

# Hilando Culturas

El arte textil andino con **identidad cultural como motor** de desarrollo local

ANA DORREGO CARLÓN - SOLUCIONES PRÁCTICAS

El arte textil de los Andes de Bolivia y Perú es reconocido en todo el mundo. Los textiles andinos son expresiones de la identidad cultural de los pueblos y medios que transmiten información de distinta naturaleza relacionada con sus modos de vida.

Artesana demostrando la técnica de telar de cintura en el Centro de Exposición de Arte Textil de Pitumarca, Canchis, Cusco.  
Archivos SOLUCIONES PRÁCTICAS

Las comunidades rurales de la sierra de Cusco y Puno en el Perú, así como las de La Paz y Oruro en Bolivia, se caracterizan por su producción agropecuaria de subsistencia y por su situación de pobreza. Esta condición afecta a más del 60% de la población, la cual presenta desnutrición y bajo nivel de escolaridad (Soluciones Prácticas, 2015). En este contexto, el arte textil se constituye como una alternativa para la diversificación y complementación de los ingresos en la economía familiar, especialmente para las mujeres, en la que el proyecto Hilando Culturas identificó una serie de factores y limitaciones que impedían el desarrollo y consolidación de una cadena de valor de la producción del arte textil andino más equitativa. Entre las principales limitaciones destacan:

- pérdida progresiva de saberes tradicionales vinculados a técnicas de producción y significado del uso del color y de las iconografías;
- poca capacidad técnica, uso de tecnología inadecuada, escaso nivel organizativo y propuestas de diseños sin capacidad de diferenciación en el mercado;
- desarticulación comercial de las redes de artesanos y operadores locales para el acceso a mercados nacionales e internacionales de productos textiles con identidad cultural;
- limitada articulación de las instituciones públicas y privadas para establecer una agenda conjunta de políticas públicas.

El objetivo del presente artículo, en el marco del análisis de las industrias creativas y culturales de la UNESCO, es proponer una estrategia de intervención basada en la interacción entre identidad cultural y desarrollo económico local en el sector del arte textil, a partir de la experiencia del proyecto. Se definen cuatro ejes o parámetros nucleares: identidad cultural, mercados, marcos legales e incidencia en políticas públicas y empoderamiento para analizar –desde un enfoque de género– su articulación y cómo esta explica lo logrado para la réplica o escalamiento de la experiencia.

Cuadro 1. Criterios e indicadores de análisis

<b>Identidad cultural</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Revalorización de la identidad cultural</li> <li>• Involucramiento de las escuelas de arte y del sistema educativo</li> <li>• Incremento de la calidad y valor agregado de los productos</li> <li>• Surgimiento de nuevas líneas de productos y/o diseños</li> <li>• Certificación de competencias</li> </ul>
<b>Conexiones y mercados</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creación de nuevos canales comerciales</li> <li>• Uso de marcas</li> <li>• Estrategias comerciales</li> <li>• Creación de consorcios</li> </ul>
<b>Marco normativo y política pública</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Registros de derechos de autoría y propiedad intelectual</li> <li>• Mesas técnicas y espacios de articulación</li> <li>• Implementación de la normativa/ reglamentación</li> <li>• Incorporación de las demandas de las artesanas y artesanos en presupuestos públicos o en otras instituciones públicas</li> </ul>
<b>Empoderamiento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generación de empleo</li> <li>• Desarrollo/fortalecimiento de habilidades y capacidades</li> <li>• Generación de ingresos</li> <li>• Fortalecimiento de la participación en las organizaciones/esfera pública</li> </ul>

Fuente: elaboración propia.

## El proyecto Hilando Culturas

El proyecto fue financiado por la Unión Europea y desarrollado por Soluciones Prácticas, la Asociación ETC Andes, Progetto Mondo Movimento Laici America Latina (MLAL) y la Red Nacional de Asociaciones de Productores Artesanos y Artesanos con Identidad Cultural (OEPAIC) de Bolivia, desde enero de 2014 hasta marzo de 2017, y tuvo como ámbito de acción comunidades rurales y zonas periurbanas de la sierra de Cusco y Puno en Perú, y La Paz y Oruro en Bolivia. El objetivo general ha sido contribuir a la revalorización de la identidad cultural del arte textil andino como instrumento para el desarrollo sostenible y el crecimiento económico de comunidades de la sierra rural de Perú y Bolivia. Con este propósito, y en función de las limitaciones identificadas anteriormente, se contemplaron cuatro resultados:

1. Fortalecimiento de las capacidades de artesanas y artesanos para la revalorización del patrimonio cultural y artístico de su producción textil.
2. Incremento de las capacidades técnicas y productivas de artesanas y artesanos textiles y de sus redes, para la generación de una oferta sostenible de bienes culturales.
3. Articulación comercial de las redes de artesanas y artesanos y operadores regionales vinculados a la cadena de artesanías textiles con mercados nacionales e internacionales
4. Incidencia para el desarrollo de una agenda cultural conjunta y la consolidación del sector de arte textil en Perú y Bolivia.

## Capitalización de la experiencia

El marco de análisis empleado para la capitalización de esta experiencia está relacionado con la economía creativa y el concepto de *industrias creativas y culturales* propuesto por la UNESCO. Frente a la diversidad de enfoques existentes, se puede entender de manera amplia a las industrias culturales y creativas como “aquellos sectores de *actividad organizada* que tienen como objeto principal la creatividad, la producción o reproducción, la promoción, la difusión y/o la comercialización de *bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial*” (UNESCO, 2009).

El término “industria creativa” supone un conjunto más amplio de actividades que incluye a las industrias culturales, las cuales, según la UNESCO, abarcan a aquellas que combinan la creación, la producción y la comercialización de contenidos creativos que sean intangibles y de naturaleza cultural, como el arte textil.

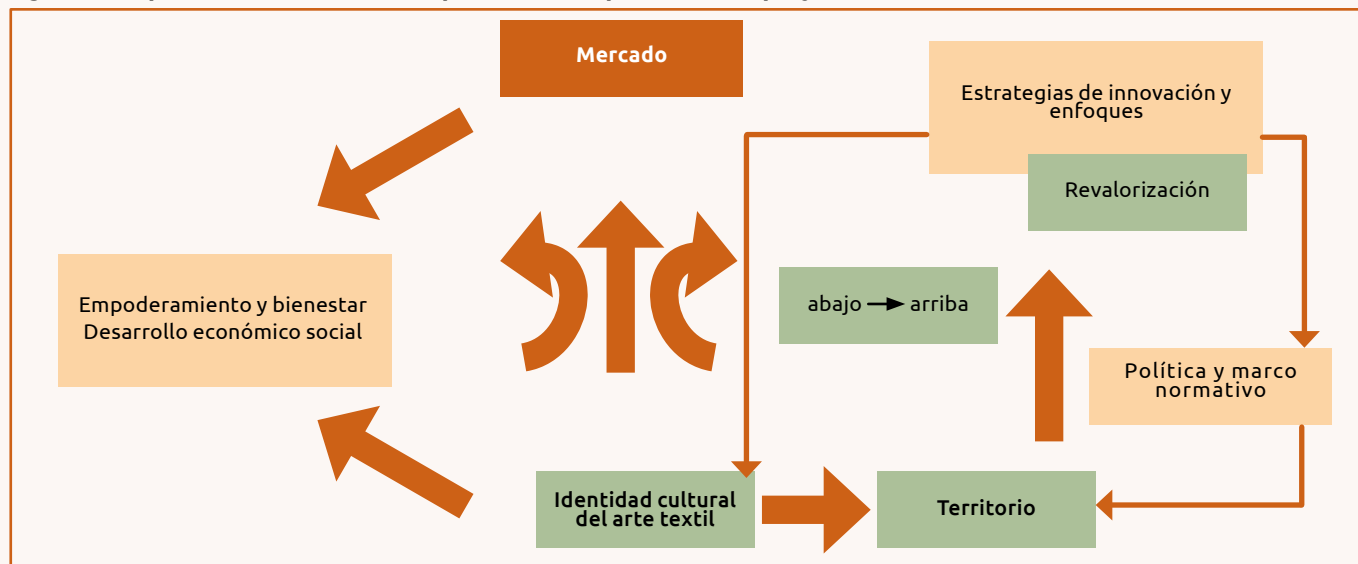
Por otra parte, es importante señalar la importancia del enfoque territorial en la noción de “industrias culturales y creativas” que puede variar significativamente de un contexto a otro. Lo términos están, por tanto, en constante evolución de acuerdo al desarrollo de nuevos diálogos.

Las *industrias culturales* locales cumplen un rol central en el desarrollo de las personas, las sociedades y las naciones al ser portadoras de “identidad, valores y significados” y generadoras de innovación y empleo (Primer Encuentro Internacional Diversos y Alterno, la Gestión Cultural en América Latina, 2007; PNUD y UNESCO, 2014).

Para la puesta en práctica de políticas y programas se definieron seis áreas fundamentales de intervención en las que se estructuraron las industrias culturales y creativas:

- competitividad e innovación;
- recursos humanos y formación;
- infraestructuras e inversiones;
- financiación;
- marco normativo;
- desarrollo de mercados (internos y externos).

Figura 1. Propuesta de intervención a partir de la experiencia del proyecto Hilando Culturas



Fuente: elaboración propia.

La economía creativa y las industrias culturales y creativas difieren de otros sectores económicos, por lo que requieren de políticas que se adapten a sus propias características. El enfoque actual es demasiado uniformizador (UNESCO, 2010) y está impulsado, en muchos casos, por agendas económicas o inspiradas por una limitada mercadotecnia o marcas locales. Un buen desarrollo de las políticas se produce cuando estas se implementan con el objetivo de preservar y renovar la cultura tradicional o de reducir las desigualdades y proporcionar un medio de vida para la población (PNUD y UNESCO, 2014).

### El análisis

La incorporación del análisis crítico de la experiencia a través de la presentación de las opiniones, juicios o cuestionamientos a lo hecho y lo vivido es la base del aprendizaje y de la generación de conocimiento (Chávez-Tafur, 2006).

Se seleccionó un conjunto de criterios en relación con los objetivos y estrategias de la experiencia del proyecto, que se convirtió en la guía general del análisis. Cada uno de estos criterios comprende un conjunto de indicadores que ayudan a especificar sus aspectos más relevantes.

### El modelo de intervención

Con base en la descripción y análisis de lo realizado y logrado, y de los principales obstáculos encontrados en cada territorio, se proponen los elementos clave para una intervención similar a partir de la generalización de las especificidades locales.

La experiencia del proyecto plantea una serie de estrategias de innovación y enfoques que pueden ser considerados en intervenciones similares. Respecto a los enfoques específicos adoptados es importante señalar:

- el *enfoque territorial/local* como punto de partida para la identificación de las características y especificidades del contexto así como de su entendimiento: relaciones de poder y tensiones entre la diversidad de actores;
- la *revalorización de la identidad cultural*. El arte textil como expresión de la cultura vinculada con procesos, entorno o ambiente (materiales), cosmovisión y con la persona creadora de ese arte;
- el *enfoque participativo*, “de abajo hacia arriba”. Las estrategias son diseñadas con los actores del proyecto (artesanas y artesanos) y con base en los principios de las metodologías de la educación popular y del aprendizaje de adultos.

Enfoques importantes relativos al territorio son el de articulación y trabajo concertado (Perú) y el generacional (Bolivia). El enfoque de género, aunque no se trabajó de manera explícita, se revela como una de las lecciones importantes a tomar en cuenta en procesos futuros.

En lo que respecta a las estrategias de intervención, es importante identificar, en primer lugar, los aspectos que influyen de manera positiva en los cuatro componentes definidos para el análisis (identidad cultural, conexiones y mercados, política pública y empoderamiento). En este sentido, las estrategias centrales para el proyecto fueron tres: el fortalecimiento de capacidades y saberes locales, las innovaciones comerciales y el trabajo concertado y articulado.

Asimismo, otras estrategias derivadas de factores negativos y que se revelan como importantes a partir de la experiencia local son el fortalecimiento de las redes y el asociacionismo; la identificación de y respuesta a las necesidades específicas de las productoras artesanas (en conexión con lo local), y los marcos normativos implementados (desde una visión del arte textil como motor de desarrollo).

La identidad cultural se ve afectada por una creciente desconexión de “lo rural” así como por fenómenos de aculturación de la población. Por otra parte, las relaciones de poder y las resistencias a los cambios son factores negativos que deben considerarse en el diseño de estrategias.

Las relaciones de poder tienen alta influencia en la generación de lazos de confianza al interior de las organizaciones. Por ello son muy importantes el conocimiento previo de las comunidades donde se desarrollará el proyecto y los procesos de acompañamiento.

### Conclusiones

La situación de inicio en ambos países era muy distinta: el Perú partía de un contexto comunitario y unas organizaciones muy débiles o inexistentes. Asimismo se caracterizaba por la profunda dependencia de instituciones, una gran diversidad de líneas productivas y capacidades y ninguna articulación entre actores del sector. Además se trataba de zonas rurales con una elevada identidad cultural. Por el contrario, en Bolivia existía una red nacional de productores artesanales con identidad cultural, la Red OEPAIC, con experiencia en el apoyo técnico y comercial a las asociaciones tanto rurales como periurbanas para la incidencia política y la marca colectiva.

En este sentido es importante subrayar la importancia de la colectividad en ambos contextos como un factor clave

para permitir o restringir la economía creativa. Asimismo, la experiencia muestra la necesidad de plantear estrategias diferenciadas de acuerdo a las características y especificidades de los territorios y apostar por la creatividad y la identidad cultural, desde lo local y territorial, como base para el desarrollo de una economía creativa en torno al arte textil. En este sentido, en ambos países la creatividad cultural se localiza en diferentes paisajes, territorios, epistemologías y visiones del mundo que guardan, no obstante, elementos comunes.

La experiencia del proyecto revela además que la inclusión de jóvenes y la innovación productiva –con el mercado como elemento dinamizador– en Bolivia, así como la articulación y el trabajo concertado en Perú son enfoques y estrategias a considerar en el establecimiento de una hoja de ruta para la construcción de una economía creativa.

De acuerdo con esto y a modo de síntesis, se listan algunos de los principales elementos identificados para el impulso de una economía creativa en torno a la identidad cultural del arte textil:

- incorporación de un enfoque territorial/local: creatividad e identidad cultural desde lo local;
- articulación y trabajo concertado para la sostenibilidad y la generación de sinergias: cambios en las relaciones entre los actores del sector artesanal;
- fortalecimiento de capacidades y saberes a través de acciones de capacitación, intercambios y participación en espacios comerciales, reconocimiento de los procesos de certificación de competencias, entre otros;
- fortalecimiento de las asociaciones de acuerdo a modelos adaptados a las distintas tipologías de las organizaciones;
- implementación del marco legal y normativo;

- revalorización del trabajo artesanal y cambios en la visión sobre la identidad cultural;
- inclusión de jóvenes;
- generación de innovaciones productivas, comerciales y metodológicas;
- procesos de acompañamiento para establecer lazos de confianza y romper las relaciones de poder;
- incorporar estrategias con enfoque de género;
- responder de manera contextualizada a las necesidades de las artesanas y artesanos. ■


**Ana Dorrego Carlón**

Ingeniera agrónoma, Máster Internacional en Desarrollo Rural Local por la Universidad Politécnica de Madrid y doctoranda en Geografía Humana por la Universidad Complutense de Madrid.

[anadorrego@gmail.com](mailto:anadorrego@gmail.com)

## Referencias

- ANDES, IIED. 2012. **Community Biocultural Protocols: Building mechanisms for access and benefit sharing among the communities of the Potato Park based on Quechua Customary Norms**. Londres: IIED.
- Argumedo, A. y Stenner, T. 2008. **Association ANDES: Conserving indigenous biocultural heritage**. Londres: IIED.
- Chavez-Tafur, J. 2006. **Aprender de la experiencia. Una metodología para la sistematización**. Lima: Fundación ILEIA / Asociación ETC Andes.
- Dorrego, A. 2017. **Hilando Culturas: La puesta en valor de la tradición textil altoandina en Perú y Bolivia**. Lima: Soluciones Prácticas.
- PNUD y UNESCO. 2014. **Informe sobre la Economía Creativa 2013 Edición Especial: Ampliar los cauces del desarrollo local**. México: UNESCO.

Centro de Interpretación de Arte Textil de la provincia de Canchis. Casa Túpac Amaru. Tinta, Canchis, Cusco.  
 Archivos SOLUCIONES PRÁCTICAS

