

## EJE TEMÁTICO: DESARROLLO, FAMILIA Y REPRESENTACIONES SOCIALES

### Capítulo VII

# Imaginaris sociales de la parcialidad indígena Mokaná de Tubará frente al emprendimiento cultural y creativo\*

MALORY JIMÉNEZ REYES<sup>+</sup>

## INTRODUCCIÓN

Colombia es un país pluriétnico y multicultural; sin duda alguna, esta designación se da a partir del reconocimiento de los territorios indígenas que datan de la época pre-colombina y evidencian el legado de los ancestros. Al respecto, el Departamento de Planeación Nacional-DPN (citado en UNICEF, s.f.) precisa en cifras la población indígena colombiana:

701.866 habitantes indígenas, los cuales están localizados en cinco macrorregiones identificadas como: Amazonía, con 83 entidades territoriales (resguardos y reservas), 44 grupos étnicos y una población de 48.622, equivalente al 6,9 %; Orinoquia, con 124 entes territoriales, 56 grupos étnicos y 69.866 habitantes que representan el 9,9 % de la población indígena nacional, en la que se destacan los sicuani, con el 29,4 %, los curripacos, con el 10,1 % y los tukano, con el 9,7 % de la región. La región Centro Oriente, con 28 resguardos, entre los que se desatacan los pijao, con el 9 %, los uva, con el 19 % de una población de 36.017 habitantes de la región, equivalente al 5,1 % de la población indígena nacional. La región de Occidente con 222 resguardos, 27 pueblos indígenas y 337.636 habitantes, lo que representa la mayor población del país

\* Investigación financiada por la Universidad Simón Bolívar. Acto administrativo P-03040021015 de 2015.

+ Trabajadora Social, Magíster en Desarrollo y Gestión de Empresas Sociales, Profesora e investigadora del grupo de investigación Educación, Ciencias Sociales y Humanas, categorizado A, Universidad Simón Bolívar, Barranquilla. mjimenez70@unisimonbolivar.edu.co

(48,1%), destacándose el pueblo nasa o paez, con el 35,1% de la población indígena de la región, los embera, con 1,1% de la región, los pastos, con el 16,4% y los guambianos, con el 6,1%. La Costa Atlántica cuenta con 22 entes territoriales, 17 grupos étnicos y 209.719 habitantes que representan el 29,4% de la población de la región. El grupo mayoritario de la región es el wayú, con el 68,6% de la región, le siguen los zenú, con el 16,1% y los arhuacos, con el 6,8% (p.24).

A pesar de los esfuerzos por determinar con exactitud la población indígena en Colombia, se le suman factores de orden social tales como: desplazamientos por razones de violencia, pobreza, voluntarios, entre otros, que hacen imposible el logro de establecer una cifra veraz; así cuantitativamente, la población varía de una organización a otra (UNICEF, s.f.).

Además de la desinformación poblacional, a estos grupos minoritarios les aqueja la problemática de la identidad, viéndose visiblemente afectada por causa del trastocamiento de las prácticas culturales tácitas en la ley de origen; esta situación data de antaño y como hecho fundante se ubica la colonización, que vino a ser una idea sistemática progresista, impregnada de un dogma de superioridad, pretendiendo la organización de territorios a partir de la cual se ha venido dando paulatina y sigilosamente el deterioro del acervo ancestral.

A la configuración de la identidad le antecede el reconocimiento por agentes primarios y secundarios, siendo estos, la familia, y la institución educativa, los medios de comunicación, las políticas públicas, entre otros, respectivamente, que se convierten en marcos referenciales alrededor de la construcción social que posibilita el autorreconocimiento del sujeto. La realidad social es contraria al planteamiento de esta dinámica favorecedora de los procesos identitarios, y en las parcialidades indígenas el proceso de socialización se limita al ejercicio de los núcleos familiares, que sin soportes externos pierde fuerza en el impacto social esperado; sin embargo, pese a los efectos hegemónicos occidentales, los indígenas desde sus territorios continúan propiciando escenarios de resistencia y liderando iniciativas emancipadoras que permitan nuevas generaciones críticas y reflexivas de sus realidades sociales y sobre todo, de la inserción de la perspectiva intercultural como garante de la pervivencia de los pueblos amerindios.

*De este panorama expuesto, se deriva un movimiento donde quienes tienen el poder económico y político establecen una relación de subordinación para los grupos en situación de desventaja, por lo tanto se produce un efecto que busca homogeneizar a la sociedad, que bien puede ser premeditado o espontáneo dado en el marco de la dinámica del proceso globalizador y/o producto de la omisión en torno al no reconocimiento de la diversidad presente. (Jiménez y Mendoza, 2015, p.119)*

En este orden de ideas, son diversos los mecanismos ideados en pro de la fundamentación cultural de los Mokaaná y como acto de resistir se instauran los diálogos de saberes, los usos y costumbres, y la transferencia de estos mediante la conversión a bienes

y/o servicios que materializan el pensamiento indígena, este, además de llevar implícito el carácter formativo y permitir la apropiación social de conocimiento, se ha convertido en parte del sustento económico de las parcialidades indígenas del país, quienes en su mayoría derivan su ejercicio laboral mediante actividades primarias y la comercialización de artesanías. A los indígenas les resulta difícil obtener vinculación laboral formal; en ello influyen las condiciones geográficas, culturales, la educación y un marcado estigma racial, constituyéndose este último en la base de la exclusión. En atención a estas causales se destaca la lejanía de los territorios ancestrales de las urbes, que es donde se concentra el sector industrial y empresarial, por lo tanto los aborígenes basan su economía en la agricultura, la caza y cría de animales.

En la actualidad el emprendimiento cultural y creativo se inserta en el país bajo la denominación de economía naranja; este emana de los procesos de participación ciudadana, específicamente de los espacios concernientes a la promoción, rescate y preservación cultural. La constancia de estas actividades suele ser con fines de sentido de identidad y pertenencia por los ancestros, poco saben los gestores que pueden exceder este ámbito, donde además de consolidar la identidad es posible fortalecer el desarrollo socioeconómico de la parcialidad, es decir, aunque en estos espacios se da la producción y comercialización de productos que son derivados de la cosmovisión indígena, la dinámica no está enmarcada en el concepto de administración, por ende es posible que haya desconocimiento frente a visionar unidades productivas a partir de las culturas propias desde una perspectiva creativa e innovadora. Adicionalmente, las nuevas generaciones no conciben un futuro próspero, debido a que las condiciones y garantías no alcanzan el nivel de bienestar; a esto se le suma una historia familiar con un oficio tradicional marcado por la carencia. Teniendo en cuenta lo anterior, es pertinente reflexionar en torno a los factores que inciden en la calidad de vida y el desarrollo de estas comunidades, y justo aquí es importante abordar la dinámica operativa-empírica de los procesos y procedimientos, pues la transferencia de conocimiento carece del respaldo de entes formales y, en muchos casos, aparece sesgada por la subjetividad de las personas, la falta de acompañamiento continuo por parte de la academia, la ausencia del sector productivo y empresarial y la desarticulación entre los actores sociales mencionados.

Jiménez, Mendoza y Mendoza (2016) destacan el arte gestado desde los escenarios en los cuales tienen lugar las actividades de participación e indican:

*El arte indígena desde la cosmovisión ancestral es depositario de tradiciones, usos y costumbres, raíces culturales a través de las cuales mujeres y hombres de los pueblos indígenas expresan y reproducen, no solo sus legados ancestrales milenarios, sino sus pensamientos como forma de resistencia étnica cultural para la conservación y pervivencia como pueblos legendarios. (pp.93, 94)*

Con relación a la cadena productiva artesanal, entendiéndose conceptualmente por cadena productiva según Tomta y Chiatchoua (2009)

*Todas las etapas comprendidas en la elaboración, distribución y comercialización de*

*un bien o servicio hasta su consumo final. En otras palabras, se puede analizar una cadena productiva desde una perspectiva de los factores de producción. Es un conjunto de agentes económicos que participan directamente en la producción, transformación y el traslado hacia el mercado de un mismo producto. Tiene como principal objetivo localizar las empresas, las instituciones, las operaciones, las dimensiones y capacidades de negociación, las tecnologías, las relaciones de producción y las relaciones de poder en la determinación de los precios. (p.149)*

En atención al concepto de cadena productiva surgen una serie de interrogantes e inconsistencias frente al proceso de producción y comercialización de los productos; permanecen ausentes las variables: agentes económicos, capacidad de negociación, tecnologías, innovación e identificación del *stakeholder*.

El municipio de Tubará cuenta con bienes del patrimonio etno-cultural del territorio ancestral, este es reconocido como parcialidad indígena por la Organización Nacional de Indígena de Colombia, tiene sitios turísticos y sagrados que datan de la época precolombina y colonial; en este sentido es acreedor de la cosmogonía ancestral de los mokaná manifestada en usos y costumbres, entre otros aspectos tangibles que evidencian el carácter de los antepasados; arquitectónicamente conserva la distribución e ideación que tuvieron las primeras familias que habitaron el territorio. Estas y otras peculiaridades resultan ser atractivo turístico para visitantes nacionales y extranjeros.

La presente investigación se sustentó en la necesidad de conocer el potencial histórico ancestral, a partir del cual es posible redireccionar el emprendimiento cultural y creativo, fue la consulta frente al universo de posibilidades y optimización que brindan los actuales modelos de producir y comercializar, así mismo permitió conocer desde un contexto histórico, social y cultural las variables que determinan los imaginarios sociales en relación al tema tratado.

Teniendo en cuenta lo anterior, al indígena hay que comprenderlo desde un contexto histórico, social, político y económico, garantizando los sellos identitarios, el rescate y la visibilización de los legados ancestrales; de esta manera todas las acciones en pro del bienestar deben estar permeadas por la ley de origen como principio garante de protección. Otro criterio que justificó el curso del presente trabajo es la escasa literatura disponible de la etnia mokaná y la ausencia de la problemática como tema objeto de estudio en las instituciones de educación superior y en los escenarios públicos. Por consiguiente, los resultados se ubican con alta probabilidad de innovación y se inscriben como nuevo conocimiento, así mismo, en la medida que muestra experiencias personales es posible penetrar en la estructura dirigente a fin de reflexionar la política pública propuesta para las parcialidades indígenas del departamento del Atlántico.

En el marco del mejoramiento de las condiciones de vida de este grupo poblacional se han tejido sin éxito varias iniciativas de desarrollo económico. En tales condiciones estas actividades afrontan varios desafíos: uno de ellos es la vinculación al acervo cultural, por lo tanto es imprescindible un proceso de adaptación de los conceptos de emprendimiento, economía, sostenibilidad, innovación, entre otros.

## MARCO TEÓRICO

### Los imaginarios sociales

Disertar alrededor de los imaginarios sociales y su vinculación con el carácter y proceder de grupos étnicos, se constituye en un desafío, en la medida que aún las políticas públicas y organizaciones sociales que pretenden las transformaciones de las realidades, están sesgadas por el carácter reduccionista de la corriente positivista que permea la forma de ver y abordar los contextos. En este sentido es preciso decantar conceptualmente en relación al término, además de la incidencia de estos en la consolidación del conocimiento y verdades construidas por los hechos y cohesión que se dan en las colectividades.

A los imaginarios sociales les antecede la percepción, que según Gestalt (citado en Oviedo, 2004) es:

*Una tendencia al orden mental. Inicialmente, la percepción determina la entrada de información; y en segundo lugar, garantiza que la información retomada del ambiente permita la formación de abstracciones (juicios, categorías, conceptos, etc). (p.90)*

En coherente con lo anterior, Vargas (1994) la define:

*como el proceso cognitivo de la conciencia que consiste en el reconocimiento, interpretación y significación para la elaboración de juicios en torno a las sensaciones obtenidas del ambiente físico y social, en el que intervienen otros procesos psíquicos entre los que se encuentran el aprendizaje, la memoria y la simbolización. (p.48)*

En este orden de ideas cada individuo asume una postura frente al medio que lo rodea y crea sus propios juicios; en un sentido más estricto cada persona saca sus propias conclusiones. Sin embargo, cuando la percepción excede lo personal y se instaura en la colectividad, se da la transición hacia la configuración de los imaginarios sociales.

*El imaginario traspasa un ámbito personal-individual y se instaure en lo colectivo, es decir en lo social, cada individuo es casi la sociedad entera, pues refleja sus significaciones incorporadas. En este sentido, la sociedad establece su propio mundo, en el cual está incluida una representación de sí misma. (Agudelo, 2011, p.6)*

Seguidamente se presentan concepciones más accesibles en lo que respecta a la comprensión; aquí se ubican las posturas de:

Shotter (citado en Hurtado, 2004):

*Considera que los imaginarios tienen un carácter dinámico, incompleto y móvil; tienen además la capacidad de tener atributos "reales" a pesar de que no son localizables ni en el espacio, ni en el tiempo. Así mismo su poder para operar en las acciones de las personas a partir de procedimientos socialmente compartibles los constituyen en elementos coadyuvantes en la interpretación de la realidad social. Su comprensión nos pone en la necesidad de indagar las prácticas de la gente, los intersticios, brechas, zonas y límites donde lo imaginario existe y el papel que en el discurso de las personas pueden*

*desempeñar. Así como también, en el reconocimiento del sujeto activo que a través del imaginario como fuentes de creatividad y novedad hace posible una forma de vida, unos modos de ser humano. (p.170)*

Pintos (citado en Hurtado, 2004):

*Conceptualiza los imaginarios sociales como «aquellos esquemas construidos socialmente que nos permiten percibir, explicar e intervenir en lo que cada sistema social se considere como realidad». La realidad se construye socialmente mediante diferentes dispositivos en pugna entre Estado, mercado y empresas de construcción de realidad; a éstas se suman otras instituciones como la religiosa y educativa que también matizan esa(s) realidad(es) (p.170).*

Desde la perspectiva de los autores citados, los imaginarios sociales son determinantes en los dogmas asumidos e interiorizados por las colectividades, trazan lógicas y constituyen las singularidades poblacionales; a partir de la comprensión de estos, es posible entender comportamientos sociales, relaciones interpersonales, sistemas de organización, entre otros aspectos, que pueden llegar a representarse. Considerar la importancia de los imaginarios y la representación social con relación a los procesos llevados a cabo por entidades competentes para la atención de los grupos étnicos, es cuestionar la falta de intervenciones situadas en lo que respecta a variables socioculturales y hechos históricos concluyentes de las realidades que se tienen, se han transformado y están en constante cambio.

### **Emprendimiento cultural y cadenas productivas**

Las dificultades laborales y las crisis alrededor de la economía han puesto el emprendimiento en la cúspide, el impacto ha sido tan alto que modificó la currícula y desde la educación media se imparten contenidos educativos que responden a este.

Por su parte, Porras (2006) propone reconceptualizar la significación del término emprendimiento desde la perspectiva de la complejidad autopoiesis, ubicando la situación emprendedora en un contexto regional, que permita redireccionar las orientaciones formativas y relacionarlas con la identidad histórica, ambiental, económica y cultural, posibilitando que el ser humano asuma y ejerza el liderazgo desde la dimensión sociopolítica como garantía de la inclusión.

Atendiendo a esta perspectiva, surge lo que hoy se conoce como economía naranja, que a su vez se sustenta en denominaciones como: industrias creativas, industrias del ocio, industrias del entretenimiento, industrias de contenidos, industrias protegidas por el derecho de autor, economía cultural y economía creativa.

Según UNESCO (citado en SELA, 2011), la industria cultural es:

*Aquella que combina la creación, producción y comercialización de contenidos intangibles de naturaleza cultural, generalmente protegidos por derecho de autor, que pueden tomar la forma de bienes o servicios. Las “actividades, bienes y servicios culturales” se*

*refieren a las actividades, los bienes y los servicios que, considerados desde el punto de vista de su calidad, utilización o finalidad específicas, encarnan o transmiten expresiones culturales, independientemente del valor comercial que puedan tener (p.7).*

Y Howkins (citado en Buitrago y Duque, 2013) afirma que la economía creativa “comprende los sectores en los que el valor de sus bienes y servicios se fundamenta en la propiedad intelectual: arquitectura, artes visuales y escénicas, artesanías, cine, diseño, editorial, investigación y desarrollo, juegos y juguetes, moda, música, publicidad, software, TV y radio, y videojuegos” (p.15).

Esta economía ha sido emergente y tiene como centro la creación, manifestada a partir de símbolos, cosmogonías, mitos e historias, ha pasado de generar admiraciones momentáneas a posibilidades de inversión y gran rentabilidad, y en su mayoría todas las apuestas surgen en lo rudimentario, encarnando causas colectivas cuyos fines suelen relacionarse con procesos de resistencia social expresados a través del arte. En este sentido la perspectiva de desarrollo económico que pueda llegar a trazarse debe darse desde la concepción ideológica y desde las lógicas del contexto cultural en el cual tienen lugar las actividades, por consiguiente, para visionar unidades productivas o industrias culturales es necesario generar relaciones dialógicas entre el entramado histórico cultural e imaginarios sociales y los modelos de administración y gestión.

*El aporte de la cultura al desarrollo socioeconómico va más allá de las “cuentas nacionales” o de las lógicas masivas e industriales. Hay un denso tejido de experiencias/procesos que relacionan a la cultura con el desarrollo local, y que tienen actores, lógicas y formas de funcionamiento diferentes a las de las industrias creativas. Muchas de estas experiencias permanecen dentro de una zona de invisibilidad social y se resisten a su inscripción dentro de la red de la institucionalidad cultural estatal o privada y ciertamente comercial.*

*Algunas de estas experiencias forman parte de procesos de afirmación política y cultural, de movimientos de resistencia sociocultural, de grupos que se oponen a las versiones más institucionales de la cultura o de proyectos experimentales e innovadores, que se apartan de los estándares generalizados de la cultura de masas. (Rey, 2009, p.58)*

Acercar estas iniciativas socioculturales a la inversión y desarrollo económico implica partir del proceso de gestión asociado a la producción y comercialización del bien o servicio que deriven o puedan derivarse; para ello es indispensable citar el concepto de cadena productiva y valor agregado, que según De la Hoz, Fontalvo y Mercado (2011):

*involucra un número de etapas interconectadas, a través de la unión entre producción, transformación y consumo. Esta dimensión implica que se consideren los distintos procesos productivos y relaciones económicas que se producen entre la oferta inicial y la demanda final (p.430).*

El mismo autor tipifica a las cadenas productivas bajo tres denominaciones: completas, integradas o incompletas; refiriéndose a *completas* donde se da la interacción de todos los

componentes y eslabones: proveedores de insumos, sistemas productivos, agroindustria, comercialización mayorista y minorista, y consumidores finales, *integradas* cuando una cadena productiva se constituye en un insumo para otra, e *incompletas* cuando no hay una interacción entre los eslabones o etapas de la cadena (De la Hoz *et al.*, 2011).

Las cadenas productivas son el ciclo vital de un producto o servicio en el cual cada etapa proporciona valor y por ende las ventajas competitivas en relación a otros productos que circulan en el mercado global; el concepto nace de la planeación estratégica y busca establecer capacidades, generar debidos procesos que demarquen pautas, garanticen calidad y agilidad desde la concepción hasta el consumo final.

En relación a las capacidades cuatro autores hacen apuntes importantes Penrose (1959) habla de la innovación de los productos e incursión en otros mercados y afirma que esto no depende de la demanda sino de los recursos disponibles de la empresa, es decir, da magnitud al aspecto interno. Grant (1994) propone cambiar el discurso al interior de las organizaciones y afirma que la empresa debe definirse a partir de lo que tiene, es capaz de hacer y ofrecer y no limitarse a las necesidades que va a satisfacer. Porter (1985) introduce el concepto de cadena de valor mediante el cual es posible establecer las potencialidades de la empresa y por ende mantener las ventajas competitivas, y Fernández (1993) reafirma los planteamientos de Porter al indicar que los recursos especializados generan más renta y para ello es necesario la articulación entre lo tecnológico y lo comercial.

(Fernández, Grant, Peron y Porter, citados en Sáez de Viteri, 2000).

Humphrey (citado en Strachman y Milan, 2011) plantean tres desafíos que deben enfrentar las empresas y sectores azucareros que deseen globalizarse: en primer lugar se ubica producir conforme a las exigencias mundiales y el suministro de información en lo que respecta a la recolección, procesamiento y cultivo de los productos, seguidamente está la velocidad y condiciones de seguridad en la entrega de producto, así mismo el acceso del público, y finalmente, la generación de valor.



**Figura 1. Los generadores de valor**

Fuente: Sáez de Viteri (2000).

El potencial competitivo de la empresa: recursos, capacidades, rutinas y procesos de valor añadido

## **DISEÑO METODOLÓGICO**

### **Enfoque**

El diseño metodológico de esta investigación se enmarcó en el enfoque cualitativo, mediante el cual, a partir de la realidad y el contexto sociocultural de los sujetos investigados, se logró la comprensión e interpretación de los esquemas y patrones de comportamiento social que caracterizan y se convierten en particularidades de un determinado grupo poblacional. De esta forma, es posible entender los fenómenos sociales desde la perspectiva de sus actores, validando la emocionalidad implícita en cada actuación y su significación. De acuerdo con la metodología escogida, es pertinente la apreciación de Douglas (citado en Castaño y Quecedo, 2002), quien afirma: "Las fuerzas que mueven a los seres humanos como seres humanos y no simplemente como cuerpos humanos son materia significativa. Son ideas, motivos internos y sentimientos" (p.7), que se convierten en aspectos relevantes en los procesos investigativos de este corte.

### **Tipo**

El estudio se circunscribe en la etnografía, tomando como referencia a Kaplan y Manners (citados en Goetz y Lecompte, 1988), quienes indican que la etnografía es utilizada como modelo por los científicos sociales y a su vez se relaciona con la antropología y en particular con la perspectiva teórica estructural-funcional, asociación que está dada porque la definición de la etnografía tiene implícita el concepto de cultura. Por su parte Spradley y Mccurdy (citados en Goetz y Lecompte, 1988), afirman que los estudios de corte etnográfico captan las creencias compartidas, prácticas, artefactos, conocimiento y comportamiento de un grupo de personas.

La etnografía se constituye en un producto y una forma de estudiar la vida humana y supone tres aspectos importantes, el primero son los datos fenomenológicos que representan la concepción del mundo de los participantes, siendo estos constructos para estructurar la investigación; seguidamente está la cualidad empírica y naturalista de las estrategias de indagación permitiendo captar la realidad tal y como se da en el escenario social, y por último se resalta el carácter holístico, en la medida que se hacen descripciones de fenómenos globales en sus diversos contextos y se determina a partir de ellas las complejas conexiones causales y consecuenciales que impactan en el comportamiento (Wilson, 1977).

### **Muestra**

Se trabajó con una muestra intencional, cuyo tamaño se determinó por saturación. La distribución de los participantes tuvo en cuenta: (Edad-sexo-tipo de emprendimiento), quedando la identificación de los participantes de la siguiente manera: P#=Participante Número. Edad. Sexo. Tipo de emprendimiento (01: artesanal, 02: gastronómico, 03: turismo cultural, 04: medicina tradicional). [P3.65.M.01].

P1.45.F.01:

P2.50.F.02:

P3.65.M.01:

P4.57.F.04:

P5.48.F.02:

P6.68.M.03:

P7.55.F.02:

P8.35.M.01:

P9.53.F.01:

### ***Procedimiento***

De acuerdo al enfoque metodológico trabajado, la recolección de la información se dio a partir de los sujetos y el contexto inmediato en el cual se lleva a cabo el ejercicio productivo, siendo estos la fuente primaria de información, por lo tanto, y citando el método inductivo, la investigación se fue alimentando en función de estos aportes; en este orden de ideas se parte con la realización de observaciones participantes y diarios de campo, por lo tanto esta fue la primera técnica e instrumento utilizada, que posteriormente se ubicaría de manera transversal en el proceso de indagación.

Una vez estructurado en su totalidad el diseño metodológico y definidas las categorías apriorísticas a indagar, se procedió a trabajar con una muestra intencional, cuyo método de selección fue muestreo en cadena o por redes. De acuerdo a esta, en primera instancia se ubicó a los informantes claves a fin de que estos referenciaran al primer participante y posteriormente estos sugerían colaboradores que cumplieran con los criterios de selección previamente definidos. En el marco de esta dinámica se realizaron nueve entrevistas individuales semiestructuradas en profundidad y finalmente se llevó a cabo un grupo focal cuya finalidad además de minimizar el sesgo, estaba dada por la importancia de observar si habían modificación en los discursos luego de la interacción de los participantes, así mismo posibilitar la aparición de otros elementos que hubieran podido enmascarse u obviarse en la entrevista en profundidad. Finalmente se realiza la sistematización de toda la información recabada, la codificación y la categorización emergente, permitiendo la interpretación para llegar a los resultados y conclusiones del presente trabajo.

### ***Triangulación***

Uno de los grandes cuestionamientos que ha enfrentado las ciencias sociales es la rigurosidad científica y la veracidad de los resultados de los procesos de investigación, por lo tanto según Guardián (2007):

*La triangulación es un procedimiento imprescindible y su uso requiere habilidad por parte de la investigadora o del investigador para garantizar que el contraste de las diferentes percepciones conduce a interpretaciones consistentes y válidas. El término se tomó de la topografía y consiste en determinar ciertas intersecciones o coincidencias a partir de diferentes apreciaciones y fuentes informativas o varios puntos de vista del mismo fenómeno. En una investigación se pueden realizar varias "triangulaciones" para mejorar los resultados (p.242).*

Para esta investigación se realizó la triangulación de métodos y técnicas o triangulación metodológica, la primera denominación según Guardián (2007) consiste en "el uso de diversas técnicas para el estudio de un mismo problema". Desde este procedimiento la triangulación se realizó en la etapa de recolección de la información haciendo uso de la observación participante, las entrevistas semiestructuradas y el grupo focal; posteriormente la información fue codificada y en un segundo nivel se procedió a un análisis comparativo ubicando las interconexiones y similitudes en las categorías emergentes para validar los hallazgos.

### **Procedimiento para el análisis de resultados**

El análisis de los datos se realizó a través del método de teorización anclada específicamente por codificación abierta, según Sandoval (2002): "Uno de los procesos en la dinámica de recolección y análisis de información es la categorización de los datos recogidos conforme a patrones y tendencias que se descubren tras la lectura repetida de los mismos" (p.86).

Por su parte, Glaser (citado en Sandoval, 2002) planteó un mecanismo denominado "Codificación", este va a tener características diferentes, conforme progresa la tarea investigativa, iniciándose, con un primer nivel que él denomina codificación sustantiva o abierta, pasando luego a un segundo nivel que denomina de codificación selectiva o axial" (p.86).

En el curso del primer nivel de codificación, las transcripciones de las entrevistas realizadas se analizan línea por línea, para a partir de ello, descubrir las categorías que permitirán agrupar el conjunto de la información allí consignada. Cada categoría será distinguida con un nombre que la describe, el cual se colocará en el margen derecho de cada línea, frase, o párrafo transcritos; este nombre es el que se denomina código descriptivo o código abierto. De esta manera, segmentos diferentes de la transcripción quedarán vinculados entre sí a través del sistema de categorías generado (Glaser, citado en Sandoval, 2002, p.86).

Para este caso se identificaron aspectos y hechos fundamentales que por su naturaleza respondían al sistema de categorías apriorísticas determinadas, siendo estos codifi-

cados mediante numeración. En el segundo nivel se relacionan los conceptos evidenciando nexos entre las categorías y las subcategorías; así mismo emerge progresivamente el nuevo conocimiento que explica el problema objeto de estudio.

### Categorías Apriorísticas

CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS (Castoriadis, citado en Preciado, 2011, p.73).
EMPRENDIMIENTO CULTURAL	Apropiación social. Visibilización cultural. Desarrollo económico.	IMAGINARIOS  SOCIALES  Castoriadis (citado en Preciado, 2011, p.73).	<b>Creencias:</b> en esta categoría analítica estarán aquellas afirmaciones que se tengan como verdaderas o seguras sin importar si lo son o si tienen demostración.
CADENA PRODUCTIVA	Insumos. Transformación-Producción. Consumo-comercialización. Cadena de valor.		<b>Valoraciones:</b> juicios, opiniones, todo lo que tenga que ver con determinar el valor o la importancia de algo.
GLOBALIZACIÓN Asociatividad. Innovación.			<b>Sentimientos:</b> es la parte más cercana a la psique de Castoriadis; en esta categoría analítica se agruparán todas las emociones que surgen en el marco del imaginario social.
			<b>Significaciones:</b> en esta categoría analítica podrán verse los imaginarios directamente relacionados a signos o símbolos del entendimiento, asociaciones de situaciones, ideas o hechos a un signo que las represente.

## RESULTADOS

### Características del proceso de gestión asociado a la producción y comercialización

El proceso de gestión asociado a la producción y comercialización de los productos o servicios responde a una serie de características que condicionan y determinan el accionar de los participantes, así mismo la fabricación y venta. Emerge y se posiciona con supremacía el sentimiento hacia sus raíces étnicas, es una filosofía de vida que demarca la cotidianidad y cualquier asunto de índole personal y social; la producción se da en razón de la pervivencia cultural<sup>1</sup>, respondiendo al carácter cosmogónico<sup>2</sup>, en un segundo plano

1 P1.45. F. 01: Aquí uno siempre está haciendo cosas; los artesanos siempre estamos produciendo, que unas veces se produce más y otras menos, pero el ejercicio no lo perdemos, no lo podemos perder porque es nuestro arte de tradición, desde nuestros antepasados.

2 P2.50.F.02: Yo cocino diariamente, porque soy ama de casa, y también lo hago para vender. Mi especialidad es la comida típica, la que llaman comida de monte, participo cada año del festival gastronómico que hacen cuando se celebra el princesado mokaná; se hacen de todo tipo de alimentos a base de yuca. Y bueno, es también mi rebusque; los fines de semana saco mi venta y también me buscan para cocinar en fiestas o eventos de familias. Vea, nuestra comida es muy buena, tiene muchas propiedades, por ejemplo si la mujer no puede quedar embarazada eso ayuda, lo mismo al hombre, por eso la gente de antes era más sana.

queda la rentabilidad, y la perspectiva de negocio; el diálogo de saberes<sup>3</sup> es la estrategia utilizada para la transferencia del conocimiento de generación en generación, se evidencia preocupación y nostalgia frente a la decadencia de la cultura y el desinterés en los jóvenes por su preservación.

Cuentan con un ejercicio bastante recurrente, este es prácticamente diario, sin embargo lo reconocen a medias como medio de trabajo, en relación a este dicen que es su medio de subsistencia<sup>4</sup>, coherente la denominación al hacer un comparativo con las garantías que ofrece un empleo formal o una unidad productiva consolidada, pareciera entonces, a simple vista que hubiese poco interés por los dividendos<sup>5-6</sup> que se derivan de su actividad productiva, o es quizás que la resignación da lugar a la postura pasiva frente al tema tratado. Se destaca que prevalecen las actividades de tipo artesanal, gastronómicas y el turismo cultural.

Tras enmarcar el ejercicio productivo en la formalidad conceptual, y adjudicar una denominación este podría responder al de unidad productiva, sin embargo, contrastando las características y al ser más las que difieren técnicamente no adquiere esta categoría; esta dinámica de producción y venta navega en el emprendimiento, y además carece de fuerza que permita la sostenibilidad del mismo.

Los procesos productivos no se encuentran definidos mediante procesos y procedimientos<sup>7</sup>, esto además de constituirse en un riesgo de pérdida de legado, puesto que

- 3 P3.65.M.01: El oficio de artesano es de familia, viene de generación en generación, (risas)... aunque creo que esta es la última en seguir con el oficio, digo que es la última porqué ya a los jóvenes no se les ve el mismo interés. Yo esto lo llevo en la sangre porque además de ser mi oficio, mi sustento, es mi pasión, me gusta, tengo un taller en mi casa, hago vestidos en totumo, he vestido a varias de las princesas mokaná, también he participado en varias ferias que organiza la gobernación, y a varios extranjeros les he vendido prendas de este tipo. En el totumo veo que la cultura sigue viviendo, yo plasmo las figuras de los antepasados y así les enseñamos a los niños los significados. Siempre estoy creando cosas, mire todo lo que hay en mi casa, hay muchas cosas de totumo que tienen su función en la casa, trabajo esto todo el tiempo, para tener dinero, y para entretenerme, y para honrar el pasado.
- 4 P7.55.F.02: Cocinar es también un arte, te hace merecedor de respeto por la sabiduría que requiere, esto no es hacer los alimentos por hacerlos, como toda cosa tiene su ciencia, así mismo la cocina, la preparación de los alimentos, la forma en que se hacen los cortes, los trucos para que la comida dure más (hace referencia a que no se dañe), cada alimento sirve para fortalecer una parte del cuerpo, esta es la ciencia de la cocina.
- 5 P6.68.M.03: Yo doy a conocer la sabiduría ancestral, soy el encargado de enseñarle a la gente nuestra cultura, soy historiador empírico, trabajo diariamente, y así consigo mi sustento, aunque ya mis hijos están grandes, pero gran parte de mi vida la pasé así, entre hacer oficios varios en fincas y ser historiador; ahora solo me dedico a contar los mitos y mostrar los sitios de interés, las historias detrás de los sitios representativos. Me niego a que desaparezca la cultura.
- 6 P9.53.F.01: Uno diariamente está haciendo algo, como todo hay veces que demoro más haciendo la prenda o menos, pero todos los días algo hago, así sea una moña, o un arete, y también como uno se entretiene, (risas)... pero yo le digo a mis amigas que tampoco podemos entretenernos tanto porque después quién compra tanta cosa y se quedan ahí, claro que siempre viene algún colegio a visitar y cuando uno menos piensa se llevan todo y hasta hace falta.
- 7 P1.45.F.01: No es que uno haga tal cosa y después la otra, así como por pasos, esto claro que lleva su ciencia y su técnica, pero los pasos se dan dependiendo de si uno necesita entregar la producción más rápido. Por ejemplo: las artesanías que trabajamos necesitan de la naturaleza, de la tierra, en el caso del totumo, tienen que haber palos de totumo, además que estos estén grandes, con buenas formas, para poder hacer lámparas que son objetos que valen más, pero

se carece de material instructivo y divulgativo<sup>8-9</sup>, lleva a que paulatinamente los productos se vayan distorsionando, es decir no hay estándares<sup>10</sup> mínimos que velen por la calidad. En este sentido no hay formas o modelos que definan la estética de los productos, esto puntualmente para el caso de las artesanías. Por otro lado, en la consecución de la materia prima también se presentan dificultades. La más grave es la falta de siembra de árboles de totumo y palma de iraka, siendo estos los materiales que caracterizaron las artesanías de los mokaná; este proceso también carece de planificación estratégica, trabajo en equipo y asociatividad, características evidentes en la omisión de la siembra y/o en la siembra sin prever las temporadas productivas; el cuidado de los árboles en aras de asegurar materia prima de mayor tamaño y consistencia y apropiación de conocimiento y transferencia de la técnica para ampliar el recurso humano.

Es preciso entonces describir las características en mención e inscribir en cada una los comportamientos que allí se corresponden.

### **ASOCIATIVIDAD Y TRABAJO EN EQUIPO EN LA PARCIALIDAD INDÍGENA MOKANÁ**

El actual ejercicio productivo pese a la hermandad que profesa la etnia y que a su vez es principio fundamental de la ley de origen, carece de trabajo en equipo<sup>11</sup>, de consensos en torno a todo lo relacionado con las actividades de este orden. Está claro que este no obedece a que exista un nivel competitivo<sup>12</sup> mediado por quien vende o quien produce más, ni tampoco a la presencia de intereses particulares; es más bien un desánimo arrai-

---

vea nadie siembra, no quieren sembrar y si se siembra y viene una temporada como semana santa los totumos están pequeños y uno solo puede hacer accesorios pequeños.

- 8 P3.65.M.01: Bueno, los pasos los sabemos quienes hemos trabajado casi que toda la vida artesanías. **¿O sea que prácticamente van a desaparecer esto es casi que seguro?..** si señorita lastimosamente, porque uno a los jóvenes les está enseñando y desde el cabildo hacemos muchas actividades, pero, pues son únicamente de tipo prácticas y esto se olvida, yo tengo varios tejidos copiados en una libreta y la presto a quienes quieran aprender.
- 9 P6.68.M.03: Bueno, es un recorrido por todos los sitios de interés arqueológico histórico, incluye visita a Piedra Pintada, Morro Hermoso, El Mirado, las ruinas de la primera iglesia construida por los españoles donde San Luis Beltrán evangelizó a los primeros indígenas, las primeras formar de resistencia y muchas más cosas, pero ya los viejos estamos cansados para hacer todos estos recorridos, ahora necesitamos que los jóvenes quieran encargarse de esta labor.
- 10 P9.53.F.01: Digamos que esto lo hace bien el que sabe cómo es la cuestión, y respeta los pasos, la materia prima está difícil conseguirla ahorita, la palma de iraka ya no se consigue y ahí perdemos la oportunidad de hacer canastos, sombreros, bolsos, abanicos de mano, individuales y servilleteros para mesas, tapetes, esteras... uff, se puede hacer mucho, pero la dejamos perder y no sabe cuánta falta nos hace. Entonces los pasos van desde sembrar la tierra con iraka, totumo, dejar que alcancen buenos tamaños, pero además saber en qué ciclo de luna sembrar, regar y cortar, para que la tierra siga dándonos frutos.
- 11 P4.57.F.04: Claro, si eso es un problema acá, muchos no tienen paciencia porque quieren reunirse y que todo salga bien de una, y si uno quiere que esto funcione y llegue a ser una empresa, no es soplar y hacer botellas. No lográbamos colocarnos de acuerdo y se generaban discusiones hasta por las cosas más sencillas.
- 12 P3.65.M.01: Sí, pero no porque seamos egoístas entre nosotros, acá no somos así, tampoco eso de que uno quiere sobresalir más que el otro, lo que nos hace falta es más comprensión, como organizarnos para hacer las cosas bien.

gado<sup>13</sup> y por ello cada unidad funciona aislada de la otra. Al parecer la desidia se instauró tras intentos e iniciativas frustradas, sin embargo, el trabajo en equipo requiere competencias<sup>14-15</sup> directamente relacionadas con formación<sup>16</sup> en gestión, esto es realmente lo que los hace vulnerables y los llena de temor a visionarse en la prosperidad y el éxito.

Atendiendo al concepto de cadena productiva<sup>17</sup> que fundamenta este estudio, se dan algunos componentes o eslabones a través de la unión entre producción, transformación y consumo, pero no en el marco del deber ser, por consiguiente no hay proveedores de insumos, sistemas de producción, ni estrategias de comercialización (*stakeholders*). Lo anterior también implica que se consideren los distintos procesos productivos y relaciones económicas que se producen entre la oferta inicial y la demanda final.

Los productores tienen una necesidad inminente de asociatividad<sup>18</sup> y a pesar de no conocer el concepto, los alcances y las implicaciones de esta, desde su práctica y amparados en el saber popular de la unión hace la fuerza, hacen una aproximación al pregonar la importancia de trabajar en equipo. Afloran a partir de ejemplos premisas propias de la asociatividad<sup>19</sup>, y en un discurso más cotidiano, del común y corriente poco a poco se acercan a los postulados de la academia al reconocer la innovación, la capacidad de negociación, luego de fortalecerse como colectividad, es decir, la generación de valor competitivo o cadena de valor.

Este interrogante ratifica ciertas debilidades sentidas por la población, y además deja ver la existencia de otras en la medida que desconocen aspectos relevantes administra-

- 13 P1.45.F.01: Así es, y también estamos como desanimados, en varias oportunidades lo hemos intentado y las cosas no salen bien, entonces nos fuimos cansando, más bien trabajamos así.
- 14 P6.68.M.03: Nos hace falta saber comportarnos cuando trabajamos muchas personas, pero creo que también nos hace falta conocer todo lo relacionado con las empresas y como no sabemos se presentan discusiones, además de miedo, y sobre todo el sentimiento que nos ha quedado después de los intentos y no conseguir nada concreto.
- 15 P9.53.F.01: Bueno, un problema es eso del trabajo en equipo y otros problemas son por ejemplo: tener paciencia; de pronto acá cuando se trabaja de manera independiente se obtiene la ganancia enseguida y uno se la puede gastar también enseguida, pero ya cuando somos más hay que sacar cuentas, guardar, y muchas otras cosas a las que no estamos acostumbrados.
- 16 P2.50.F.02: Yo creo que el trabajo en equipo no es tan grave como... no sabemos de negocios por eso tenemos que aprender sobre empresas, empresarios, la organización y muchas cosas más.
- 17 P4.42.M.01: No solo es el trabajo en equipo, es que no sabemos que hacer las cosas, no tenemos un norte que nos indique cómo deben ser todos estos procesos y necesitamos inversión y además tener quien nos compre, todo va amarrado, nada hacemos con producir sin tener quien va a comprar, y no podemos producir más y de mejor calidad si no tenemos la plata para trabajar.
- 18 P8.35.M.01: Definitivamente lo que tenemos que hacer es trabajar en equipo, asociarnos y ponernos de acuerdo en todo hasta en los precios, conseguir todos los materiales, dedicarnos a sembrar juntos, si los materiales se compraran al por mayor nos saliera más barato que comprando individual, y si todos nos ponemos de acuerdo para vender al mismo precio no habría tanta gente regateándonos.
- 19 P9.53.F.01: Yo insisto que si estamos juntos en la lucha es más fácil lograr por ejemplo que el SENA nos dé un curso y nos enseñe a todos.

tivos y de gestión<sup>20-21-22-23</sup>, es por ello que no hay respuestas concretas frente a este, se limitan a contestar con qué cuentan, dan vueltas alrededor de definir lo que necesitan desde la fabricación hasta la comercialización, algunos no tienen claridad y otros en el momento empiezan a contemplar lo mucho que pueden utilizar y entonces divagan al demarcar la ruta.

Analizan su realidad desde el contexto socioeconómico de Tubará de cara a las exigencias mundiales y lo primero que se hace visible es la innovación<sup>24</sup>. Penrose (1959) afirma que es condición imprescindible y es directamente proporcional a los recursos disponibles<sup>25</sup> de la empresa, estos se precisan a partir de los planteamientos de Grant (1994), quien asegura que la empresa debe definirse a partir de lo que tiene, es capaz de hacer y ofrecer y no limitarse a las necesidades que va a satisfacer. Porter (1985) habla de las potencialidades para mantener la competitividad<sup>26</sup> y finalmente, Fernández (1993) declara la importancia entre lo tecnológico y lo comercial.

Teniendo en cuenta los postulados anteriores todos permanecen ausentes de la práctica productiva<sup>27</sup>, sin embargo reposan como debilidades en el imaginario de los participantes, por lo tanto existen aproximaciones conceptuales a cada uno de estos. Haciendo énfasis en el concepto de innovación y tomando como referencia el principio de cambio y/o transformación, para ellos este poco a poco fue dejando en el abandono<sup>28</sup> la sabiduría de los antepasados, y a partir de allí vino la transformación, evidenciándose principalmente en los objetos de carácter básico y suntuarios<sup>29</sup>, ubican la innovación en

20 P3.65.M.01: (Risas).. Le soy sincero, a veces no contamos con nada, y utilizamos apenas lo que tenemos sabiendo que podemos utilizar otras cosas que no están a nuestro alcance.

21 P1.45.F.01: No siempre tengo todos los materiales, y por cuestiones de economía uno trabaja con lo más económico como dicen por ahí a bajo costo y entonces a bajo costo compran.

22 P2.50.F.02: Como lo mío es la gastronomía, bueno, no tengo plata para buenos ingredientes.

23 P8.35.M.01: Uno trabaja en base a lo que tenga y yo siempre digo que nos hace falta perfeccionarnos, hacer cosas más creativas que le guste a la gente de hoy.

24 P1.45.F.01: Tenemos claro que nos hace falta ser más creativo, hacer combinaciones entre lo tradicional y la modernidad, nuestros tejidos no pueden limitarse a lo primitivo porque hay que ir con lo que quiere el mundo. Y esto no es perder nuestra identidad, esto es reconocernos en medio de lo diverso.

25 P2.50.F.02: Si me miro como productor e indígena con respecto a la globalización y todo lo que esta lleva, reconozco que no contamos con las capacidades para producir con creatividad, nos hacen falta muchas cosas importantes, como el dinero. Hay claridad en lo que podemos hacer pero no hay medios.

26 P3.65.M.01: Lo más difícil de nuestra situación es entrar a competir un mercado que ya es tan agresivo desde como produce, la frecuencia con que lo hace, como distribuye y nosotros con tantas desventajas en lo que le acabo de comentar.

27 P4.57.F.04: En conclusión, los requisitos que se deben cumplir a nosotros nos están haciendo falta, esas son nuestras debilidades, queremos buscar oportunidades para mejorar.

28 P5.48.F.02: Todos queremos y debemos entrar en las propuestas de la era global, que en últimas no son propuestas sino obligaciones, pero nos mantenemos principios que vamos a negociar, de hacerlo es burlar a nuestros guerreros. Vea que curioso, las innovaciones nos han acabado y estas son nuestra única opción.

29 P6.68.M.03: El mundo y los avances nos llevan a muchos cambios, y sobre todo muchas cosas nuevas, en todos los sentidos la ropa, que si accesorios, la música propia se ha perdido, si no

lo relativo al vestir, las fusiones musicales, el cine, el arte, enseres domésticos, sillas y mesas y accesorios personales. Reconocen que esta se ha dado en dos sentidos, una inducida por estrategia del mercado<sup>30</sup> y fines comerciales<sup>31</sup> con la pretensión de crear nuevas necesidades<sup>32</sup> y en esa misma medida producir<sup>33</sup> deliberadamente para su satisfacción, y otra a consecuencia de un público demandante<sup>34</sup> con necesidades que exceden lo personal, incluso que no responde a la existencia de estas dando lugar a una tendencia social<sup>35</sup> de consumo en la que la felicidad se concibe a través de lo adquisitivo.

Los productores son diestros haciendo analogías, desde su saber ancestral y ejercicio cotidiano explican y se aproximan a teorías científicas, su dominio hace pensar que este conocimiento responde a algún referente teórico, sin embargo en indagaciones posteriores se corrobora la esencia y principios básicos insertos en la ley de origen. Desde esta ley que permea las dinámicas sociofamiliares dejan claro posiciones inamovibles y la percepción frente a los procesos de innovación, de acuerdo a ello acogen el concepto desde la transformación, y hacen énfasis en su recontextualización<sup>36</sup> teniendo como base los sistemas culturales.

#### GENERADORES DE VALOR (SÁEZ DE VITERI)

Luego de las disertaciones sobre el carácter innovador que se impone en el mercado es importante abordar los componentes generadores de valor (Recursos, capacidades y rutinas).

#### **Recursos (tangibles e intangibles), capacidades y rutinas**

Dentro de los recursos tangibles se destaca que las familias tienen en promedio de 3 o 4 personas con conocimientos en el ejercicio productivo, el espacio es limitado, obedece en su mayoría a una habitación que dispone la familia para la actividad, excepto en

---

mire el vallenato de hoy.

- 30 P9.53.F.01: Hoy en día las estrategias del mercado es hacer que la gente necesite cosas, a veces primero inventar y luego miran cómo lo venden.
- 31 P7.55.F.02: En realidad el comercio dirige al mundo, ya ni la educación, la gente hace lo que propone el comercio.
- 32 P8.35.M.01: Todos los días la gente va teniendo necesidades, pero porque estratégicamente las van creando y va uno a ver y no tiene tanta necesidad de tener esto o lo otro.
- 33 P1.45.F.01: Las grandes empresas saben que la gente no puede sentirse saturada por ellos, en cambio tiene bien claro que debe sentirse necesitada, esto es lo que dispara la producción por eso a veces cuesta mucho más plata las publicidades a los productos.
- 34 P4.57.F.04: Hay que innovar porque la gente lo pide, por las modas, pero en medio de esto no se puede desconocer que ya la gente vive pendiente que cuando sale tal modelo porque el mercado lo impuso, antes sembró en la gente unas necesidades ahora las recoge al tripe será.
- 35 P8.35.M.01: Todo en exceso es malo y esto terminó volviendo seres humanos aparentadores, con una idea equivocada de felicidad, la gente cree que es feliz por lo que tiene y puede comprar.
- 36 P4.57.F.04: Hay que adaptar el significado de innovación y mirarla desde lo que somos y tenemos y queremos como pueblo para traerla como una herramienta que nos ayuda a mostrarlos y a partir de ella fortalecer un legado interno y dar a conocer el nuestro.

la gastronomía que suele ser la cocina familiar o una artesanal ubicada en el patio de la vivienda. Esta ambientación carece de ventilación e iluminación adecuada, debido a esto el proceso termina llevándose a cabo en la sala o en el espacio público. De las variables relación entre capital propio y ajeno, poder adquisitivo y capacidad de endeudamiento, la inversión suele ser con capital propio, el poder adquisitivo es limitado ya que guarda directa relación con el capital y de no contar con recursos y la gestión financiera se da a través de terceras personas con actividades informales de préstamo de dinero, esta opción eleva los costos de la producción debido a los altos intereses que genera la deuda.

Circundan en los intangibles las relaciones interpersonales y el clima organizacional, se tratan con la familiaridad de toda una vida de conocerse y de hecho es así, todos son nacidos y criados en Tubará, las relaciones son armónicas enmarcadas en el respeto y la honestidad, muchos de sus comportamientos responden a su ley de origen, se tratan en calidad de hermanos, de esto dan cuenta los bajísimos hechos violentos entre residentes, así como las bajos índices de violencia intrafamiliar.

La comunicación no responde criterios estratégicos, pero sí es su mejor arma, el pensamiento y la palabra se ubican como pilares de la construcción del tejido social, los indígenas promueven el diálogo como mecanismo efectivo de resolución de conflictos, entonces se autoproclaman como personas frenteras, pero decentes, afirmando que lo cortés no te quita lo valiente. Como intangible también se reconoce el dominio de las tecnologías, el potencial innovador y la capacidad de negociación con el público de interés. Al respecto presentan dificultades con el dominio tecnológico, en la capacidad de negociación es importante resaltar que hay que demarcar el público de interés y las relaciones que establecen con compradores, estos últimos subvaloran el trabajo y luego de preguntar el precio incluso hacen hasta propuesta con ultimátum a bordo, finalmente presentan un buen discurso y disposición frente a la innovación, así mismo enseñan gran parte de los diseños que hacen y sus propuestas de trabajo, sin duda alguna desde los cuales reafirman su identidad étnica.

Los recursos se afianzan y dominan en la medida que se establezcan rutinas entendiendo por estas una serie de actividades secuenciales y organizadas que optimizan el proceso productivo y comercial. Esto debe posibilitar la regulación, la predicción y la coordinación, en un sentido más amplio debe ser susceptible a la medición, la actividad productiva no debe ir aislada de un rumbo, ni obviar parámetros por lo tanto es de suma importancia la visión de dirección estratégica.

En un último lugar están las capacidades estratégicas, tecnológicas, organizativas y el talento humano, estas también son menester en las unidades productivas y se insiste en que además el solo hecho de tenerlas no constituye una ventaja; las ventajas son el resultado de la habilidad para gestionar los recursos ( Sáez de Viteri, 2000).

## USOS Y COSTUMBRES HACIA EL EMPRENDIMIENTO CULTURAL Y CREATIVO<sup>37</sup>

Sin duda alguna el ejercicio productivo responde tradicionalmente más a iniciativas en pro del rescate, visibilización y preservación de la cultura mokaná. Este resulta de prácticas en el marco de los usos y costumbres de la ley de origen inserta en las dinámicas familiares e interacciones sociales; en un segundo lugar está la actividad comercial. De hecho, la dinámica lucrativa surgió por la demanda inducida de espectadores a quienes les resultó interesante adquirir los productos como *souvenirs* luego de recorridos en el territorio ancestral, esta fue tomando auge gracias a los contactos que establecen las instituciones educativas del nivel básico, medio y superior con las autoridades tradicionales en aras de cumplir actividades de orden académico.

A partir de los repetitivos y masivos espacios de socialización cultural, los mokaná han tenido que reinventarse e innovar las diversas formas de presentación del contenido cosmogónico a fin de dar respuesta a los esquemas en los que aprende el joven de hoy; en este sentido las interacciones entrelazaron nuevas lógicas develando que más allá de las intransigencias tras la defensa de posturas ideológicas está la importancia de posibilitar diálogos respetuosos de la diversidad, y sobre todo crear mecanismos garantes para el buen desarrollo de este tipo de apuestas. Así fue quedando atrás la autocracia frente al diseño estructural de compartir el saber cultural, la flexibilidad ha permitido la entrada de conceptos tales como la creatividad, innovación, globalización, las nuevas tecnologías. Y lo que históricamente significó pérdida y represión permite en la actualidad el rescate, la divulgación y la apropiación social.

Según Mucchielli (citado en Pérez, 2005), los imaginarios son “Todas las imágenes recopiladas del pasado, vividas en el presente y las que llegarán. Se trata de un proceso dinámico, según el cual éstas son mentalmente producidas conservadas y transformadas” (p.11). Es decir, actualmente se están presentando ciertas transformaciones sobre el consolidado pensamiento que demarcó la historia, esto se materializa en las nuevas formas de hacer resistencia a los procesos de aculturación y en las concertaciones luego de posiciones tan distantes y chocantes entre sí.

Hoy, ellos conocen el emprendimiento cultural como la actividad a través de la cual es posible convertir en bienes y servicios culturales, las tradiciones, usos, costumbres, así mismo son conscientes que para que ello suceda implica asumir el riesgo de gestionar y generar un proceso de cohesión social tanto interno como externo; es relevante que la confianza en el emprendimiento radica en mayor proporción en la experiencia que han tenido con el ejercicio productivo. Ubican dentro de los productos la gastronomía y las artesanías presentando en

<sup>37</sup> Resultados de grupo focal.

estos últimos más de 50 productos de uso personal y del hogar; dentro de los servicios posicionan el turismo ecológico y presentan apuestas sostenibles y amigables del medioambiente, entre estas está la creación de malocas alrededor del arroyo camajoru y los petroglifos antropomorfos y zoomorfos labrados por los indígenas sobre enormes piedras.

### CATEGORIZACIÓN EMERGENTE

EJE: LEGADO ANCESTRAL: Principios de la ley de origen insertos en la dinámica productiva.		CATEGORÍA: Educación
		SUBCATEGORÍA: Educación popular
IMAGINARIO SOCIAL	CREENCIAS	El dialogo de saberes como espacio de transferencia inter-generacional de los usos y costumbres culturales (mitológico, concepción del mundo y origen de la vida, entre otros), en estas disertaciones se hacen presentes las deidades del universo para bendecir a su pueblo, ambientan el espacio con cánticos y toman chicha. Desconocen posturas teóricas sobre la educación popular, sin embargo este espacio desencadena la emancipación en la población. Los diálogos de saberes se dan periódicamente y están mediados por rituales.
	VALORACIONES	Es una apuesta local que impacta en la comunidad y los entes estatales, es la forma de inducir procesos a favor del pueblo.
	SENTIMIENTOS	Felicidad, amor, pasión y exaltación a los antepasados.
	SIGNIFICACIONES	Los sistemas de organización social, la definición de roles a partir de la supervivencia y el trabajo.

EJE: LEGADO ANCESTRAL: Principios de la ley de origen insertos en la dinámica productiva.		CATEGORÍA: Educación
		SUBCATEGORÍA : Educación Intercultural propia
IMAGINARIO SOCIAL	CREENCIAS	Se materializa a través del PEC (Proyecto Educativo Comunitario); esta debe responder a las necesidades del contexto, la cultura autónoma ancestral, necesidades, usos y costumbres y la dinámica debe enmarcarse desde lo primitivo facilitando el diálogo con lo universal, explican hasta las operaciones matemáticas a partir del medio en el que habitan, contemplan otra escala de necesidades y tienen sus propias formas de explicar y comprender el universo.
	VALORACIONES	Es garante y de suma importancia en la conservación cultural, minimiza el desgaste que trae la resistencia.
	SENTIMIENTOS	Dignidad y honra a los antepasados.
	SIGNIFICACIONES	La ley de origen, el pensamiento indígena tallado en Piedra Pintada, ubicada en El Morro.

EJE: LEGADO ANCESTRAL: Principios de la ley de origen insertos en la dinámica productiva.		CATEGORÍA: Emprendimiento cultural
		SUBCATEGORÍA : Participación ciudadana
IMAGINARIO SOCIAL	CREENCIAS	Guarda relación y coherencia con la categoría anterior asumiendo en esta el principio de la acción, es decir, está muy ligada a las actividades que suponen la corporalidad y el desplazamiento; es la máxima expresión de resistencia y reconstrucción de identidad.  Se destaca que el emprendimiento surge de instancias constantes de participación en reclamo de la identidad.
	VALORACIONES	Es una apuesta local que impacta en la comunidad y los entes estatales, es la forma de inducir procesos a favor del pueblo, además permite la visibilización de la cultura.
	SENTIMIENTOS	Felicidad, amor y alegría.
	SIGNIFICACIONES	La construcción de la convivencia.

EJE: LEGADO ANCESTRAL: Principios de la ley de origen insertos en la dinámica productiva.		CATEGORÍA: Emprendimiento cultural
		SUBCATEGORÍA : Unidad productiva
IMAGINARIO SOCIAL	CREENCIAS	Se impone la idea de compartir el conocimiento ancestral, lleva implícito el diálogo de saberes y la participación ciudadana y se convierte en la didáctica de la educación popular hacia los hermanos menores.  Los bienes y servicios que puedan derivarse están ensimismados por la preservación cultural, en un segundo plano se ubica la rentabilidad.
	VALORACIONES	Se reproduce la cultura en aras de mostrarla, de enseñarla, de enaltecerla y por encima de todo de lograr el cambio en el alma del hombre blanco, del hombre actual.
	SENTIMIENTOS	Alegría.
	SIGNIFICACIONES	Está representada por los trueques de la época y las ofrendas hechas a los dioses, así mismo la repartición equitativa de las cosechas en los clanes.

EJE: LEGADO ANCESTRAL: Principios de la ley de origen insertos en la dinámica productiva.		CATEGORÍA: Emprendimiento cultural
		SUBCATEGORÍA : Cadena productiva
IMAGINARIO SOCIAL	CREENCIAS	Se da conforme al sentir del momento y la inspiración que brinda el divino universo y los dioses.  Cada objeto es un tributo y producto de una estrecha comunicación con el Dios Hu o Morotuawa, mientras se produce se evoca el misticismo y se recrean cuestiones específicas históricas.
	VALORACIONES	Responden a modelos estéticos propios, conforme el Dios Hu les guía, está también mediado por la reflexión del momento y determinada por la materia prima disponible. Aunque reconocen que este último criterio no representa el deber ser.
	SENTIMIENTOS	Comunión, conciencia y paz.
	SIGNIFICACIONES	Los procesos de siembra, recolección, repartición y almacenamiento de las cosechas.

EJE: LEGADO ANCESTRAL: Principios de la ley de origen insertos en la dinámica productiva.		CATEGORÍA: La globalización y exigencias del hoy
		SUBCATEGORÍA: La globalización
IMAGINARIO SOCIAL	CREENCIAS	Responde a la historia, es la colonización del siglo actual, enmascara la ambición de las invasiones, son las nuevas guerras, resultan peores ya que ni siquiera se declaran, envuelven, y al final hay victoria.  La malicia indígena permanece aguda y atenta.
	VALORACIONES	Es una tendencia hacia la cual se sienten muy vulnerables y desconfiados.
	SENTIMIENTOS	Remueve crisis emocionales, rencores, repudios y al final profesan perdón.
	SIGNIFICACIONES	La invasión española, el adoctrinamiento, las muertes de los antepasados a manos de los españoles, la violación a las mujeres y la profanación del Dios Hu.  El genocidio cultural en un sentido estricto tras la resistencia de los indígenas con armamento rudimentario en defensa de la identidad, y la opresión de los colonos con tecnología de la época.

EJE: LEGADO ANCESTRAL: Principios de la ley de origen insertos en la dinámica productiva.		CATEGORÍA: La globalización y exigencias del hoy
		SUBCATEGORÍA: Cadena de valor
IMAGINARIO SOCIAL	CREENCIAS	Al respeto por la identidad le sobra valor, trae el peso de la historia, esto no debe llevar arandelas, el valor está en el alma y en la conciencia del hombre; desconocer la historia es ignorarse así mismo.
	VALORACIONES	Les cuesta la estrategia para adornar lo suyo, para que sea recibido de la mejor manera. Afirman que el respeto debe ser inherente a la tradición cultural y a la identidad.
	SENTIMIENTOS	Miran con cierta indiferencia y duda al plantearseles las perspectivas del valor agregado.
	SIGNIFICACIONES	Lo asocian con lo suntuario y lo material.

EJE: LEGADO ANCESTRAL: Principios de la ley de origen insertos en la dinámica productiva.		CATEGORÍA: La globalización y exigencias del hoy
		SUBCATEGORÍA: Asociatividad
IMAGINARIO SOCIAL	CREENCIAS	Es una hermandad, un bienestar colectivo, todos son hijos del mismo Dios.
	VALORACIONES	El hombre es un ser social, vive y está para servir a su hermano.
	SENTIMIENTOS	Amor hacia la vida, cuidar al otro es cuidarse a sí mismo.
	SIGNIFICACIONES	Los clanes y por encima de la configuración de estos estaba la equidad y la lealtad entre unos y otros.

EJE: LEGADO ANCESTRAL: Principios de la ley de origen insertos en la dinámica productiva.		CATEGORÍA: La globalización y exigencias del hoy
		SUBCATEGORÍA: Innovación y competitividad
IMAGINARIO SOCIAL	CREENCIAS	El desarrollo no debe ir en contra del bienestar del ser humano, los adornos y la construcción de todo lo material debe preservar la madre tierra y los recursos naturales; en este orden de ideas deben tener un carácter duradero, satisfacer una necesidad.
	VALORACIONES	La competitividad implica sobreponer el interés individual y conforme a ello trazar estrategias para la consecución de un fin e innovar es la transformación o cambio constante; ambos difieren del principio de la colectividad y la tendencia sostenible de todo lo que en la tierra habita. Además promueve una cultura de consumo máximo que termina dañando el alma del ser humano, al poner la felicidad en el exterior y en el poder adquisitivo.
	SENTIMIENTOS	Se ubican a partir de la cercanía a la envidia y a querer ser mejor a costa del bienestar del otro.
	SIGNIFICACIONES	Imposición de nuevos sistemas de organización social y económica.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agudelo, P. (2011). (Des)hilvanar el sentido/los juegos de Penélope. Una revisión del concepto imaginario y sus implicaciones sociales. *Revista Uni-pluri/versidad*, 11(3), 1-18. Consultado en: <https://aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/unip/article/view/11840/10752> (2016, 16 de mayo).
- Buitrago, F. y Duque, I. (2013). *La economía naranja una oportunidad infinita*. Banco Interamericano de Desarrollo. Consultado en: <https://www.pronacom.gt/website/biblioteca/La%20Economia%20Naranja%20-%20Una%20Oportunidad%20Infinita.pdf> (2016, 13 de mayo).
- Castaño, C. y Quecedo, R. (2002). Introducción a la metodología de la investigación cualitativa. *Revista de psicodidáctica*, (14), 5-39. Consultado en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17501402> (2016, 13 de mayo).
- De la Hoz, E., Fontalvo, T. y Mercado, H. (2011). Análisis comparativo entre las cadenas productivas del sector textil-confecciones de la provincia de Jiangsu-China y el departamento del Atlántico-Colombia. *Revista Ingeniare*, 19(3), 429-441. Consultado en: <http://www.scielo.cl/pdf/ingeniare/v19n3/art12.pdf> (2016, 13 de mayo).
- Fernández, Z. (1993). La organización interna como ventaja competitiva para la empresa. *Papeles de Economía*, (56), 172-193.
- Goetz, J y Lecompte, M. (1988). *Etnografía y diseño cualitativo en la investigación educativa*. Madrid- España: Ediciones Morata, S.A.
- Guardián, A. (2007). *El Paradigma Cualitativo en la Investigación Socio-Educativa*. Costa Rica: Coordinación Educativa y Cultural Centroamericana.
- Grant, R.M. (1994). *Dirección Estratégica. Conceptos, técnicas y aplicaciones*. Madrid: Editorial Civitas.
- UNICEF (s.f.). *Los pueblos indígenas en Colombia: derechos, políticas y desafíos*. Recuperado en: <http://www.unicef.org/colombia/pdf/pueblos-indigenas.pdf> (2016, 13 de junio).

- Hurtado, D. (2004). Reflexiones sobre la Teoría de Imaginarios. *Revista Cinta de Moebio*, (21), 169-174. Consultado en: <http://www.revistas.uchile.cl/index.php/CDM/article/viewFile/26119/27418>(2016, 13 de mayo).
- Jiménez, M. y Mendoza, C. (2015). Globalización y educación en el marco de las culturas propias: Disyuntivas en la parcialidad indígena Mokaná de Tubará. En A. Caro y otros (Ed.), *Matices y horizonte de la investigación en trabajo social* (pp.113-140). Barranquilla, Colombia: Ediciones Universidad Simón Bolívar.
- Jiménez, M., Mendoza, C. y Mendoza, K. (2016). El arte de la mujer indígena colombiana: Expresión de resistencia cultural. En M. González y F. Pattaro (Ed.), *Artes en femenino: Investigaciones situadas y performances colaborativos* (pp.89-113). Barranquilla, Colombia: Ediciones Universidad Simón Bolívar.
- Oviedo, G. (2004). La definición del concepto de percepción en Psicología con base en la teoría Gestalt. *Revista de estudios sociales* (18), 89-96. Consultado en: <https://res.unian-des.edu.co/view.php/375/index.php?id=375> (2016, 3 de junio).
- Penrose, E.T., (1959): *The theory of growth of the firm*. New york: Basil Blackwell.
- Pérez, K. (2005). *Imaginario social construido por niños y niñas mapuches: reflejo de una cosmovisión* (tesis de maestría). Universidad de Chile, Santiago, Chile. Consultado en: [http://www.tesis.uchile.cl/tesis/uchile/2005/perez\\_k/sources/perez\\_k.pdf](http://www.tesis.uchile.cl/tesis/uchile/2005/perez_k/sources/perez_k.pdf). (2016, 20 de junio).
- Porras, J. (2006). *Diseño conceptual del emprendimiento para el desarrollo regional en la perspectiva de la complejidad autopoiesica* (Tesis de maestría). Universidad Nacional de Colombia y Universidad del Tolima, Colombia.
- Porter, M E. (1985): *Competitive advantage*. The Free Press, New york: (traducido al castellano: Ventaja competitiva, CECSA, 1987).
- Preciado, K. (2011). *Los imaginarios sociales sobre los objetos tecnológicos en la sociedad moderna. El caso del automóvil en la Zona Metropolitana de Guadalajara* (tesis de maestría). Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, México. Consultado en: [https://rei.iteso.mx/bitstream/handle/11117/2509/karla\\_preciado\\_Tesis.pdf?sequence=4](https://rei.iteso.mx/bitstream/handle/11117/2509/karla_preciado_Tesis.pdf?sequence=4) (2016, 13 de mayo).
- Sandoval, C. (2002). *Investigación cualitativa*. Colombia: ICFES.
- Sáez de Viteri, D. (2000). El potencial competitivo de la empresa: recursos, capacidades, rutinas y procesos de valor añadido. *Revista Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 6(3). 71-86. Consultado en: <http://www.aedem-virtual.com/articulos/iedee/v06/063071.pdf> (2016, 20 de Junio).
- Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe - SELA. (2011). *Incentivo a las Industrias Culturales y Creativas en América Latina y el Caribe*. Consultado en: [http://walk.sela.org/attach/258/EDOCS/SRed/2011/06/T023600004770-0-Incentivo\\_a\\_las\\_Industrias\\_Creativas\\_y\\_Culturales-Di\\_08-11.pdf](http://walk.sela.org/attach/258/EDOCS/SRed/2011/06/T023600004770-0-Incentivo_a_las_Industrias_Creativas_y_Culturales-Di_08-11.pdf) (2016, 12 de mayo).

- Strachman, E. y Milan, G. (2011). El sector brasileño del azúcar y el alcohol: evolución, cadena productiva e innovaciones. *Revista CEPAL*, (103), 179-198. Consultado en: <http://www.cepal.org/publicaciones/xml/5/43085/RVE103Strachmanetal.pdf> (2016, 13 de mayo).
- Rey, G. (2009). *Industrias Culturales, Creatividad y Desarrollo*. Madrid: Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo-Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación. Consultado en: [http://www.cce.co.cu/pdf/10-INDUSTRIAS\\_CULTURALES.pdf](http://www.cce.co.cu/pdf/10-INDUSTRIAS_CULTURALES.pdf) (2016, 15 de mayo).
- Tomta, D. y Chiatchoua, C. (2009). Cadenas productivas y productividad de las MIPY-MES. *Revista Criterio Libre*, 7(11), 145-164.
- Vargas, L. (1994). Sobre el concepto de percepción. *Revista Alteridades*, 4(8), 47-53. Consultado en: <http://www.redalyc.org/pdf/747/74711353004.pdf> (2016, 22 de junio)
- Wilson, S. (1977). The use of ethnographic techniques in edutacional research. *Review of educational research*. 47, 245-265.