta que ya había usado varios días previos para vender piezas en una feria, pero que era importante usarla, aunque no estuviera limpia.

De esta forma, vemos como, para producir una experiencia a vender sobre la cerámica chazutina como una actividad ancestral, es clave actualmente, incluso hasta una norma u obligación, que las ceramistas piensen de otra forma los espacios donde trabajan y su imagen en presentaciones públicas. Las ceramistas saben que estas son formas de mejorar sus prácticas de recepción y promoción de sus trabajos, y que este tipo de producción excede la cotidianidad y está dirigida únicamente momentos donde deben vender y mostrar su trabajo a los turistas y diversos clientes, así como en eventos públicos institucionales donde se reconoce justamente el valor cultural y ancestral de su trabajo. Angélica destaca esta idea poniendo en contraste el caso de Chazuta con el de Lamas, donde, por ejemplo, es más común ver a las mujeres con vestimentas típicas fuera de estos espacios de exhibición de su trabajo: “en Lamas si han trabajado las calles, las pistas, si han trabajado para valorizar la cultura, usan sus trajes típicos, tienen bien presentes la iconografía y las cerámicas, hay arte por las calles. En Chazuta todavía no” (Comunicación personal, 2023). Asimismo, los actores institucionales refuerzan este tipo de mandatos a través de prácticas y discursos vinculados a las dinámicas de desarrollo del turismo local, por lo que actualmente las ceramistas tienen incorporada dentro de sus prácticas la producción de espacios y de su propia imagen al momento de vender sus piezas y su labor en general.

Además de estos dos aspectos, un tercer punto importante que las ceramistas destacan como elemento clave para mostrar y vender la experiencia vinculada a la cerámica chazutina tiene que ver con el aspecto vivencial de la actividad. Esta idea

tiene relación con el turismo vivencial, definido por PromPerú como la “Visita a comunidades autóctonas, así como participación en festividades y tradiciones de un país o lugar determinado” (2014, p. 45). El turismo vivencial puede ser identificado como parte de lo que Stronza llama “turismo alternativo”, definido como un tipo de turismo que respeta y es congruente con las formas de vida y los valores de las personas de los lugares anfitriones, el cual se centra en poder “disfrutar de una interacción y experiencias compartidas positivas y valiosas” (2001, p. 274). En el caso de la cerámica chazutina, el turismo vivencial está asociado a la posibilidad de que los turistas tengan la experiencia de ver a las ceramistas haciendo cerámica y también de poder probar el embarrado ellos mismos.

En el contexto actual, la dimensión vivencial de la actividad cerámica de cara al turismo está siendo fomentada por parte de los actores institucionales vinculados al desarrollo turístico local. Desde la municipalidad, Sarita comenta que este tema es un eje central dentro de su plan estratégico de acción desde la gestión distrital actual:

[Los turistas] lo ven por el lado vivencial, y pueden tener con estas personas, porque si tú vas por ejemplo a Wasichay, encuentras a las artesanas elaborando sus artesanías, y eso es lo que más te llama la atención, le llama la atención a la persona que viene, poder tener esa experiencia de poder ver como lo elaboran, el proceso de la artesanía.

(Comunicación personal, 2023).

Desde el CGT-CH, Claribel también menciona: “Los turistas vienen por la cerámica, pero quieren ver cómo lo hacen, eso les impacta, que vean que están ahí las señoras artesanas haciendo. Con esas manos tan milagrosas y generosas. Eso llama la atención” (Comunicación personal, 2023). En las diversas reuniones y talleres a los que pude asistir durante mi estadía en Chazuta, pude reconocer que se hacía énfasis en la necesidad de que las ceramistas deben proponer a los turistas que vean como trabajan y darles a ellos arcilla también. En la reunión de elaboración del Plan de Desarrollo Concertado de Chazuta, el especialista comentó: “a la gente le gusta que le den el barro, que vayan haciendo, así como ustedes, y así luego se lleven [una pieza]” (Comunicación personal, 2023).

De esta forma, las ceramistas han incluido dentro de sus prácticas y discursos vinculadas a la relación con el turista, invitarlos a ver el proceso de producción de la

cerámica e invitarles a hacer las piezas también. Al respecto, Soraida comenta: “Vienen turistas. Ellos sin renegar compran...Acá porque no hay tiendita de cerámica, no entran porque no tengo. Allá hay donde mi hija hay tienda. Ahí se van donde mi hija. Les gusta. Nos preguntan, cómo hacen, que nos enseñen” (Comunicación personal, 2023). Asimismo, Auraluz cuenta: “Les gusta también la forma que nosotros le recibimos, la actitud que nosotros tenemos...llevan los recuerdos que nosotros hacemos, viendo cómo es el chunchullo, cuál le llaman chunchullo, cual le llaman yana rumi, y nosotros les explicamos eso” (Comunicación personal, 2023). Las ceramistas saben resumir y contar de manera detallada el proceso de producción de las cerámicas, relato que suele estar de la mano con una visita por el taller para que puedan ir observando lo que les narran, tocando los objetos involucrados y animándose a amasar el barro.

La forma en la que las ceramistas invitan a los turistas a acercarse de forma directa con el proceso productivo a través de una historia está ligado al último punto a tocar dentro de los elementos que las ceramistas han incorporado a la producción de la experiencia de hacer cerámica, que es el tema de las narrativas y relatos. Hemos visto previamente cómo es que la dimensión discursiva es un mecanismo central dentro del proceso de producción de sujetos que impulsa el régimen neoliberal, el cual, en el caso de las ceramistas chazutinas, se expresa en la forma en la que se les enseña a tener “cultura turística”, es decir, a manejar prácticas y habilidades discursivas que puedan satisfacer las demandas del mercado turístico de una forma innovadora y diferente, dándole un valor agregado que antes no tenía. En este sentido, se explicó cómo es que la incorporación de relatos y narrativas formuladas de forma innovadora es una acción impulsada desde las instituciones vinculadas al turismo local en Chazuta.

Dentro de las observaciones realizadas en el trabajo de campo, destaco una en particular donde se puede evidenciar cómo es que esta idea se expresa desde las prácticas de las mismas ceramistas. Dentro de los servicios que ofrece Wasichay está la visita guiada por la sala museo donde se exponen los hallazgos arqueológicos encontrados. Actualmente, esta visita es guiada por William, siendo el miembro de la asociación quien ha tenido que incorporar y practicar los relatos que cuenta durante el recorrido. A lo largo de la visita que yo realicé, William me contaba toda una historia que ligaba aspectos del pasado y la ancestralidad con la producción actual de cerámica en Chazuta. William inicia el recorrido contando que hace mucho tiempo

había una etnia chazutina que dentro de sus actividades principales estaba la cerámica. Continúa haciendo referencia a que se han encontrado evidencias de esta ancestralidad, explicando de esta forma algunos relatos orales que circulaban antiguamente al respecto:

Se creían que en estas vasijas había el tesoro más grande la Amazonía.

Hay historias que, por ejemplo, por el río Huallaga, los españoles que andaban buscando el oro dorado, que habían por la zona amazónica, eso contaban, y los abuelos también decían que antiguamente nuestros antiguos pobladores enterraban sus pertenencias en ollas de barro todo eso, y cuando sale la llama del fuego de la tierra ahí está la mina de oro, era la historia. La gente cuando empezó a encontrar los primeritos de eso, sacaban tierra, encontraban los grandes, botaban, pero no encontraban nada, por eso algunas están deterioradas. Pero en algunos se encontraron restos fósiles. (Comunicación personal, 2023).

Después, William pasa a explicar algunos detalles sobre las formas tradicionales de hacer cerámica para luego llegar a las variaciones e innovaciones que se han hecho a lo largo del tiempo para estar al día con el mercado. El recorrido termina fuera de la sala, en la zona del taller, donde William explica que en esta parte puedo ver cómo es que las ceramistas siguen haciendo embarrando como lo hacían los ancestros, invitándome a acercarme a las ceramistas y ver cómo trabajan. El recorrido estuvo acompañado de esta forma de todo un relato que empezaba desde las épocas pre incas, pasando por describir la forma antigua en la que se usaba el barro para fines funerarios y utilitarios, luego describiendo cómo era el proceso productivo y las principales piezas que modelaban, para luego ligarlo con la continuidad de esta práctica pero resaltando la forma innovadora en la que la han adaptado a las circunstancias actuales, y terminando con la prueba viva de que este trabajo ha sobrevivido a lo largo del tiempo.

Cuando entrevisté a William posteriormente, me contó un poco más sobre este recorrido:

es el aspecto cultural que explicamos, acá el visitante aporta por la explicación y el otro también nos beneficia la parte comercial, que las artesanas vendan su servicio... hay que explicar también de qué se trata, si no sabemos qué significa todo esto tampoco lo animamos, no le damos importancia. Pero de eso los artesanos somos conscientes que el visitante aporta [económicamente]. (Comunicación personal, 2023).

En este sentido, William cuenta que la explicación, es decir, el relato que va narrando en las visitas guiadas a Wasichay, tienen un valor en sí mismo que han decidido monetizar y que ahora es uno de los servicios que ofrece esta asociación, así como una fuente de ingresos para el grupo. Desde el CGT-CH, Claribel cuenta que se les ha enseñado y motivado a las ceramistas a poder producir este tipo de servicios como la visita guiada para poder generar ingresos:

el tema de cuando, no sabían vender sus servicios, la gente iba, les filmaba y de todo, y si yo sé que tenemos un piso, y hemos hecho un piso de artesanía, entonces ya han hecho su circuito y hay que pagar, entonces ya han hecho sus ingresos las artesanas... Eso ha sido un tema también, hubo una capacitación de eso. Tenemos todo, pero no lo sabemos decir promocionar o vender. (Comunicación personal, 2023).

La habilidad de realizar un relato que pueda atraer y captar a los turistas es algo que las ceramistas reconocen que no todas manejan, y esto suele identificarse al momento de relacionarse con posibles clientes en diversas ferias.

Maribel varias veces fue para Tarapoto a ferias y venía y decía, “bueno me han entrevistado a mí... yo me voy con mi uniforme, mi pollera”, toda pues se va bien bandida y ahí estoy con eso, y después para hablar, también habla, “yo hago amistades con cualquier persona, o a las personas les estoy regalando una cerámica”. Tiene facilidad...hay otras que ahí están sentados, de cólera. Ni siquiera conversan. (Juan, comunicación personal, 2023).

Asimismo, Angélica solía decirme que a ella no le gusta ir a ferias a vender sus piezas con Consolación en representación de Yana Rumi. Al respecto comenta: “Yo no voy a ferias... Conchi, sabe, yo no sé hablar con gente de alto nivel, alta alcurnia” (Comunicación personal, 2023). De esta forma, la capacidad de formular relatos innovadores que muestren y vendan una experiencia vinculada a la cerámica chazutina implica posicionarse de manera ventajosa frente a otras ceramistas y frente al público, siendo actualmente una estrategia que se valora y fomenta desde los actores institucionales y los consumidores turistas.

De esta forma, el acondicionamiento de los espacios vinculados a la cerámica como los talleres y las ferias, la adaptación de la propia imagen de las ceramistas a través de su vestimenta, la oferta de tener un acercamiento vivencial a la producción de piezas, y el manejo de relatos estructurados, innovadores y estratégicos para atraer a los turistas, son los elementos clave que necesitan desarrollarse para producir una experiencia a ofrecer. Así, el trabajo de la cerámica no solo se sostiene en la producción de piezas sino también en la producción de experiencias que permitan reforzar un imaginario sobre la actividad, destacando su vínculo con lo ancestral movilizando recursos discursivos y visuales. De esta forma, crear esta experiencia es también crear un valor simbólico agregado que se puede ofrecer al turista y que permite posicionarse de manera ventajosa en el escenario local.

Además, se puede distinguir que Yana Rumi y Wasichay son las asociaciones que más han invertido en movilizar sus recursos para incorporar estos elementos dentro de su servicio a ofrecer, por lo que estas agrupaciones son las que suelen destacar dentro de las plataformas institucionales a través de reconocimientos, participación en sus eventos, redes sociales, etc. Aún así, dentro de las agrupaciones hay también ceramistas que han tenido una mayor experiencia teniendo un contacto directo e intenso con actores institucionales y turistas en espacios de venta, exhibición y capacitación, por lo que la tarea de mostrar y expresar los elementos explicados suele recaer en algunas ceramistas particulares. En general, todas las ceramistas suelen destacar que buscan poder mejorar e incorporar dichos elementos a sus servicios a ofrecer a los turistas y sus prácticas para mostrar su trabajo proyectándose a un futuro cercano.

5.3 Balance del capítulo

Este capítulo tuvo como objetivo principal analizar la forma en la que las dinámicas de desarrollo turístico local atraviesan y dan forma a las decisiones de las ceramistas sobre la producción de la cerámica, tanto en el proceso de hacer las piezas mismas, pero también de construir una experiencia a ofrecer a los turistas. Ambas dimensiones forman parte de la existencia de la actividad cerámica en la actualidad, considerando que ahora no solamente es una exigencia vender cierto tipo determinado de piezas artesanales, sino también de ofrecer una experiencia formulada a través de ciertos recursos discursivos y visuales que también permiten generar beneficios e ingresos.

Sobre la producción de las piezas, en primer lugar, he descrito las dos formas en las que las ceramistas pueden producir sus cerámicas: con el método artesanal-tradicional y con el método innovado. El método innovado de hacer cerámica es la forma en la que las ceramistas chazutinas han respondido técnicamente a las nuevas exigencias del mercado turístico. Estas exigencias se vinculan a la necesidad de los turistas de consumir piezas con determinada estética asociado al buen acabado, a la necesidad de transportar las piezas fácilmente, a agilizar el tiempo y la energía de producción para cumplir con las fechas límites del mercado, y al fomento de la creatividad y diferenciación técnica. Estas nuevas variables a tomar en cuenta se han expresado en los diversos componentes del proceso productivo innovado de las piezas, como sus formas, sus técnicas de modelado, los insumos usados o los fines de las obras. El método de innovación también se enseña y fomenta desde las dinámicas de desarrollo del turismo local dirigido a las ceramistas, buscando que las mismas puedan satisfacer las demandas del mercado turístico, y a su vez, los lineamientos planteados desde el Estado y las organizaciones internacionales.

Aunque todas las ceramistas han incorporado diversas prácticas de innovación técnica según sus posibilidades de movilizar los recursos necesarios para manejarlas, y también expresan su deseo de poder alcanzar un desarrollo pleno de las habilidades y tecnologías necesarios para satisfacer las demandas institucionales y del mercado, el método tradicional se sigue practicando de manera sostenida por diversas razones. En primer lugar, porque las ceramistas han identificado que dentro de los turistas que llegan a Chazuta, hay un porcentaje significativo que busca llevar piezas tradicionales, lo que está relacionado con un perfil de turista que busca aquellos elementos que

materialicen lo ancestral, lo auténtico y lo étnico de un determinado destino. Esto puede expresarse en su deseo por adquirir piezas hechas únicamente con productos naturales del bosque, por preferir un acabado rústico o por llevar las piezas que solían hacerse antiguamente en Chazuta.

Sin embargo, aquí podemos identificar que, aunque las presiones del contexto turístico atraviesan sus decisiones de producción, las ceramistas también priorizan otro tipo de criterios a la hora de producir sus piezas, lo que he podido ejemplificar a través de la práctica de adaptar los ritmos de producción y los calendarios de eventos y ferias importantes a las fases lunares para producir cerámicas, por más que esto conlleve realizar ciertos sacrificios y ajustes en la organización de su trabajo y su vida cotidiana. La posibilidad de hacer una cerámica de mala calidad, poner en juego su status como ceramistas y perder tiempo invertido en la producción, son riesgos que conllevan no ver la luna para hacer la cerámica y que no están dispuestas a asumir, por lo que mantienen esta práctica por más que entre en tensión con las exigencias del contexto de la artesanía y el turismo actual que implica una mayor rapidez, productividad y volumen de piezas. Además, las ceramistas asocian hacer una buena cerámica a producirla tal como sus madres y abuelas les enseñaron a hacerlas, teniendo a estas mujeres como las ceramistas que manejaban con excelencia las técnicas tradicionales de hacer cerámica. Las ceramistas también relacionan esta idea con la forma en la que se sienten más cómodas embarrando y al interés que tienen en que las enseñanzas de sus ancestros no se pierdan en este nuevo contexto.

De esta forma, por más de que se suele definir las piezas tradicionales e innovadas de forma contrapuesta, en el caso de la cerámica chazutina, las ceramistas combinan ciertas prácticas de uno y otro método. Esto ha sido propiciado por las formas en las que las demandas de los turistas y los lineamientos institucionales han dado lugar a que diversos tipos de producción artesanal ingresen a las lógicas del mercado, por lo que el escenario actual les demanda manejar ambas técnicas de producción. Así, las ceramistas han tenido la posibilidad de mezclar tanto prácticas innovadas como tradicionales en el proceso de hacer una pieza, lo que ha resultado en la creación de una gran variedad de formas creadas. Las ceramistas han aprovechado de este modo la diversidad de posibilidades que tienen de hacer una cerámica en la actualidad, sabiendo que existe una nueva demanda turística de consumir piezas con acabados innovados, pero también de comprar piezas que evidencien la ancestralidad de la práctica.

Por el lado de la producción de experiencias, se ha explicado que las ceramistas chazutinas han ido desarrollando ciertas estrategias y movilizado diversos recursos que contribuyen a crear todo un imaginario simbólico que reviste las piezas cerámicas, el cual se expresa en una nueva forma de presentar, mostrar y vender la cerámica a un nuevo grupo de consumidores. Así, he analizado cómo es que las ceramistas incorporan estas estrategias a sus posibilidades y realidades y qué consideran ellas importante de producir y mostrar a los turistas y clientes para ofrecerles una experiencia a consumir.

El primer elemento clave en este sentido es el de acondicionar los espacios vinculados al trabajo y la venta de piezas, como los talleres artesanales, las tiendas y las ferias. Desde las dinámicas de desarrollo turístico dirigido a las ceramistas, se ha enseñado a pensar estos espacios no solamente como su espacio de trabajo, sino como parte del servicio que se busca mostrar de cara al público. En este sentido, las ceramistas invierten en la producción de banners, fotografías, decoraciones, carteles y diversos recursos visuales que permiten identificar a una agrupación de ceramistas para que sea accesible al turista, pero también que destacan el reconocimiento institucional que respalda su trabajo y las imágenes que destacan el método tradicional de hacer cerámica. Este acondicionamiento espacial del trabajo puede identificarse claramente en Yana Rumi y Wasichay, pero las demás asociaciones tienen como metas y deseos a futuro poder implementar sus talleres al igual que estas dos agrupaciones.

La vestimenta también es un elemento que las ceramistas chazutinas, así como muchas otras artesanas del país, suelen acomodar según el tipo de público al que se exhibe y vende la cerámica. En Chazuta las mismas ceramistas explican que la vestimenta típica de blusas y faldas es usada únicamente en espacios como ferias y eventos institucionales, y no en el cotidiano. Asimismo, las ceramistas identifican como una obligación el ir a estos espacios con la vestimenta típica, explicitando la fuerza normativa que tiene el acomodar su propia imagen a las demandas y exigencias de los consumidores e instituciones involucradas en un evento. La vestimenta está asociada a una forma estratégica de vender la cultura a través de la conservación de lo tradicional chazutino, así como una forma de poder crear una identificación entre una vestimenta y un lugar a visitar.

Otro elemento que las ceramistas han incorporado a su trabajo es el turismo vivencial. En el caso de la cerámica chazutina, la vivencialidad se expresa en la forma

en la que las ceramistas invitan a los turistas a ver directamente el proceso de producción de las piezas e incluso a poder embarrar y hacer alguna pieza sencilla. Las ceramistas saben que esta práctica permite generar interés en los turistas y ahora es común ver en las mesas de los talleres a algún turista que está embarrando junto a las ceramistas. Tener la posibilidad de ofrecer esta experiencia es una práctica que se fomenta desde los actores institucionales vinculados al desarrollo turístico local y que asocian con una forma innovadora de mostrar y vender un producto a los turistas.

Por último, los relatos y narrativas que cuentan las ceramistas sobre esta actividad son también fundamentales a la hora de producir una experiencia a ofrecer y que además ha cobrado especial relevancia desde las dinámicas de desarrollo turístico local en Chazuta de parte de los actores institucionales. Las habilidades discursivas y escénicas son promovidas desde los espacios de reunión, talleres y capacitaciones dirigidas a las ceramistas que permiten producir un tipo de ceramista formada con “cultura turística” y que cumpla con las expectativas del mercado turístico. De esa forma, como lo dijo Juanita Pizango, las ceramistas saben que contar una historia vende y por lo tanto es una estrategia de atraer más clientes, pero también de posicionarse de manera ventajosa frente a otras ceramistas locales. Las ceramistas saben que no todas han desarrollado estas habilidades, por lo que esto genera diversas tensiones, pero también la decisión de no participar regularmente en eventos que requieran desplegar este tipo de habilidades discursivas, como lo son las ferias regionales o nacionales.

Para finalizar, se puede decir entonces que el contexto actual vinculado a la relevancia que ha tomado el turismo para la actividad cerámica, así como las exigencias y particularidades que plantea este mercado, han influido en la forma en la que las ceramistas vienen desarrollando sus procesos productivos en las últimas 2 décadas aproximadamente. Esto puede identificarse sobre todo en la forma en la que las ceramistas han desarrollado una línea artesanal nueva vinculada a prácticas técnicas de innovación en las piezas, así como toda una nueva forma de pensar esta actividad como una experiencia a ofrecer a los turistas contemporáneos en busca de consumir vivencias. Sin embargo, la continuidad de prácticas tradicionales de esta actividad también puede asociarse con la forma en la que el neoliberalismo, como régimen que ha configurado a la cultura como un recurso a gestionar desde los Estados, ha permitido que estas prácticas se mantengan y conserven. A pesar de esto, las ceramistas no solo piensan en los nuevos criterios planteados desde el

contexto del turismo para decidir sobre la producción de sus cerámicas, sino que también mantienen otros conocimientos, convicciones y valores que entran en juego en los procesos productivos vinculados a la cerámica. Estos otros criterios, aunque pueden entrar en tensión con las expectativas y mandatos productivos del contexto turístico, son relevantes para las ceramistas y los tienen en cuenta dentro de sus formas de organizar la producción.



Capítulo 6: Conclusiones

En Chazuta, así como en diversas localidades del país, la producción artesanal no puede entenderse sin hablar a cerca del turismo y la forma en la que esta actividad viene posicionándose como una estrategia para generar ingresos y obtener visibilidad pública dentro de los grupos sociales del Perú. Asimismo, la forma en la que el turismo y la cultura vienen siendo gestionados desde las instituciones del Estado implica analizar la forma en la que el neoliberalismo viene diseñando los actuales Estados nación, y a su vez, constituyendo una serie de subjetividades que sean congruentes con una racionalidad neoliberal. Además, las ceramistas chazutinas, como productoras de los objetos que han puesto a Chazuta dentro del panorama del turismo y el patrimonio cultural en el Perú, se encuentran actualmente involucradas en los procesos locales que buscan posicionar a Chazuta como un destino turístico dentro de la región San Martín. Al mismo tiempo, las ceramistas vienen ajustando este interés y aspiración a sus propias realidades, condiciones, valores y formas de producir y organizar su trabajo que datan de mucho tiempo antes de que se empezara a hablar y pensar en esta actividad como una forma de trabajo y generación de ingresos en sí misma, que es regulada por el Estado y orientada por el mismo para generar desarrollo turístico a través de técnicas y estrategias gubernamentales.

Este escenario que viene configurándose en Chazuta desde inicios del siglo XXI, genera, por un lado, nuevas oportunidades y formas de proyectar y entender el trabajo por parte de las propias ceramistas, y por otro, una serie de conflictos y tensiones que surgen en el proceso de introducción de nuevas lógicas y exigencias planteadas dentro del contexto del neoliberalismo y las acciones y políticas de Estado dirigidas al sector artesanal en el contexto particular de Chazuta. Este contexto particular implica tener en cuenta aspectos sociales locales como la relación de los chazutinos con el bosque, sus estrategias económicas familiares, la organización del trabajo dentro los hogares y las experiencias cotidianas que suelen tener las personas que se dedican al trabajo de la cerámica.

En ese sentido, mi interés en tratar el tema del vínculo entre la producción de cerámica en Chazuta y el auge de los discursos y prácticas sobre el turismo, surge a raíz de conocer las experiencias cotidianas de las ceramistas chazutinas marcadas por un contexto en el que se presenta un interés alrededor de la discusión sobre el desarrollo turístico local que se expresa de forma normativa a través de mandatos y

exigencias a seguir. Estas experiencias implican diversos conflictos, retos, motivaciones y expectativas que las ceramistas identifican en el desarrollo de un trabajo que es atravesado por diversas lógicas, valores, nociones y conocimientos relevantes y prioritarios para ellas a la hora de decidir sobre los caminos a seguir en cuanto a la organización y producción del mismo.

De esta forma, esta investigación ha tenido como objetivo principal analizar la forma en la que el contexto local del auge de los discursos y prácticas sobre el turismo da forma a la actividad de la producción de cerámica en Chazuta. Para ello, se ha planteado una metodología etnográfica de corte cualitativo que me ha permitido observar y analizar las experiencias y conocimientos de los actores principales involucrados en las dinámicas del turismo y la cerámica en Chazuta, las cuales son las ceramistas y los actores vinculados al desarrollo turístico local, tanto las organizaciones de base como las de carácter institucional ligadas al Estado. Los hallazgos planteados a lo largo de esta investigación me permitirán responder a las preguntas que han dirigido este trabajo y que serán organizados alrededor de 3 ejes principales: los discursos y prácticas alrededor de la actividad cerámica chazutina de cara al turismo, la organización del trabajo de la cerámica chazutina y la producción de piezas y experiencias en el trabajo de la cerámica. En las siguientes páginas retomaré las ideas que me permiten contestar estas preguntas, además de otras consideraciones y reflexiones finales sobre mi experiencia como investigadora y las implicancias de realizar este trabajo.

Discursos y prácticas alrededor de la actividad cerámica chazutina de cara al turismo

La cerámica chazutina es la actividad mejor posicionada de cara al turismo actualmente en el distrito. El proyecto del Centro Cultural Wasichay liderado por la madre Juanita Bartra, el proyecto arqueológico de rescate de urnas funerarias en el 2002 y la declaratoria de Patrimonio Cultural Inmaterial de la Nación en el 2012, fueron eventos clave que marcaron la historia de esta actividad y su posicionamiento dentro del escenario de la cultura y el turismo dentro de la región San Martín. Las relaciones que las ceramistas empezaron a tejer con diversos actores institucionales les permitieron llegar a nuevos espacios de difusión y venta, obtener reconocimientos estatales y volverse a introducir dentro de las prácticas cotidianas de Chazuta. De esta forma, la cerámica chazutina pasó por un proceso de cambio y adaptación a un nuevo

contexto que implicó incorporar diversos intereses y valores asignados por los actores involucrados con su producción y consumo.

Con el desarrollo del turismo en la región San Martín en los últimos 20 años, estos procesos de incorporación de nuevos valores, nociones y lógicas a la actividad cerámica se intensificó. Sin embargo, esto no se ha expresado en la generación de una demanda turística económicamente relevante para Chazuta, sino más bien en una serie de dinámicas locales que discuten y buscan poder desarrollar la actividad turística local y que reúnen tanto a las ceramistas y otras personas que trabajan en actividades y negocios que pueden beneficiarse del turismo, como también a diversos actores institucionales que organizan estas dinámicas y marcan ciertas agendas a seguir en las mismas. Estas agendas se definen a partir de lineamientos planteados por organismos internacionales como la OMT y la UNESCO que promueven la acción de diversas entidades a nivel estatal y local orientada a la gestión y preservación de la cultura a través del turismo, y a su vez, a la promoción de un turismo sostenible y competitivo a través de la mercantilización de la cultura.

La primera pregunta secundaria de esta investigación es la siguiente: ¿Cuáles son los discursos y prácticas presentes en las dinámicas de desarrollo del turismo local sobre la actividad de la cerámica chazutina de cara al turismo? Respondiendo a esta pregunta, he identificado, en primer lugar, a los concursos, las capacitaciones y las reuniones participativas como aquellas prácticas presentes en las dinámicas de desarrollo turístico local que actualmente se han instaurado dentro de la cotidianidad de la vida de las ceramistas chazutinas. Estas prácticas funcionan como tecnologías desplegadas desde el Estado que se basan en las agendas y lineamientos de las organizaciones internacionales que se ocupan de los asuntos del campo de la cultura y el turismo: la OMT y la UNESCO. Estas prácticas abren espacios de interacción entre las ceramistas y los actores institucionales involucrados, siendo estos últimos los que plantean los objetivos, orientaciones, formularios, requisitos de participación y criterios de evaluación que le dan una fuerza normativa a los discursos sobre la cerámica chazutina de cara al turismo que circulan y se fomentan en el desarrollo de estas sesiones.

Los discursos que circulan en estas prácticas permiten configurar a la cerámica chazutina como una actividad dirigida y adaptada a las demandas del mercado turístico, y que, por tanto, deben ser aprehendidas por las ceramistas para poder pensar, mostrar y vender sus trabajos con éxito. Esto es posible debido a la forma y

el contenido que adquieren estos discursos planteados por los representantes de los actores institucionales involucrados. Del lado del contenido, es importante que las ceramistas resalten el carácter ancestral de la actividad en busca de satisfacer la demanda del turista que busca lo “auténtico” y lo “exótico”. Del lado de la forma, se incentiva a las ceramistas a formular este contenido de una manera innovadora, utilizando lenguajes y estrategias asociadas al marketing y la publicidad que permitan captar la atención del turista.

De esta forma, la fuerza normativa que adquieren estas prácticas y discursos presentes en las dinámicas de desarrollo del turismo local que se instauran en Chazuta están orientadas a crear y producir lo que Cánepa llama el “homo performance”. Planteo que en el caso de las ceramistas chazutinas, este tipo de sujeto de racionalidad neoliberal toma la forma de la ceramista educada en la “cultura del turismo”. Esta ceramista se caracteriza por estar formalizada y reconocida por el Estado peruano, por tener un manejo de los lenguajes y tecnologías a través de los que se puede acceder al apoyo del Estado y participar de sus iniciativas, además de ser capaz de pensar y presentar su trabajo de forma innovadora destacando el carácter ancestral de la actividad. De esta forma, las ceramistas adecuadas a este perfil son modeladas a través de los discursos y prácticas presentadas al configurarlas como aquellas que pueden adaptarse mejor a las demandas del mercado turístico y ser más competitivas en este escenario.

A su vez, la falta de cultura turística que tienen las ceramistas chazutinas al no encajar del todo en el prototipo de artesana deseada, se lee desde los actores institucionales vinculados al turismo local como limitaciones que las impiden prosperar en este trabajo. Por ello, estos actores identifican un contraste entre las metas y valores que se buscan incorporar desde estas dinámicas con la realidad. Esto tiene que ver con que, para poder ser una ceramista con “cultura turística”, se deben movilizar diversos esfuerzos para poder manejar lenguajes técnicos, formales, y especializados, así como acceder y manejar nuevas tecnologías, hacer trámites burocráticos e incorporar nuevas lógicas bajo las cuales imaginar su trabajo. En la práctica, la mayoría de las ceramistas chazutinas no tienen este capital social, cultural y económico necesario para poder encajar en el perfil de artesana promovido en las dinámicas de desarrollo del turismo local. Asimismo, la historia de la actividad cerámica de Chazuta como la conocemos ahora, es decir, como un trabajo regulado e intervenido por el Estado y que forma parte de las dinámicas de desarrollo del

turismo, no tiene más de 30 años de existencia, a diferencia de otras tradiciones artesanales del país que han tenido trayectorias más largas de relación con actores institucionales diversos. Así, el perfil de artesana con “cultura turística” entra en tensión con la forma en la que la cerámica ha sido practicada tradicionalmente en Chazuta hasta hace pocos años atrás.

La organización del trabajo de la cerámica chazutina

En el capítulo 3 se describió y analizó las características principales de la forma en la que las ceramistas chazutinas organizan su trabajo. Para ello, fue importante explicar que la cerámica, antes de pasar por los procesos de cambios de los últimos 30 años, era una actividad que, junto con otras prácticas, estaba inserta en la vida cotidiana de las familias chazutinas. La cerámica era fabricada para construir objetos con los que se puedan conservar, cocinar y servir alimentos y bebidas, los cuales eran usados por las mismas ceramistas y sus familias o para ser intercambiadas por otras personas que las necesitaban y así poder obtener algunos recursos necesarios. Asimismo, esta actividad era llevada a cabo por mujeres que aprendían viendo a sus madres y abuelas embarrar en sus casas. En la actualidad, los cambios vinculados a la gestión estatal de la cultura y el turismo alineadas a una gubernamentalidad neoliberal que se han expresado en los discursos y prácticas sobre la cerámica chazutina de cara al turismo mencionados previamente, deben ser tomados en cuenta a la hora de analizar la dimensión organizativa de esta actividad.

La segunda pregunta secundaria de esta investigación es: ¿Cómo las ceramistas chazutinas se organizan para trabajar en relación a los discursos y prácticas sobre la actividad de la cerámica de cara al turismo? Respondiendo a esta pregunta, se puede decir que, por un lado, estos discursos y prácticas han implicado la introducción de nuevas prioridades a tomar en cuenta por parte de las ceramistas para decidir qué tipo de organización puede permitirles mayores beneficios, y por otro, que estas decisiones organizativas adecuadas al contexto del auge del turismo, se matizan al tomar en cuenta la forma en las que las ceramistas se sienten más cómodas trabajando en tanto han solido organizar esta actividad de manera congruente con otras dimensiones de sus vida cotidiana.

Las nuevas formas organizativas que responden al nuevo contexto en el que se desenvuelven las ceramistas se han expresado, en primer lugar, en la decisión de trabajar bajo la figura de agrupaciones. Tras la experiencia exitosa de Wasichay como

la primera agrupación de ceramistas en Chazuta, las personas empezaron a evidenciar de manera directa los beneficios de organizar el trabajo de manera colectiva, compartiendo un taller, con ciertas normas y pautas a seguir, buscando alianzas con actores institucionales y proyectándose hacia horizontes de crecimiento. El contexto que viene configurándose en las últimas décadas con respecto a la actividad de la cerámica exige que las ceramistas tengan un taller bien equipado, una tienda y un volumen de producción suficiente para tener siempre algo que vender. En este sentido, trabajar como agrupación permite ciertas ventajas, por ejemplo, compartir un solo taller y una sola tienda entre varios ceramistas, de modo que los que no disponen de espacios de producción y distribución puedan usar los de otra persona, conseguir producir más piezas como una sola agrupación para poder participar en ferias, o distribuir los gastos que requiere participar de eventos de exhibición y venta de piezas.

En segundo lugar, las nuevas variables a tomar en cuenta para la organización del trabajo han posicionado a la figura de la asociación formalizada como la más común y deseada dentro de las agrupaciones de ceramistas. Desde instituciones estatales como el MINCETUR y Promperú, así como desde actores locales como el CGT-CH, se realizan diversas acciones en busca de formalizar el trabajo de las artesanas en asociaciones. Las ceramistas identifican que la principal ventaja de trabajar como una asociación formalizada tiene que ver justamente con que permite una mayor accesibilidad a los apoyos, financiamientos, alianzas y espacios de este tipo de instituciones como concursos, ferias y comités de trabajo local.

Este tipo de ventajas puede verse en el hecho de que, en los últimos 5 años, Chazuta ha pasado de tener una agrupación de ceramistas (Wasichay), a tener seis, cuatro de ellas estando formalizadas como asociaciones en los registros públicos. Pero este crecimiento de agrupaciones implica a la vez un proceso de división de las mismas, en tanto la mayoría de las ceramistas han formado parte anteriormente de Wasichay o Yana Rumi, las dos asociaciones que han podido posicionarse de manera más sólida de cara al turismo y al Estado. Por un lado, he identificado que una de las razones para explicar estos procesos de división tiene que ver con la forma en la que la noción de competitividad ha ido cobrando relevancia entre las diversas agrupaciones existentes a partir de las acciones del Estado que promueven la diferenciación y diversidad de los productos turísticos a ofrecer.

Por otro lado, hay otros factores que se relacionan de manera directa con el proceso de división y creación de nuevas agrupaciones que tienen que ver con la búsqueda permanente que mantienen las ceramistas de acomodar el trabajo de la cerámica con sus formas cotidianas de vida y organización social. Construir un taller propio dentro de sus propios hogares es una prioridad a la hora de decidir cómo organizar el trabajo de la cerámica en tanto esto permite que las ceramistas puedan producir sus piezas sin descuidar las labores domésticas que realizan en sus casas, tomando en cuenta que la mayoría de las ceramistas son mujeres y son ellas las que suelen encargarse del trabajo doméstico. Asimismo, las ceramistas suelen preferir trabajar con sus familiares directos, organizando este trabajo en base a las relaciones de parentesco y las formas habituales de convivir y vincularse entre familia. Esto explica por qué muchas de las ceramistas han decidido apartarse de sus antiguas agrupaciones para crear una propia que permita centralizar el trabajo dentro del propio hogar y así encajar el trabajo con sus vidas cotidianas, sus labores domésticas y sus dinámicas familiares.

De esta forma se puede decir que, por un lado, la organización actual del trabajo de la cerámica en Chazuta se acomoda a los discursos y prácticas sobre la actividad de cara al turismo presentes en las dinámicas de desarrollo del turismo local en tanto las ceramistas tienen como una prioridad poder acceder a concursos, ferias, reconocimientos y apoyos estatales desde las cuales pueden posicionarse como artesanas competitivas y adaptadas a las demandas del mercado. Esta prioridad se expresa en la forma en la que la asociación formalizada es la forma más común y deseada de organizarse para obtener ventajas orientadas a lograr este objetivo. Por otro lado, la tendencia de las ceramistas a volver a encajar este trabajo con la forma habitual en la que este se ha insertado en sus vidas cotidianas, desde antes de los procesos de cambio de las últimas décadas, genera tensiones y rupturas entre las agrupaciones. Sin embargo, al decidir crear otras agrupaciones nuevas que se adaptan mejor a sus dinámicas familiares y ritmos y espacios de trabajo doméstico marcados por el sistema de género, refuerzan la presencia de esta figura predominante dentro de la organización de la actividad de la cerámica en Chazuta.

La producción de piezas y experiencias en el trabajo de la cerámica

Para entender a profundidad la actividad de la cerámica en Chazuta era importante además de ahondar en la dimensión organizativa de la misma, profundizar

también en los procesos productivos que permiten su existencia. En este sentido, la última pregunta secundaria es: ¿Cómo las ceramistas deciden sobre la producción de piezas y experiencias en relación a los discursos y prácticas sobre la actividad de la cerámica de cara al turismo? Para ello, dividí en dos secciones los elementos del proceso productivo a analizar. Por un lado, exploré la forma de hacer las piezas de cerámica, los objetos centrales de esta actividad. Por otro lado, analicé cómo las ceramistas producen otro tipo de elementos que son parte de la actividad cerámica pero que exceden a las piezas mismas, y que corresponden a la construcción de una experiencia vinculada a la actividad. El hecho de que existan un conjunto de elementos a producir que van más allá de las piezas ya nos habla de la forma en la que los discursos y prácticas han exigido que las ceramistas se preocupen por ofrecer una experiencia a los turistas formulada a través de recursos visuales y discursivos que permiten posicionarse de forma ventajosa y competitiva en el escenario actual.

Para empezar a responder la pregunta, se puede decir que, en el caso de la producción de las piezas cerámicas, los discursos y prácticas sobre la cerámica de cara al turismo han influido principalmente en la creación de una nueva línea de producción por parte de las ceramistas que corresponde al método innovado. El método innovado de hacer cerámica es la forma en la que las ceramistas se han adaptado técnicamente a las exigencias del mercado turístico y los mandatos institucionales. Esto es así ya que la forma innovada de producir piezas permite satisfacer las necesidades de consumo del perfil del turista que prefiere comprar obras con acabados conseguidos con las nuevas tecnologías e insumos incorporados en las últimas décadas y que necesita piezas pequeñas para poder transportarlas. Asimismo, permite cumplir con una nueva lógica de producción que premia las formas más rápidas, inmediatas y productivas de producir piezas en tanto esto permite tener siempre suficientes piezas a vender en las tiendas y ferias, así como el ejercicio de la creatividad para posicionarse como ceramistas competitivas e innovadoras.

Sin embargo, también puede decirse que los discursos y prácticas sobre la cerámica de cara al turismo que circulan en el escenario actual de la actividad en Chazuta han permitido que las ceramistas puedan seguir produciendo sus cerámicas con el método artesanal-tradicional. Esto es así ya que hay también un perfil de turista que llega a Chazuta en busca de llevarse alguna evidencia que materialice lo ancestral del distrito, y el objeto mejor posicionado para ello son las cerámicas con acabados rústicos, con formas tradicionales y hechos a partir de los productos del bosque. Esto

ha permitido que las ceramistas hayan mezclado aspectos de uno y otro modo de producción para crear una pieza, por lo que, en la práctica, lo innovado y lo artesanal no son categorías que funcionan de manera contrapuesta.

Pero, aunque los discursos y prácticas analizados tienen una fuerza normativa que busca crear ceramistas con “cultura turística” adaptadas a las demandas del mercado turístico, y, por tanto, toman la forma de criterios prioritarios para las ceramistas al momento de decidir cómo producir una pieza, hay también otros factores relevantes que las ceramistas consideran fundamentales para estos procesos. Estos factores tienen que ver con una serie de conocimientos y valoraciones que las ceramistas han aprendido y adquirido de sus madres y abuelas y que corresponden a la forma en la que las ceramistas hacían sus cerámicas antes del proceso de cambio que viene atravesando desde las últimas décadas. De esta forma, la noción de hacer una buena cerámica como la hacían antes, la comodidad que sienten las ceramistas al modelar las piezas con chunchullis, los conocimientos detrás del manejo de calendarios lunares y la preocupación por mantener las formas tradicionales de hacer cerámica, se configuran como criterios prioritarios para producir las piezas, estando dispuestas a hacer ciertos ajustes y sacrificios para no asumir los riesgos que implican no considerar estos factores dentro de sus decisiones de producción.

Como segundo punto, se puede decir que las prácticas y discursos presentes en las dinámicas de desarrollo del turismo local han generado esta exigencia de producir no solamente piezas, sino experiencias a ofrecer a los turistas. Para producir estas experiencias, las ceramistas han ido incorporando estrategias y movilizándolo recursos para crear todo un imaginario simbólico sobre la actividad que corresponden a los mandatos de lo que debería ser una ceramista chazutina con cultura turística. Para ello, un elemento clave ha sido producir los espacios de producción y venta de las piezas. Los actores institucionales involucrados en las dinámicas de desarrollo del turismo local fomentan la idea de que estos espacios no son lugares privados de trabajo, sino también deben pensarse y producirse como lugares de cara al público. Así, las ceramistas implementan banners, fotografías, decoraciones, carteles y diversos recursos visuales que permiten identificar a una agrupación de ceramistas para que sea accesible al turista, para destacar el reconocimiento institucional que las respalda, y para mostrar visualmente las formas ancestrales-tradicionales de hacer cerámica.

Otro elemento que las ceramistas y los actores institucionales consideran como un imperativo es el uso de la vestimenta típica chazutina por parte de las ceramistas en actividades no cotidianas como ferias y eventos institucionales. La vestimenta está asociada a una forma estratégica de pensar, mostrar y vender la cultura a través de la conservación de lo tradicional chazutino, así como una forma de poder crear una identificación entre una vestimenta y un lugar a visitar. Además, la exigencia de presentar el trabajo de la cerámica de manera innovadora para satisfacer las demandas de los turistas por consumir una experiencia ha implicado que las ceramistas incorporen dinámicas propias del turismo vivencial, que son la demostración de cómo se produce una cerámica, así como la invitación a que los turistas puedan embarrar también. El último elemento clave a incorporar por parte de las ceramistas son los relatos y narrativas dirigidos a los turistas sobre la actividad, idea que suele tener relevancia dentro de las discusiones fomentadas en las prácticas presentes en las dinámicas de desarrollo turístico local. En esta estrategia es donde las ceramistas deben demostrar de manera directa sus habilidades discursivas y escénicas para atraer a los turistas.

De esta forma, podemos ver que el contexto actual vinculado a la relevancia que ha tomado el turismo para la configuración de la actividad cerámica, ha influido en la forma en la que las ceramistas vienen desarrollando sus procesos productivos en la actualidad, tanto creando las condiciones propicias para la forma tradicional e innovada de hacer cerámica se practiquen por parte de las ceramistas, como también configurando toda una serie de elementos a producir para poder crear una experiencia a mostrar y vender a los turistas. Es importante tener en cuenta que poder adecuar la producción a estas exigencias requiere una inversión y un esfuerzo importante que no todas las ceramistas pueden realizar, y puede identificarse que, en este sentido, Yana Rumi y Wasichay han sido las asociaciones que han podido lograr tener condiciones, materiales y habilidades más congruentes con estas exigencias, lo que no ha sido fácil de conseguir para ellas. Sin embargo, las ceramistas no solo piensan en los nuevos criterios planteados desde el contexto del turismo, sino que también consideran conocimientos, convicciones y valores vinculados a las formas de hacer cerámica practicadas antes de que esta actividad si quiera sea pensada como una forma de generar desarrollo turístico. Estos factores, aunque pueden entrar en tensión con las expectativas y mandatos del contexto turístico, son relevantes para las ceramistas y los tienen en cuenta dentro de sus decisiones productivas.

La pregunta principal que guio este trabajo fue la siguiente: ¿Cómo el contexto local del auge de los discursos y prácticas sobre el turismo da forma a la actividad de la cerámica en Chazuta? Con respecto a esta pregunta y a modo de conclusión, se puede decir que el contexto local de Chazuta vinculado al auge de los discursos y prácticas sobre el turismo atraviesa de manera transversal a la forma en la que se desarrolla actualmente la actividad de la cerámica, tanto en su dimensión organizativa como productiva. Estos discursos y prácticas se instauran en las dinámicas cotidianas locales con una fuerza normativa que exige a las ceramistas adquirir “cultura turística”, así como a hacer, pensar y mostrar su trabajo según estos mandatos. Sin embargo, las formas en las que estos mandatos y exigencias se expresan y traducen en la realidad social y las condiciones prácticas de las vidas de las ceramistas chazutinas son complejas y diversas, por lo que asumir que estas prácticas y discursos son la única dimensión a tomar en cuenta para entender la actividad sería limitado. Es aquí donde los conocimientos, valores y prácticas que las ceramistas manejan sobre su trabajo y sobre la relación del mismo con un contexto mayor que corresponde a la particularidad histórica que ha adquirido la vida de estas ceramistas en la capital de un distrito de una región amazónica del país, deben ser tomados en cuenta para entender qué implicancias tiene hacer cerámica en Chazuta el día de hoy.

Esta investigación ha buscado generar un aporte desde la antropología tanto a las discusiones académicas sobre la producción artesanal y el turismo en la Amazonía peruana, como también a las dinámicas y discusiones vigentes en Chazuta alrededor de estos temas que generan un interés en las ceramistas por ajustar diversas lógicas, criterios y conocimientos a un trabajo que les ha permitido ganar visibilidad, generar ingresos y alcanzar logros y metas en sus proyectos de vida. Considero relevante seguir investigando y generando iniciativas y espacios de discusión sobre las implicancias que tiene dedicarse a la producción artesanal en un lugar como Chazuta y en un contexto atravesado por diversas relaciones de poder, desigualdades e intereses complejos que abren oportunidades, pero también generan tensiones y conflictos.

Además, en las últimas décadas se ha podido observar cómo es que la artesanía se viene posicionando como una actividad económica mediante la cual diversos pueblos indígenas amazónicos están ganando visibilidad y reconocimiento público en un país marcado por un olvido y violencia histórica hacia ellos. Sin embargo, mientras se da este proceso, se ha evidenciado también que el reconocimiento de

estos pueblos y sus artes no ha implicado necesariamente un avance significativo en la situación de pobreza y vulnerabilidad de los mismos. En este sentido, la presente investigación invita también a discutir sobre las posibilidades del arte y la artesanía para generar cambios en este sentido, como la forma en la que en el caso de las mujeres chazutinas ha podido abrir un camino de empoderamiento e independencia, pero también sus limitaciones, tomando en cuenta que, en el caso de la cerámica en Chazuta, las desigualdades internas y el estado de precariedad siguen siendo una realidad que impide que la mayoría de ceramistas logren alcanzar las expectativas planteadas por los actores institucionales vinculadas al desarrollo del turismo.

Para terminar, quisiera mencionar que las personas que han formado parte de esta investigación me han permitido conocer sus realidades y comprender un poco más la gran cantidad y riqueza de mundos y conocimientos que se condensan en la actividad de la cerámica. Esta diversidad de mundos que atraviesan a la actividad cerámica dejan preguntas abiertas que pueden ser temas de estudio en sí mismos en futuras investigaciones, como por ejemplo la relación de esta actividad con el territorio amazónico o con los sistemas de género tradicionales en Chazuta. De esta forma, esta investigación busca abrir un camino para nuevos estudios que continúen profundizando sobre las implicancias de realizar cerámica en Chazuta que podrán complementar este trabajo y seguir generando aportes académicos y prácticos.

Referencias bibliográficas

- Aid To Artisan (s.f.). About Us Empowering Artisans Worldwide.
<http://ata.creativelearning.org/methodology/>
- Bartra, J. y Narváez, A. (2012). Chazuta Arte Ancestral. Gobierno Regional de San Martín.
- 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 para optar por el Título de Licenciado en Antropología]. Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Becerril, R. (1982). Las artesanías: la necesidad de una perspectiva económica. En *Textos sobre Arte Popular*, (pp. 285-319). FONART-FONAPAS.
- Belaúnde, L. E. (2009). *Kené: arte, ciencia y tradición en diseño*. Instituto Nacional de Cultura.
<https://repositorio.cultura.gob.pe/bitstream/handle/CULTURA/682/Ken%C3%A9.%20Arte%2C%20ciencia%20y%20tradici%C3%B3n%20en%20dise%C3%B1o.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Belaúnde, L.E. (2017). *Cerámica tradicional kichwa lamas de Wayku*. Ministerio de Cultura.
[file:///C:/Users/alba/Downloads/2017 Ceramica tradicional Kichwa Lamas.pdf](file:///C:/Users/alba/Downloads/2017%20Ceramica%20tradicional%20Kichwa%20Lamas.pdf)
- Belaúnde, L. E. (2019). *El recuerdo de luna. Género, sangre y memoria entre los pueblos amazónicos*. Ceques Editores.
- Bilhaut, A. y Macedo, S. (2017). *Iniciativas empresariales y culturales. Estudios de casos en América indígena*. Ediciones Abya – Yala.
https://www.researchgate.net/profile/Anne-Gael-Bilhaut/publication/320426851_iniciativas_empresariales_y_culturales_Estudios_de_casos_en_America_indigena_co-dir_Silvia_Macedo/links/60229fde458515893992e5bd/iniciativas-empresariales-y-culturales-Estudios-de-casos-en-America-indigena-co-dir-Silvia-Macedo.pdf
- Borea, G. (2017). *Arte y antropología. Estudios, encuentros y nuevos horizontes*. Pontificia Universidad Católica del Perú, Fondo Editorial.

- Cánepa, G. (2002). Poéticas y políticas de identidad: el debate por la autenticidad y la creación de diferencias étnicas y locales. En N. Fuller (Ed.), *Interculturalidad y política: desafíos y posibilidades* (p. 273-300). Red para el Desarrollo de las Ciencias Sociales en el Perú.
<https://centroderecursos.cultura.pe/sites/default/files/rb/pdf/Interculturalidad%20y%20Politica.pdf>
- Cánepa, G. E. y Lossio, F. A. (2019). La marca país como campo argumentativo y los desafíos de problematizar el Perú como marca. En G. E. Cánepa y F.A. Lossio (Eds.), *La Nación Celebrada: marca país y ciudadanías en disputa* (pp. 9-39). Universidad del Pacífico. <https://fondoeditorial.up.edu.pe/wp-content/uploads/2019/07/La-naci%C3%B3n-celebrada-Introducci%C3%B3n.pdf>
- Cánepa, G. (2020). El neoliberalismo como régimen cultural: Gubernamentalidad y ciudadanías performativas. En Cánepa G. y Lamas L. (Eds.), *Épicas del neoliberalismo: Subjetividades emprendedoras y ciudadanías precarias en el Perú* (pp. 59–128). Departamento Académico de Ciencias Sociales, PUCP.
- Castrillón, A. (1977). ¿Arte popular o artesanía? *Historia y cultura: Revista del Museo Nacional de Historia*, 15- 21.
<https://icaa.mfah.org/s/es/item/855151#?c=&m=&s=&cv=&xywh=-1334%2C-110%2C4367%2C2444>
- Chaparro, A. (2008). Los yagua en el contexto del turismo étnico. La construcción de la cultura para el consumo en el caso de Nuevo Perú. *Anthropologica*, XXVI (26), pp. 113-142. <https://doi.org/10.18800/anthropologica.200801.005>
- Chaumeil, J. P. (2009). El comercio de la cultura: el caso de los pueblos amazónicos. *Bulletin de l'Institut français d'études andines*, 38 (1) pp. 61-74.
<https://doi.org/10.4000/bifea.2822>
- Comaroff, J. y Comaroff, J. (2009). *Ethnicity, Inc.* The University of Chicago Press.
- Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (2015). *Perfil del Vacacionista Nacional 2014*. <https://media.peru.info/IMPP/2014/Perfil-Vacacionista-Nacional/Perfil-Vacacionista-Nacional-2014.pdf>
- Comisión Europea de Turismo y Organización Mundial del Turismo (2013). *Manual de desarrollo de productos turísticos*. Organización Mundial del Turismo.
http://sistemas.sectur.gob.mx/sectur/documentos/2020/DGA_RH/manual%20de%20desarrollo%20de%20productos%20turisticos.pdf

- Cooperación Suiza – SECO (2014). *Conceptos básicos para la gestión de destinos turísticos*. Swisscontact. https://cooperacionsuiza.pe/wp-content/uploads/2019/06/conceptos_basicos.pdf
- Cooperación Suiza – SECO (2014). *Manual para la Planificación de Productos Turísticos*. Swisscontact. https://www.cooperacionsuiza.pe/wp-content/uploads/2019/06/manual_de_planificacion.pdf
- Cruz, B. (2020). Constitución de asociaciones conforme al RIRPJ [Exposición]. Superintendencia Nacional de los Registros Públicos <https://scr.sunarp.gob.pe/cursos/constitucion-de-asociaciones-conforme-al-rirpj/>
- Dangelo, F. (2020). *Las Casas de Chahuaytire: Expectativas sobre el turismo, nociones de progreso y jerarquías sociales en una comunidad campesina cusqueña*. [Tesis para optar el título de licenciado en antropología, Pontificia Universidad Católica del Perú]. [https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/16738/D%27ANGELO PIAGGIO %20FRANCESCO EZIO CASAS CHAHUAYTIRE.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/16738/D%27ANGELO%20PIAGGIO%20FRANCESCO%20EZIO%20CASAS%20CHAHUAYTIRE.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- De Sardan, J. (2005). *Anthropology and Development: Understanding Contemporary Social Change*. Zed Books. https://www.academia.edu/8746395/Anthropology_and_development_Understanding_contemporary_social_change?auto=download
- Dirección Desconcentrada de Cultura - San Martín (15 de septiembre de 2022). [Mural Consolación Panaijo] [Imagen]. Recuperado el 5 de julio de 2023. <https://www.facebook.com/photo/?fbid=453096843515570&set=pcb.453104520181469>
- Echevarría López, G. T. (2008). Excavaciones arqueológicas en Chazuta, San Martín. En M. Cornejo et al., *Amazonia Peruana* (31° Edición, pp. 323-341). Centro Amazónico de Antropología y Aplicación Práctica.
- Europa Latina TV (5 de julio de 2023). Chazuta artistas del Huallaga. [Wasichay] [Imagen] Europa Latina TV. Recupero el 5 de julio de 2023. <https://europalatina.fr/chazuta-artistas-del-huallaga>
- Florida, R. L. (2012). *The rise of the creative class: Revisited*. Basic Books. [Foucault, M. \(1981\). Espacios de poder. La gubernamentalidad \[Exposición realizada en el Colegio de Francia en enero de 1978\]. 9-16. Editorial La Piqueta.](#)
- Foucault, M. (2007). *El nacimiento de la biopolítica. Cursos en el College de*

France 1978-1979. Fondo de Cultura Económica.

https://monoskop.org/images/d/d2/Foucault_Michel_El_nacimiento_de_la_bio_politica.pdf

Gobierno Regional de San Martín (2019). *Gestión del desarrollo económico en la región San Martín*. Gerencia Regional de Desarrollo Económico.

<https://www.descentralizacion.gob.pe/wp-content/uploads/2019/05/2.-Turismo-GR-SAN-MARTIN.pdf>

Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. University of Edinburgh Social Sciences Research Centre.

https://monoskop.org/images/1/19/Goffman_Erving_The_Presentation_of_Self_in_Everyday_Life.pdf

Google Earth, (2023). [Vista aérea de la capital del distrito de Chazuta] [Imagen]. Google Earth. Recuperado el 4 de julio de 2023.

Greenwood, D. (1977). Anthropology of Tourism: Forging New Ground for Ecotourism and Other Alternatives. *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*, 30, 129-138. DOI: 10.1146/annurev.anthro.30.1.261

Hamann, T. (2009). Neoliberalism, governmentality and ethics. *FoucaultStudies*,(6), 37-59. <https://rauli.cbs.dk/index.php/foucault-studies/article/view/2471/2469>

Henrici, J. (1997). Promoting peruvian crafts and selling culture. En PromPerú (Ed.), *Perú: Beyond reforms*. (pp. 357-373). PromPerú.

Instituto Nacional de Estadística e Informática (2018a). *Resultados Definitivos de los Censos Nacionales 2017. San Martín*.

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1573/

Instituto Nacional de Estadística e Informática (2018b). *Resultados Definitivos. Población Económicamente Activa. San Martín*.

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1628/

Lathrap, D. (1976). Shipibo tourist art. En H. H. Graburn (Ed.) *Ethnic and Tourist Arts. Cultural Expressions from the Fourth World*, (pp. 197-207). University of California Press.

Lauer, M. (1982). *Crítica de la artesanía: plástica y sociedad en los Andes peruanos*. Desco.

- Lauer, M. (1989). *La producción artesanal en América Latina*. Mosca Azul Editores.
- Lemke, T. (2001). "The birth of bio-politics": Michel Foucault's lecture at the Collège de France on neo-liberal governmentality. *Economy and Society*, 30(2), 190–207. <https://doi.org/10.1080/03085140120042271>
- Manrique, H. (2015). Las bases históricas del 'milagro de San Martín': control territorial y estrategias estatales contra el narcotráfico y subversión (1980-1995). *Politai: Revista de Ciencia Política*, (11), 33-51. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/politai/article/view/14660/15249>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (s.f.). *Certificación de la calidad de Productos de Artesanía. Plataforma Digital Única del Gobierno Peruano*. <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/informes-publicaciones/368462-certificacion-de-la-calidad-de-productos-de-artesania>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2013). *Guía Asociatividad para la Exportación*. <https://repositorio.promperu.gob.pe/server/api/core/bitstreams/8b465bb0-3069-4e42-8ea0-39ea2a9a9a02/content>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2016). *Plan Estratégico Nacional de Turismo 2025*. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/31487/22123_PENTUR_Final_JULIO2016.pdf20180706-19116-y07vnb.pdf?v=1612204093
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2019). *Reporte Regional de Turismo de San Martín*. <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/3514179/Reporte%20Regional%20de%20Turismo%20-%20San%20Mart%C3%ADn%202019%20.pdf>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2021). *Manual de adecuación turística de talleres de artesanía*. <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2039618/MATTA%20-%20Versio%CC%81n%20Final.pdf.pdf>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2023). *Bases del concurso público de la estrategia para reactivar y promover la Actividad artesanal "somos artesanía - 2023"*. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/4223620/BASES_E_INSTRUC_TIVO_SOMOS-ARTESANIA-2023.pdf

- Ministerio de Cultura (s.f.). *Procedimiento*. Declaratorias de expresiones del Patrimonio Cultural inmaterial como patrimonio cultural de la Nación. <http://administrativos.cultura.gob.pe/intranet/dpcn/procedimiento.jsp>
- Ministerio de Cultura (2012). *Informe N° 118-2012-DPIC-DGPC/MC. Declaratoria a la cerámica de Chazuta como Patrimonio Cultural de la Nación*. Ministerio de Cultura. <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/declaran-patrimonio-cultural-de-la-nacion-a-la-ceramica-de-c-resolucion-vice-ministerial-n-044-2012-vmptic-mc-819888-1/>
- Mitrovic, M. (2019). *Extravíos de la forma*. Pontificia Universidad Católica del Perú, Fondo Editorial.
- Moscoso, M. (2021). *Tejido en escena: Configuración de espacios de exhibición, comerciales y femeninos en los centros de tejido de Chinchero, Cusco*. [Tesis para optar por el Título de Licenciada en Antropología]. Pontificia Universidad Católica del Perú. https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/15239/MOSCOSO_BARRIO_MACARENA_TEJIDO_ESCENA.pdf?sequence=1&isAlloWed=y
- Mowforth, M. y Munt, I. (2003) *Tourism and sustainability. Development and new tourism in the third world*. Routledge.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (s.f.) Patrimonio Cultural Inmaterial. <https://es.unesco.org/themes/patrimonio-cultural-inmaterial>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2022). *La Cultura: Un bien público mundial*. UNESCO. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000382082_spa
- Organización Mundial del Turismo (s.f.-a). *Desarrollo de Productos*. <https://www.unwto.org/es/desarrollo-productos-turisticos>
- Organización Mundial del Turismo (s.f.-b). *Manual de Desarrollo de Productos Turísticos*. <https://www.unwto.org/archive/global/publication/manual-de-desarrollo-de-productos-turisticos>
- Organización Mundial del Turismo (s.f.-c). *Políticas y gestión de destinos*. Organización Mundial del Turismo. <https://www.unwto.org/es/politicas-y-gestion-de-destinos>

- Organización Mundial del Turismo (2016). *Alianza entre turismo y cultura en el Perú – Modelos de colaboración entre turismo, cultura y comunidad*. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284417575>
- Organización Mundial del Turismo (2017). La OMT y la UNESCO: turismo y cultura para impulsar los ODS. *Organización Mundial del Turismo*. <https://www.unwto.org/es/archive/press-release/2017-12-05/la-omt-y-la-unesco-turismo-y-cultura-para-impulsar-los-ods>
- Organización Mundial del Turismo (2019). *UNWTO Tourism Definitions*. Organización Mundial del Turismo. <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2019-11/unwto-tourism-definitions.pdf#page=14&zoom=100,0,0>
- Percca, M. (2020). Historias de Políticas Culturales en el Perú: Un estudio de aproximación. *ISHRA, Revista del Instituto Seminario de Historia Rural Andina*, (4), 47–66. <https://doi.org/10.15381/ishra.v0i4.16211>
- Perniola, M. (1981). El arte como categoría histórica. *Hueso Húmero*, (11) 65-74. Mosca Azul Editores.
- Plan Nacional de Calidad Turística del Perú (s.f.). *Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas*. <https://www.calidadturistica.pe/Publico/Registro>
- Proyecto de Ley N°1439/2021-CR de 2022. Nueva Ley del Artesano y Desarrollo de la Actividad Artesanal. 3 de marzo del 2022. Congreso de la República. <https://wb2server.congreso.gob.pe/spley-portal-service/archivo/MTYzODM=/pdf/PL0143909032022>
- Rose, N., O'Malley, P. y Valverde, M. (2012). Gubernamentalidad. *Astrolabio*, (8) 83-104. <https://doi.org/10.55441/1668.7515.n8.2042>
- Salas, M. (1987). *Mates de Cochas. Productores artesanales en la sierra central*. Mosca Azul Ediciones.
- Saurín, R. S. (2022). *Chazuta. Historia, Cultura y Tradición*. Fondo Editorial Cultura Peruana.
- Simon, B. (2006). ¿Un pueblo auténtico y moderno? Percepciones locales del futuro y turismo sostenible en Pisac, Perú. En Ypeij, A. y A. Zoomers (Eds.), *La Ruta Andina. Turismo y desarrollo sostenible en Perú y Bolivia* (pp. 120-127) Ediciones Abya-Yala. https://www.academia.edu/13098077/2006_La_ruta_andina_Turismo_y_desarollo_sostenible_in_Per%C3%BA_y_Bolivia_Zoomers_Ypeij_2006

- Stronza, A. (2001). Anthropology of Tourism: Forging New Ground for Ecotourism and Other Alternatives. En *Annual Review of Anthropology*, 30, 261-283. DOI: 10.1146/annurev.anthro.30.1.261
- Szyszlo, F. (2017). *La vida sin duelo*. Alfaguara.
- Tafur, P. (2019). *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, Pontificia Universidad Católica del Perú].
https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/15379/TA_FUR_MARIA_HACIA_DONDE_NOS_LLEVA_ELBARRO.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Taylor, R. (1978). *Art an Enemy of the People*. The Harvester Press.
- Uffe, M. E. (2011). *Cajones de la memoria: la historia reciente del Perú a través de los retablos andinos*. Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
<https://repositorio.pucp.edu.pe/index/bitstream/handle/123456789/170225/Cajones%20de%20la%20memoria.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Valderrama, M. (2021). Historia y disponibilidad de sal en el Bajo Huallaga. Formas de apropiación de una mina de sal en una comunidad kichwa. *Antropológica*, (46), 81-114. <https://doi.org/10.18800/antropologica.202101.003>
- Vera, J.L. (2021). *El llamado de la marca Ayacucho y su materialización en la producción artesana: negociaciones entre el Patronato de Pikimachay, los creativos de la marca y los artesanos productores de contenido*. [Tesis para optar por el Título de Licenciado en Antropología]. Pontificia Universidad Católica del Perú.
https://www.academia.edu/83736489/El_llamado_de_la_marca_Ayacucho_y_su_materializaci%C3%B3n_en_la_producci%C3%B3n_artesana_negociaciones_entre_el_Patronato_de_Pikimachay_los_creativos_de_la_marca_y_los_artsanos_productores_de_contenido
- Yúdice, G. (2002). *El recurso de la cultura: usos de la cultura en la era global*. Gedisa.
https://www.academia.edu/18935671/George_Yudice_El_recurso_de_la_cultura

Anexos

Anexo 1 – Muestra de transcripciones de entrevistas

https://docs.google.com/document/d/1hkQ-CddyUrY1YGUeOiqqcl1swOEsh_NS/edit?usp=drive_link&oid=105920628144556843672&rtpof=true&sd=true

Anexo 2 – Archivo fotográfico

https://drive.google.com/drive/folders/1p6iHH-a8XnQMxoDLyKSrnaajvuWqjRrC?usp=drive_link

Anexo 3 – Cuaderno de campo

https://docs.google.com/document/d/1Gusu8OlyXxracEDDywT3GqaKMDPoX9aI/edit?usp=drive_link&oid=105920628144556843672&rtpof=true&sd=true

Anexo 4 – Relación de informantes

https://docs.google.com/document/d/1bycUhppk5J6lJ2lcxMQluz4xfWI_jMjE/edit?usp=drive_link&oid=105920628144556843672&rtpof=true&sd=true

