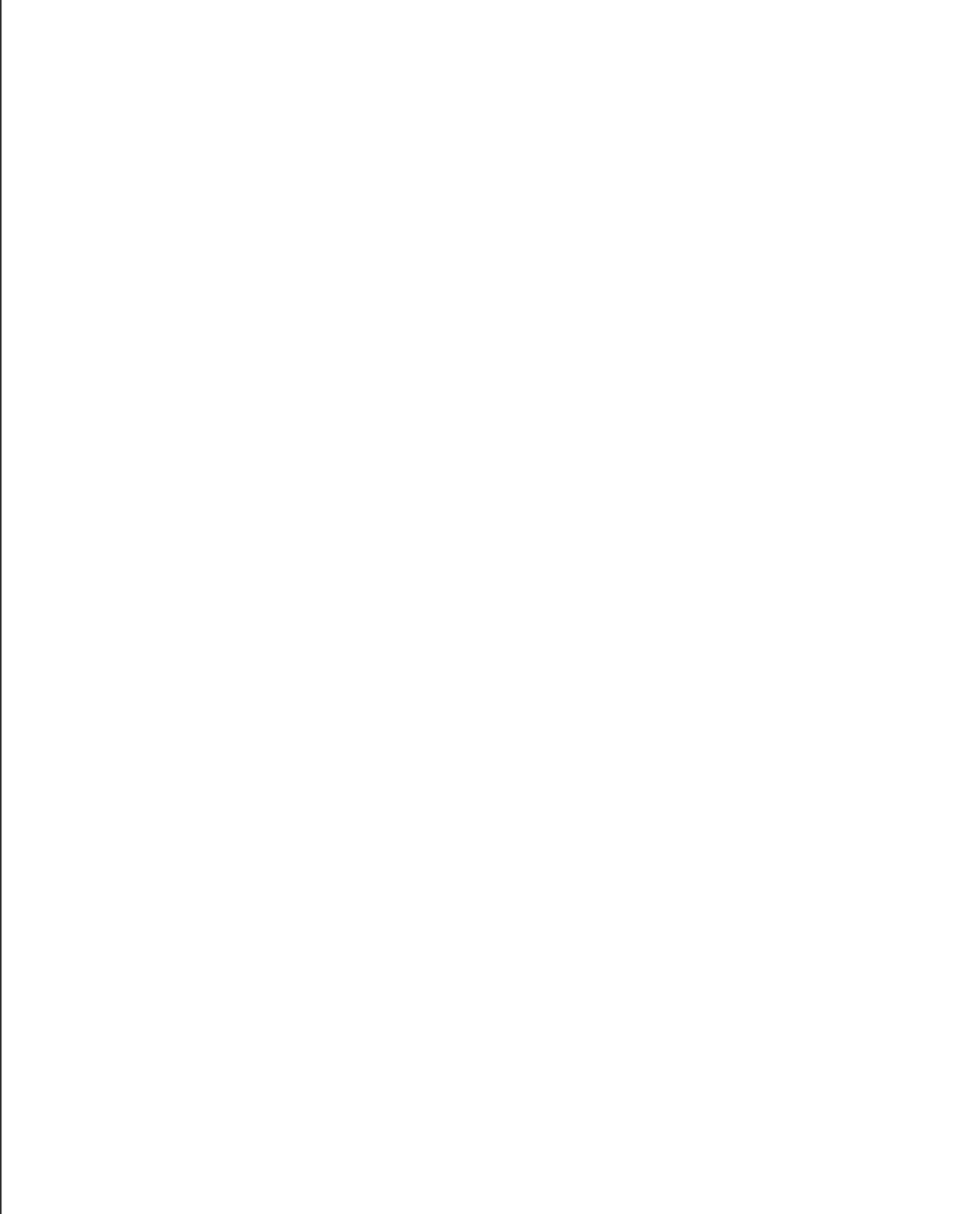


**PROPUESTAS DEL PROGRAMA APV ANTE
CONTEXTOS DE EMERGENCIA COMPLEJOS**



PROPUESTAS DEL PROGRAMA APV ANTE CONTEXTOS DE EMERGENCIA COMPLEJOS

**Estrategias para enfrentar el COVID-19,
trabajar en nuevas masculinidades y
medir los impactos del programa**



Propuestas del programa APV
ante contextos de emergencia complejos

Estrategias para enfrentar el COVID-19,
trabajar en nuevas masculinidades y medir los
impactos del programa

© ARTESANÍAS DE COLOMBIA S.A.

Ana María Frías Martínez
Gerente General

Sara Sastoque Acevedo
Subgerente Administrativa y Financiera

Gisella Barrios Guerrero
Subgerente Comercial

Jimena Puyo Posada
Subgerente de Desarrollo

Michelle Olarte García
Coordinadora del programa APV

Michelle Olarte García
Javier Omar Ruiz
Juan Pablo Henao Vallejo
Catalina Cavalier Adarve
Sara Ferrari
Diana Carolina Jiménez
Luz Dary Rosero
Claudia Andrea Mora
Omar Darío Martínez
Adriana Sáenz Forero
Autoras y autores

Artesanías de Colombia S.A., Sara Ferrari,
Luz Dary Rocero, Adriana Sáenz.
Fotografías, figuras e ilustraciones.

Jimena Martínez Argüello
Coordinación editorial y corrección de estilo

Laura Paola Beltrán Buitrago
Diseño editorial y diagramación

Primera edición
Número de páginas: 431
Formato: 17 x 21 cm

Studio Selection
Carrera 28 # 10-71 local 107
32138487112 | 7568555
studioselection@hotmail.com
Impresión

cuarentaydoslíneas
Calle 20 No. 2ª – 62
3138558174 | 6536393
cuarentaydoslineas@gmail.com
Encuadernación

Bogotá, D.C., 2021

© Artesanías de COLOMBIA S.A.
Carrera 2 No. 18 A – 58
Barrio Las Aguas, Bogotá, Colombia
PBX: (571) 286 1766 | 555 0325 | 555 0326
artesanias@artesaniasdecolombia.com.co
www.artesaniasdecolombia.com.co

PRESENTACIÓN

El 2020 ha sido un año de muchos retos. Un año en el que el equipo de trabajo de APV y las comunidades que hacen parte del programa han tenido que afrontar el desafío de trabajar en medio de la emergencia sanitaria ocasionada por el COVID-19. El programa de Atención a Población Víctima y vulnerable ya trabajaba en contextos complejos determinados por el conflicto armado y los altos índices de vulnerabilidad de sus beneficiarios y beneficiarias, por lo que contaba con metodologías y enfoques específicos. Sin embargo, la nueva realidad exigía buscar diferentes formas de acompañamiento.

Uno de los objetivos del proyecto es diseñar documentos técnicos que sistematicen el trabajo y sirvan como insumos útiles para formular políticas, planes, proyectos y mejoras de las herramientas adoptadas. El informe *Propuestas de APV ante contextos de emergencia complejos* es el segundo de cuatro documentos que mostrarán los avances de las estrategias para ayudar al desarrollo personal y productivo de los artesanos y las artesanas.

En el primer capítulo, encontrará algunas notas sobre los aprendizajes de cómo potenciar la recuperación económica en medio de los contextos de emergencia. Se inicia con el recuento del programa y la oferta del estado para el primer año de la pandemia. Luego, se presentan las soluciones contempladas por el equipo de trabajo para continuar con la comunicación y el acompañamiento a las comunidades y grupos, junto con una explicación de las normas mínimas para su recuperación económica teniendo en cuenta los cambios de este año.

El segundo capítulo propone un enfoque de género relacional desde el acercamiento a las nuevas masculinidades, con el fin de contar con un marco conceptual y una propuesta de metodología de trabajo para la población artesana masculina. El objetivo es identificar las formas de pensamiento que se pueden encontrar en los grupos artesanales en temas como los roles de género y su caracterización. El equipo de trabajo sabe que la mayoría de la población artesana está compuesta por mujeres, pero también que para lograr los cambios y procesos de inclusión es necesario tener en cuenta a la población masculina artesana y no artesana de las comunidades.

El tercer capítulo es un recuento de los avances de la herramienta para la medición de los efectos no económicos del programa, desde un trabajo a distancia. Se precisan los indicadores y los instrumentos de medición y, además, se incluye una explicación de cómo fue el apoyo de líderes locales para su aplicación. Las exigencias de los periodos de aislamiento contribuyeron entonces al progreso de una propuesta etnográfica que arroja diferentes y mejores resultados.

Finalmente, el cuarto capítulo muestra cómo se ha desarrollado la adaptación de la metodología de los componentes de Desarrollo humano, Diseño y Emprendimiento y comercialización a una asistencia técnica a distancia. Se ve cómo el acompañamiento fue posible a partir del uso de la tecnología y el apoyo de los líderes y de cada uno de las y los miembros de las comunidades.

CAPÍTULO 4

CÓMO ADAPTAR EL PROGRAMA APV PARA LOGRAR UNA ASISTENCIA TÉCNICA A DISTANCIA

Estrategias para los componentes de Desarrollo humano,
Diseño y Emprendimiento y comercialización

Ejecución del programa en tiempos de pandemia



Sara Ferrari

Diana Carolina Jiménez Rodríguez

Luz Dary Rosero Álvarez

Claudia Andrea Mora

Omar Darío Martínez G.

Adriana Sáenz Forero

CONTENIDO

SECCIÓN 1: COMPONENTE DE DESARROLLO HUMANO 17

1. Contextualización y caracterización 19

Introducción	19
Qué es la Contextualización y la caracterización	22
Metodología “Medios de vida sostenibles”	24
Contexto teórico	26
Retos en tiempos de pandemia	27
Talleres de Contextualización y caracterización	31
1. Taller “Simbología”	31
2. Taller “Una entrevista para conocer la historia de la comunidad”	33
3. Taller “Línea del tiempo o río de la vida”	35
4. Taller “Georreferenciación enfocada a las comunidades nuevas”	38
5. Taller “Redes de acompañamiento de entidades y organizaciones”	44
6. Taller “Problemas en la artesanía”	47
Producción audiovisual	51
1. Definiciones previas (o teoría)	53
2. Taller “Un video de nuestro contexto”	56
3. Taller “Un video sobre el paso a paso de la labor artesanal”	57
4. Taller “Un video y un audio que transmite el valor del oficio”	59
5. Taller “Videos y audios de la cotidianidad”	60

2. Fortalecimiento de las capacidades **63**

Introducción	63
Metodología	64
1. Taller “Información sobre la ruta de atención de la violencia contra la mujer”	65
2. Taller de Autoimagen y autoestima	66
3. Taller “Proyecto de vida en el árbol de la vida”	70
4. Taller “Manejo de las emociones”	74
5. Taller “Comunicación asertiva”	77
6. Taller “El reloj del manejo o la gestión del tiempo”	79
Conclusiones y recomendaciones	82

SECCIÓN 2: COMPONENTE DE DISEÑO **83**

Introducción	85
Metodología	86
1. Taller “Compendio de cultura material”	86
2. Taller “Los determinantes de la calidad de un producto”	89
3. Taller “Simbología de la comunidad indígena Emberá”	92
4. Taller “Teoría del color”	94
5. Taller “Referentes botánicos para la artesanía”	96
6. Taller “Tintes naturales en las comunidades indígenas”	99

SECCIÓN 3: COMPONENTE DE EMPRENDIMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN 101

Introducción	103
Cápsulas temáticas	105
1. Autodiagnóstico comercial	105
2. Discurso de ventas	107
3. Costos y precios	111
4. Comercio electrónico	114
5. Marketplace	117
6. Medios de pago	121
7. Tendencias de consumo	123

SECCIÓN 4: METODOLOGÍAS PARA LAS COMUNIDADES DE CÓRDOBA Y EL URABÁ ANTIOQUEÑO 127

Introducción	129
Metodología de cápsulas por temas	131
1. Talleres de línea de productos artesanales	131
2. Talleres relacionados con la identidad emberá	134
3. Talleres relacionados con la identidad Sinú	139
4. Talleres sobre el envío de productos	142
5. Taller “Fotografía en tiempos de pandemia”	146
6. Talleres sobre la diferencia entre artesanía y arte manual	147

SECCIÓN 5: METODOLOGÍAS PARA LAS COMUNIDADES DE BOLÍVAR Y MAGDALENA **153**

Introducción **155**

Metodología implementada con algunos beneficiarios de Bolívar **157**

Definición de la ruta de atención 157

Metodología para los talleres virtuales 158

1. Taller “Identidad y referentes” 161

2. Taller “Producto artesanal” 162

3. Taller “Nuevas tendencias de consumo por el COVID-19” 163

4. Taller “En búsqueda de inspiración” 164

5. Taller “Las posibilidades de la innovación” 165

6. Taller “Qué es un souvenir” 166

7. Taller “Referentes botánicos” 166

8. Talleres de fortalecimiento técnico y productivo 167

9. Resultados 168

Metodología implementada con algunos beneficiarios de Magdalena **169**

Definición de la ruta de atención 169

Metodología para los talleres virtuales 172

1. Talleres cápsula “Las mochilas y sus significados” 175

2. Taller “El proceso creativo de un producto artesanal” 176

3. Taller “Algunos referentes botánicos” 177

4. Resultados 178

Referencias **179**

SECCIÓN 1

Componente de Desarrollo Humano

1. CONTEXTUALIZACIÓN Y CARACTERIZACIÓN

Sara Ferrari

Introducción

Caracterización y contextualización tiene por objetivo general promover el desarrollo y crecimiento personal y colectivo de los artesanos y las artesanas, a partir del diagnóstico cualitativo de las unidades productivas en torno a la cadena de valor. Para lograrlo, se ha iniciado una serie de procesos encaminados al autoreconocimiento y/o autodiagnóstico que permitan impulsar la autonomía individual y colectiva. En este primer componente del trabajo de APV, se encontrarán los insumos básicos que dan cuenta de la persona, la comunidad y la unidad productiva que se está acompañando, lo cual le permitirá a quienes faciliten las actividades acercarse a los beneficiarios y las beneficiarias de una manera más acertada.

La metodología se escogió después de varios encuentros con el equipo de Desarrollo humano de la entidad. Los métodos seleccionados dan cuenta de la variedad de entornos explorados al trabajar con las distintas comunidades a lo largo del territorio colombiano. Uno de los escogidos fue el análisis de los Medios de vida sostenibles de las comunidades acompañadas.

El concepto de “Medios de vida sostenibles”, de Robert Chambers y Gordon Conway (1991), fue sugerido en las mesas de diálogo de Artesanías de Colombia, luego del análisis del modelo del Hológrafo social proyectado



durante 2012. Posterior a este enfoque, la cartilla de Contextualización y caracterización se ha venido actualizando anualmente en el marco del programa de Atención a la población desplazada, víctima y vulnerable y con una lógica que es común para todos los proyectos de la entidad.

Para Artesanías de Colombia, es importante entender de qué manera los seres humanos se han adaptado a su entorno y cómo han aprendido las mejores estrategias para sobrevivir. Todos los grupos humanos asumen costumbres y rasgos sociales que resuelven y facilitan diferentes situaciones, aunque, a veces, resulten negativas para su andamiaje social. Con esto en mente, los ejes tanto de Caracterización como de Capacidades del ser pretenden lograr un acercamiento, desde su propia perspectiva, a realidades y contextos muy complejos o de difícil comprensión para todo aquel que haya crecido dentro de un sistema racional.

En la ciudad se han establecido parámetros definidos en torno al *homo economicus*, típico de las sociedades occidentales, en donde la razón, la disciplina, los horarios y el pragmatismo suelen ser los pilares del deber ser. Por esto, el componente de Desarrollo humano pretende entender, de cierta manera, a las comunidades con quienes trabaja desde el planteamiento de preguntas o el explorar cómo es su vida cotidiana, su religión, los roles de género o la sexualidad.

En este camino de estudio, el equipo de trabajo se debe desprender de lo que dicta “el sentido común” como lo “natural”. Las lógicas de la ciudad difieren sustancialmente de la realidad de una comunidad indígena o afrodescendiente que habita en la ladera de un río, por ejemplo. Si bien existen elementos heredados genéticamente para hacer frente a ciertos aspectos del ecosistema habitado, existen también elementos sociales que han sido usados para la supervivencia en un determinado contexto

y que han sido validados, aceptados y reforzados socialmente. Dada su funcionalidad, se han propagado generación tras generación a favor de la permanencia de los pueblos, en una interacción armónica entre biología y cultura.

El trabajo de Contextualización y caracterización se lleva a cabo de forma transversal en el acompañamiento a las comunidades. Los miembros de este componente agrupan la información en torno al panorama geográfico, histórico y cultural de cada grupo para mejorar la comprensión de la situación de los beneficiarios y las beneficiarias. Además, generan contenidos para las redes de Artesanías de Colombia con el fin de difundir al público general el trabajo realizado con el proyecto APV. Desde el área de las Capacidades del ser, el equipo acompaña a los artesanos y las artesanas en su proceso de crecimiento individual, en el fortalecimiento de sus vínculos intergrupales y evidencia, frente a la misma comunidad, cuáles son sus capacidades para aportar en el desarrollo orgánico de sus relaciones con otras comunidades y frente al país.

La misión implícita del proyecto APV, en medio del mejoramiento del producto artesanal, es el incremento de la calidad de vida de las comunidades artesanas. El propósito central es el ser humano detrás de los objetos y el mejoramiento de sus medios para conseguir una vida sostenible en todos los niveles. Para este fin, se vuelve indispensable trabajar tanto los aspectos individuales como los colectivos porque es desde allí que se potencializa la actividad artesanal. Al empoderar a las personas artesanas como ciudadanos y ciudadanas, se promueve una vida en armonía con las capacidades que brinda el entorno.



Qué es la Contextualización y la caracterización

El eje de Contextualización y caracterización de las comunidades busca comprender los elementos que mantienen cohesionados a estos grupos sociales. Los aspectos en los que se enfoca el equipo a cargo de este eje son los sociales, económicos, religiosos, artísticos, históricos y los que constituyen la cultura.

El proyecto APV se basa en un diálogo constante entre tres tipos de información. El primer tipo son las fuentes bibliográficas que incluyen la investigación teórica y las fuentes secundarias. El segundo son las fuentes recogidas en el trabajo de campo, por medio del contacto directo y la aplicación de talleres a las comunidades. El tercer tipo abarca la información recolectada en la aplicación de entrevistas a las lideresas y los líderes de cada grupo artesanal. Los tres tipos de información, de naturaleza diversa, permiten identificar los aspectos fundamentales, que enmarcan las características y el contexto de las comunidades.

El oficio de la artesanía está influenciado y condicionado por todos los aspectos y códigos que se dan en una sociedad. Así, la artesanía puede ser el resultado de una necesidad práctica —por ejemplo, los remos de las embarcaciones de las comunidades que habitan a la orilla de un río—, de la expresión de la ritualidad de un pueblo —como la personificación de deidades en estatuillas de cerámica a las que se les debe rezar para que la cosecha crezca— o la transformación de materias primas en objetos ornamentales exclusivos para la venta.

Tener una perspectiva en cuanto a la pertenencia étnica e identidad sexual de los beneficiarios y las beneficiarias permitirá realizar

aproximaciones más efectivas a la realidad y que garanticen la satisfacción de cada individuo y de la colectividad. En términos jurídicos, alineado con la normativa que regula las consecuencias del conflicto armado, el Auto 004 y Auto 005 de 2009 demanda la protección de los derechos de la población víctima étnica y afrodescendiente (Corte Constitucional, 2009). Además, es necesario tener en cuenta que, dado que las comunidades que están en la ciudad se encuentran en una situación distinta a las que están en el ambiente rural —por ejemplo, no tienen la posibilidad de cultivar el material con el que se fabrican sus productos artesanales—, se debe analizar la pertinencia de cada taller en relación a las características de cada población.

Otra de las variables que modifica la forma en la que se da el acompañamiento es la situación actual, provocada por la pandemia del COVID-19. A pesar de las restricciones que se han impuesto para evitar el contagio, durante el transcurso del año 2020, se logró replantear la manera en la que el asesor o la asesora transmite los conocimientos o recursos, cómo se da la recepción de los aprendizajes por parte de las artesanas y los artesanos y el desarrollo de los ejercicios por parte de la comunidad.

En la mayoría de los casos, en medio de este nuevo contexto, se han llevado a cabo actividades que constan de tres momentos. El primero es el envío de la información gráfica a los líderes y las lideresas que tienen un celular inteligente y con señal de wifi. El segundo es la explicación de lo enviado a la comunidad y la solución de las posibles dudas. El tercer momento inicia con la recepción de los resultados de las dinámicas y continúa con el análisis por parte de los miembros del equipo.



Metodología “Medios de vida sostenibles”

La metodología empleada da cuenta de la variedad de entornos geográficos y condiciones sociales de los grupos incluidos en el programa de Atención a Población Víctima y vulnerable, APV. Además, pretende contextualizar e incidir en la asimilación de la actividad artesanal como una alternativa que efectivamente aporte al mejoramiento de las condiciones socioeconómicas de las comunidades artesanales.

La aproximación metodológica contempla la comprensión de los distintos medios de vida de las comunidades objeto de estudio y las posibilidades de alcanzar una sostenibilidad económica, principalmente. Así mismo, se considera imprescindible encontrar maneras idóneas para entender las necesidades propias de los colectivos artesanales. Por esto, se pensaron estrategias que dieran cuenta, de manera diferencial, de las realidades sociales de las comunidades.

Para Artesanías de Colombia es fundamental encontrar alternativas reales de desarrollo para los pueblos con los que trabaja. En este sentido, una de las prioridades del proyecto es la planeación del desarrollo sostenible de las comunidades rurales. A partir de herramientas a corto y a largo plazo, se quiere que las sociedades artesanas construyan bases sólidas para funcionar de manera autónoma y con la mayoría de los factores posibles a su favor y no en su contra.

De acuerdo con el Departamento para el Desarrollo Internacional (DFID), un medio de vida es todo activo, posibilidad y actividad necesaria para que una comunidad sobreviva. Por esto, para que un grupo artesanal tenga prácticas sostenibles, es indispensable que estos tres medios de vida

sean duraderos a lo largo del tiempo, que soporten los cambios y que se sobrepongan ante ellos. Los activos que influyen en los medios de vida aparecen en la siguiente figura.

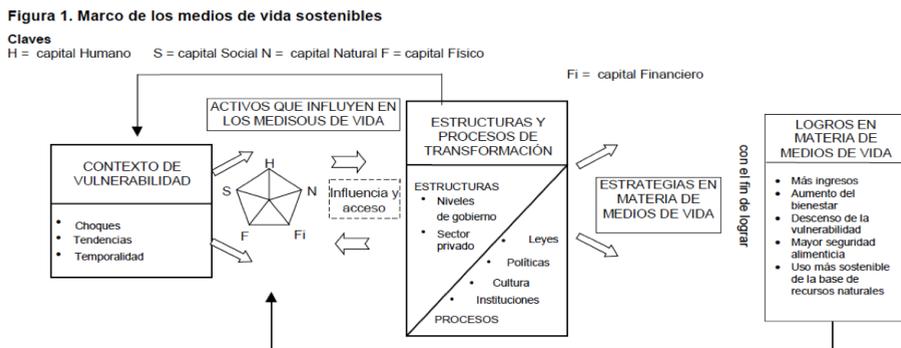


Figura 1: “Marco de los medios de vida sostenibles” (Departamento para el Desarrollo Internacional, 2001, p.1)

Desde el punto de vista de Chambers y Conway en *Medios de vida rurales sostenibles: conceptos prácticos para el siglo XXI* (1991), los activos se pueden entender como catalizadores de las fortalezas de una comunidad y, a la vez, como factores que disminuyen sus debilidades. Los activos son dinámicos según las características específicas de una sociedad y pueden ser modificados si se utilizan las herramientas adecuadas. Dados los contextos diferenciales de las comunidades, los activos y capitales varían, por lo que los talleres que se practican también cambian siguiendo una coherencia entre los talleres y las características del entorno. Por ejemplo, si un activo como el capital natural está siendo mal utilizado por la comunidad, se debe

encontrar la manera, a través de talleres prácticos, de revertir el desperdicio de los recursos naturales.

El objetivo general de los ejercicios es sensibilizar a las comunidades sobre la posibilidad que tienen de lograr la sostenibilidad en la comercialización de las artesanías, por medio de una administración eficiente y responsable de sus activos. Así, si se logra un cambio en la percepción de los activos mal utilizados, puede decirse que se generó un cambio positivo a través de los talleres realizados desde el componente de Desarrollo humano.

Por último, se debe destacar que durante las jornadas de trabajo se propició la colaboración entre las partes —investigadores, investigadoras y comunidades— y la flexibilidad de la metodología. Esto con el objetivo de obtener resultados, en lo posible, más fieles a la realidad y con una mayor calidad. Para APV, las herramientas de investigación social empleadas en la comprensión de los Medios de vida sostenibles están condicionadas por las diferentes experiencias, pero conservan el común denominador del factor pobreza, violencia y/o migraciones forzadas.

Contexto teórico

El libro *80 Herramientas para el desarrollo participativo. Diagnóstico, planificación, monitoreo y evaluación* escrito por Frans Geilfus, en el año 2002, es la principal guía práctica para el desarrollo de los talleres de Caracterización. A partir de la experiencia recogida al analizar las prácticas en la agricultura de Guatemala, este manual sugiere 80 herramientas para lograr un trabajo eficaz y encaminado a la acción colaborativa.

Según Geilfus, lo más importante es que las comunidades participen en el trabajo de quien investiga, para alcanzar mayores resultados y que sean sostenibles en el tiempo. Así, las comunidades se convierten en “actoras de su autodesarrollo”.

El alcance rural de la investigación de Geilfus y su enfoque de sostenibilidad es oportuno para los talleres de caracterización dadas las metas de interés de Artesanías de Colombia. La entidad busca el mejoramiento de la actividad artesanal para que las comunidades aumenten su generación de ingresos y, con esto, haya un mejoramiento de la calidad de vida de las artesanas y los artesanos. Cabe aclarar que las herramientas de Geilfus para la caracterización se tuvieron en cuenta dependiendo de las particularidades de las comunidades y la periodicidad de la labor en las zonas seleccionadas.

Se quiere abarcar la sostenibilidad como fundamento de los talleres y así hacer posible la apropiación de la actividad artesanal como una ocupación. Desde esta perspectiva, no es necesario que la artesanía se convierta en la principal labor de obtención de ingresos, pero sí es prioridad que las comunidades perciban el oficio como un elemento fundamental en su generación de ingresos y para la preservación de sus tradiciones ancestrales.

Retos en tiempos de pandemia

El COVID-19 retó a todas las sociedades a nivel colectivo e individual: tanto el autocuidado como el cuidado de los demás resulta primordial para que una sociedad logre sobrepasar los obstáculos propios de una



pandemia. Además, las medidas que buscan reducir el contagio han puesto en evidencia las vulnerabilidades sociales, económicas, políticas, ambientales e institucionales de una sociedad construida sobre parámetros neoliberales, lógicas de lo occidental y de lo “heteronormativo”. Por esto, los acontecimientos del 2020 han reforzado las diferencias entre los diversos hemisferios, culturas, sociedades e identidades, sobre todo aquellos y aquellas que han sido predeterminados por quienes toman las riendas del poder global. En el caso de Latinoamérica, por ejemplo, se han agudizado las condiciones de pobreza, la marginación étnica, la discriminación y la violencia de género.

En este escenario, las ciencias sociales tienen la obligación de replantearse las discusiones en torno a los paradigmas científicos y económicos prevalecientes, ya que muchas de las dinámicas problemáticas aumentan en medio de la crisis planetaria. En este sentido, es importante trabajar desde diferentes posturas y voces a veces disonantes con las hegemónicas, con el fin de contrarrestar y buscar nuevos horizontes capaces de subvertir, en alguna medida, aquello que ocurrió en el 2020. Una investigación basada en el trabajo colaborativo puede resultar ser una alternativa que ilumine estos momentos de incertidumbre (Luna Nemecio, 2020).

Teniendo en cuenta el contexto, el trabajo a distancia tiene dos inconvenientes para el caso específico de quien investiga. Por un lado, la imposibilidad de realizar un trabajo de campo presencial no le permite observar la evidencia física que contrasta la información proporcionada por las interlocutoras y los interlocutores de la comunidad. Por el otro lado, y no menos importante, está el hecho de que muchas comunidades carecen de los medios tecnológicos que la contemporaneidad exige, lo que impide la fluidez en la comunicación con los artesanos y las artesanas. A pesar

de lo anterior y si bien el concepto base de este componente de APV ha sido el intercambio horizontal de saberes, quizás el desafío más grande de 2020 ha sido encontrar en la imaginación una herramienta para facilitar la comunicación con las lideresas y los líderes de las comunidades y, a partir de su trabajo, con las y los demás miembros.

Desde el componente de Desarrollo humano y la Contextualización y caracterización, se preparó un cronograma de intercambio de información que consta de cuatro pasos:

1. El envío de la información de cada taller a los líderes y las lideresas, vía WhatsApp, uno o dos días antes de la fecha del encuentro con el grupo. Las explicaciones suelen ser de manera gráfica y concreta y destacan lo relevante para el contexto particular de cada taller.
2. Horas antes del taller, se le pregunta a quién lidera si tiene dudas respecto al ejercicio que se realizará en esa jornada de trabajo.
3. Una vez aclaradas las dudas, el equipo de trabajo deja de comunicarse con quien lidera el taller. Esta persona empezará entonces a explicarle a su comunidad el ejercicio a desarrollar y entre todos lo realizarán. Mientras tanto, durante 1 o 2 horas, el miembro del equipo esperará a que la comunidad complete la tarea propuesta.
4. El asesor o la asesora esperará atento a las dudas y al aviso de la finalización del ejercicio. Ya sea por WhatsApp, Facebook o Google Meet, las dos partes se comunicarán nuevamente. Quien lidera enviará una foto clara de los resultados del taller y ambas partes hablarán sobre las dudas que surgieron, los comentarios y las sugerencias para próximos eventos.



En cuanto al ejercicio de grabación audiovisual y envío de clips por parte de la comunidad existe mucha más flexibilidad, puesto que puede darse el caso de que estén o no dispuestos a grabar el desarrollo del taller o incluso que cuenten o no con una herramienta adecuada para obtener el material. Es importante dejar constancia de que en ningún momento se requieren cámaras especializadas para la grabación. Un celular con la función de grabar y unos audífonos manos libres que permitan captar el sonido lo más claro posible, cuando la ocasión lo requiera, son suficientes. Por ejemplo, puede suceder que haya mucho ruido alrededor del lugar de reunión y sea necesario grabar la voz de quien interviene de forma directa, a través de los audífonos con micrófono incluido, para que sea clara y se disminuya al máximo el sonido ambiente.

En todo caso, y a pesar de que no exista un cronograma específico, se hará un seguimiento constante a la labor de quien está encargado de la grabación. El objetivo es que cada comunidad cumpla con los requisitos mínimos de recolección de información: discurso, locaciones, grabación de elaboración artesanal, ejemplos de cómo es su vida cotidiana, entre otros aspectos. La meta sería recolectar imágenes de apoyo para la realización de un documental coherente y que transmita el trabajo detrás de la artesanía.

Talleres de Contextualización y caracterización

1. Taller “Simbología”

Duración: tres horas, aproximadamente.

Objetivo: recordar las historias que son base de las expresiones artísticas para reconectarlas con su significado ancestral. Muchas de estas historias tienen un nivel cosmológico que se ha perdido por el paso del tiempo u otras circunstancias y este taller será uno de los primeros pasos para preservar parte de la tradición oral relacionada con el saber artesanal.

Referente teórico: este taller hace parte de la estrategia de Compendio de cultura material, ya que la simbología es un elemento fundamental para la cultura material e inmaterial de las sociedades. Para la comprensión de los mitos, las leyendas e historias que subyacen a los dibujos y simbologías plasmados en los objetos tradicionales, se conducirá a los grupos a un análisis a partir de la comprensión del símbolo. Luego, se hablará de la importancia de este símbolo al ser representante de cualquier tradición basada en el conocimiento de lo natural y sobrenatural.

Metodología: una vez el grupo esté reunido, se le preguntará qué es un símbolo desde la referencia de los símbolos universales, aquellos que son comprensibles para todas las culturas. El asesor o asesora resaltará los significados que más se repiten. Posterior a ello, quien expone contará una historia típica de su cultura y hablará de los símbolos representativos que se asocian. Idealmente, deben ser símbolos que se reconozcan a nivel universal, pero propios de la cultura del facilitador o la facilitadora.



A continuación, se le propone al grupo que dibuje una historia de la que deriven los símbolos representativos de su cultura. Para ello, se da un tiempo estimado de entre media y una hora. Se espera que las comunidades logren mostrar algunos de sus mitos de origen. Por ejemplo, en el caso de los Emberá, con quienes se trabajó en 2020, hablaron del mito del árbol de Jenené y cómo les dio el agua a los indígenas y en el caso de las comunidades arhuacas contaron la historia de Ati Nabowa, la primera mujer, que le enseñó a las demás mujeres el conocimiento del tejido en lana de algodón y fique.



Foto 1 y 2: dibujo de Ati Nabowa y el mito del origen de la mochila arhuaca y un ejemplo de los diseños y tejidos que les enseñó, respectivamente. Elaborados por la comunidad Bunkwimake, de Santa Marta, y fotografiados por ellos mismos, en 2020.

2. Taller “Una entrevista para conocer la historia de la comunidad”

Duración: dos horas, aproximadamente.

Objetivo: siguiendo el marco de los Medios de vida, la entrevista busca comprender la historia del grupo que se ha focalizado como población beneficiaria. Para esto, se desarrollará un diálogo semi estructurado en el que se precisen las características más amplias del grupo: su origen y los componentes por género, edad, etnia y economía. Los datos recolectados determinarán la caracterización del grupo a nivel histórico y social.

Metodología: el entrevistador o la entrevistadora escogerá una persona con rasgos de liderazgo para dirigir la conversación. Puede seleccionarla después del primer acercamiento con la comunidad y en medio de sus interacciones. Antes del inicio del taller, la persona que facilita hablará con el elegido o la elegida para contarle sobre la actividad y transmitirle la sensación de seguridad y comodidad frente a su desarrollo. Además, le aclarará los fines de la entrevista y de la recolección de información: conocer a la comunidad y que el equipo de trabajo pueda acercarse un poco más sus integrantes y a su organización.

Las preguntas guía hacen parte de una entrevista semiestructurada. La persona escogida para liderar la actividad hará las siguientes preguntas y entre todos los y las participantes las responderán:

1. ¿En qué año se reunieron como grupo, comunidad o taller?
2. ¿Quién lideró los momentos o procesos iniciales?
3. ¿Cómo aprendieron el oficio? ¿Lo aprendieron de una mujer o de un hombre?



4. ¿Cuántas personas integraron la iniciativa en un primer momento?
5. ¿Cuántas personas integran el grupo en la actualidad?
6. ¿Cuántos son hombres y cuántas son mujeres?
7. ¿Cuántos artesanos y artesanas son en el total de la comunidad?
8. ¿Los miembros de la comunidad que son artesanos y artesanas están organizados por su trabajo individual o colectivo?
9. ¿Hay división de labores a lo largo de la cadena productiva entre hombres y mujeres?
10. ¿Los artesanos y las artesanas pertenecen a alguna asociación, cooperativa u otro grupo? ¿Quiénes son las personas que lideran estos grupos?
11. ¿Quiénes son los líderes o las lideresas de la comunidad? (Explorar a nivel político, económico y religioso).
12. ¿Quiénes toman las decisiones en la comunidad? ¿Qué decisiones toman las mujeres y qué decisiones los hombres?
13. ¿Qué otras organizaciones están presentes en la zona o comunidad y de qué manera trabajan? (con quiénes, en qué temas y en qué tiempos).
14. ¿Cómo están organizados territorialmente? (Resguardo, barrio, asentamiento, otros) ¿Qué tipo de dinámicas sociales hay en la comunidad? (Conflictos, grupos de trabajo, asociaciones, entre otros).
15. ¿Cada cuánto se reúnen? ¿Para qué se reúnen?
16. ¿Existe alguna fragmentación del trabajo? ¿De qué manera se

reparten los procesos de la actividad artesanal? (Por ejemplo: ¿Las personas que elaboran las artesanías son las mismas que obtienen la materia prima y que venden las artesanías? ¿Cómo influyen los criterios de género y edad?)

17. ¿Existe algún tipo de jerarquización dentro de la actividad? ¿Quiénes conocen la simbología o las técnicas dentro de la comunidad? ¿Cómo se valora la labor de una mujer con respecto a la de un hombre?

3. Taller “Línea del tiempo o río de la vida”

Duración: 3 horas, aproximadamente.

Objetivo: comprender los procesos o cambios significativos en la vida de un artesano y una artesana. Dado que muchos de los y las participantes pueden estar en medio de una situación de vulnerabilidad como el desplazamiento, resulta fundamental tratar de conocer, a grandes rasgos, el pasado de quienes componen el colectivo artesanal; además de reconocer que estas circunstancias afectan de modo diferencial a hombres y a mujeres. Es clave entender los puntos en común entre el equipo investigador y el grupo para utilizar esta información como catalizador de sentimientos cuando sea necesario.



LÍNEA DE TIEMPO

AÑO	EVENTO	COMENTARIOS
1932	ALZAMIENTO CAMPESESINO	- Muchos muertos - Destrucción
1969	GUERRA CON HONDURAS	- Vuelven familiares de Honduras - Muertos
1980	ESTALLA LA GUERRA	- La gente huye a Honduras - Bombardeo
1988	REPOBLACION	- Todavía no se produce este año - Llegan 20 familias
1989	OFENSIVA FINAL	- Primera cosecha - Organización directiva
1990		- Compra de ganado
1991	SEQUIA + ATAQUES	- Pérdida de casi toda la cosecha
1992	ACUERDOS DE PAZ	- Llegan 16 familias más - Tumba de bosque
1993		- Mala cosecha - Créditos para ganado
1994	ELECCIONES	

Figura 2: Línea del tiempo según *80 Herramientas para el desarrollo participativo* (Geilfus, 2002, p.52).

Materiales: lápices, colores, hojas o, en lo posible, un pliego de papel o cartulina.

Metodología durante el periodo de pandemia: durante el año 2020 ha sido importante establecer vínculos que le permitan al grupo sentirse cercano a quien facilita el taller, a pesar de la distancia. Es por esto que el asesor o la asesora será protagonista en la primera parte de la actividad. Quien facilita iniciará mostrando su propia línea del tiempo con su historia

de vida. De esta manera, se lograrán entablar vínculos más fuertes, por más de que quien los acompaña esté presente a través de un documento anexo que lea algún participante del encuentro.

Luego, los artesanos y las artesanas dibujarán, en colectivo, sobre un papel (idealmente un pliego) los sucesos más importantes de su vida dentro de la comunidad. En un grupo indígena, por ejemplo, será más fácil entenderse desde lo colectivo, puesto que desde allí es que parte su configuración social. En cambio, los grupos mestizos tienen como prioridad el cuidado de su núcleo familiar. Sin embargo, se puede entender uno u otro grupo artesanal desde la manera como afianzan sus relaciones interpersonales y las dinámicas del colectivo.

Si bien el manual de *80 Herramientas para el desarrollo participativo* utiliza una tabla en la que se especifican los años cruciales para la vida de las personas, en este ejercicio se presenta una variación en la manera de plasmar las experiencias. Dado que muchas de las comunidades tienen una relación estrecha con la naturaleza y con el río, se les propone dibujar un río y en él retratar la vida de la comunidad. Durante el ejercicio, el asesor debe motivar la remembranza de los hechos preguntando, por ejemplo, ¿cuándo se fundó la comunidad, usted ya pertenecía a ella o cuándo los conoció? ¿cómo participaron las mujeres y cómo los hombres en su formación y si estos momentos son o no diferentes? ¿cómo las circunstancias de formación del grupo han determinado su curso a lo largo de su historia?

En lo posible, la línea de tiempo debe abarcar los acontecimientos más antiguos que recuerden o de los que tengan noticia. La persona que asesora la actividad comentará que hombres y mujeres pueden configurar de diferente manera sus planes de vida, pero que en esta oportunidad el enfoque estará en encontrar puntos y apuestas de desarrollo comunes para ambos.



Se permitirá el uso tanto de dibujos como de texto o su mezcla, pues lo importante será que los y las participantes se encuentren cómodos con las formas escogidas para que sus recuerdos fluyan con mayor facilidad. El dibujo del río es el más recurrente entre los artesanos y las artesanas, puesto que la mayoría nació en comunidades rurales y el agua es la fuente primordial para la supervivencia. Ahora, si los participantes deciden escribir es porque tienen este conocimiento y se sienten más cómodos con él; es el caso de las generaciones más jóvenes. Después de la exposición del asesor o la asesora, esta primera parte de la actividad grupal tomará, aproximadamente, una hora y media.

De ser oportuno, al finalizar el taller, se propondrá una discusión entre los y las participantes sobre los eventos que a nivel individual identificaron como más relevantes para la comunidad. Se dará un espacio para asegurar que las mujeres cuenten cuál ha sido su papel en esta historia de vida de la comunidad. Si quien facilitador intuye que no es oportuno, tendrá que analizar los dibujos y escritos en privado, una vez realice el informe de actividad.

4. Taller “Georreferenciación enfocada a las comunidades nuevas”

Duración: tres horas, aproximadamente.

Objetivo: entender el contexto geográfico de las personas atendidas y su punto de vista sobre su ubicación desde la descripción de las necesidades cotidianas. Se busca saber cómo está organizado su territorio y de qué manera los artesanos y las artesanas se han acoplado a su contexto

geográfico actual. Para esto, se indagará sobre cómo es la utilización y el aprovechamiento de los suelos, qué actividades desarrollan y en qué lugares las practican, por ejemplo, llevar a sus hijos a la escuela, comprar los materiales con los elaboran sus artesanías o la iglesia a la que acuden.

Referente teórico: de acuerdo con el CRIC, Consejo Regional Indígena del Cauca:

Para los pueblos indígenas, el territorio es el centro del espacio de vida y desarrollo cultural. Se dan cuenta de que hay distintas verdades y diversas miradas. Mientras la cultura dominante habla de desarrollo, los indígenas hablan de planes de vida.

Hay 47 millones de habitantes colombianos (de los cuales menos de tres millones son indígenas). Hay 96 pueblos indígenas y 116 lenguas indígenas. El gobierno ha aplicado una política de exterminio. La Iglesia católica habla del “encuentro de dos mundos”, aunque para los indígenas no ha sido realmente un encuentro sino una invasión, un saqueo, un despojo de sus tierras. La invasión sigue en nuestros tiempos.

Lo que se plantea es el ejercicio de la territorialidad, el concepto de comunidad, ser interlocutor con el Estado, el manejo del desarrollo productivo y la autonomía (Espinoza, 2016).



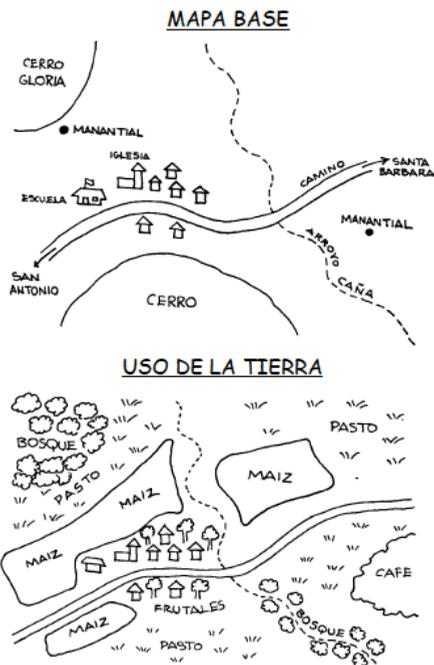


Figura 3: modelo de un mapa de georreferenciación según *80 Herramientas para el desarrollo participativo* (Geilfus, 2002, p. 62)

Con este ejercicio, se sabrá cómo las diversas comunidades (indígenas y mestizas) definen su territorio. Algunas lo relacionan con sus actividades cotidianas y otras a partir de la condición de desplazamiento a la que se vieron sometidas, por ejemplo. Así, para el análisis de los resultados, se tendrán en cuenta conceptos como el de propiedad de la tierra, que permea el discurso y determina una de las distintas maneras de entender el territorio colombiano.

Materiales: un pliego de cartulina, papel bond o papel periódico, marcadores o crayolas (de diferentes colores, en lo posible) y cinta de enmascarar. Es preferible realizar el taller sobre el suelo, puesto que las experiencias anteriores han comprobado que las comunidades se sienten más a gusto de esta forma.

Metodología durante el periodo de pandemia: una vez el grupo esté reunido, se explican las instrucciones, se aclara el objetivo de la actividad y se propone como eje temático la definición de territorio que propone el CRIC, consignada en el contexto de este taller. Luego, quien lidera la actividad muestra las diapositivas tituladas “¿Qué significa territorio?” con una serie de ideas de lo que puede ser este concepto, con el fin de conectar a los y las participantes con el tema de este ejercicio.







Imágenes de presentación 1, 2, 3 y 4: apartados del taller “¿Qué significa territorio?” (ADC, 2020).

Con este concepto en mente, se explica a los y las participantes cómo organizar el mapa de su comunidad para luego dibujarlo colectivamente. Se les pedirá dibujar:

- Los límites de su comunidad.
- Los lugares más importantes; por ejemplo, escuela, centro de salud, casa sagrada o casa del gobernador.
- Los ríos más importantes para la comunidad.
- Definir las zonas de cultivo y los alimentos que se cosechan para consumo de la misma comunidad.

- Delimitar las zonas que utilizan para la cría de animales o para la pesca.
- Las zonas de las que obtienen las materias primas para las artesanías; madera o fique, por ejemplo.
- Los lugares sagrados.

5. Taller “Redes de acompañamiento de entidades y organizaciones”

Duración: tres horas, aproximadamente.

Objetivo: comprender el conocimiento que tienen los y las integrantes de los grupos sobre las organizaciones que operan cerca de su zona de residencia y de trabajo. Y, además, reconocer cuáles organizaciones han sido las que los han influenciado directa o indirectamente y cómo es su relación. Con esta información, se determinarán las diferentes responsabilidades que existen en la definición de un plan de acción con la comunidad.



• Los puntos representan miembros de la comunidad.

Figura 4: modelo sugerido para el mapeo de las organizaciones que apoyan a las comunidades según *80 Herramientas para el desarrollo participativo* (Geilfus, 2002, p. 40).

Metodología durante el periodo de pandemia: en la contingencia del COVID-19, se enviaron los materiales y las instrucciones necesarias para el desarrollo de este taller a las comunidades seleccionadas. Dentro de los contenidos, se mandó un pliego de papel en el que se había impreso la imagen que, meses atrás, el mismo grupo artesanal había elaborado en el ejercicio de georreferenciación.

El taller se debe hacer días después de haber tenido el primer contacto con el grupo, ya que requiere de un grado de confianza que le permita

a las y los participantes sentirse cómodos para contar sobre el papel que realmente tienen las organizaciones que acompañan o no a su comunidad. La explicación del taller tomará cerca de una hora.

Por cada comunidad, se utilizarán dos carteleras y, antes de iniciar el taller, se ubicará una encima de la otra. En la primera, los artesanos y las artesanas anotarán, alrededor de su mapa de georreferenciación, los nombres de las organizaciones institucionales que conocen. Al lado de cada nombre escribirán qué acciones han llevado a cabo estas autoridades departamentales y/o territoriales y a qué miembros de la comunidad han beneficiado en específico. En la otra cartelera, durante la segunda parte de la actividad, se registrarán las organizaciones civiles que han escuchado, incluyendo, por supuesto, aquellas a las que pertenecen los beneficiarios y las beneficiarias. De ellas anotarán quiénes son sus miembros, cuántos son, qué acciones han realizado y a quién han favorecido.

La idea es registrar todas las organizaciones con las que las comunidades tienen algún tipo de relación (ONG u organismos institucionales estatales, por ejemplo) o saber de aquellas que tienen presencia en la zona, pero no tienen contacto con ellos. Al finalizar el taller, se debería recoger una lista de las redes interinstitucionales con las que cuentan las comunidades artesanas, además conocer qué entidades ejecutan proyectos en las zonas en donde habitan.

El asesor o la asesora recolectará todo la información. Luego, junto con su equipo de trabajo, definirá estrategias para continuar con los avances iniciados en los talleres pasados. Además, deberá tener en cuenta las restricciones de tiempo de los procesos propios en la ejecución de programas y proyectos para el plan de trabajo que proponga.

6. Taller “Problemas en la artesanía”

Duración: 3 horas, aproximadamente.

Objetivo: comprender, de forma colaborativa, cómo es la cadena productiva de los artesanos y las artesanas participantes y de los colectivos a los que pertenecen. Los resultados de esta caracterización serán el principal insumo para la elaboración de un plan de acción que resuelva necesidades específicas en materia de producción artesanal; es decir, relacionados con la técnica, la calidad de la materia prima, la organización en el taller de producción o las dificultades para comercializar un producto.

Metodología durante el periodo de pandemia: el taller “Problemas en la Artesanía” se basó en el modelo de taller “Problemas del maíz” propuesto en *80 Herramientas para el desarrollo participativo* de Geilfus (2002). Antes de empezar, quien facilite la actividad les mostrará a los y las demás participantes las siguientes diapositivas, enviadas con días de anterioridad, para aclarar los conceptos que se trabajarán. A partir de preguntas concretas, entre todos y todas, responderán qué entienden por materia prima o el proceso de elaboración, por ejemplo. A continuación aparecen algunos de los contenidos del material a trabajar.



I
Obtengo
materia prima y herramientas

1. ¿Cuáles son los materiales, insumos y herramientas que uso?
2. ¿Compro herramientas, insumos y materiales con más compañeros o yo solo?
3. ¿En qué lugar la compro?
4. ¿El lugar donde compro queda cerca o lejos de mi casa?
5. ¿Cuánto cuesta el material y las herramientas?
6. ¿La calidad es buena o es mala? ¿Las chaquiras se destiñen o se rompen?



II
Cuando llego a casa con
herramientas, insumos y materiales

1. Reviso el material
1. Divido el material con mis compañeros:
 - a) Generalmente nos dividimos el material entre las personas del grupo.
 - b) Lo compro solo o sola y lo uso solo o sola.
3. Tomo las herramientas y los insumos y los alisto para trabajar las chaquiras



III
Las artesanías que elaboro

Producto	Tradicional o innovación	Tiempo (h)	Precio (\$)	Dificultad



IV
Formas de
comercialización



1. Ambulante en grupo solo
2. Almacenes en el pueblo y otros pueblos cercanos
3. Otros lugares
4. Ferias

Imágenes de presentación 5, 6, 7 y 8: algunas de las etapas de la cadena de valor de la artesanía (ADC, 2020).

Para iniciar el taller, se les entregará a los y las asistentes un pliego de papel periódico o cartulina y un par de marcadores. Se les pedirá que dividan verticalmente el pliego en tres columnas. De un lado, escribirán las etapas de la cadena productiva artesanal. En el medio, describirán las características principales del eslabón de la cadena. En el otro lado, el tercero, anotarán los problemas asociados a cada una de las etapas de esa cadena.

A lo largo del taller, el trabajo del facilitador o la facilitadora será poner en evidencia los inconvenientes que se le presentan al artesano y a la artesana a medida que avanzan en su labor. Con los resultados, se buscarán, más adelante, las posibles soluciones a las problemáticas desde las alternativas reales que puede llegar a tener la comunidad.

En las siguientes fotos, se detalla el resultado de la aplicación del taller “Problemas en la artesanía” con la asociación Ébéra Néka, de la comunidad emberá, en el municipio de Tierralta del departamento de Córdoba:

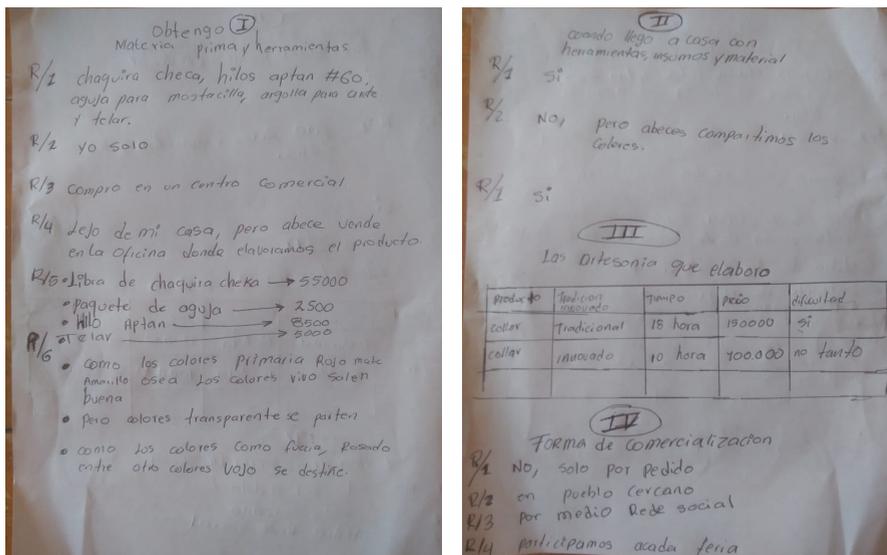


Foto 3 y 4: análisis de la cadena de valor de la asociación emberá Ébéra Néka, en Tierralta, Córdoba. Tomadas por los y las participantes del taller, en 2020.

Producción audiovisual

El componente de Contextualización y caracterización ha elaborado los productos audiovisuales del proyecto durante los últimos siete años y ha incluido diferentes cambios en las estrategias según los aprendizajes y necesidades de APV. En el 2020, la metodología de grabación y producción audiovisual cambió sustancialmente debido a la pandemia. Un artesano o

una artesana debía hacerse cargo directamente de la grabación de clips y contaba con el asesoramiento del equipo a larga distancia. Así, a medida que se recibían los clips, el encargado o la encargada sugería cambios o pequeñas correcciones.

Para iniciar la producción audiovisual, el artesano o artesana encargada se reunió con quien asesoraría el proyecto a distancia. Más adelante, la persona artesana se encargó del proceso de grabación con los elementos sugeridos. Así, durante cuatro momentos, las dos partes se reunían y, luego, quien grababa empezaba su trabajo. Estos momentos correspondían a la grabación de: el contexto (localización y reconocimiento de la comunidad); la narración de un personaje en primera persona que contara sobre la cotidianidad de la comunidad (prácticas del diario vivir y artesanales, conocimientos ancestrales y transmisión de saberes); videos que registraran los diferentes momentos de la cadena productiva de la artesanía; y música representativa que pudiera ser utilizada en la edición como música de fondo.

La grabación de clips tenía por objetivo visibilizar los espacios que dan cuenta del trabajo detrás de la artesanía, el contexto, la comunidad y la tradición del pueblo. Este material se ha mostrado, a través de las redes sociales de Artesanías de Colombia, durante las fechas de las ferias en las que participaron los artesanos y las artesanas, especialmente en Expoartesano y Expoartesánías. Además, durante otros momentos online y offline, estos videos han contribuido a la popularización del trabajo artesanal. En 2020, se publicaron específicamente dos videos: sobre el pueblo arhuaco, del departamento del Magdalena, y sobre el pueblo emberá, del departamento de Córdoba.

1. Definiciones previas (o teoría)

Desde el siglo XIX, la fotografía fue utilizada como un elemento documental. Los funcionarios de la colonia retrataban hechos sociales para, según ellos, sustentar las premisas darwinianas de las relaciones entre las diferencias sociales y las diferencias morfológicas; por ejemplo, las castas en la India. Mientras esto ocurría, norteamericanos y europeos utilizaban la cámara para retratar su propia sociedad en proyectos de psicología y criminalística. A comienzos del siglo XX, la antropología utilizó la fotografía como una forma de ilustrar las realidades que el investigador social conocía en sus viajes.

Según lo afirma Banks (2010), la antropología ha sido quizás la mayor productora y consumidora de fotografías en la historia de las ciencias sociales. Desde 1901, las expediciones antropológicas se equipaban con cámaras para documentar los hábitos de las tribus que visitaban. Para la antropóloga Margaret Mead “las imágenes podrían transmitir aquello para lo que las palabras se demostraban inadecuadas: las relaciones intangibles entre los diferentes tipos de comportamiento estandarizado cultural” (Mead, 1942, p.52).

Para la década de los años sesenta, el cine y la fotografía comenzaron a adquirir poder para expresar aquello que las ciencias sociales, inicialmente, habían ignorado o dejado en segunda instancia. Si bien las entrevistas escritas y orales confieren a la investigación social elementos de análisis e interpretación, la imagen, más allá de encontrar patrones y tendencias de una sociedad, confiere también sensaciones, movimientos y emociones; “complejas experiencias sensoriales” (Schlenker, J y Espinoza, M 2009) que la palabra es incapaz de transmitir. Los beneficios de las fotografías



tomarían cada vez más fuerza en la etnografía y se convertirían en una pieza clave de exploración.

Sin embargo, los beneficios de las fotografías tienen algunas aristas, ya que la cámara está en manos de un sujeto que decide qué enfocar y qué no, a qué darle relevancia, está en un contexto determinado y adquiere el poder de decidir qué retratar bajo su subjetividad. Cuando un investigador obtiene datos con base en entrevistas e imágenes para enriquecer su aproximación al foco de estudio, esas imágenes deben ser analizadas con el mismo detalle que la información teórica y vivencial textual. Cada imagen tiene importancia y se debe estudiar dentro del entorno al que pertenece.

Para el interés del Programa APV, el uso de la imagen como fuente de datos es un foco de generación de información porque ha sido producida en un contexto y por un contexto, en donde tanto quien es camarógrafo como la o el protagonista de los relatos audiovisuales buscan ser visibles no solo por sus expresiones culturales ancestrales, sino también porque reclaman su consumo por parte de otros contextos que desconocen sus realidades.

En la contemporaneidad, tanto la fotografía como el video son herramientas con un alto potencial para los contextos que han sido subordinados por la palabra y el texto. Tal como menciona Martín Barbero y Ochoa:

la imagen es un campo de batalla donde se disputan permanentemente nociones de identidad y pertenencia en medio de un panorama caracterizado por la dispersión y el mercado (...). En Colombia y los lugares donde la población ha sido objeto de violencias físicas o simbólicas, son quizás los medios alternativos de comunicación como YouTube o los

Blogs independientes, entre otros, aquellos que pueden incidir en la perspectiva ciudadana y darles visibilidad a esas realidades que poco se han contado en la historia del panorama nacional (Barbero y Ochoa, 2005).

Para el componente social de APV, no solamente se transmite la identidad de las artesanías colombianas a través de datos precisos, sólidos y racionales. Su esencia incluye, también, la sensualidad de sus comunidades, su música, la ambigüedad de sus historias, mitos y leyendas propiciadas por el sincretismo que adoptaron, desde la conquista española, para expresar su realidad y su cosmovisión.

Con esto en mente, se ha consolidado una metodología audiovisual específica para el trabajo en región, la cual mezcla investigación de fuentes primarias, secundarias, fotografía y video para, así, lograr conectar al público comprador de artesanías con el legado que contiene cada pieza. La formulación y creación de una pieza audiovisual, según esta metodología, se divide en cinco momentos:

1. **Preproducción:** momento en el que se incuban las ideas, se investiga, se encuentran personajes, entornos, imágenes bellas e inspiradoras que transmitan aquello que los artesanos y el proyecto quieren revelar de su oficio.
2. **Producción:** toma de imágenes, entrevistas e imágenes de apoyo.
3. **Edición:** momento en el que se escoge, organiza y aclaran los elementos recopilados en campo. Es el punto en el que encuentra el inicio y el final de la historia, siguiendo los parámetros establecidos dentro del guion.



4. Correcciones: se afinan elementos de los productos audiovisuales preliminares para transmitir realmente lo que se propone desde el guion.
5. Finalización: se eligen las frases insertadas en el video, los créditos (porque se debe dar la relevancia necesaria a los personajes que enriquecieron la historia) y los aliados que hicieron posible tanto técnica como económicamente la pieza audiovisual.

2. Taller “Un video de nuestro contexto”

Duración: tres horas, aproximadamente.

Objetivo: obtener imágenes del contexto en el que habitan los beneficiarios y las beneficiarias seleccionadas, gracias al trabajo de un artesano o una artesana y con una buena calidad.

Metodología: se le enviará a la persona encargada de hacer la grabación una presentación con un tutorial que explique, de manera sencilla, el paso a paso que debe seguir. La indicación central es que grabe cinco videos, cada uno de un minuto. El primero mostrará cómo es el lugar en el que habitan y los otros cuatro no tienen restricción temática más que enseñar lo que, en la perspectiva del artesano o la artesana, representa a su comunidad.

Las demás indicaciones se relacionan con el manejo de la cámara del celular. Entre ellas está el evitar mover el teléfono mientras se hace la grabación para que la imagen quede estática. Si se requiere hacer una toma corrida, se sugiere hacerla lentamente y sobre una línea verde, tal y lo muestra la imagen de presentación 9. También se le indica que, en lo

posible, el sol esté hacia su espalda para evitar que los rayos interfieran con la imagen grabada.

EJERCICIO 1

Caminar hacia un punto fuera de la comunidad desde donde se pueda ver toda la comunidad. Grabar la comunidad y sus alrededores.



Imagen de presentación 9: parte de los consejos gráficos dados para obtener un video de buena calidad (ADC, 2020).

3. Taller “Un video sobre el paso a paso de la labor artesanal”

Duración: tres horas, aproximadamente.

Objetivo: recolectar imágenes del paso a paso de la elaboración artesanal, a partir del trabajo de la comunidad y por medio de la supervisión del asesor o asesora a distancia.

Metodología: días antes del taller, se le enviará a un representante o una representante de la comunidad una presentación que explique los principales consejos técnicos para grabar de una mejor manera, es decir, los estándares que permiten lograr un buen manejo de la cámara y, por tanto, obtener un contenido con calidad y cuidado de la estética. Algunos de estos consejos son grabar con el celular en sentido horizontal, fijarse en que el sol esté detrás de la espalda de quien graba o usar manos libres para recoger las voces.

Previo a la actividad, también, se les mandará un guion guía de lo que puede decirse en el transcurso de los clips: un discurso recomendado para evitar dejar puntos claves por fuera de lo que se expone en el video.

PREGUNTAS

¿Quiénes son los artesanos en la comunidad, los hombres y mujeres que se involucran en la artesanía en Bunkwimake? ¿Cuáles son las materias primas que utilizan en tu comunidad? Con esas materias primas, ¿cuáles son los productos que elaboran (tipos de mochilas) y cuáles son los más importantes?

ESPACIO

- La persona que habla puede estar ahora detrás de la cámara, hablando.
- Observa el ejemplo y trata de seguirlo.
- En este video vamos a mostrar el proceso artesanal. Ubica un grupo de mujeres tejiendo. El espacio debe tener buena luz (preferiblemente hacerlo en una mañana entre 8am y 10am o una tarde entre 2pm y 4pm).
- Si grabas en un lugar cerrado, debe estar limpio e iluminado (sin bolsas de plástico, botellas o basura).

TIEMPO: Entre 10 y 15 segundos

EJERCICIO: desde 5 ángulos diferentes, graba: 1) una mujer recogiendo el algodón de una planta. 2) una mujer procesando el algodón para hilarlo. 3) el grupo de mujeres trabajando. 4) una mujer hilando con el huso. 5) a una mujer comenzando a tejer una mochila. 6) a una mujer a la mitad del tejido de la mochila. 7) a una mujer terminando de tejer la mochila.

Imagen de presentación 10: ejemplo de guion para realizar uno de los clips (ADC, 2020).

Quien lidera la actividad explicará la presentación de los consejos de forma y contenido de los clips. Luego, propondrá un ejercicio práctico de organización cronológica. Después de ver un documental corto del programa APV de 2019, los y las participantes organizarán una serie de imágenes que retratan el paso a paso de lo que se contó en el documental corto visto con anterioridad. A partir de la identificación de esta secuencia, verán la importancia de seguir los consejos para lograr una buena experiencia de grabación y, con ello, transmitir de una mejor manera el mensaje de los clips.

Finalmente, y teniendo en mente los consejos para mejorar la calidad de los videos, tomarán imágenes del paso a paso de la elaboración artesanal. Este material se convertirá en el insumo principal de un video que realizará el equipo de Contextualización y caracterización.

4. Taller “Un video y un audio que transmite el valor del oficio”

Duración: tres horas, aproximadamente.

Objetivo: recolectar una narración en audio que explique, al público, el sentido que tiene para el grupo artesanal mantener su tradición a través del oficio. El ejercicio lo realiza la comunidad por medio de la supervisión del asesor o asesora a distancia.

Metodología: días antes del taller, se le enviará a un representante o una representante de la comunidad una presentación que explica los principales consejos técnicos para grabar de una mejor manera, es decir,



los estándares que permiten lograr un buen manejo de la cámara y, por tanto, obtener un contenido con calidad y cuidado de la estética.

Una vez los y las participantes conozcan los consejos, el grupo procederá a pensar en una narración que le cuente a todo el país la importancia de su trabajo como artesanos y artesanas y la necesidad de cuidar su legado y de apoyar su trabajo. Con estas ideas en mente, leerán un discurso que se les envió con anterioridad. Luego, unirán su narración al discurso sugerido y lo completarán. Finalmente, crearán un video con audio que transmita el valor de su oficio.

5. Taller “Videos y audios de la cotidianidad”

Duración: varios días, dependiendo de la disponibilidad y las oportunidades que se presenten.

Objetivo: registrar parte de la vida cotidiana de los artesanos y las artesanas, incluidos los sonidos propios de cada actividad. Los materiales recolectados servirán de acompañamiento y apoyo para los demás videos.

Metodología: dado que la persona que graba en la comunidad ha comprendido y ha practicado sus conocimientos, recibirá las indicaciones de este taller vía telefónica y tendrá un acompañamiento diferente según la necesidad de cada momento. De todas maneras, se enviará nuevamente la presentación que expone los consejos técnicos.

CONSEJOS TÉCNICOS



MANOS LIBRES

Si hay mucho ruido a tu alrededor, la persona que está hablando a la cámara debe usar el micrófono de los audífonos (el manos libres) y deben estar conectados al celular. Esto disminuye el ruido externo.

Trata de esconder el micrófono debajo de la camisa para que no se vea en el video. Lo ideal es que los audífonos tampoco se vean.



Imagen de presentación 11: uno de los consejos técnicos claves para grabar audíos con buena calidad (ADC, 2020).

Quien está grabando enviará las imágenes a medida que las vaya tomando. En medio de su cotidianidad, aprovechará su diario vivir para captar diferentes momentos como un encuentro de su comunidad, una fiesta, la reunión de una minga o un entierro. Cualquier imagen será válida, ya que quien tiene la cámara podrá captar la realidad del pueblo al que pertenece y el programa APV tendrá el privilegio de obtener este material de primera mano.



Artesanas resguardo Caimán Nuevo. Turbo, Antioquia. Créditos: Sara Ferrari.

2. FORTALECIMIENTO DE LAS CAPACIDADES

Diana Carolina Jiménez Rodríguez

Introducción

La pandemia ocasionada por el COVID-19 obligó al equipo del programa APV de Artesanías de Colombia a repensar la forma en la que acompañaba a las comunidades. Uno de los focos de trabajo principales fue saber cómo iba a darse el desarrollo de los talleres, ya que el asesoramiento debía darse a distancia y desde lo virtual. Producto de lo reflexionado y de la experiencia recogida durante el año 2020, esta sección presentará una serie de ajustes para la metodología a distancia de los talleres del componente de Desarrollo humano.

A lo largo de la sección, se incluirán diferentes materiales que serán de gran utilidad para fortalecer las Capacidades del ser en medio de la pandemia. También se hablará del acceso a la tecnología y la conectividad como uno de los puntos que determinaron cómo iba a darse la interacción de los artesanos y las artesanas con el equipo de trabajo. Además, se hará una relación de los hallazgos encontrados durante este tiempo de pandemia. Por ejemplo, el hecho de que los talleres virtuales permiten una relación más personalizada con los beneficiarios y las beneficiarias, al mismo tiempo que posibilitan la creación de un banco de datos que puede ser consultado en cualquier momento por la comunidad.



Metodología

La participación en un taller es un privilegio, puesto que promueve el aprendizaje de sus participantes a partir de ejercicios prácticos. El propósito de este encuentro es propiciar espacios de reflexión sobre los conocimientos, valores, actitudes y prácticas que conforman determinada acción. Generalmente, están estrechamente relacionados con la búsqueda de un avance en la solución de una problemática de un grupo o una comunidad, que suele expresarse en la vida diaria de cada participante. Para el caso de los talleres virtuales, este tipo de ejercicios se convierten en un aprendizaje más individual, que hace posible que cada persona interiorice los conceptos a su ritmo, realice los ejercicios tal y como los entiende y sea mucho más sincera en su desarrollo.

Para el caso de la ejecución del programa APV, el equipo diseñó los talleres virtuales a partir de una metodología de cápsulas mensuales. Cada mes, los artesanos y artesanas se concentraron en aprender o reforzar un tema en específico. Días antes del inicio de cada taller, un asesor o una asesora enviaba las indicaciones a una o un miembro de las unidades o grupos artesanales para que conociera con antelación el procedimiento. El día del encuentro, esta persona hacía el taller en compañía de un asesor o una asesora a través de una videollamada o llamada, dependiendo de la conectividad que tuvieran. Se buscó que las actividades propuestas brindaran el conocimiento a través de ejercicios prácticos individuales. Una vez se terminaba el ejercicio, el líder o la lideresa del taller contaba cuáles habían sido sus resultados y el asesor o la asesora hacía una retroalimentación de acuerdo al tema visto. Finalmente, se programaba el encuentro con la totalidad del grupo.

La comunidad artesana completa recibía los talleres por medio de plataformas virtuales de reunión, como Google Meet. Uno o dos días antes, se les enviaba un enlace y en la fecha acordada los artesanos y las artesanas se conectaban a este espacio. Para el caso de los y las participantes que vivían en las zonas rurales o alejadas del casco urbano, se realizaba cada taller a través de una videollamada por WhatsApp a una o uno de los miembros de la comunidad. Con esta modalidad, quien lideraba del taller se convertía en un facilitador aliado del objetivo del encuentro. En el desarrollo de cada actividad, el líder o la lideresa era una pieza clave al convertirse en un apoyo y motivador de la experiencia para sus compañeros.

Con los resultados de los diferentes talleres que se aplicaron a lo largo del 2020, el equipo de Desarrollo humano encontró que el mayor cambio que requiere el aprendizaje virtual es la flexibilidad y el reconocimiento de que la **estructura controlada** de un taller presencial **no es replicable en línea**.

1. Taller “Información sobre la ruta de atención de la violencia contra la mujer”

Duración: tres horas, aproximadamente.

Objetivo: lograr que cada artesana tenga presente qué ruta de acción debe tomar en caso de que ella misma, una conocida y/o un niño o una niña sea víctima de violencia. Además, mostrarle a cada artesano por qué no debe emplear la violencia en su trato hacia las mujeres, los niños o las niñas.



Referente teórico: desde una definición integral, la violencia de género se entiende como toda violencia dirigida contra una persona por su género o toda acción que la afecta desproporcionadamente por la misma razón. El género denota las diferencias sociales —por oposición a las biológicas— entre hombres y mujeres. Estas diferencias han sido aprendidas de la sociedad en la que se vive, cambian con el tiempo y presentan variaciones tanto entre diversas culturas como dentro de una misma cultura.

La violencia basada en género se presenta tanto en hombres como en mujeres. Sin embargo, los factores asociados a su ocurrencia obedecen a distintas razones según la concepción de lo femenino y lo masculino en cada sociedad y cultura. De esta manera, los motivos por los cuales los hombres son violentados socialmente son distintos a las causas por las que históricamente se ha violentado a las mujeres.

Metodología: se envió a las artesanas y los artesanos una presentación en Power Point que, a partir de material gráfico, explicaba la conceptualización de las violencias basadas en género y el marco normativo de atención que lo rige y lo atiende.

2. Taller de Autoimagen y autoestima

Duración: dos horas, aproximadamente.

Objetivo: conocer las nociones de autoimagen y autoconcepto de los artesanos y las artesanas vinculados al proyecto. También, rescatar algunos elementos de identidad del ser que pueden relacionarse con la identidad artesanal.

Referente teórico: como se dijo en la cartilla metodológica construida y presentada al proyecto en años anteriores, **la autoimagen** es la imagen que tiene el subconsciente de una persona de sí misma y que afecta lo que piensa de sí. Es por eso por lo que hay días en los que, al mirarse al espejo, la persona se siente simpática y ganadora y otros días sin atractivo y perdedora. Además, lo que pasa alrededor, las experiencias buenas y malas (por ejemplo, las vivencias de exclusión de las mujeres o las de ejercicios de poder de los hombres) hacen que se manden mensajes al subconsciente que también determinan cómo será la autoimagen. Así, la autoimagen es fundamental para que una persona triunfe o fracase, ya que las personas son el resultado de su imaginación.

El autoconcepto es la percepción que cada persona tiene sobre sí misma en los distintos campos de su vida, incluyendo la manera como afronta cada contexto, como, por ejemplo, sus relaciones personales y laborales, hobbies, conocimientos, situación emocional, intereses. El autoconcepto es la base que un individuo tiene para desarrollar una personalidad que se relacione con sus intereses. Es importante tener en cuenta que las condiciones para que las mujeres desarrollen un autoconcepto favorable, para ellas mismas, son limitadas por el machismo. Los hombres, en cambio, tienen a su favor una cultura que funciona a su imagen y semejanza, por lo que su autoconcepto se configura desde un lugar de superioridad.

La autoestima, de acuerdo con el autor Abraham Maslow, es la necesidad de respeto y confianza de una persona para consigo misma. Satisfacer esta necesidad hace que las personas se vuelvan más seguras de sí mismas; sin embargo, el no tener un reconocimiento de los logros propios puede llevar también a que un individuo se sienta inferior o fracasado. En la “Teoría de las necesidades”, el autor plantea que en la parte más baja



de la estructura se ubican las necesidades prioritarias y en la superior las de poca prioridad. Las necesidades según Maslow, de menor a mayor nivel son:

- a. **Fisiológicas:** también llamadas necesidades básicas. Incluye lo imprescindible para la supervivencia: alimentación, saciar la sed, una temperatura corporal adecuada, sexo, en algunos casos maternidad.
- b. **De seguridad:** necesidades relacionadas con el temor a perder el control de la vida y que están íntimamente ligadas al miedo por lo desconocido, a la anarquía, pero, también, a la estabilidad, al orden y a la protección, entre otras.
- c. **Sociales:** necesidades de compañía del ser humano, desde su aspecto afectivo hasta su participación social. Dentro de estas necesidades, está la de comunicarse con otras personas, la de establecer amistad con ellas, la de manifestar y recibir afecto, la de vivir en comunidad, la de pertenecer a un grupo y sentirse aceptado, entre otras.
- d. **De reconocimiento:** también conocidas como las necesidades del ego o de la autoestima. Abarca el sentirse apreciado, tener prestigio y destacar dentro de un grupo social. De igual manera, se incluye la autovaloración y el respeto a sí mismo.
- e. **De autosuperación:** o de autorrealización, son las necesidades que se convierten en el ideal de vida para cada individuo. En este nivel, el ser humano requiere trascender, dejar huella, realizar su propia obra, desarrollar su talento al máximo.

Materiales para la actividad: hojas de papel y lápices de colores.

Metodología: se inicia con la explicación de la definición de proyecto de vida y los elementos para su construcción a los artesanos y a las artesanas que se conectaron a la reunión virtual. Luego, cada participante en una hoja dibujará su propio retrato. Incluirá tanto sus aspectos físicos como los interiores: estados de ánimo, sentimientos, actitudes y pensamientos. Posteriormente, de manera libre, los artesanos que deseen compartir sus dibujos en pantalla contarán qué aspectos fueron los que seleccionaron.

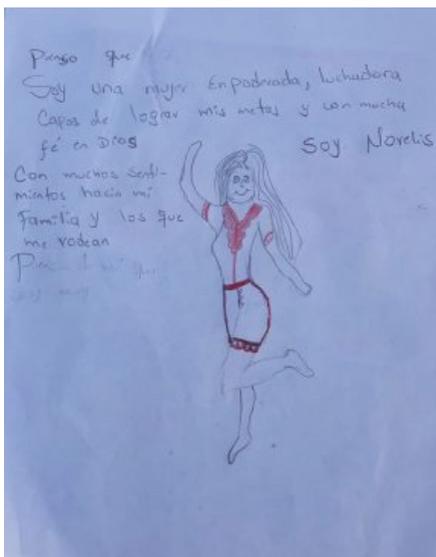


Foto 5 y 6: artesana Norelis Jiménez de Cascajal, en Magangué, Bolívar, en medio del taller de autoimagen y el resultado de su trabajo, respectivamente. Tomadas por Diana Jiménez y la artesana, en 2020.

3. Taller “Proyecto de vida en el árbol de la vida”

Duración: dos horas, aproximadamente.

Objetivo: orientar la elaboración de los proyectos de vida de los artesanos que participen en el taller virtual, de una manera lúdica y creativa asociada a la imagen del árbol como símbolo de evolución, transformación y crecimiento.

Referente teórico: como se planteó en la cartilla metodológica construida y presentada al proyecto en años anteriores, el proyecto de vida se relaciona con la concepción del mundo, es decir, con el conocimiento que el individuo tiene de su realidad y de las actitudes que tiene frente a ésta. La persona construye unas directrices que le permiten canalizar su energía de acuerdo con sus objetivos. Ese sentido de vida está condicionado por las influencias sociales que, en alguna medida, regulan la conducta de las personas según sus condiciones y contextos.

Para el taller “Proyecto de vida en el árbol de la vida”, se entiende el concepto de Proyecto de vida como una perspectiva producto del análisis de la experiencia social e individual y cuyo objetivo es contribuir al desarrollo integral de la persona. La forma de expresar el Proyecto de vida es a través del dominio del futuro. Se calculan las direcciones significativas que se deberán tomar, enfocándose en las áreas críticas que requieren de otro tipo de decisiones, tanto en su expresión actual como en la perspectiva anticipada de los acontecimientos. El desarrollo se determina desde la definición del lugar del propósito y de las tareas necesarias para cumplirlo.

Los seres humanos sueñan con alcanzar unas metas determinadas en el ámbito social, familiar, laboral, personal, económico, entre otros.

Posiblemente, para alcanzar estas metas, se necesita de una planificación y la construcción de un proyecto de vida que detalla el tiempo, valor y disciplina para alcanzar aquello que se quiere. Un proyecto es un camino para lograr una meta, por tanto, se debe tener claro hacia dónde se dirige la vida, qué plan se tiene y cuál es el objetivo por seguir.

Para comenzar el diseño de un proyecto de vida es necesario el autoconocimiento y saber qué es lo que se quiere, aunque implique algunas veces probar, arriesgarse, evaluar y corregir las acciones. Este proceso requiere trabajar, al mismo tiempo, en el autoconcepto de lo que es la persona, es decir, en las características que definen su ser: la personalidad, la forma de ver la vida y las particularidades personales.

Según Burns, el autoconcepto sería, en términos actitudinales, el componente cognitivo: el conjunto de percepciones, ideas u opiniones que el individuo tiene de sí mismo y que le permiten describirse; independientemente de que sean falsas o verdaderas, objetivas o subjetivas. Por lo tanto, por medio de este taller, se identificarán las percepciones que los artesanos tienen sobre sí mismos al responder a la pregunta de cómo se ven.

La construcción del proyecto de vida responde a la necesidad de autorrealización, desde la teoría de la “Motivación humana” de Maslow. El autor propone una jerarquía de necesidades y factores que motivan a las personas. Esta jerarquía se modela al identificar cinco categorías de necesidades y se construye considerando un orden jerárquico ascendente, de acuerdo con su relevancia para la supervivencia y la capacidad de motivación. De acuerdo con este modelo, en la medida en la que el hombre satisface sus necesidades, surgen otras que cambian o modifican su comportamiento (Colvin y Rutland 2008).



Materiales para la actividad: lápices, colores y una hoja en blanco.

Metodología: se iniciará con la explicación de qué es un proyecto de vida y los elementos a tener en cuenta para su elaboración. Posteriormente, se les pedirá a los artesanos que dibujen un árbol y relacionen cada una de sus partes con un aspecto de su vida, de la siguiente manera:

1. **En las raíces** dibujarán o escribirán sobre su origen: el lugar de nacimiento, su crianza y las fechas más importantes relacionadas con estos hechos.
2. **En el tallo** responderán qué sostiene su vida, por ejemplo, las ganas de aprender y crecer como persona para el bien propio o de la familia.
3. **En las ramas y las hojas** hablarán de las metas que aspiran conseguir, como terminar sus estudios o ser exitoso o exitosa en sus labores.
4. **En las flores** harán un recuento de las fortalezas y cualidades que pueden ofrecer a su comunidad y al país.
5. **En los frutos** responderán cuáles han sido sus principales logros. También podrán dibujar **pájaros** y con ellos representar quiénes son las personas más importantes en su vida.
6. Por último, dibujarán **parásitos** para pensar en sentimientos o defectos de los que se deben desprender para conseguir un mayor bienestar.

4. Taller “Manejo de las emociones”

Duración: dos horas, aproximadamente.

Objetivo: facilitar un espacio de reflexión sobre la importancia de reconocer las emociones, es decir, prestar atención al cuerpo, ser conscientes de las sensaciones que cada una y cada uno experimenta y ver cómo se expresan.

Referente Teórico: las emociones son comunes a todas las experiencias humanas y tienen la función de alertar sobre aquello que importa. La manera más común de comprender que alguien siente algo y saber cuál emoción siente es identificar las señales fisiológicas que experimenta el cuerpo, pero sobre todo entender los pensamientos que las desencadenan o justifican. Esto significa que la mayoría de las emociones se relacionan, en algún grado o nivel, con los pensamientos y una situación en particular. Así, las emociones pueden cumplir las siguientes funciones:

- **Función adaptativa:** prepara al organismo para la acción, por lo que es una de las más importantes. Gracias a esta capacidad, se actúa eficazmente.
- **Función social:** las emociones expresan el estado de ánimo y facilitan la interacción social para que se pueda predecir el comportamiento de una persona. Además de la expresión oral, está la comunicación no verbal que se refleja, en muchas ocasiones, de manera inconsciente.
- **Función motivacional:** existe una relación entre motivación y emoción, ya que ambas se retroalimentan. Cualquier conducta motivada produce una reacción emocional, a la vez que cualquier

emoción impulsa una motivación hacia un objetivo. Por ejemplo, si alguien está alegre por el encuentro con una persona, estará motivado o motivada a volverlo a ver.

Emoción	Descripción	Función adaptativa
Alegría	Sensación agradable de satisfacción y bienestar	Afiliación
Asco	Intenso desagrado hacia algo repulsivo o repugnante	Rechazo
Ira	Sentimiento de enfado, irritabilidad o indignación	Autodefensa
Miedo	Aprehensión provocada generalmente por la sensación de amenaza, peligro o dolor	Protección
Sorpresa	Malestar o asombro ante algo inesperado	Exploración
Tristeza	Sensación de desdicha o infelicidad	Reintegración

Tabla 1: funciones adaptativas de las seis emociones principales de los seres humanos.



Cabe aclarar que las emociones están fuertemente influidas por los sistemas de creencias culturales y morales. Por tanto, se puede comprender que, para los artesanos y las artesanas de los diferentes grupos, las causas y las experiencias de cada uno y cada una determinen sus emociones individuales. Las emociones están también ligadas al orden social —a un deber ser y un deber hacer— de cada comunidad en particular.

Metodología: el asesor o la asesora empezará con una explicación de qué son las emociones y cuál es su papel. Luego, en una hoja, cada participante dibujará el cuadro de la Tabla 2 y lo completará con la descripción de cómo siente cada una de las seis emociones. Al finalizar, quien asesora la actividad propondrá una reflexión sobre el papel de las emociones y la importancia de escuchar los avisos del cuerpo para la relación consigo mismo y con los demás.

Emoción	Cómo siento la emoción en mi cuerpo, las sensaciones que experimento
Asco	
Miedo	
Sorpresa	
Alegría	
Enfado	
Tristeza	

Tabla 2: descripción de las principales emociones que experimentan los artesanos y las artesanas.

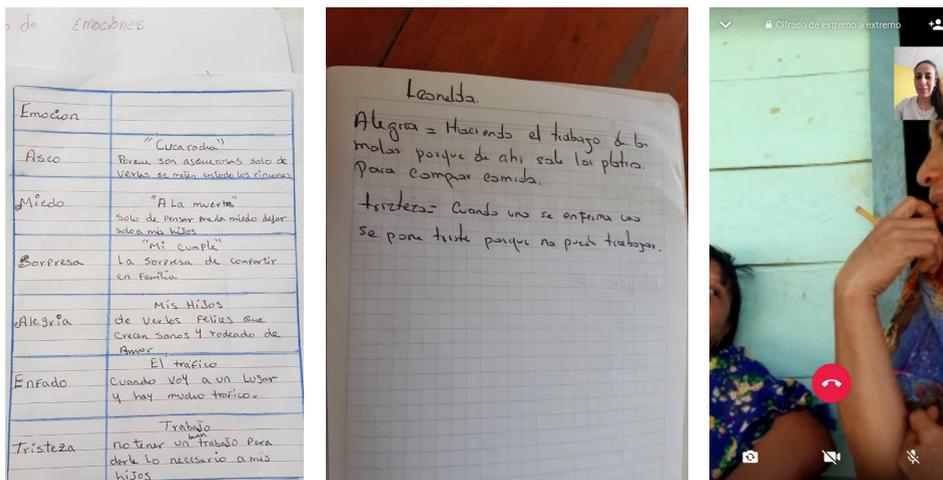


Foto 9, 10 y 11: resultados del taller “Manejo de las emociones” de la artesana Elibeth Beltrán de Pontezuela, en Cartagena, Bolívar, y de la artesana Jovita Gonzales de la comunidad Caimán Nuevo, en Necoclí, Antioquia, junto con una foto de la pantalla de su celular mientras realizaba la actividad, respectivamente. Tomadas por las mismas artesanas, en 2020.

5. Taller “Comunicación asertiva”

Duración: dos horas, aproximadamente.

Objetivo: analizar situaciones cotidianas en las que sea evidente la importancia de manejar una comunicación asertiva, y, además, dar a conocer algunas estrategias para poner en práctica esta herramienta.

Referente teórico: la comunicación asertiva favorece la comunicación eficaz entre interlocutores, pues fomenta el respeto por los y las demás

y por la persona misma. Uno de sus componentes es la escucha activa. Con ella, es posible captar la totalidad del mensaje del interlocutor e interpretarlo desde la capacidad de ponerse en su lugar. Esto no quiere decir que se tenga que estar de acuerdo con él o ella o que se deba compartir su opinión. De hecho, con esta habilidad, se facilita el proceso de decirle al interlocutor “no estoy de acuerdo” sin crear un conflicto. Para mantener una comunicación asertiva, es necesario:

1. Mirar al interlocutor para demostrar interés por la anécdota o historia. Además, con esta actitud, se aumenta, sustancialmente, la confianza y cercanía entre las dos partes.
2. Tener una postura corporal abierta, ya que la comunicación no verbal también puede demostrar interés y sinceridad.
3. Observar los gestos propios y aprender a controlarlos para enfatizar los mensajes que cada persona quiere dar y, también, para ser capaces de reforzarlos con mayor facilidad.
4. Fijarse en los niveles de la voz, ya que al modularla de una manera adecuada se logran diferentes resultados y se es más convincente.
5. Analizar cuánto tiempo se escucha al interlocutor y cuánto se dedica él a escuchar a la otra persona. Si los tiempos son proporcionales, aumenta la receptividad y el impacto.
6. Identificar cómo, cuándo y dónde es conveniente intervenir en la conversación para validar el discurso del interlocutor y de quien escucha.

Metodología: primero se explica qué es la comunicación asertiva, cuál es su propósito y qué pasos se deben tener en cuenta para llevarla a cabo. Luego, se le plantea a los y las participantes diferentes situaciones del diario vivir y se les pide que, por cada una, escriban o dibujen cómo suelen reaccionar. Algunos ejemplos de situaciones son: hacer fila en un banco y que alguien decida ubicarse al frente de la persona sin decir nada, estar en un restaurante y que lleven el plato con la comida fría o que un cliente le diga a la artesana o al artesano “usted es un incompetente, siempre comete los mismos errores”. Al finalizar, quienes quieran hacerlo, comparten lo que escribieron o dibujaron y, luego, el asesor o la asesora hace una retroalimentación sobre la importancia de actuar y comunicarse de manera asertiva.

6. Taller “El reloj del manejo o la gestión del tiempo”

Duración: dos horas, aproximadamente.

Objetivo: describir las actividades diarias que realiza un artesano y una artesana; por ejemplo, las actividades domésticas, productivas y de recreación.

Referente Teórico: saber cuánto tiempo dedicar entre la vida laboral, la social y la personal es una de las decisiones que todas las personas, incluyendo los artesanos y las artesanas, deben evaluar a lo largo de su vida. Las decisiones al respecto están relacionadas con el tiempo de vida, las condiciones en las que se practica la labor artesanal, el tiempo que se dedica al trabajo y, sobre todo, el proyecto de vida de cada individuo.



Es necesario tener en cuenta que, en cada individualidad, las maneras de cumplir los sueños dependen de muchos factores, como el cultural o el contexto en el que se vive. Sin embargo, en términos de realización, no hay ninguna fórmula, pues todo depende de los proyectos que cada uno o cada una se plantee. Cualquiera que sea el propósito, el tiempo es un recurso escaso para cumplirlo, tanto el que se dedica para el trabajo artesanal como el que cada persona se dedica a sí misma, a su familia y/o a sus amigos. Por esto, es importante planear cómo se va a cumplir cada meta y adaptarla a medida que el tiempo registre su paso.

Materiales para la actividad: hojas de papel, marcadores y esferos.

Metodología: en una hoja, cada participante dibujará un reloj grande. En él, escribirá las 12 horas y marcará, por franjas horarias, las actividades cotidianas que realiza en un día. Por ejemplo, a las 6:00 suena el despertador, entre 6:15 y 7:30 aseo general y desayuno, 7:00 despertar a los hijos, etc. Luego, al completar todo el reloj, calificará cada una de esas actividades del uno al cinco; uno será para las menos importantes y cinco para las de más valor. Al terminar, cada uno y cada una reflexionará sobre lo que hizo en el taller.

La jornada se empieza a cerrar cuando cada artesano y artesana muestra su reloj y da una explicación sobre lo que escribió o dibujó en él. Más adelante, el asesor o asesora da una retroalimentación sobre la necesidad de aprender a priorizar las tareas para lograr cumplir los propósitos del día. Además, hablará sobre la importancia del tiempo personal, del autocuidado y de practicar las actividades que disfruta y, además, le relajan.

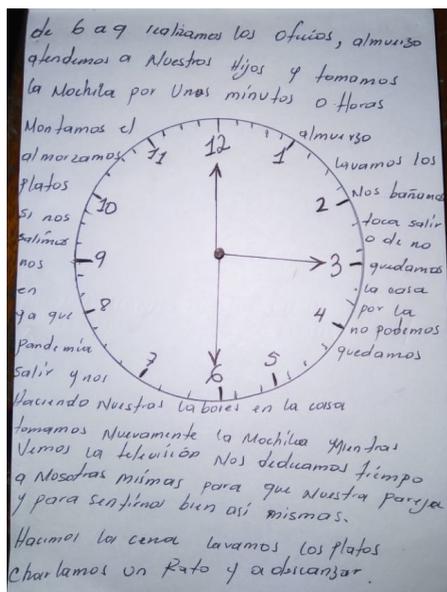
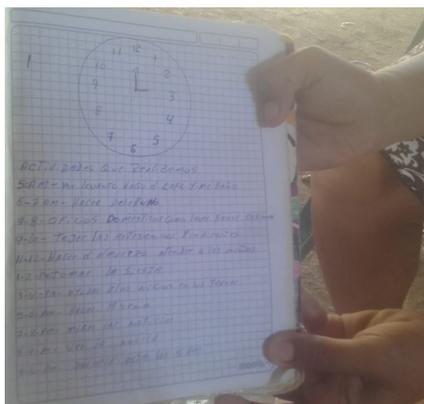


Foto 12 y 13: resultados del taller “El reloj del manejo o la gestión del tiempo” con algunos artesanos de los grupos de Luthiers y Asmersan de San Jacinto, Bolívar, respectivamente. Tomadas por ellos mismos, en 2020.

Conclusiones y recomendaciones

La situación de emergencia que trae el COVID-19 pone a prueba la igualdad de oportunidades y la innovación tecnológica, educativa y laboral en el mundo; situaciones que no son ajenas para los artesanos y las artesanas. Crear una estrategia virtual es un reto que requiere de la reestructuración en los métodos de enseñanza y de un equipamiento tecnológico para su implementación, además de habilidades en el diseño gráfico para que la materialización de los contenidos sea atractiva visualmente y llame la atención de los beneficiarios y las beneficiarias.

La utilización de nuevas tecnologías es una de las principales exigencias de la época de pandemia. Sin embargo, desde el componente de Desarrollo humano, también se recomienda que el programa APV se apoye en los perfiles de profesionales expertos en el tema de creación de contenido multimedia. Resulta más efectivo que la materialización de estas metodologías y talleres tenga un ingrediente interactivo que estimule la participación de las personas beneficiarias. El desafío es y será tener contenidos multimedia que le permitan al artesano y a la artesana sumergirse en una experiencia lo más real posible.

SECCIÓN 2

Componente de Diseño

Luz Dary Rosero Álvarez

INTRODUCCIÓN

Con las nuevas exigencias de esta época de pandemia, el equipo del componente de Diseño del programa APV tiene por objetivo adaptar sus contenidos para que sea posible el proceso de capacitación de las comunidades beneficiarias por medio de la virtualidad. Para lograr esta transformación, se propuso la elaboración de cápsulas de video que adecuaban los contenidos de diseño según las necesidades y conocimientos de cada población. Desde la distancia, el equipo de trabajo se mantuvo atento a las preguntas que pudiesen surgir, a la socialización de los resultados de los talleres y a dar recomendaciones y observaciones a los y las participantes cada vez que fuera necesario.

Durante la ejecución de las actividades, el líder o lideresa de la comunidad se convirtió en un gran aliado del programa. Una vez ajustados los contenidos a la virtualidad, el líder o la lideresa validó la información y los cambios. Además, cuando fue necesario, sirvieron de traductores de los contenidos de los talleres a las comunidades indígenas.

Por una parte, los talleres se orientaron dependiendo del nivel de escolaridad de los artesanos y las artesanas. Por otra parte, se decidió seguir el mismo orden de trabajo que se venía implementando durante el desarrollo de las actividades: se expone el tema y las instrucciones, se continúa con una lluvia de ideas de los conocimientos generales sobre el tema, se explican los conceptos centrales del taller, se realizan los ejercicios prácticos y, para evidenciar la comprensión del taller, se discuten los resultados y las posibles preguntas al finalizar.



Metodología

1. Taller “Compendio de cultura material”

Duración: dos horas, aproximadamente.

Objetivo: identificar, junto con los artesanos y las artesanas, los objetos que hacen parte de la cultura material de su comunidad, para comprender su significado y su utilidad.

Referente teórico: es un ejercicio valioso, ya que explora los objetos del grupo y los valores que adquieren dentro de la lógica cotidiana de los y las habitantes de una población. Esos valores pueden estar asociados a actividades de supervivencia como la agricultura, la pesca, la caza, la minería, pero también a rituales médicos o religiosos. En el desarrollo de la actividad, los artesanos y las artesanas identificarán objetos o técnicas que han sido olvidadas, cuáles objetos sirven para la comercialización o no o cuáles pueden intervenir desde el componente de diseño, sin afectar las tradiciones y contextos culturales de cada grupo o comunidad.

Metodología: previo al ejercicio, se hablará, por videollamada, con el líder o la lideresa del grupo artesanal y se le explicará la temática. La persona encargada organizará el espacio y le informará a las artesanas y los artesanos cuáles son los implementos necesarios para el desarrollo del taller. En este caso, deberán llevar un objeto que sea representativo a nivel cultural para la comunidad.

Para iniciar la actividad, el miembro del equipo de Diseño y la población se conectarán por medio de una videollamada. Luego, cada participante expondrá el producto que llevó a la sesión y quien asesora realizará una

serie de preguntas que le permitan caracterizar el objeto en términos de identidad, materia prima, uso, función o significado. También, se hablará de algunos objetos desaparecidos u olvidados y se le recomendará a los y las participantes realizar un ejercicio de rescate para recuperar el valor de estos elementos. Adicionalmente, los artesanos y las artesanas contarán las experiencias e historias asociadas a estos productos para enriquecer los resultados de la actividad.

Después de la intervención de cada artesano, se reflexionará sobre la importancia cultural de las artesanías, la necesidad de cuidar su valor y de transmitir el conocimiento a las generaciones futuras para evitar su pérdida o el olvido de parte de su patrimonio cultural. Al finalizar, se dará un espacio para tomar medidas y el registro fotográfico de los elementos. El asesor o asesora encargada agrupará los archivos y consolidará un documento con el compendio de cultura material de cada una de las comunidades que desarrollen el taller.







Fotos 14 a 22: artesanas de la etnia Wounaan, del grupo Khapan, en Puerto Pizario, municipio de Buenaventura, Valle del Cauca, con artesanías representativas de su cultura. Tomadas por algunas de las mujeres de la etnia, en 2020.

2. Taller “Los determinantes de la calidad de un producto”

Duración: dos horas, aproximadamente.

Objetivo: implementar un taller con el que los grupos puedan identificar los determinantes de calidad de sus productos para que, luego, los tengan en cuenta durante su proceso de elaboración.

Referente teórico: la calidad se puede medir por el conjunto de atributos que tiene un producto y que motivan al comprador a adquirirlo. Además, es una medida que permite evaluar y comparar los productos propios con los que son similares y se ofrecen en el mercado. En el caso particular de las artesanías se puede evaluar la materia prima, en relación a su disponibilidad, procesamiento y uniformidad; el color, si es natural o tinturado, si es homogéneo, fijo y sin manchas; el tejido al observar la uniformidad en sus uniones, amarres, terminaciones, asas y cargaderas, si es simétrico o si sus costuras no tienen saltos y están aseguradas con una doble costura.

Metodología: para dar inicio al taller, el asesor o la asesora propondrá realizar una lluvia de ideas sobre qué es calidad. Una vez definido el concepto, entre los y las participantes, identificarán los criterios que deben tener en cuenta para aumentar la calidad de su producto artesanal, como, por ejemplo, cómo debe ser la materia prima, el color y el tejido.

Al mismo tiempo que el asesor o la asesora explica qué son y cómo encontrar los determinantes de calidad, los beneficiarios y las beneficiarias contarán sus experiencias en torno a la labor artesanal. Estos relatos permitirán comparar los determinantes de calidad de las diferentes comunidades.

Para evidenciar de manera práctica la explicación de estos conceptos, el asesor o la asesora escogerá un producto bien elaborado, en el que se resalte el valor de sus características, es decir, la calidad de sus remates, el entramado, las uniones, su estructura, simetría y adaptabilidad. Una vez seleccionado el producto, se le pedirá a algún participante decir qué piensa de la artesanía y de la calidad de cada uno de sus elementos.



Imagen de presentación 12: elementos a tener en cuenta para supervisar la calidad de las artesánías (ADC, 2020).

A continuación, algún participante escogerá un producto que tenga un alto nivel de calidad y otro similar, pero con deficiencias en sus propiedades. Luego, hará una comparación, de forma constructiva y respetuosa, que señale directamente las fortalezas y debilidades del producto. Finalmente, el asesor o asesora hará una retroalimentación de los resultados y de los aspectos a mejorar o a fortalecer. Se concentrará en aclarar la importancia de cuidar la calidad no solo en el tejido, sino en todo el proceso: desde la adquisición de la materia prima hasta la entrega del producto al cliente final.

3. Taller “Simbología de la comunidad indígena Emberá”

Duración: dos horas, aproximadamente.

Objetivo: contrastar la información que se tiene sobre el tejido de la etnia emberá con lo que la comunidad reconoce como las imágenes gráficas representativas de sus tejidos.

Metodología: el asesor o la asesora, antes del encuentro, investigará algunos de los símbolos de la etnia que han sido registrados en talleres anteriores y los compilará en una serie de memorias. Con esta información, hará una presentación y la enviará a la comunidad. El día acordado, los y las participantes verán la presentación e identificarán las diferentes imágenes de las simbologías usadas para la pintura corporal, facial y en los tejidos. Reconocerán los símbolos representativos de su cultura, como la boa, mariposa, culebra, ramas, hojas y huellas. Luego, el miembro del equipo les preguntará en dónde y cuándo utilizan estos símbolos, cómo y con qué materiales se dibujan, de dónde obtienen los colores que utilizan para los diferentes trazos y si son de uso de toda la comunidad o sólo para los miembros mayores o autoridades tradicionales.



Imagen de presentación 13: algunos de los símbolos representativos de la comunidad emberá (ADC, 2020).

A continuación, quien dirige la actividad mostrará a los y las asistentes una plantilla con los símbolos identificados previamente y les pedirá, a cada uno y cada una, escoger un elemento simbólico con el cual se identifique o que le parezca más representativo de la comunidad. Luego, los dibujarán en una hoja y, mientras tanto, entre todos y todas discutirán cada uno de sus significados. Este ejercicio hará que cada artesano y artesana reafirme la importancia de la simbología de su cultura y cuide su legado al hacerlo parte de sus productos.

Al finalizar el ejercicio, discutirán sobre la importancia de incluir esta simbología en cada una de sus artesanías. Además, hablarán de la necesidad de transferir el ejercicio a los niños de la comunidad para que la cultura permanezca.



Imagen de presentación 14: algunas de las artesanas emberá del grupo Guayacán, en el municipio de Bojayá, en Chocó, en medio del taller (ADC, 2020).

4. Taller “Teoría del color”

Duración: tres horas, aproximadamente.

Objetivo: diferenciar los colores primarios de los secundarios a partir de la mezcla de colores por parte de los mismos participantes. También, pensar en la importancia de cuidar las combinaciones de las diferentes gamas de colores para potenciar la venta de las artesanías.

Metodología: para empezar la actividad, el asesor o asesora explicará la diferencia entre colores primarios y secundarios, teniendo en cuenta si

los y las participantes tienen o no presentes estos conceptos. También, se aprovechará para hablar del cuidado que se debe tener en el manejo del color siguiendo como ejemplo las paletas de colores más utilizadas en la industria textil: colores cálidos, fríos, tierra y pasteles.

Luego, se explicará parte de la teoría del color: cada color produce una reacción y un estado de ánimo en la persona que lo ve. Por ejemplo, el blanco transmite pureza, calma y orden visual; el azul: calma y serenidad; el rojo: energía y vitalidad; el amarillo: positivismo y energía; el verde: equilibrio y calma; el naranja: energía y positivismo; y el morado: tranquilidad y misterio.



Figura 5: ejemplos de paletas de colores cálidos, fríos, tierra y pasteles, respectivamente (In Color Balance, 2012).

Para reforzar la interiorización de estos conceptos, el asesor o la asesora coordinará un ejercicio de observación. Cada artesano y artesana escogerá un objeto cotidiano e identificará cuáles son sus colores y a qué paleta de color pertenecen. Con este ejercicio, verán, de forma más clara, cómo el color le da identidad a cada elemento y, con ayuda de quien asesora, encontrarán la relación que esto tiene con la elaboración de sus propias artesanías. Además, comprobarán cómo el color, que ya hace parte de su cultura, puede convertirse en una oportunidad de innovación en el mercado. Por ejemplo, pueden pensar en la manera de incorporar las características de la pintura facial a sus tejidos.

5. Taller “Referentes botánicos para la artesanía”

Duración: tres horas, aproximadamente.

Objetivo: brindar a las comunidades herramientas que permitan el desarrollo de nuevos productos a partir de procesos creativos que involucren la observación del entorno y las sensaciones que les produce, sin perder su identidad.

Materiales: hojas, lápices, colores y un pliego de papel o cartulina.

Metodología: el día del encuentro, se les pedirá a los artesanos y las artesanas hacer un pequeño recorrido, por el lugar de reunión y sus alrededores más cercanos, para buscar nuevos referentes para la elaboración de sus productos, especialmente en las plantas que pueden dar algún tinte. Se les sugerirá que mantengan todos sus sentidos en estado alerta para que puedan capturar la mayor cantidad de detalles. Mientras caminan, estarán

pendientes de las plantas y de sus texturas, colores, formas y tamaños. Al volver al recinto, escogerán una de esas plantas que vieron y la tendrán en mente.

A continuación, dibujarán la planta que seleccionaron y/o la describirán de forma escrita para reconstruir su identidad; incluyendo sus características y beneficios. Para esta actividad pueden tener como inspiración sus recuerdos, las historias familiares e, incluso, los mitos o leyendas de la comunidad. Para completar la narración, también podrán pedir sugerencias a la persona de su comunidad experta en plantas medicinales o tintóreas.

Una vez terminadas las representaciones de las plantas, las pegarán en el pliego de papel o cartulina para que todas queden consignadas en un mismo escenario. Entre todos y todas, socializarán los referentes que escogieron, qué les gustó de esa planta en especial, si sirve para el uso medicinal o para la elaboración de artesanías y qué historias o experiencias les recuerdan.

Al finalizar, la comunidad habrá identificado las plantas tintóreas utilizadas para la artesanía, especialmente para tinturar las fibras naturales. También, habrán valorado la medicina tradicional como posible referente botánico, al igual que las demás plantas por sus texturas, colores y formas en las hojas. Todas estas variantes en las plantas pueden convertirse entonces en un elemento de inspiración para el proceso de diseño de sus artesanías.





Aplicación del taller "Referentes botánicos en la artesanía"



Imágenes de presentación 15, 16 y 17: referentes del taller, artesanos de la etnia wounaan, del grupo Chapieg Tordó, del municipio de Buenaventura, en el departamento del Valle del Cauca, en medio del ejercicio y sus resultados, respectivamente (ADC, 2020).

6. Taller “Tintes naturales en las comunidades indígenas”

Duración: de dos a tres horas de trabajo durante tres días, aproximadamente.

Objetivo: explicar el concepto de paleta de color a partir de un ejercicio práctico que involucre los tintes naturales disponibles. También, registrar un compendio de las tinturas que pueden obtener las comunidades indígenas en su medio, para abrir la posibilidad de realizar, en el futuro,

nuevas combinaciones de tintes naturales que aumenten la competitividad de las artesanías en el mercado.

Referente teórico: el procesamiento de los tintes naturales es complejo. Se considera una técnica reservada y su saber se transmite de generación en generación. Sin embargo, con el correr del tiempo, las artesanas y los artesanos han optado por conocer otros tintes naturales de diversas procedencias.

Materiales: frutos silvestres, arbustos y cortezas de las que se puedan obtener tintes y fibras naturales.

Metodología: uno de los asesores o una de las asesoras llama al líder o la lideresa del grupo de artesanos y le sugiere realizar un inventario de los frutos silvestres, los arbustos y las cortezas que utilizan para el proceso del tinturado de sus artesanías. Una vez está terminada la lista, quien asesora explica, de manera virtual, cómo se desarrolla una paleta de color y habla de la importancia de hacer un registro de las diferentes tonalidades que pueden resultar de las muestras recogidas. Luego, el líder o la lideresa hará unas pruebas de tintura en fibras naturales con los materiales que seleccionó.

Al terminar, se encontrará que los colores que tienen más acogida son el amarillo, del azafrán, el rojo, de las hojas de puchicama, y el negro, resultado de enterrar la fibra en un lodazal por varios días. Para futuros ejercicios, se sugiere la búsqueda de nuevos colores, al mezclar los diferentes frutos tintóreos, para suplir las nuevas exigencias de los mercados y que las artesanías aumenten su demanda.

SECCIÓN 3

Componente de Emprendimiento y comercialización

Claudia Andrea Mora

INTRODUCCIÓN

La pandemia y la cuarentena obligatoria cambió los paradigmas de vida. En el caso de la labor artesanal, el estatus de las artesanías como productos de lujo aumentó, por lo que se generó una baja significativa en las ventas y en la posibilidad de tener una relación cercana con el cliente. La alternativa de recuperación más inmediata y a la mano era trasladar esa relación de las comunidades con los clientes, e incluso con el programa APV, a los medios virtuales y digitales. Sin embargo, el parámetro de apertura a las nuevas estrategias dependió de las capacidades de comunicación de los grupos y de sus recursos tecnológicos. Con este cambio provisional, se abrió entonces la posibilidad de implementar en el proyecto una nueva metodología que complemente las técnicas tradicionales.

Las asistencias técnicas, los talleres y los seguimientos se adecuaron según las exigencias de distanciamiento y las necesidades y los retos de las comunidades y unidades productivas. Además, se plantearon ejercicios para gestionar la incertidumbre de qué pasará y cómo funcionará en adelante el negocio artesanal. Esto porque el negocio de las artesanías suele asociarse con un marco de comercialización directa que requiere de interactuar con el otro.

Para 2020, el proyecto de Incremento de la competitividad e inclusión productiva de la Población Artesana Víctima y vulnerable se propuso trabajar con los artesanos y las artesanas de los departamentos de Chocó, Valle del Cauca, Cauca, Nariño, el Urabá antioqueño y Bolívar. Dadas las condiciones de confinamiento debido a la pandemia del COVID-19, el acompañamiento se realizó desde una asistencia técnica virtual.



Los contenidos de los talleres buscaban replantear los procesos productivos, evaluar la calidad y el diseño de los productos y mejorar la gestión administrativa, de emprendimiento y de fortalecimiento comercial de las unidades productivas; con un énfasis en la atención al cliente y la participación en eventos feriales virtuales. Para su desarrollo, se elaboró un plan de trabajo estructurado a través de asesorías virtuales, según las condiciones actuales de mercadeo y con miras en el cumplimiento de las acciones del componente de Emprendimiento y comercialización.



CÁPSULAS TEMÁTICAS

1. Autodiagnóstico comercial

El autodiagnóstico comercial tiene como finalidad identificar cómo se siente la comunidad respecto a cinco temas: la definición de costos y precios, el manejo de registros, los canales de comercialización, la atención al cliente y el discurso de ventas. Para esto, se busca que los grupos reconozcan tanto sus aciertos como sus carencias en los diferentes ejercicios. Así, estrategias como el desarrollo de talleres grupales en los que dialoguen sobre sus capacidades y necesidades, sobre los resultados de experiencias comerciales anteriores y sus proyectos futuros definen los temas a tratar en sesiones futuras. Con la situación actual, es clave además enfatizar en el uso de recursos como el comercio electrónico, la apertura a nuevos mercados, identificar la competencia y generar nuevas alternativas de producto para esta época.

Los talleres de autodiagnóstico comercial terminan con un análisis DOFA. Los y las participantes identifican sus puntos fuertes y sus puntos débiles como grupo. Luego, describen cómo los está afectando la situación actual y cómo es deber de cada uno y cada una adaptarse a la nueva realidad. El asesor o asesora hablará de la oportunidad actual de incorporar los cambios en propuestas que incluyan otras alternativas que traigan resultados productivos, por lo que resulta decisivo asumir el riesgo y decidirse por cumplir nuevos objetivos.





Imágenes de presentación 18 y 19: algunas de las preguntas del autodiagnóstico comercial junto con el análisis DOFA, respectivamente (ADC, 2020).

2. Discurso de ventas

¿Cómo se puede convencer a un cliente para que compre un producto a través de la narrativa? Cotidianamente, una persona pone a prueba diferentes discursos para lograr algún propósito con sus amigos, familia, clientes o colaboradores. Por su parte, el discurso de ventas es un elemento integral de promoción. Reúne la información funcional, emocional y visual de un negocio y transmite coherencia entre lo que se ofrece y los valores de la comunidad o grupo y del producto. Con el discurso de ventas, se busca que quienes representan al grupo frente al cliente fortalezcan sus capacidades de negociación e incrementen su efectividad al momento de cerrar una venta o vender su proyecto, por medio de la formulación de un discurso de presentación claro, conciso y directo.

¿Por qué es importante el discurso de ventas?

En medida de lo posible, el discurso de ventas no se debe dejar al azar. Su planeación le permite al vendedor ser más estratégico y asegurarse de conocer los elementos funcionales, emocionales y visuales de los productos que se ofrecen. La importancia del discurso de ventas radica en que ayuda a potencializar cada oportunidad o contacto que se tiene con los posibles compradores en cualquier escenario, ya sea en una feria, en el taller, en un espacio comercial, por teléfono o por redes sociales, por ejemplo. En pocas palabras, el objetivo es “enamorar” al cliente en cada oportunidad que se presente.



Un discurso de ventas, también llamado *elevator pitch*, debe incluir mínimo tres grupos de datos: quién ofrece el producto, sus valores y su conexión emocional con el proyecto; cuál sería la experiencia del cliente, es decir, qué ofrece el producto; y fotos de ese producto coherentes con el discurso ya mencionado. En el video “*Elevator pitch*”, enviado a los y las beneficiarias, se sugiere que el discurso de ventas tenga como propósitos: contar quién es el grupo o la comunidad y de dónde viene; explicar qué solución ofrece el producto y cómo a través de él se mantiene la tradición; cautivar al cliente con datos interesantes, por ejemplo de la identidad o los referentes, para atraer su atención; mantener el contacto con el posible comprador, ya sea con la venta o con su información de contacto para ofrecer nuevos productos en futuras ocasiones. Según sean las circunstancias, estos propósitos se simplifican, pero mantienen la esencia de la información.

Se debe tener en cuenta que una estructura clara en el discurso de ventas hace que el público entienda de manera más sencilla el mensaje y, con anterioridad, el asesor o asesora pueda aprenderlo más rápido. La estructura seleccionada debe estar orientada hacia el impacto que se quiere conseguir en los clientes. Primer consejo: la introducción debe ser una presentación pequeña, que resuma, en máximo 2 minutos, a qué se dedica el grupo y por qué la marca resuelve las necesidades del cliente. Segundo consejo: el mensaje central del discurso tomará fuerza en los momentos en los que se enfoque en los beneficios emocionales de los productos más que en los funcionales. Las siguientes preguntas orientarán la elaboración de un discurso:

1. ¿Quién es el vendedor o la vendedora, a qué se dedica y en qué se especializa? ¿De qué forma se puede lograr que el cliente se involucre con el producto? Por ejemplo, a través de la historia

propia o del sentido de pertenencia con la cultura se pueden generar vínculos emocionales con el cliente.

2. ¿Cuál es la necesidad (emocional o funcional) detrás de la compra del cliente? El vendedor debe reconocer esta necesidad para tratar de solucionarla y, al mismo tiempo, el cliente verá el interés por tratar de darle una atención personalizada.
3. ¿Cómo puede ayudar la marca a ese cliente en específico? ¿Qué le ofrece? ¿Cuál es su propuesta de valor y los beneficios de su experiencia? ¿Qué tan versátil es y cuáles son todos los usos que ofrece? ¿Qué otras necesidades resuelven? ¿Qué ejemplos o casos de éxito demuestran su experticia? El objetivo será generar confianza con cada una de las respuestas a estas preguntas.
4. ¿Qué relación quiere conservar con el cliente? ¿Qué quedará en su mente después de haber conocido sus productos? La relación con el cliente no finaliza con el cierre del discurso. Al ver que el cliente está dispuesto a dejar el lugar, rápidamente, el asesor o la asesora identificará en qué etapa de la compra se encuentra el cliente: venta final, a la espera de mayor información, con posibilidades de una próxima cita, etc. Dependiendo de la etapa, se entregará una tarjeta, se acordará una cita o se le darán muestras. Todas las estrategias tendrán como objetivo mantener una relación con el cliente a futuro.

A pesar de haber planeado todo el discurso de ventas y tener plena seguridad sobre su contenido, es indispensable adelantarse a los posibles “peros” que va a sugerir el cliente, es decir, prepararse para el **manejo de objeciones**. El vendedor o la vendedora debe asegurarse de conocer el porqué del precio de los productos, la oferta de la competencia, cómo es



la logística de entrega, entre otros. Por ejemplo, ante la frase “este mismo producto lo encuentro a mitad de precio con la competencia” el encargado o la encargada explicará por qué la calidad, sostenibilidad y durabilidad de su producto aumenta su precio, pero al mismo tiempo ofrece mayores beneficios. Esto con el fin de que el cliente entienda que está pagando un precio justo por un producto de calidad superior.

Construcción del discurso comercial

Para practicar cómo construir el discurso comercial, se hará un ejercicio a partir de una situación que suele repetirse en cada una de las ferias: la persona encargada de ventas tiene un minuto para captar la atención de un cliente, ¿qué le debería decir y cómo escoger la información? Los artesanos y las artesanas elaborarán un discurso comercial de 60 segundos, con el desafío de incluir los siguientes datos:

- Nombre de la persona, de la comunidad, del proyecto y la cantidad de artesanos que componen el grupo.
- Historia corta de la cultura de la comunidad y de la formación del grupo.
- Descripción básica del producto: funcionalidad, materiales y proceso productivo.
- Explicar cómo el producto puede resolver un problema o cubrir una necesidad.
- Cerrar el discurso con la venta o entrega de la información de contacto y, si es posible, diligenciar la base de datos de clientes.



Imagen de presentación 20: parte del video de Comproagro, una iniciativa agrícola para evitar intermediarios (Ministerio TIC, 2016).

3. Costos y precios

Conocer la estructura de costos y precios permite saber si hay ganancias o pérdidas, si hay un crecimiento grupal o individual o si el conocimiento y la capacidad de trabajo es económicamente rentable. Este análisis es la base para tomar decisiones sobre la actividad de producción y cómo se pueden reducir los procesos que generan mayor costo para aumentar la competencia en el mercado. También, aumenta la capacidad de negociación de quien comercializa al momento de cerrar un negocio, ya que conoce hasta qué puede otorgar descuentos sin sacrificar el margen de ganancia de sus productos.

La relación entre costos y precios determina cómo será la sostenibilidad del negocio a largo plazo, puesto que al tener presentes los costos fijos y las variables que operan dentro del proceso de elaboración, se establecen márgenes de rentabilidad que en muchos casos son reinvertidos dentro del negocio, lo que posibilita su sostenimiento y crecimiento. Sin embargo, en la mayoría de los casos, las unidades productivas artesanales no cuentan con un proceso claro de costeo de productos. Los precios suelen ser asignados de manera empírica o de acuerdo a los precios del mercado local. Las consecuencias de desconocer la relación entre costos y precios aumentan en el momento de la venta: no saber si se obtuvo algún margen de ganancias o pérdidas afecta el desempeño productivo de la unidad.

Cómo calcular los costos y precios de los productos

Es importante conocer los costos y precios de los productos porque con esta información se sabe si se gana o pierde con el producto o la actividad, aumenta la capacidad de negociación del grupo al concretar un negocio y permite hacer planes de ahorro comunitario para la recompra de materiales o elementos que beneficien al grupo. Para calcular los costos se debe tener en cuenta la materia prima, la mano de obra y los costos indirectos de fabricación.

El **costo de la materia prima** reúne el valor de la cantidad de materia prima utilizada en un producto —según la medida que se emplee, ya sea gramo, kilo o metro— y el valor de la materia prima. El **costo de mano de obra** incluye la cantidad de horas efectivas que se destina para elaborar el producto, el valor de una jornada diaria de trabajo y a cómo

se paga la hora o el “jornal diario”, como se le conoce en varios lugares. Los **costos indirectos de fabricación** reúnen el valor de los elementos necesarios para la elaboración de un producto, diferentes a la materia prima. Representan las actividades no esenciales que no están implicadas directamente en la cadena de producción o fabricación, como etiquetas, costos de administración o empaques.

COSTO DE LA MATERIA PRIMA
Se compone de:

1. Cantidad de materia prima utilizada para la elaboración de un producto. Se debe definir el tipo de medida (unidad, kilo, gramo, etc.).
2. Valor de la materia prima de acuerdo a la medida escogida.

MATERIA PRIMA	CANTIDAD (und, kilo, gramo)	VALOR (und, kilo, gramo)	VALOR TOTAL (materia prima)
TOTAL			\$



COSTO DE LA MANO DE OBRA
Se debe tener en cuenta

1. La cantidad de horas efectivas para elaborar un producto.
2. Conocer el valor de la jornada diaria de trabajo, es decir, a cómo pagan la hora.

CANT. HORAS PRODUCCIÓN POR PRODUCTO	VALOR DIA PRODUCCIÓN (jornal / 8 horas al día)	VALOR TOTAL MANO DE OBRA
TOTAL		\$



Para poner en práctica el comercio electrónico, se deben tener en cuenta varios aspectos logísticos: en qué lugares se encontrará el negocio, qué tipo de producto se va a exhibir, cuál es la capacidad de respuesta ante un pedido, quién es responsable de la atención de la tienda virtual, cuáles medios de pago se recibirán y cómo funcionan, cómo se diseñarán los productos para que al embalarlos sean apilables y se puedan proteger de posibles daños, cuáles serán los medios de transporte y sus costos.

No es suficiente con crear un gran producto con un diseño único y esperar que se venda por sí solo, es necesario recurrir más bien a diferentes estrategias que promuevan la venta al mismo tiempo. Existen diferentes herramientas que hacen más efectivo el proceso de atraer a los clientes y motivarlos a comprar. Entre ellos está la fotografía y la comunicación con el cliente por e-mail o WhatsApp, medios que pueden ser más eficaces para las relaciones comerciales.

La fotografía y la comunicación escrita

La fotografía es uno de los pilares de la venta en línea, ya que permite intercambiar la experiencia física con el producto por una experiencia visual. Así, las fotografías le muestran al cliente las características de los productos y sus detalles de color, textura, acabados y apariencia lo llevan a tomar o no la decisión de la compra. Los aspectos primordiales a tener en cuenta para tomar buenas fotografías, independiente del equipo, se explicarán en el taller de fotografía. Algunos de éstos son:



- La iluminación: es preferible la luz natural, por lo que se recomienda hacer las tomas de siete de la mañana a diez y de tres de la tarde a seis. También, se logra una mejor calidad sin el uso del flash, ya que, por lo general, produce sombras y distorsiona los colores.
- El fondo: se recomienda un fondo neutro, blanco o gris, sin texturas, limpio y liso. El objetivo es evitar elementos distractores y que la atención se enfoque en el producto.
- La posición: para evitar sombras, es mejor ubicarse frente al objeto que se va a fotografiar y hacer varias tomas para elegir la mejor fotografía que evidencie las características a resaltar. Dentro de la foto, el objeto debe quedar centrado y con espacios libres a los lados o en la parte superior e inferior.

En lo referente a la comunicación escrita, se recomienda hacer textos cortos, compuestos por ideas concisas y claras. En el caso de los correos o emails, es preferible explicar directamente su propósito. El objetivo será cautivar al cliente y evitar distracciones. Sobre el uso de un lenguaje adecuado para la escritura de emails o mensajes de WhatsApp, se le sugiere a la persona encargada pensar en quién recibe el mensaje, con qué actitud quiere que lo lea y qué sentimientos quiere despertar.

5. Marketplace

Hasta antes de la pandemia, artesanos y artesanas comercializaban sus productos en ferias físicas. Las nuevas condiciones cambiaron el panorama y promovieron el uso de una nueva estrategia: el Marketplace, un gran centro comercial virtual donde hay variedad de categorías y productos. Los compradores pueden consultar el catálogo de varias marcas, realizar búsquedas por tipo de producto, precio y por palabras clave y su mayor atractivo es realizar comparaciones rápidas desde una misma página web.

Una de las principales ventajas de los marketplaces es que permiten vender los productos por Internet sin necesidad de contar con una página web propia o tener conocimientos sobre diseño web. Además, exponen permanentemente los productos, lo que posibilita llegar a diferentes mercados, ya sean nacionales o internacionales, y acercarse a una mayor cantidad de clientes potenciales. Sin embargo, también, tiene algunas desventajas como el pago de comisiones por las ventas y una mayor competencia que incluso termina en una guerra de precios o en copias del propio producto. Sobre la relación con la plataforma, el marketplace, por un lado, le pide al vendedor pasar por un proceso de selección, cumplir con unos requisitos en su contenido publicado y atraer a cierto número de clientes entre muchos competidores, lo que disminuye el trato personalizado que suele darse en la comercialización de las artesanías. Por el otro lado, exige que la plataforma sea la que controla la información del consumidor y no el proveedor.



Las plataformas electrónicas tienen requisitos, acuerdos comerciales y procedimientos de venta. Unos son totalmente gratuitos y otros cobran una comisión sobre las ventas. Algunas páginas que trabajan con productos artesanales son:

- **Productos de Colombia:** ofrece servicios enfocados en la promoción de los productos colombianos alrededor del mundo. Actúan como socios locales de las empresas fabricantes en Colombia y de las personas o empresas que importan sus productos.
- **La chuspa:** dedicada a la comercialización de productos de artesanos colombianos en plataformas tecnológicas.
- **Compra lo nuestro:** es la red social del Estado que promueve las relaciones entre empresarios de diferentes ramas. Su objetivo es conectar, educar, financiar y promover el acceso a productos y servicios de apoyo empresarial, capacitación, asesorías, tendencias de mercado y casos de éxito.
- **Yo me quedo en mi negocio:** es un lugar para que vendedores y compradores puedan conectarse por medio de herramientas tecnológicas, como opciones de pago, consejos de compra y venta, ruedas de negocios, entre otros.
- **Plataformas internacionales:** como Etsy y Amazon Handmade. Etsy es un mercado internacional en línea al que acuden personas de todo el mundo para vender, comprar y coleccionar productos únicos. Amazon Handmade, de Amazon, promueve ventas con un destino fiable para los artículos hechos a mano.

PRODUCTOS DE Colombia

INICIO PRODUCTOS AFILIARSE PAGO SEGURO CONTACTO PREGUNTAS FRECUENTES

USD \$0 (0 productos)

Descripción
E-commerce que publica productos habilitados para la compra en cualquier parte del mundo con pago por medios electrónicos o bancarios, hasta la logística de exportación y servicio

Requisitos

- Tener catálogo de productos con fotos de alta calidad.
- Aceptar los acuerdos comerciales de la plataforma

¿Cómo vender?

- La plataforma realiza un estudio de fotografías, luego se realiza un acuerdo comercial con el grupo y se publica en la página.

¿Tiene costo?

- La plataforma es totalmente gratuita

El progreso es de todos | Gobierno de Colombia Mincomercio | Ministerio de Comercio

LABOR
Punto de origen

Nosotros Accesorios Hogar Decoración Agencia de Viajes Denominación de origen

Hecho con el Alma y el Corazón

Descripción
Apoyan a los artesanos del país, facilitando el uso y aplicación de internet, e-commerce y marketing digital en la comercialización.

Requisitos

- Tener catálogo de productos con fotos de alta calidad.
- Aceptar los acuerdos comerciales de la plataforma

¿Cómo vender?

- La plataforma realiza un estudio de fotografías, luego se realiza un acuerdo comercial con el grupo y se publica en la página.

¿Tiene costo?

- La plataforma es totalmente gratuita

El progreso es de todos | Gobierno de Colombia Mincomercio | Ministerio de Comercio

COMPRA LO NUESTRO
www.compralounuestro.co
por Colombia

Conecta proveedores y compradores para facilitar el comercio en Colombia.

Descripción	Requisitos	¿Cómo vender?	¿Tiene costo?
Es una una red de contactos que te ayudan a generar oportunidades de negocio.	<ul style="list-style-type: none"> Tener catálogo de productos Conocimiento manejo herramientas digitales Tener acceso a internet y cuenta activa 	<ul style="list-style-type: none"> Anuncios de Compra Oportunidades de negocio por sector publicadas en la plataforma y ruedas de negocio Calendario de eventos 	<ul style="list-style-type: none"> La plataforma es totalmente gratuita

El progreso es de todos | Gobierno de Colombia Mincomerio | Ministerio de Comercio

#YoMeQuedoEnMiNegocio ¿QUÉ SE TRATA? | HERRAMIENTAS PARA TU NEGOCIO | CIFRAS DE LA INDUSTRIA | EVENTOS Y NOTICIAS | TIPS Y BENEFICIOS | PUBLICA TU NEGOCIO

Nace #YoMeQuedoEnMiNegocio un lugar para que le digas a tus clientes #QuédateEnCasa.

Aquí encuentras cómo activar tu negocio y la economía del país.

Conoce más | ¿Por qué esta iniciativa? >

Con el respaldo de: CreditbanCa | VISA | | | | | | | | | | | | | | | |

Descripción	Requisitos	¿Cómo vender?	¿Tiene costo?
Un lugar para que vendedores y compradores puedan conectarse por medio de herramientas tecnológicas como opciones de pago y tips de negocios.	<ul style="list-style-type: none"> Publicar el negocio Habilitar herramientas de pago 	<ul style="list-style-type: none"> Anuncios de Compra Oportunidades de negocio por sector publicadas en la plataforma 	<ul style="list-style-type: none"> Según el medio de pago virtual que se escoja, durante mayo y junio es gratuito

El progreso es de todos | Gobierno de Colombia Mincomerio | Ministerio de Comercio

Imágenes de presentación 24, 25, 26 y 27: parte del taller “Cuáles son las plataformas potenciales para vender mis productos” con algunos ejemplos y explicaciones de las plataformas (ADC, 2020).

6. Medios de pago

Conocer los medios digitales de pago disponibles, ya sea por necesidad, interés, curiosidad u obligación, permite que el artesano y la artesana minimicen el temor a estas modalidades de pago. El asesor o asesora se encargará de mostrarles cómo estas alternativas le brindan al cliente facilidades para que siga contactando a la comunidad y se abra la posibilidad de continuar con los negocios. Después de explicarles cómo funcionan las diferentes plataformas, se les invitará a bajar las aplicaciones a su celular para que ellos mismos vean cómo funcionan y tal vez realicen alguna compra y sean testigos de la seguridad en los procedimientos.

BILLETERAS VIRTUALES

Son aplicaciones que se usan desde el celular y funcionan para hacer transacciones virtuales. Algunas no requieren cuenta bancaria en la entidad, lo que reduce los costos y el tiempo empleado en su uso.

CÓMO USARLAS

- 1 Descarga la APP
- 2 Registra tus datos
- 3 Compra y vende
- 4 Paga y recibe

VENTAJAS

- Disponibilidad inmediata del dinero
- Requieren estar conectado a red wifi y/o tener datos
- Funcionan también como métodos de ahorro y organización de dinero





¿QUÉ ES?

Es una plataforma financiera que funciona exclusivamente desde teléfonos inteligentes.

Nequi es una aplicación de Bancolombia que se apoya en la red de cajeros y corresponsales de ese grupo, pero no tiene sucursales físicas. Es 100% digital.

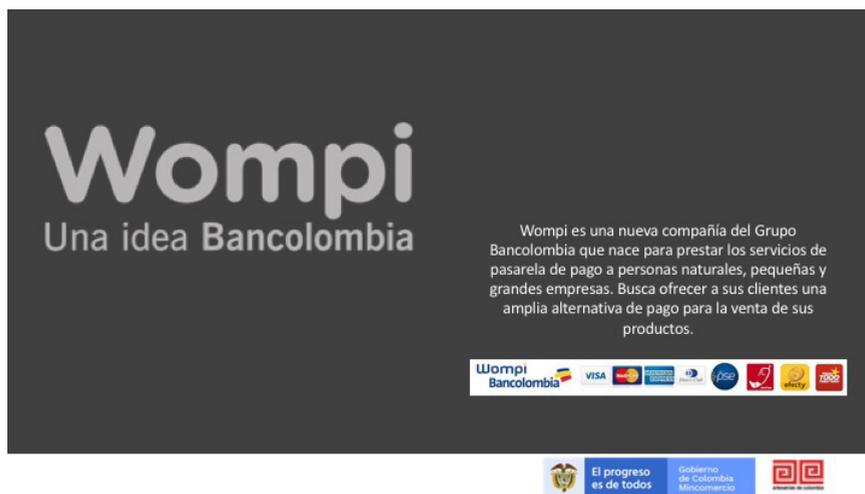


¿QUÉ ES?

Es un producto que le permite manejar su plata desde el celular de forma fácil, rápida y segura. Con DaviPlata usted puede pasar plata, hacer recargas, pagar servicios y sacar plata.

- ▶ **No necesita tener cuenta**
- ▶ **Es gratis, no tiene cuota de manejo**
- ▶ **No consume su plan de datos**





Imágenes de presentación 28, 29, 30 y 31: algunas de las explicaciones de cómo usar una billetera virtual (ADC, 2020).

7. Tendencias de consumo

Por la disminución de la actividad de muchos sectores económicos, como resultado del aislamiento, se ha producido un aumento en el desempleo, la disminución de ingresos y cambios en los hábitos de consumo. Aún con la autorización de la apertura de las actividades, continúa el riesgo de contagio, por lo que se prevé que el consumidor saldrá menos de compras, evitará sitios concurridos y buscará lugares cercanos y entregas a domicilio. Por lo anterior, aumentará el valor del servicio, ya que hay mucha oferta y poca demanda.

Sobre las **tendencias del consumidor** en la actualidad, se sabe que el consumidor prefiere no usar el efectivo, evitar las aglomeraciones, realizar las compras desde su hogar y por el celular, acudir a la comunicación con el vendedor o vendedora por los medios virtuales, comparar la oferta del mercado y comprar productos que tiendan a lo natural y sano.

El mercado recibe consumidores socialmente distantes y preocupados por mejorar su salud, su bienestar, sus relaciones con los demás y con el medio ambiente. Por tanto, suelen prestar atención a los materiales del producto y del empaque, al proceso productivo y a cómo se va a dar el consumo. Por esto, puede darse el caso de que el consumidor esté interesado en participar en los procesos de producción y diseño, una relación que cobra valor en el objeto final de venta. Por otro lado, por el confinamiento, el consumidor tiene más sentido de contemplación hacia el objeto, se fija en el diseño, la estética y cómo se ve el producto en el espacio. Además, el consumo digital exige un eficiente proceso de envío y entrega y no tiene tanta tolerancia con las demoras.

Las dinámicas de consumo de 2020 dejaron una lista de los artículos más vendidos que antes no eran indispensables. Son artículos relacionados con el orden, el teletrabajo y la multifunción. El hogar se convirtió en el refugio de las actividades diarias, por lo que se racionalizaron y optimizaron los espacios, por ejemplo con el uso de más estantes. También empezó a ser prioridad el disfrute del ocio en espacios abiertos como terrazas o balcones y una muestra fue el aumento en la compra de sillas o decoración. Por la misma situación económica, aumentó el orgullo por lo local y se hizo necesario volver a las raíces, a productos con contenido, historia y experiencias o aquellos fabricados con fibras naturales, por ejemplo.

En el contexto actual, la apertura a lo digital aumentó las oportunidades de ventas, puesto que las herramientas digitales ofrecieron diferentes opciones para atraer a los diferentes tipos de público. Para implementar este tipo de comercio es necesario el manejo de redes sociales (Facebook e Instagram), el uso de medios escritos (e-mail y WhatsApp), acudir también a la comunicación verbal (por teléfono o video conferencia), dar apertura a medios de pago digitales (billeteras virtuales y transferencias) y tener claridad sobre cómo va a ser el transporte (los costos por volumen y peso, por destinos y alternativas de transporte).

TENDENCIAS DEL MERCADO

- 1 No al uso de EFECTIVO
- 2 No a las AGLOMERACIONES
- 3 Se reinventa la CASA
- 4 Es de uso primordial del CELULAR
- 5 La comunicación es VIRTUAL
- 6 Hay gran variedad de PRODUCTOS
- 7 Se comparan PRECIOS
- 8 Se regresa a lo NATURAL y SANO

www.larepublica.co

El progreso es de todos | Gobierno de Colombia | Microcomercio

EL CONSUMIDOR

- El consumidor se preocupa por mejorar las relaciones consigo mismo, abre un espacio a productos relacionados con el bienestar personal (yoga, meditación) y al encuentro con ellos mismos.
- Consumidores preocupados por su salud, bienestar y medio ambiente prestan atención a los materiales del producto, empaque, el proceso productivo y de consumo.
- Por el confinamiento, tienen más sentido de contemplación hacia el objeto, se fijan en detalles, en el diseño, la estética y el espacio que ocupa el producto.
- El consumo digital exige de un proceso eficiente de envío y entrega, además de que tiene poca tolerancia a las demoras.
- El consumidor estará interesado en participar en los procesos de producción y diseño, una relación que cobra valor en el producto final.

www.purmarketing.com



El progreso
es de todos

Gobierno
de Colombia
Mincomercio



ARTICULOS MÁS VENDIDOS NO INDISPENSABLES EN PANDEMIA

- Artículos relacionados con el orden, teletrabajo y multifunción:
 - El hogar es el refugio de las actividades diarias
 - Racionalización y optimización del espacio
 - * Almacenaje
 - * Estantes
 - Disfrute del ocio en espacios abiertos (terrazas, balcones)
 - * Sillas
 - * Decoración de ambientes
- Orgullo por lo local: volver a las raíces es otra de las búsquedas del consumidor
 - Productos con fibras naturales
 - Productos con contenido, historia, experiencias

www.zfb.com
www.eltiempo.com



El progreso
es de todos

Gobierno
de Colombia
Mincomercio



Imágenes de presentación 32, 33 y 34: algunas tendencias de consumo en 2020 (ADC, 2020).

SECCIÓN 4

Metodologías para las comunidades de Córdoba y el Urabá antioqueño

Omar Darío Martínez G.

INTRODUCCIÓN

El proyecto de Atención a Población Víctima y vulnerable (APV) de Artesanías de Colombia busca mejorar las condiciones de vida de las poblaciones artesanas víctimas y/o en situación de vulnerabilidad. A partir de asistencias técnicas, se fortalecerá la artesanía como una alternativa de generación de ingresos y una ocupación productiva.

Para el año 2020, se proyectó realizar un trabajo de seguimiento con algunas de las comunidades de los departamentos de Córdoba y Antioquia, en la región del Urabá antioqueño. Los talleres de acompañamiento estuvieron centrados en el fortalecimiento de la actividad artesanal, en relación con la mejora de la calidad y la diversificación e innovación de sus productos.

Debido a las circunstancias ocurridas en este año, se requirió la adaptación de una metodología, acorde con la situación, que facilitara el desarrollo y la comprensión de los talleres. Primero, se escogieron los talleres más pertinentes y acordes con las necesidades de las comunidades y, luego, se compilaron los resultados de estas actividades en años pasados. Con las dos informaciones, se simplificó el material para que fuese de fácil explicación y asimilación por parte de los beneficiarios y las beneficiarias.

La metodología se agrupó en cápsulas para facilitar el desarrollo de los ejercicios y la recopilación de los resultados. Para la elaboración de los talleres, los artesanos y las artesanas debían escribir respuestas o seleccionar números, lo que ayudaba a dar claridad en las instrucciones y en la asimilación de los temas. Además, se implementaron herramientas didácticas virtuales y las instrucciones se elaboraron en forma de una guía que se podía imprimir.



Los ejercicios que se seleccionaron para el trabajo remoto con las comunidades fueron el taller de línea o familia de productos, el de identidad emberá, el de identidad zenú, el de envío de productos y el de diferencia entre artesanía y arte manual. Además, se dictaron talleres de fotografía, de determinantes de calidad en los productos, de composición y simplificación. La unión entre talleres antiguos y nuevas propuestas contribuyeron al fortalecimiento de la labor artesanal de las comunidades y grupos.



METODOLOGÍA DE CÁPSULAS POR TEMAS

1. Talleres de línea de productos artesanales

Con esta secuencia de talleres, se dará a conocer la importancia de elaborar productos con características similares en el manejo del color, textura, materia prima, forma y simbología, para poder generar productos que guarden concordancia entre unos y otros y, así, ofrecer a los clientes diversas posibilidades.

1.1. Taller “Qué es una familia de productos con igual función”

Duración: una hora, aproximadamente.

Objetivo: mostrar a los artesanos las posibilidades de comercialización que surgen al elaborar productos con características similares.

Metodología: el asesor o asesora dará un ejemplo, consignado en la Imagen de presentación 35, de cómo de una misma materia prima se pueden hacer artesanías con la misma función (la contener, en el ejemplo), con igual forma pero con variaciones en su tamaño y conservando el uso de un color dominante (el negro, para este caso) y un color de acento (el rojo).



Luego, se hablarán de las ventajas del producto del ejemplo. El que sea apilable disminuye el costo del transporte y lo facilita. Las variaciones en el tamaño dan opciones al cliente, por si desea tener un producto de menor o mayor tamaño. Además, el hecho de tener productos similares se convierte en una estrategia para motivar al cliente a comprar, por ejemplo, tres canastos y lograr una decoración más uniforme en su hogar.

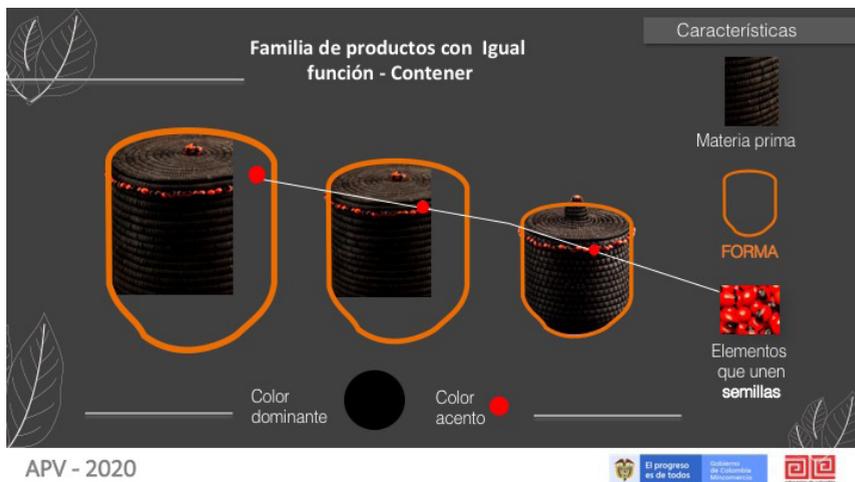


Imagen de presentación 35: ejemplo de una familia de productos con igual función (ADC, 2020).

1.2. Taller “Qué es una familia de productos con diferente función”

Duración: una hora, aproximadamente.

Objetivo: mostrar a los artesanos las posibilidades de comercialización

que surgen al elaborar productos con características similares, pero con diferente función.

Metodología: el asesor o asesora dará un ejemplo, consignado en la Imagen de presentación 36, de cómo de una misma materia prima se pueden hacer artesanías con diferente función y forma y que conserven el mismo uso de color dominante y de acento y la misma simbología. El propósito de esta estrategia es que se le dé a los clientes la posibilidad de elegir uno de los elementos de la familia de productos o los tres elementos; en el caso del ejemplo, comprar el collar, la manilla y/o los aretes. El asesor o asesora del taller hará énfasis en que habrá mayores posibilidades de venta al tener mayor variedad de productos.

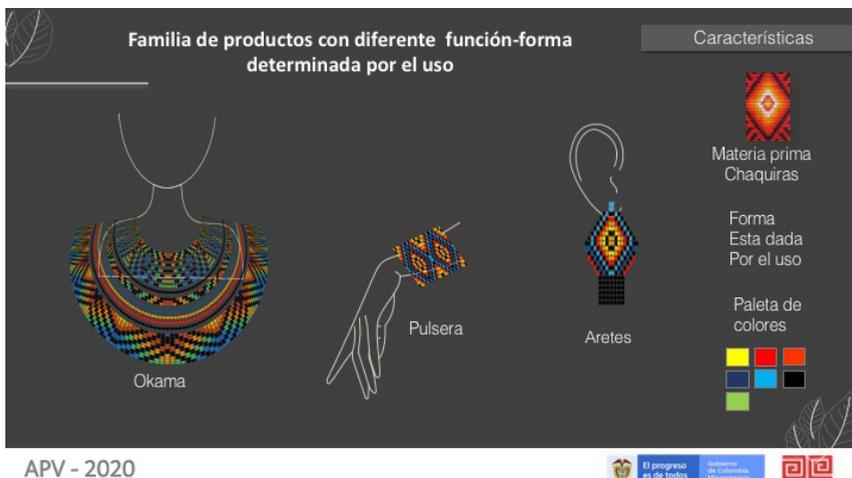


Imagen de presentación 36: ejemplo de una familia de productos con diferente función (ADC, 2020).

2. Talleres relacionados con la identidad emberá

Varias de las comunidades beneficiarias del programa fueron desplazadas de su territorio por los grupos armados, por lo que han perdido parte de su identidad. Es en el territorio que encuentran una conexión con la naturaleza y parte del sentido de su cultura y conocimientos. Al reubicarse en las ciudad o poblados vecinos o establecer vínculos con otras etnias, que tienen otra cultura y que también han sido desplazadas, su identidad se mezcla con la de los demás y la propia empieza a desdibujarse. El eje de estos talleres será entonces reafirmar quiénes son a partir de la reapropiación de sus conocimientos.

2.1. Taller de “Auto reconocimiento en la etnia emberá”

Duración: una hora, aproximadamente.

Objetivo: reforzar, a través de la vestimenta, el sentido de pertenencia a la comunidad y, con ello, la identidad propia y del grupo.

Metodología: previo a la actividad, el asesor o asesora enviará una presentación a uno de los beneficiarios o una de las beneficiarias del grupo con las indicaciones necesarias. El día acordado esta persona mostrará las imágenes. En éstas habrán fotos de la ropa que usan tradicionalmente las mujeres indígenas junto con ropa típica de las ciudades. En esta primera fase, deberán auto reconocerse a través de la elección de su propia vestimenta. Para esto, las diferentes piezas de ropa estarán marcadas con

un número, tal y como se ve en la Imagen de presentación 37, y el grupo de artesanos deberá elegir aquellos números que representan la vestimenta tradicional de las mujeres.

Más adelante, en una hoja escribirán qué nombre tradicional le dan a estas prendas y a las que usan los hombres, puesto que pueden existir variaciones entre miembros de una misma etnia que viven en diferentes regiones. Luego, enviarán fotos de los resultados al asesor o asesora encargada vía WhatsApp. Para terminar, la retroalimentación final partirá de la reflexión de cómo la vestimenta es una de las primeras características que empieza a perderse y a sustituirse por otras que no son propias de su cultura.



Imagen de presentación 37: parte del taller “Auto reconocimiento en la etnia emberá” (ADC, 2020).

2.2. Taller “Un recuerdo del territorio”

Duración: una hora, aproximadamente.

Objetivo: recordar los principales alimentos que se cultivaban en el territorio de la comunidad.

Metodología: previo a la actividad, el asesor o asesora enviará una presentación a uno de los beneficiarios o una de las beneficiarias del grupo con las indicaciones necesarias. El día acordado esta persona mostrará el material a sus compañeros y compañeras. Como se ve en la Imagen de presentación 38, habrán fotos de algunos de los alimentos más comunes para la etnia y cada uno estará señalado con una letra. Cada artesano y artesana elegirá los tres alimentos que, según su criterio, son los más importantes con sus tres letras correspondientes. Luego, contarán el porqué de su elección y dirán el nombre de los alimentos en su lengua o sólo señalarán qué letras escogieron. Luego, enviarán fotos de los resultados al asesor o asesora encargada vía WhatsApp. Para terminar, la retroalimentación final partirá de la importancia de mantener el recuerdo de su territorio a partir de los alimentos.



Imagen de presentación 38: parte del taller “Un recuerdo del territorio” (ADC, 2020).

2.3. Taller “La simbología emberá”

Duración: una hora, aproximadamente.

Objetivo: recordar los símbolos más representativos de la comunidad y hablar de la importancia de mantenerlos vivos día a día y en el paso de conocimientos de generación en generación.

Metodología: previo a la actividad, el asesor o asesora enviará una presentación a uno de los beneficiarios o una de las beneficiarias del grupo con las indicaciones necesarias. El día acordado, esta persona mostrará el material a sus compañeros y compañeras. Como se ve en la Imagen de



presentación 39, estarán algunos de los símbolos más representativos de la comunidad emberá. Se les pedirá a los artesanos y a las artesanas que identifiquen cada símbolo, escriban su nombre y expliquen su significado. Algunos de los ejemplos, como el del número 6 de este caso, son representaciones especiales para la comunidad como la boa o guio utilizada por los jaibaná como medio de protección contra los malos espíritus o para curar alguna enfermedad. Luego, enviarán fotos de los resultados al asesor o asesora encargada vía WhatsApp. Para terminar, la retroalimentación final partirá de la reflexión de la importancia de mantener los símbolos presentes en el día a día y en el paso de conocimientos de generación en generación.



Imagen de presentación 39: parte del taller “La simbología emberá” (ADC, 2020).

3. Talleres relacionados con la identidad Sinú

El propósito de esta cápsula es fortalecer y dar a conocer las características de la etnia Sinú a nivel de simbología, además de las artesanías que se producen en el departamento de Córdoba. Muchos artesanos no tienen conocimiento del origen de los demás productos que se elaboran en la región ni de cuáles son sus materias primas, por lo que se requiere un acompañamiento que reúna toda la producción artesanal y la comparta con todos y todas las interesadas en este sector. Además, se busca reforzar la identidad del grupo desde la valoración de algunos patrones gráficos del oficio de las chaquiras. En esta región, algunos han adoptado el oficio de las chaquiras sin pertenecer a la etnia, por lo que se hace necesario no solo tener en cuenta los ejercicios de experimentación, sino conocer también el significado de esta labor y de los símbolos que se utilizan.

3.1. Taller “El origen de las artesanías de la región”

Duración: una hora, aproximadamente.

Objetivo: reconocer el lugar de procedencia de las diferentes artesanías elaboradas en Córdoba, además de identificar sus materias primas.

Metodología: previo a la actividad, el asesor o asesora enviará una presentación a uno de los beneficiarios o una de las beneficiarias del grupo con las indicaciones necesarias. El día acordado, esta persona mostrará el material a sus compañeros y compañeras. Como se ve en la Imagen de



presentación 40, habrá fotos de diferentes artesanías y estarán numeradas. Los artesanos y las artesanas dirán cuáles son los productos que reconocen y qué saben de ellos. En el caso del ejemplo, por lo general, identificarán más fácil el sombrero vueltiao, con el número 1, y la okama en chaquiras, con el número 6, pero les será difícil saber cuál es su materia prima. Luego, enviarán fotos de los resultados al asesor o asesora encargada vía WhatsApp. Para terminar, la retroalimentación final partirá de la necesidad de conocer qué artesanías son las que se producen en Córdoba para reforzar la identidad colectiva.



APV - 2020



Imagen de presentación 40: parte del taller “El origen de las artesanías de la región” (ADC, 2020).

3.2. Taller “Recordar la simbología Sinú”

Duración: una hora, aproximadamente.

Objetivo: recordar los símbolos más representativos de la comunidad.

Metodología: previo a la actividad, el asesor o asesora enviará una presentación a uno de los beneficiarios o una de las beneficiarias del grupo con las indicaciones necesarias. El día acordado, esta persona mostrará el material a sus compañeros y compañeras. Como se ve en la Imagen de presentación 41, estarán algunos de los símbolos más representativos de los Sinú. Se le pedirá a los artesanos y a las artesanas identificar cada símbolo, el nombre que se le suele dar y su significado. El ejemplo tiene algunas de las pintas del sombrero vueltaio. Las que más conocen suelen ser las pintas de ojo de pescado, la número 1, y la pinta de la mitad del 8, del número 6; sin embargo, no las asocian a ninguna historia o leyenda. Luego, enviarán fotos de los resultados al asesor o asesora encargada vía WhatsApp. Para terminar, la retroalimentación final partirá de las respuestas al ejercicio y de la reflexión de la importancia de conocer una artesanía que es típica del departamento.

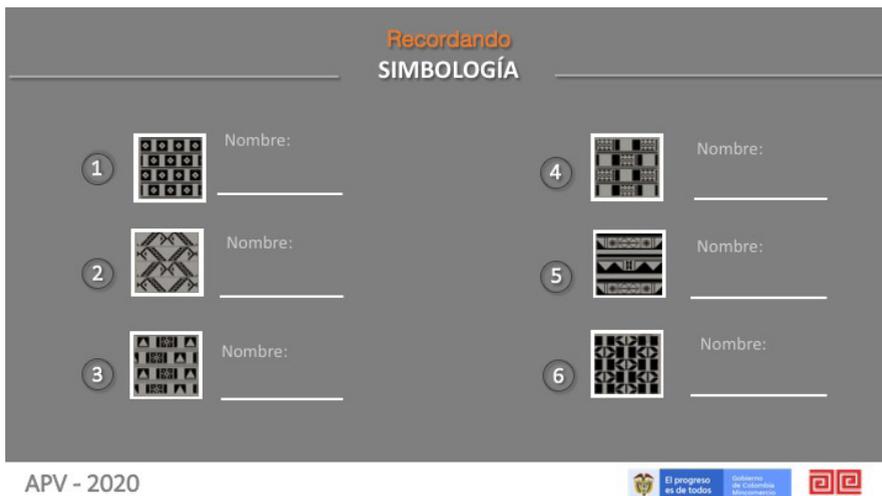


Imagen de presentación 41: parte del taller “Recordar la simbología Sinú” (ADC, 2020).

4. Talleres sobre el envío de productos

Con el desarrollo y elaboración de este material, se pretende que los artesanos y las artesanas se concienticen sobre la importancia de realizar un buen empaque y embalaje de los productos que elaboran, con el fin de que no se afecte su calidad y el envío resulte exitoso.

4.1. Taller “Recomendaciones para el envío de productos”

Duración: una hora, aproximadamente.

Objetivo: sugerir nuevas consideraciones a tener en cuenta para el envío de las artesanías.

Metodología: mostrar y explicar algunas de las recomendaciones para el envío de las artesanías, como las de las Imágenes de presentación 42 y 43.



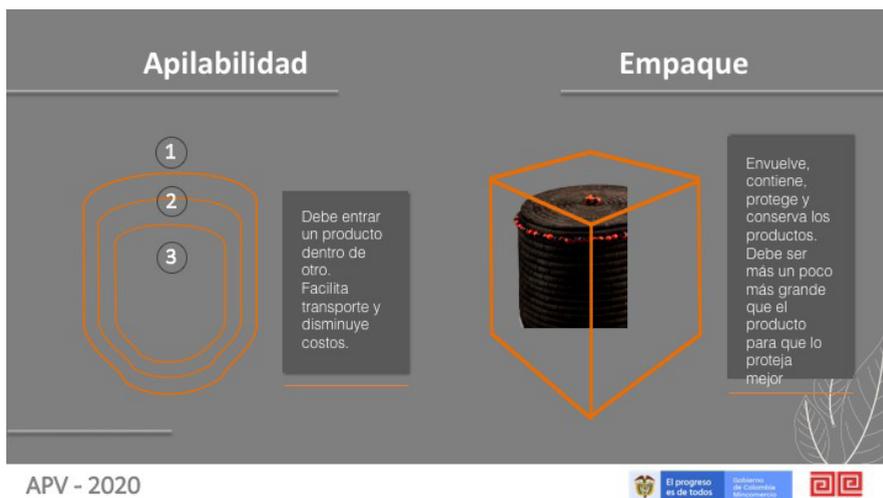
APV - 2020



El progreso es de todos

Gobierno de Colombia





Imágenes de presentación 42 y 43: parte del taller “Recomendaciones para el envío de productos” (ADC, 2020).

4.2. Taller “Elección del empaque correcto para las artesanías”

Duración: una hora, aproximadamente.

Objetivo: encontrar una relación entre las características de las artesanías y los empaques seleccionados para su transporte y protección.

Metodología: previo a la actividad, el asesor o asesora enviará una presentación a uno de los beneficiarios o una de las beneficiarias del grupo con las indicaciones necesarias. El día acordado, esta persona mostrará

el material a sus compañeros y compañeras. Como se ve en la Imagen de presentación 44, aparecerán algunos ejemplos de empaques y los artesanos y artesanas deberán elegir aquellos que deberían usarse para el envío de sus productos. El objetivo será evitar averías en el traslado y que no demanden más gastos para el cliente o el artesano. Por tanto, el asesor o asesora les sugerirá seleccionar los que puedan proteger tanto la forma como la calidad del material.



Imagen de presentación 44: parte del taller “Elección del empaque correcto para las artesanías” (ADC, 2020).

5. Taller “Fotografía en tiempos de pandemia”

Duración: dos horas, aproximadamente.

Objetivo: capacitar a los artesanos y las artesanas para que ellos mismos y ellas mismas sean quienes tomen las fotografías de sus productos para el mercado digital.

Materiales: cartulina blanca y un celular con cámara.

Metodología: previo a la actividad, el asesor o asesora enviará una presentación a uno de los beneficiarios o una de las beneficiarias del grupo con las indicaciones necesarias. El día acordado, el grupo de artesanos se ubicará en un lugar claro y con buena luz natural, es decir, que los rayos del sol no impacten directamente el producto a fotografiar. Primero, se les enseñará a diferenciar las perspectivas en las que se puede ver un producto: la superior, la inferior, la frontal, la posterior, las laterales e, incluso, desde la perspectiva de la persona que toma la foto.

El siguiente paso es explicarles la ubicación que debe tener el celular para obtener una buena foto. Se escogerá una toma horizontal o vertical según la parte de la artesanía que se vaya a fotografiar. Por lo general, en el desarrollo del taller, se les pide hacer una toma superior y otra frontal de los productos.

Al terminar, los artesanos y las artesanas enviarán las fotografías que tomaron durante el desarrollo del taller por WhatsApp. Con los archivos, el asesor o la asesora les dará una retroalimentación y los y las participantes tomarán de nuevo las mismas fotos con los mismos enfoques, pero teniendo en cuenta las sugerencias. Mientras tanto, quien asesora

les hablará de la importancia de comercializar por medios electrónicos en este momento.

6. Talleres sobre la diferencia entre artesanía y arte manual

Esta cápsula aclarará las diferencias entre un producto artesanal y uno elaborado manualmente. Muchas personas creen que todo trabajo manual es un producto artesanal, pero no es así. La transformación de la materia prima, su carga cultural, identidad y la técnica son algunas de las variables que distancian a las artesanías del arte manual.

6.1. Taller “Qué es un objeto artesanal”

Duración: una hora, aproximadamente.

Objetivo: diferenciar las transformaciones de la materia prima, la carga cultural, la identidad y la técnica de las artesanías con respecto a las del arte manual.

Metodología: previo a la actividad, el asesor o asesora enviará una presentación a uno de los beneficiarios o una de las beneficiarias del grupo con las indicaciones necesarias. El día acordado, esta persona mostrará el material a sus compañeros y compañeras. Como se ve en la Imagen de presentación 45, aparecerán algunas definiciones y procesos relacionados con la labor artesanal. Cada grupo, relacionará estas descripciones con



las particularidades de sus productos y las explicará. La aclaración de las diferentes fases les permitirá diferenciar cuándo un objeto es considerado artesanal.



APV - 2020



Imagen de presentación 45: parte del taller “Qué es un objeto artesanal” (ADC, 2020).

Luego, en la siguiente parte de la presentación, se mostrarán los tipos de artesanías según los materiales y las técnicas utilizadas para el proceso de elaboración.



Imagen de presentación 46: parte dos del taller “Qué es un objeto artesanal” (ADC, 2020).

6.2. Taller “Qué es un producto de arte manual”

Duración: una hora, aproximadamente.

Objetivo: diferenciar las transformaciones de la materia prima, la carga cultural, la identidad y la técnica del arte manual con respecto a las empleadas en las artesanías.

Metodología: previo a la actividad, el asesor o asesora enviará una presentación a uno de los beneficiarios o una de las beneficiarias del grupo con las indicaciones necesarias. El día acordado, esta persona mostrará el material a sus compañeros y compañeras. Como se ve en la Imagen de

presentación 47, se explicará qué es el arte manual, cuáles son sus tipos y cómo es su fabricación. Además, se hablará sobre cómo las personas que elaboran el arte manual creen que producen artesanías, pero, por ejemplo, no transforman las materias primas o usan las que provienen de la industria. Es decir, que son productos que se pueden encontrar en cualquier contexto, que emplean técnicas que son de dominio universal y que no tienen una carga cultural.



Imagen de presentación 47: parte del taller “Qué es un producto de arte manual” (ADC, 2020).

6.3. Taller “Algunas materias primas de las artesanías”

Duración: una hora, aproximadamente.

Objetivo: ampliar los conocimientos sobre los diferentes tipos de materias primas usados para elaborar una artesanía.

Metodología: previo a la actividad, el asesor o asesora enviará una presentación a uno de los beneficiarios o una de las beneficiarias del grupo con las indicaciones necesarias. El día acordado, esta persona mostrará el material a sus compañeros y compañeras. Como se ve en la Imagen de presentación 48, habrá una selección de algunas de las artesanías más conocidas a lo largo del país. Los artesanos y las artesanas identificarán los nombres de estas artesanías y dirán con qué materia prima fueron elaboradas.





Imagen de presentación 48: parte del taller “Algunas materias primas de las artesanías” (ADC, 2020).

SECCIÓN 5

Metodologías para las comunidades de Bolívar y Magdalena

Adriana Sáenz Forero

INTRODUCCIÓN

El proyecto de Atención a Población Víctima y vulnerable (APV) de Artesanías de Colombia busca mejorar las condiciones de vida de las poblaciones artesanas víctimas y/o en situación de vulnerabilidad. A partir de asistencias técnicas, se fortalecerá la artesanía como una alternativa de generación de ingresos y una ocupación productiva.

Para el año 2020, se proyectó realizar un trabajo de seguimiento con algunas de las comunidades y grupos de los departamentos de Bolívar y Magdalena. En Bolívar, en los municipios de Cartagena, San Jacinto y Magangué. En Magdalena, se priorizó la atención de las comunidades arhuacas Bunkwimake (de Santa Marta), Busingueka (de Ciénaga), Gunmaku (de Aracataca) y Umuke (de Fundación). Los talleres de acompañamiento estuvieron centrados en el fortalecimiento de la actividad artesanal, en relación con la mejora de la calidad y la diversificación e innovación de sus productos.

La estrategia de atención en los componentes de Diseño y desarrollo de productos se definió desde una serie de pasos aplicables en la virtualidad, en un proceso concertado entre miembros del equipo, artesanos, artesanas y demás actores. A continuación, se describen los principales pasos de la estrategia:

1. Consulta de fuentes: los documentos base fueron los producidos por el equipo APV (los diagnósticos, las bitácoras de diseño, los “criterios de evaluación por niveles” y el cuadro de ventas de las ferias de 2019), por el grupo de Laboratorio Bolívar (sus bitácoras de diseño e imágenes de los productos) y parte del trabajo del



equipo de Etnias (el Compendio de cultura material y la bitácora de diseño de Asoarhuaco).

2. Asesoramiento virtual: contacto entre artesanos y artesanas con el equipo encargado de APV para facilitar el acercamiento y dar indicaciones sobre el proceso técnico de diseño.
3. Llamada telefónica con los líderes y lideresas de los grupos: el miembro del equipo preguntó por su interés, disposición, disponibilidad de tiempo y por las herramientas con las que contaban para la comunicación, con el fin de definir la estrategia de atención. La respuesta general fue positiva y estuvo acompañada por la expectativa de seguir fortaleciendo la actividad artesanal, a pesar de las limitaciones propias de la pandemia.
4. Comunicación permanente con los grupos: particularmente con los beneficiarios y las beneficiarias de Bolívar, se realizó un acompañamiento continuo y paralelo con el levantamiento de sus necesidades en herramientas, insumos, materias primas y de bioseguridad. Como resultado, ocho de los once grupos contactados en Bolívar iniciaron el fortalecimiento. Al mismo tiempo, se trabajó con cuatro comunidades arhuacas del Magdalena.
5. Revisión de la información recolectada: el trabajo anterior sirvió para priorizar las necesidades a mejorar a través del desarrollo de ejercicios prácticos en diseño, en medio de la nueva normalidad. Se buscó integrar en los talleres los aspectos tanto culturales como técnicos y fortalecer así el proceso creativo de las comunidades.

METODOLOGÍA IMPLEMENTADA CON ALGUNOS BENEFICIARIOS DE BOLÍVAR

Definición de la ruta de atención

El equipo de APV encargado de este departamento priorizó algunos temas en orden de las necesidades en el diseño de las artesanías de las comunidades y las posibilidades en tiempos de pandemia. El objetivo sería agregar valor, inspirar y fortalecer el proceso creativo. A continuación, aparecerá una lista con los temas seleccionados y algunas descripciones de los propósitos a lograr:

- a. Cultura e identidad: identificar y expresar quiénes son, lo que los hace únicos como comunidad y como grupo artesano. Estas características se convertirán en sus referentes de diseño.
- b. Objeto y producto artesanal: indagar por el concepto detrás de la artesanía, sus características y cómo es su enfoque productivo y comercial.
- c. Nuevas tendencias de consumo después del COVID-19: sugerir herramientas para hacer parte de la nueva dinámica comercial.
- d. Inspiración: proponer talleres para encontrar estímulos creativos en imágenes de objetos hechos con materiales naturales y productos artesanales que cumplen con los parámetros estéticos y funcionales comercializados en las ferias.



- e. Innovación: hablar sobre qué es innovar, cuáles son sus formas y de algunos ejemplos de esta estrategia en las artesanías.
- f. Producto souvenir: la gerencia de Artesanías de Colombia pidió fortalecer esta categoría de producto como parte de la estrategia contingente. Entonces, el propósito es explicar qué es un souvenir, los tipos y cuál es su objetivo.
- g. Línea de producto: para diferenciar las familias de productos, mostrar imágenes para construir el concepto y luego aplicarlo en las artesanías.
- h. Teoría del color, composición y efecto degradé: a través de diferentes talleres, los artesanos y artesanas seleccionados serán capaces de diferenciar los conceptos de círculo cromático, clasificación de los colores, composición, tipos de composición y efecto degradé.

Metodología para los talleres virtuales

Dadas las condiciones de la salud pública, el reto del equipo fue elaborar talleres que pudiesen ser explicados, de manera sencilla, a través de presentaciones. Los contenidos debían ser atractivos, concretos y no tener más de seis diapositivas para facilitar su difusión a través de WhatsApp.

Los talleres virtuales se realizaron con diferentes herramientas, según las posibilidades de los artesanos. El equipo se reunió con los beneficiarios y las beneficiarias de Cartagena y Pontezuela por medio de videollamadas por WhatsApp; con los tres grupos de Cascajal se dieron reuniones por

Google Meet y videollamadas por WhatsApp; con los tres grupos de tejedoras (Tejesperanza, ASMERSAN y Liga de mujeres desplazadas de San Jacinto) a través de videollamadas por WhatsApp, al igual que con los Luthiers de San Jacinto. La frecuencia de los talleres fue de cada dos semanas, según el horario más conveniente para cada grupo y, para cada sesión, durante dos horas.

La metodología implementada para el desarrollo de los talleres fue la misma para todas las comunidades y todos los grupos de artesanos. Primero, se enviaba la cápsula o el contenido al grupo, a través de los dispositivos disponibles, con el fin de que los artesanos y las artesanas se prepararan para la actividad. Al mismo tiempo, se les pedían los materiales requeridos para el ejercicio práctico, como papel, lápiz y colores.

El día del encuentro, por WhatsApp o Google Meet, el asesor o la asesora encargada presentaba el tema de la sesión. Luego, los artesanos y las artesanas decían qué pensaban sobre los conceptos y entre todos y todas hacían una construcción colectiva de la definición del tema a tratar. Más adelante, iniciaba el ejercicio práctico. La mayoría de los talleres proponía aplicar las definiciones en un dibujo o una lluvia de ideas, ya fuese de manera individual o grupal. Mientras esto ocurría, la persona encargada interrumpía la llamada por un espacio de tiempo controlado y la retomaba en la hora estimada para acabar la actividad. Continuaban con la socialización de los resultados y finalizaban con las conclusiones. En el último momento, se dejaba una tarea que permitiera el fortalecimiento de los grupos en términos de relacionamiento, intercambio de saberes y aprendizaje colectivo. A partir del segundo taller, se iniciaba la actividad retomando los conceptos tratados en el espacio anterior, con el fin de conectar los contenidos, testear la apropiación de los conceptos e integrar a los nuevos participantes.





Imágenes de presentación 49 y 50: algunos de los talleres enviados a las comunidades y grupos beneficiarios (APV, 2020).

1. Taller "Identidad y referentes"

Objetivo: afirmar la identidad y la cultura propia como agentes generadores de valor en el proceso creativo, productivo y comercial del producto artesanal. Para esto, se identificarán los elementos diferenciales aplicables en el proceso de co diseño, ya sea desde lo geográfico, lo cultural o desde los referentes del oficio.





Fotos 23 a 28: resultados del taller “Identidad y referentes” en el corregimiento Pontezuela, en Cartagena, Bolívar. Tomadas por el artesano Miguel Jurado, en 2020.

2. Taller “Producto artesanal”

Objetivo: fortalecer el producto artesanal como una expresión de la cultura propia y del patrimonio nacional. Además, definir qué es objeto artesanal, producto artesanal y sus características desde lo cultural, lo productivo y lo comercial; aspectos fundamentales a tener en cuenta en el proceso creativo.

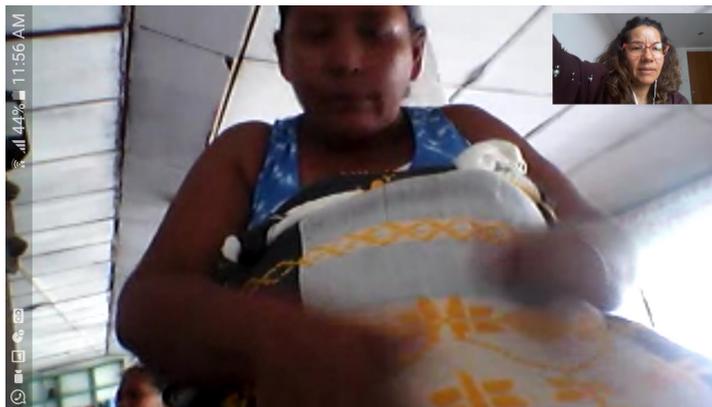


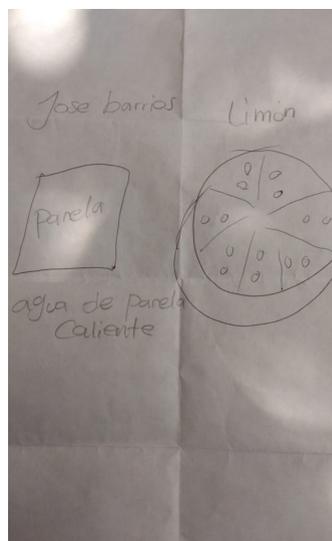
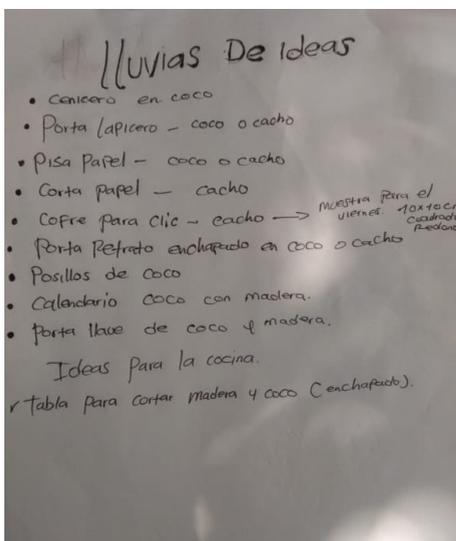
Foto 29: artesana del grupo Tejesperanza, de San Jacinto, Bolívar, en medio del taller “Producto artesanal”. Tomada por Adriana Sáenz, en 2020.

3. Taller “Nuevas tendencias de consumo por el COVID-19”

Objetivo: contextualizar a los artesanos y las artesanas sobre la nueva realidad social y económica que afecta el consumo y los requerimientos de los clientes. Se hablará también sobre la necesidad de nuevas propuestas para la producción y comercialización de las artesanías.

4. Taller “En búsqueda de inspiración”

Objetivo: mostrar el producto artesanal en otros contextos, para resaltar su estética y su función decorativa y, a la vez, proponer nuevas alternativas para su uso en nuevos espacios e inspirar al grupo para su proceso creativo.



Fotos 30 y 31: algunos resultados del taller “En búsqueda de inspiración” con el grupo Artesanías Edwin, en Cartagena, Bolívar. Tomada por Johny Torres, en 2020.

5. Taller “Las posibilidades de la innovación”

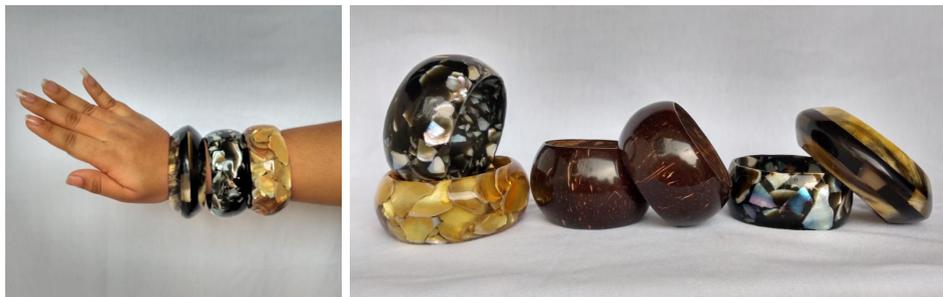
Objetivo: identificar los tipos de innovación aplicables al producto artesanal para tener en cuenta las posibilidades que tienen al introducir novedades en sus productos, con los materiales locales y las técnicas tradicionales.



Foto 32: una de las innovaciones de Artesanías Edwin, de Cartagena, para participar en ferias virtuales. Tomada por Johnny Torres, en 2020.

6. Taller “Qué es un souvenir”

Objetivo: ofrecer información sobre qué alternativas existen para que un producto pueda ser viable comercialmente, además de proponer estrategias para el fortalecimiento de la comunidad en medio de la contingencia, especialmente, para las poblaciones que habitan en territorios donde el turismo es protagonista de la economía.



Fotos 33 y 34: productos souvenir de Artesanías Edwin, de Cartagena.
Tomadas por Johny Torres, en 2020.

7. Taller “Referentes botánicos”

Objetivo: identificar referentes de diseño alusivos al conocimiento tradicional de las plantas medicinales en los diferentes grupos, además de promover su uso en medio del contexto de la pandemia.



Foto 35: uno de los resultados del taller “Referentes botánicos” en el corregimiento de Pontezuela, en Cartagena, Bolívar. Tomada por Miguel Jurado, en 2020.

8. Talleres de fortalecimiento técnico y productivo

Los talleres anteriores se complementan con un bloque de ejercicios prácticos de fortalecimiento técnico y productivo orientado a elaborar nuevas propuestas de productos y a la preparación de los grupos para su participación en ferias virtuales. Algunos de estos talleres son: de experimentación técnica, de seguimiento del prototipo, de evaluación

de resultados y ajustes (para luego concretar criterios de calidad), de transferencia y fortalecimiento técnico, de definición de planes de producción para ferias virtuales y de seguimiento a la implementación de los planes de producción.

9. Resultados

Como resultado del proceso, se logró la participación de seis grupos en las tres ferias virtuales de Artesanías de Colombia: tres de Cascajal, los Luthiers de San Jacinto, las artesanas de Tejesperanza y el grupo Artesanías Edwin. También, los grupos de Cascajal, Pontezuela y Artesanías Edwin desarrollaron nuevos productos y la entidad compró diez referencias nuevas de Pontezuela, cinco de coco y cacho y seis de Cascajal.

Sobre las limitaciones en la ejecución del programa, se encontró que la falta de cobertura del servicio de Internet, el clima, la amenaza del COVID-19, las circunstancias personales y la necesidad de buscar nuevos sustentos económicos afectaron el ánimo y la participación de algunos artesanos y artesanas. Además de estas variables, cabe resaltar que la baja disponibilidad de dispositivos para la comunicación (teléfonos inteligentes o computadores) condicionó la participación de las comunidades y grupos artesanales en los diferentes ejercicios propuestos.

METODOLOGÍA IMPLEMENTADA CON ALGUNOS BENEFICIARIOS DE MAGDALENA

Definición de la ruta de atención

Para definir la ruta de atención, el equipo de APV habló con la líder de Asoarhuaco, Judith Torres, la encargada de dirigir el proceso artesanal de las comunidades vinculadas a la asociación. Se buscaba identificar las necesidades de los beneficiarios y las beneficiarias y la mejor manera en la que el equipo del componente de Diseño del programa pudiese realizar el acompañamiento a distancia. Después de algunas conversaciones, se acordó priorizar el fortalecimiento de: el rescate de las puntadas tradicionales y de la simbología, la revisión de los parámetros de calidad y la estandarización de las medidas de los diferentes productos elaborados.

La metodología seleccionada fue la de dividir los talleres por cápsulas de temas similares, para facilitar el desarrollo de los ejercicios y la interiorización de sus conceptos. Además, se propuso construir las definiciones colectivamente para motivar la participación en las actividades y cultivar los lazos de solidaridad entre la comunidad. Un ejemplo de estas cápsulas es la que se centra en la cultura y el fortalecimiento de la identidad. Indaga por las características particulares de la cultura arhuaca a través de preguntas como quiénes son y qué los hace únicos y especiales.



El contenido de los talleres se enfoca, en primera instancia, en el conocimiento que tienen los pueblos indígenas sobre su territorio y en su capacidad de transformar los recursos de su entorno en objetos bellos, útiles y con gran significado; desde su tradición, cultura e identidad. Estos objetos —elaborados con técnicas ancestrales y con fines utilitarios, ceremoniales o sagrados— han trascendido el territorio para convertirse en productos artesanales que cuentan una historia sobre su territorio y su cultura de origen.

En búsqueda de las características de su identidad, las imágenes de arhuacos y arhuacas, de su territorio, su indumentaria, de los tejidos y las mochilas que elaboran fueron las herramientas que llevaron a reconocer a la mochila arhuaca como un elemento representativo del “ser arhuaco”. A partir de esta mochila, se trabajaron temas como: cuáles son las puntadas tradicionales, cómo es la transferencia de saberes entre las mujeres de las comunidades, cuál es el método para aprender a tejerlas y conocer sus nombres, cuál es el tejido de muestra y cuál el de las mini mochilas, qué significado tiene la mochila y qué historias están asociadas, qué símbolos se tejen en la mochila y cuáles son los más relevantes para la comunidad y qué usos se le da a esta artesanía.

Entre los talleres que se propusieron para el fortalecimiento de la identidad arhuaca, se mostró una presentación del programa Etnias, titulada “Mochilas”, sobre los materiales, tipos y significados de las mochilas de 14 pueblos indígenas colombianos. Esta información llamó mucho la atención del grupo Gunmaku, puesto que encontraron algunas afinidades con otros pueblos indígenas en términos del significado, los materiales, las figuras y el uso de la mochila. La actividad sirvió además para profundizar sobre el valor cultural de las mochilas arhuacas.



MOCHILA TRADICIONAL WAYUU

La mochila tradicional Wayúu es hecha en crochet con una sola puntada sencilla. Tiene cuerpo y una base circular y es hecha con hasta 5 colores vivos y de alto contraste. Al tejido suelen incorporar kaanasú o dibujos que nos revelan el mundo en que viven y por ende son de gran valor simbólico para cada comunidad. Estos diseños se transmiten de generación en generación, junto con sus significados y mitos relacionados. Suelen representar ideas complejas del mundo o historias.



El progreso
es de todos

Gobierno
de Colombia
Mincomercio



MOCHILA KAMÉNTSÁ

La mochila del pueblo Kaméntsá representa su historia, cultura, pensamiento propio y tradición.

Antiguamente, los ancestros del pueblo Kaméntsá llevaban sus mochilas a las mingas y en estas transportaban El Guawila que tradicionalmente es conocida como la comida para compartir en familia.

Cuentan los mayores que la simbología que se usaba en las mochilas estaba adecuada a quien las usaba, si la mochila la portaba un hombre en esta mochila se contaban historias relacionadas con la cotidianidad de los hombres y las historias de estos. Y si la mochila la usaba una mujer las historias y simbología plasmadas en esta mochila correspondía a los círculos de las mujeres.



El progreso
es de todos

Gobierno
de Colombia
Mincomercio





Imágenes de presentación 51, 52, y 53: algunas diapositivas de las cápsulas de los talleres sobre mochilas (APV, 2020).

Metodología para los talleres virtuales

Los talleres virtuales se realizaron con dos de las cuatro comunidades, dado que solo los Bunkwimake (de Santa Marta) y los Gunmaku (de Aracataca) cuentan con wifi en la institución educativa. Una vez se habló con la persona líder de cada comunidad, se acordaron reuniones cada 20 días para trabajar en los contenidos de Desarrollo humano y Diseño. Cada jornada tuvo un promedio de una hora y media para cada taller, tiempo que se redujo significativamente por las dificultades técnicas para la



conexión o el clima, ya que retrasaban la llegada y/o aceleraban la partida de los y las participantes.

La metodología implementada para los talleres inició con la presentación del programa APV a los beneficiarios y las beneficiarias. El desarrollo de las actividades se diferenció por las características de la conectividad. En el caso de la comunidad Gunmaku, se contaba con un computador para socializar los contenidos y desarrollar el taller con 20 personas en promedio. Para la comunidad Bunkwimake, los talleres se realizaban a través del celular de la líder y con 20 mujeres asistentes, en promedio. En ambos casos, los líderes de cada comunidad hicieron las veces de traductores de los contenidos, que se explicaban página por página.

Los contenidos se compartían previamente al WhatsApp del líder o lideresa. Sin embargo, generalmente, no tenían señal, por lo que las instrucciones se daban en el mismo momento del desarrollo del taller, al igual que la lista de materiales necesarios (casi siempre, papel, lápiz y/o colores). Quien lideraba se comunicaba con la asesora cuando el grupo estuviese listo para iniciar el ejercicio, pues los y las participantes debían desplazarse entre dos y siete horas para llegar al punto de reunión.

Una vez se presentaban los temas a tratar y se traducían los contenidos, se hacía una construcción colectiva de las definiciones de los conceptos centrales de cada actividad. Luego, iniciaba el ejercicio práctico para aplicar el o los conceptos desde el dibujo individual o grupal. Mientras esto ocurría, la persona encargada interrumpía la llamada por un espacio de tiempo controlado y la retomaba en la hora estimada para acabar la actividad. Continuaban con la socialización de los resultados y finalizaban con las conclusiones. En el último momento, se dejaba una tarea que permitiera el fortalecimiento de los grupos en términos de relacionamiento,



intercambio de saberes y aprendizaje colectivo. A partir del segundo taller, se iniciaba la actividad retomando los conceptos tratados en el espacio anterior, con el fin de conectar los contenidos, testear la apropiación de los conceptos e integrar a los nuevos participantes.

Los temas de los talleres tenían como eje central la identidad y como objetivo lograr que artesanos y artesanas pudiesen caracterizar su cultura al mismo tiempo que sus referentes en la labor artesanal. Los talleres seleccionados fueron:

- Taller de cultura e identidad.
- Taller de referentes culturales, enfocado en la identificación y documentación de las puntadas tradicionales y de la producción de muestras y mini mochilas.
- Taller de la mochila arhuaca para conocer la importancia de esta artesanía dentro de la cultura, los tipos, usos, materiales y significados, además del papel de la mujer arhuaca en su elaboración.
- Taller sobre los símbolos en las mochilas, cuáles son los más representativos y los que primero aprenden a tejer las mujeres.
- Taller de la mochila y sus significados en otros pueblos indígenas.
- Taller de análisis del proceso productivo.
- Taller sobre los referentes botánicos en las artesanías.
- Taller para planear su participación en las ferias virtuales, desde la definición del plan de producción y el seguimiento de las diferentes tareas hasta la entrega de la materia prima.
- Reuniones de seguimiento a la producción, incluyendo la selección

del color, las medidas, cantidades de productos y los prototipos de mochilas poporeras con puntadas tradicionales umi, media y yukurumu.

1. Talleres cápsula “Las mochilas y sus significados”

Objetivo: compartir el conocimiento que tiene Artesanías de Colombia sobre las mochilas de otras culturas indígenas colombianas, como elementos que representan la identidad de las comunidades, para facilitar la identificación de las características propias de la cultura arhuaca y exaltar su valor y referentes de diseño.



Foto 36: comunidad Gunmaku, de Aracataca, Magdalena, en medio de los talleres de Identidad y referentes. Tomada por el artesano Alexander Torres, en 2020.

2. Taller “El proceso creativo de un producto artesanal”

Objetivo: analizar el proceso creativo y productivo de la mochila arhuaca e identificar las dificultades y fortalezas de la comunidad en estos procesos.

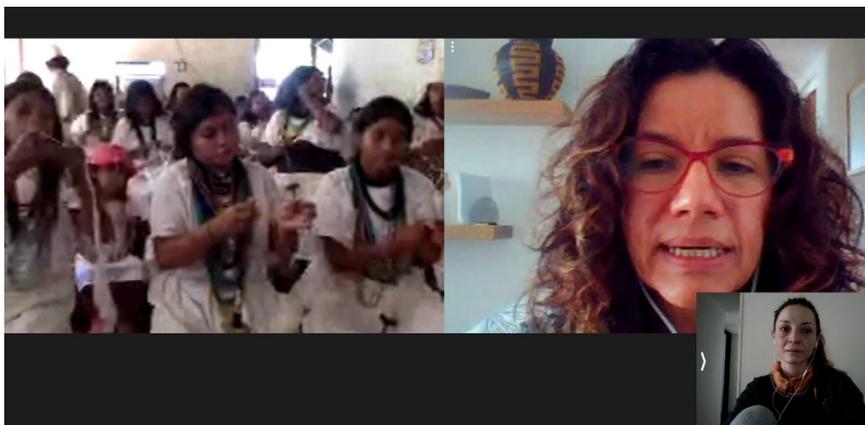


Foto 37: una de las sesiones con la comunidad Gunmaku, de Aracataca, Magdalena, en medio de los talleres de Identidad y referentes. Tomada por Adriana Sáenz, en 2020.

3. Taller “Algunos referentes botánicos”

Objetivo: identificar los referentes de diseño que parten del conocimiento tradicional de las plantas medicinales en los diferentes grupos y cómo se da su práctica en el contexto de la pandemia. Este taller en específico fue direccionado desde la gerencia de Artesanías de Colombia.



Foto 38: comunidad Gunmaku, de Aracataca, Magdalena, en medio del taller de “Algunos referentes botánicos”. Tomada por el artesano Alexander Torres, en 2020.

4. Resultados

Como resultado del proceso, se logró el trabajo conjunto entre líderes y lideresas de las cuatro comunidades que participaron en los talleres de Magdalena. El propósito fue elaborar ejercicios prácticos que contribuyeran a la producción de mochilas y a su participación en las ferias virtuales de Artesanías de Colombia. En total, se realizaron entre ocho y seis talleres con dos de las cuatro comunidades arhuacas. Además, se identificaron 13 puntadas tradicionales en la comunidad Gunmaku y 11 en la comunidad Bunkwimake para la producción de mini mochilas. Al mismo tiempo, se trabajó en el fortalecimiento del conocimiento de las puntadas tradicionales en los espacios de transmisión de saberes entre las mujeres y en tres de las cuatro comunidades; con los Gunmaku, Bunkwimake y Umuke. Por último, se consiguió que el Mamo de Gunmaku aprobara la producción de mochilas, con fines comerciales, utilizando las 13 puntadas tradicionales identificadas.

Sobre las limitaciones en la ejecución del programa, se encontró que la geografía, el clima, la falta de cobertura y las circunstancias personales de algunos líderes y lideresas dificultaron su comunicación con el equipo de APV. Además, se debe señalar que el tiempo para desarrollar los talleres fue limitado debido a las dificultades técnicas por la falta de señal, la baja disponibilidad de dispositivos para la comunicación, el idioma y la distancia entre el lugar de reunión y las poblaciones.

Referencias

- Banks, M. (2008). *Los datos visuales en investigación cualitativa*. Madrid: Ediciones Morata.
- Buck-Morrs, S. (2009). Estudios Visuales e Imaginación Global. *Antípoda. Revista de antropología y arqueología. Universidad de Los Andes*. 9, 19-46. Recuperado de <https://revistas.uniandes.edu.co/doi/pdf/10.7440/antipoda9.2009.01>
- Carles, C. y Expósito, M. (2006). *Maletín de Campo: una guía práctica para la capacitación y facilitación en procesos grupales*. Santo Domingo: Veterinarios Sin Fronteras. Recuperado de https://repera.files.wordpress.com/2009/03/capitulo_1_y_2.pdf
- Chambers, R. y Conway, G. (1991). Sustainable Rural Livelihoods: Practical Concepts for the 21st Century. Institute of Development Studies Discussion Paper (296). Sussex, Reino Unido.
- Corte Constitucional (2009). Autos 004 y 005. Protección de derechos fundamentales de personas e indígenas desplazados por el conflicto armado en el marco de superación del estado de cosas inconstitucional declarado en sentencia T-025/04. Enero 26 de 2009. Magistrado Ponente Manuel José Cepeda Espinosa. Recuperado de <https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/Autos/2009/A004-09.htm>
- Departamento para el Desarrollo Internacional (2001). Hojas orientativas sobre los medios de vida sostenibles. Recuperado de https://www.livelihoodscentre.org/documents/114097690/114438878/Sus_livelihoods_guidance_sheets_es.pdf/aabbf495-795b-239b-7201-b0ca663101e5?t=1569512038420



- Espinoza, G. (marzo 14 de 2016). El territorio indígena. Consejo Regional Indígena del Cauca. Recuperado de <https://www.cric-colombia.org/portal/el-territorio-indigena/#:~:text=Para%20los%20pueblos%20ind%C3%ADgenas%20el,hablan%20de%20planes%20de%20vida>.
- Espinoza M. y Shlenker, J. (2009). “Antropología (y lo) visual”. *Antípoda. Revista de antropología y arqueología. Universidad de los Andes*. (9), 11-14.
- Geilfus, F. (2002). *80 Herramientas para el Desarrollo Participativo. San José de Costa Rica: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura*. Recuperado de <http://repiica.iica.int/docs/B0850e/B0850e.pdf>
- In Color Balance. (2012). “Paleta de colores”. Recuperado de <https://paletasdeclores.com/>
- Kaluf, C. (2005). “Diversidad cultural: materiales para la formación docente y el trabajo en el aula” Oficina Regional de Educación de la UNESCO para América Latina y el Caribe: Santiago de Chile. Recuperado de <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000151226/PDF/151226spa.pdf.multi>
- Luna-Nemecio, J. (2020). Ciencias Sociales y COVID-19: retos, vicisitudes y oportunidades para la investigación. México: CIFE.
- Sánchez, M. (1991). *La participación, metodología y práctica*. Madrid: Editorial Popular.

Vargas, L., Bustillos, G. y Marfan, M. (1993). *Técnicas participativas para la educación popular*. (Tomos 1 y 2) Madrid: Editorial Popular.

VVAA. (2009). “Manual de Metodologías participativas”. Madrid: CIMA. Recuperado de http://www.redcimas.org/wordpress/wp-content/uploads/2012/09/manual_2010.pdf

