

CONSOLIDACIÓN DE LOS ARTESANOS DE GUAPI, CAUCA,
A TRAVÉS DE LA CONSTRUCCIÓN DE UNA MARCA COLECTIVA



KARENT DANIELA LEÓN GRIJALBA

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DE POPAYÁN
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS
COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO
SEMINARIO DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA TERRITORIAL Y ELABORACIÓN DE
PROYECTOS DE DESARROLLO CON ÉNFASIS EN MARCA COLECTIVA
POPAYÁN
2020

CONSOLIDACIÓN DE LOS ARTESANOS DE GUAPI, CAUCA,
A TRAVÉS DE LA CONSTRUCCIÓN DE UNA MARCA COLECTIVA

KARENT DANIELA LEÓN GRIJALBA

INFORME SEMINARIO DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA TERRITORIAL Y
ELABORACIÓN DE PROYECTOS DE DESARROLLO CON ÉNFASIS EN MARCA
COLECTIVA PA OPTAR EL TITULO DE: COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO

DOCENTES

Dra. Kelly Muñoz Balcázar

Dr. Emiliano Palacios de los Reyes

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DE POPAYÁN
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS
COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO

POPAYÁN

2020

NOTA DE ACEPTACIÓN

El Comité de Investigación del Programa de Comunicación Social – Periodismo de la Fundación Universitaria de Popayán, de acuerdo a los lineamientos y exigencias de la misma. Aprueba el presente trabajo ya que cumple con los requisitos establecidos para obtener el título de Comunicadores Sociales – Periodistas



**DRA. KELLY GIOVANNA MUÑOZ
BALCAZAR**

Doctora en Ciencias Sociales y Políticas



**DR. EMILIANO PALACIO DE LOS
REYES**

**Doctor en Desarrollo Rural RED GDT
MÉXICO**

Popayán, 6 de agosto de 2020

ÍNDICE

1	INTRODUCCIÓN.....	6
2	JUSTIFICACIÓN	8
3	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	9
4	MARCO REFERENCIAL	11
4.1	DESCRIPCIÓN GEOGRÁFICA.....	12
4.2	CARACTERÍSTICAS SOCIO-ECONÓMICAS	13
4.3	CLIMA.....	13
4.4	HIDROGRAFÍA.....	13
5	MARCO TEÓRICO	16
6	OBJETIVOS.....	6
6.1	OBJETIVO GENERAL.....	6
6.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	6
7	METODOLOGÍA	6
7.1	MUESTRA	7
7.2	TIPO DE ESTUDIO	8
7.3	TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS	8
7.3.1	PREPARACIÓN DE LA ENTREVISTA	8
8	ANTECEDENTES	10
8.1	ANTECEDENTES INTERNACIONALES	10
8.2	ANTECEDENTES NACIONALES.....	13
8.3	ANTECEDENTES LOCALES	18

9 METAS O LÍNEAS DE ACCIÓN	20
10 CRONOGRAMA.....	21
11 CONCLUSIONES	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
BIBLIOGRAFÍA.....	25

LISTA DE TABLAS

Pág.

Tabla 1. Cronograma 21

LISTA DE FIGURAS**Pág.**

Figura 1. Ubicación Geográfica de Guapi	12
---	----

1 INTRODUCCIÓN

El Pacífico Colombiano ha venido de lucha en lucha en frente a los conflictos armados del país, además se suma su exuberante pobreza económica y negligencia en salubridad, porque si de cultura hablamos el Pacífico de Colombia desborda de ella infinidad de riquezas con valor humano y cultural.

Es por ello, que Colombia es conocida por ser un país multiétnico y pluricultural, donde vive un gran porcentaje de hombres y mujeres afro colombianos, así como la región del Pacífico Sur donde hay una parte de ellos, es por esto, que se trae a colación un par de preguntas, ¿qué sabemos de la historia del pueblo afro colombiano? se reconoce su legado histórico y su aporte cultural al país? lo cual, es indispensable para conocer, apropiarse sus raíces y contribuir a un fortalecimiento de identidad cultural, para poder generar un espacio de unidad de los artesanos, de las tradiciones, de las costumbres, de la gastronomía, de la música y todo lo que compone ser AFRO en el municipio de Guapi, Cauca.

De acuerdo a lo anterior, Guapi es uno de los municipios costeros del departamento del Cauca, el cual a través de los años ha ido aportando talentos de canto, danza, instrumentos musicales, y manualidades al resto del país, también se suma su espectacular gastronomía y saberes ancestrales, que llenan de orgullo a toda su población, sin embargo, es notable el poco despliegue de contenido informativo, desde los mismos entes gubernamentales por su contundente abandono social, cultural, político, turístico y económico, hasta de los medios de comunicación, muchos encargados de mostrarle al país todas sus riquezas que en un colectivo, que conforman una Colombia con diversidad étnica y cultural; porque a pesar de los diferentes conflictos sociales en Colombia, los cuales afectan a todo el país, los guapienses cuentan con un gran capital humano, el cual es capaz de hacer sentir nuevos aires de vida, que han ayudado a sobrevivir a esta comunidad frente a todas sus adversidades, porque Guapi no es solo bailes exóticos, trenzas, comida; va más allá de lo que podemos ver y sentir. Aunque es desconocida para un alto porcentaje del país, en Guapi por ejemplo, en medio de las festividades decembrinas, realizan concursos de valsadas (canoas fluviales) que son decoradas artesanalmente, es un evento de carácter religioso, cultural y tradicional que acompañado del gran sazón que los representa, lo hace muy característico de esta zona, y marca un gran éxito, lo cual se ha catalogado como uno de los eventos más importantes y representativos del cada año. Es ahí donde este proyecto, añora

mostrarle a todos los colombianos, todas esas bellas tradiciones culturales y humanas, del trabajo de los artesanos guapieños, intentando rescatar lo que define la cultura del pacífico colombiano, en el pueblo de Guapi, en el desarrollo de este proyecto su esencia es incentivar a las personas interesadas en nuevas culturas a que conozcan más sobre ellas, que se enamoren, y les den la posición que se merecen a nivel social, económico, político y cultural en el resto del país y el mundo.

2 JUSTIFICACIÓN

El Estado colombiano a través de la Constitución Política del 1991 y la ley 70 de 1993 decretó el respeto por las comunidades negras, pero es de suma importancia que el Estado haga cumplir a cabalidad los derechos reconocidos en el marco de la Ley, así como también el Estado tiene la obligación de garantizar la protección de la titulación colectiva de su territorios ancestrales y su autonomía en materia del derecho propio.

Las estadísticas del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) dicen que los afrocolombianos ascienden a 4.311.757 personas, esto significa que la población afro colombiana corresponde a un 10,62% de la población total del país. Por otro lado, el informe da que la población residente en el corredor del pacífico colombiano donde ocupa 132 Territorios Colectivos de Comunidades Negras titulados hasta el día de hoy, que corresponde a un territorio de 4.717.269 hectáreas, es decir el 4,13% de las tierras del país. (DANE, 2007, p. 23).

Esto implica, entre otras cosas, garantizar la gestión de las comunidades locales para prevenir y disminuir las acciones en el territorio que atenten contra ellos, propiciando la apropiación y el empoderamiento como estrategia de fortalecimiento de la posesión del territorio colectivo y la recuperación cultural.

El objetivo de este proyecto es plantear una estrategia basada en la construcción de marca-región. Con el fin de potencializar el turismo, fortalecer el territorio y aumentar las tasas de empleo frente a la producción artesanal y gastronómica, aportando a la ciudadanía en general elementos para comprender, incorporar y valorar esa diversidad étnica, como una riqueza de la nación colombiana.

Es preciso efectuar una mirada global y crítica de lo que ha sido la experiencia histórica de las poblaciones afro colombianas a través de sus memorias, narrativas y recorridos. Esta es la oportunidad de apreciar diversas claves de lectura cultural, así como las amenazas generadas por la cultura hegemónica que ponen en una situación de riesgo constante a estos pueblos, en cuanto a la preservación de sus más profundas prácticas tradicionales y culturales. La razón de ser de este proyecto, está dada por la intensión de visibilizar los saberes culturales de la población guapireña.

Es indispensable que nosotros mismos tengamos muy presente nuestras creencias y tradiciones que con el pasar de los años han sido transmitidas de generación en generación, a

través de nuestros ancestros, padres, abuelos y demás familiares, iconos e ídolos que han enaltecido la cultura en el Municipio y nos han llenado de fuerzas por luchar y defenderla.

La población afrocolombiana y en especial, el pueblo Guapi hace una construcción de patria, mediante la identidad cultural, es así, como en gran medida buscamos que ésta, sea visibilizada y para ello se expone la danza, la gastronomía, el arte y el folclor que la caracterizan. Es fundamental mostrar y demostrar el papel que nuestras fiestas tradicionales juegan en pro de nuestro reconocimiento cultural y en pro de la diversidad étnica de la que goza Colombia, así como no dejar perder nuestras tradiciones culturales y musicales y que con el pasar de los años no se disipe la majestuosidad y hermosura que históricamente nos representa.

Por cual, la comunicación social, el periodismo y el diseño audiovisual, representan un papel muy importante para lograr potencializar una marca colectiva para Guapi, Cauca, ya que estas cumplen con las funciones disciplinarias de estudiar las relaciones entre los cambios sociales y comunicativos, recopilando un sin fin de conocimientos en diseños sociales, proyectando así una formulación de empoderamiento de la información en sus diferentes esquemas y estructuras.

3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los artesanos es uno los pocos sectores, en donde el país ve como una variable para la competitividad en los mercados, es por ello, que en el municipio de Guapi, Cauca, los artesanos no tienen consolidado un grupo donde tengan derechos como parte del sector económico del país, y así mismo sean valorados por sus conocimientos y practicas artesanales.

A pesar de su escenarios naturales y patrimonio cultural, la huella histórica colonial no nos ha abandonado aun, y es por ello que estas personas llenas de virtudes y saberes, no tienen sus espacios en la economía del país, así mismo las presiones económicas que demandan los mercados del país han llevado que los guapireños no puedan salir de los estragos de la sociedad, la burla hacia la cultura, y el maltrato a la naturaleza, siendo Guapi un municipio ubicado en el pacifico de Colombia un territorio de gran biodiversidad, es un lugar olvidado, junto con sus personas.

Por consiguiente es muy importante tener en cuenta el trabajo de las Juntas de Acción Comunal (JAC) del municipio, porque son los Presidentes de las JAC los que conocen más a las personas de su localidad, y son ellos quienes están buscando constantemente formas de mejorar su parte en la comunidad, los líderes sociales hacen parte fundamental en un proceso de acercamiento con la

comunidad, ya que ellos son quienes llevan la voz del pueblo, son quienes ponen la cara para rechazar los abusos que la población sufre y son quienes buscan formas con la comunidad, para mejorar la calidad de sus vidas.

De esta manera, frente a los diversos problemas que aqueja al municipio de Guapi, lo más importante es que las organizaciones comunales comiencen a interrogarse y cuestionarse ellos mismos, sobre lo está sucediendo en el municipio, para que así se genere una unidad de los artesanos y comunidad, llegando a encontrar las vías más concretas, claras y correctas para potencializar una marca colectiva, preservar el patrimonio y sacarle provecho a los mercados del país. Por consiguiente mediante la Investigación, Acción-Participativa donde se puede desarrollar la investigación y a la vez la intervención social, la comunidad y el investigador pueden ir trabajando de la mano, lo que genera un intercambio de saberes, conocimientos, prácticas, costumbres y lo que encierra como tal a una persona y una comunidad, también, es donde más claras se exponen las realidades de las personas y por ello, es donde más activos están todos los involucrados en el proceso, para modificaciones, decisiones y aprobaciones.

¿Cómo planear una estrategia comunicativa que permita consolidar a los artesanos de Guapi, Cauca, a través de la construcción de una marca colectiva?

Guapi es un municipio del pacífico sur colombiano “Donde el cielo se une con el mar” (Silva, Leandro. 2016), ubicado al lado del océano pacífico en el departamento del Cauca, fue fundado en 1772 por varios colonos organizados por Manuel Valverde en el sitio denominado el Firme del Barro. La población de Guapi, se estima en 30.000 habitantes bajo el gentilicio de guapienses. (Alcaldía Municipal de Guapi, 2020)

Colombia es catalogado como un país pluriétnico y multicultural debido a sus innumerables tradiciones que lo convierte en un país lleno de diversidad cultural, algunas tomadas desde el proceso de mestizaje que trajo consigo la conquista, de esta manera, las manifestaciones y costumbres de distintos orígenes fueron edificando y caracterizando a nuestro país.

La comunidad guapiense es invisibilizada en el goce de casi todos sus derechos sociales y también constitucionales, a pesar de que se hayan creado muchas leyes a favor de estas comunidades, como se mencionó anteriormente, el abandono Estatal es evidente e inminente, por lo que los mismos colombianos desconocen que los territorios ancestrales ocupados por los afro colombianos, se han convertido en sitios estratégicos para la guerra, con las determinadas rutas

del tráfico de drogas y de armas, que estaría condicionado por una salida al mar en Guapi y Buenaventura (Razón pública, 2020), lo que trae como consecuencia que se conviertan en la una población desplazada en Colombia, haciéndolos migrar a otras ciudades, y más allá de los rituales del Día de la afrocolombianidad.

No es notable el compromiso de las autoridades competentes, en el desarrollo de estrategias adecuadas que permitan a grandes rasgos resaltar y visibilizar esta comunidad. Por esta razón se define como problema la carencia de una estrategia comunicativa que permita el apoyo para el fortalecimiento de la construcción de una marca colectiva, que resalte a la comunidad, conforme a sus costumbres, música, bailes, gastronomía, licores artesanales, etc.

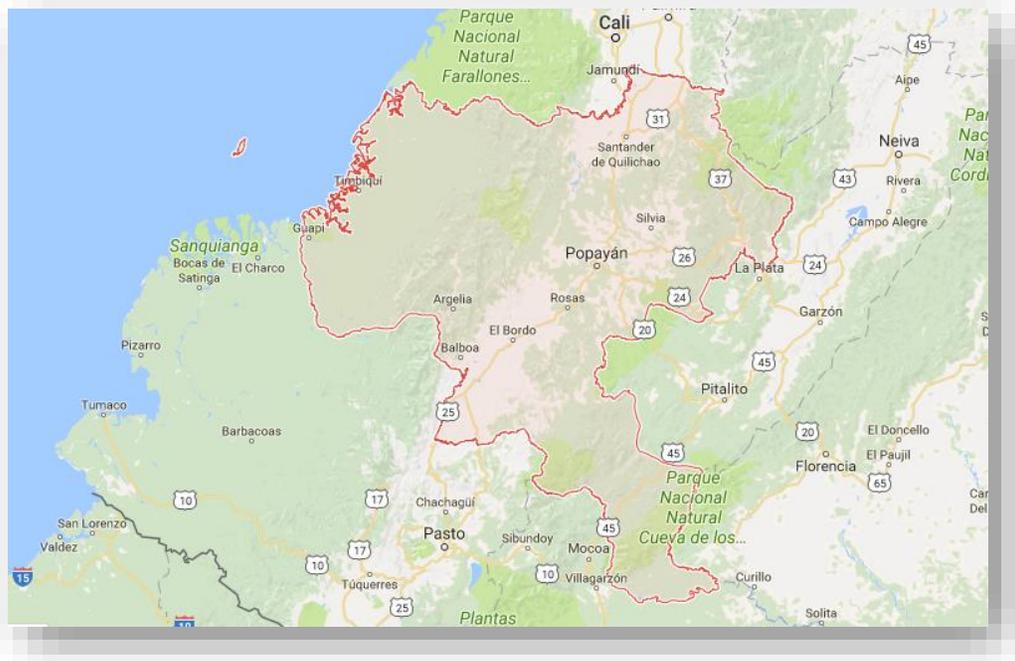
4 MARCO REFERENCIAL

El municipio de Guapi lo podemos encontrar a orillas del mar pacífico al suroccidente del departamento del Cauca, bordeando la vertiente del pacifico colombiano a orillas del rio Guapi. (Alcandía Municipal de Guapi, 2020)

Muestra toda su alegría, la unión de su gente, el cariño por sus costumbres y tradiciones a través de sus fiestas culturales y religiosas donde todo es armonía y el principal objetivo de la gente es disfrutar al máximo lo que su poblado tiene para ellos.

Es un lugar que siempre está en fiesta, puesto que no tienen ninguna excusa para vivir a flor de piel su maravillosa cultura, donde se inventan las fiestas si no las hay con el fin de vivir felices y sacar a flote toda esa energía que sus ancestros han implantado en su cultura y su sangre, en torno a la majestuosidad y las creencias tradicionales que se recuerdan diariamente desde lo que se creía de una persona negra y para qué era utilizada en años atrás, como nacieron sus instrumentos, movimientos, expresiones y bajo qué circunstancias.

Figura 1. Ubicación Geográfica de Guapi



Fuente: Google Maps

4.1 DESCRIPCIÓN GEOGRÁFICA

El municipio de Guapi está ubicado al suroccidente de la costa pacífica colombiana en el Departamento del Cauca, sus límites son: Al Norte con el Municipio de Timbiquí Cauca; al Sur con el Municipio de Santa Bárbara de Iscuandé (Nariño), al Oriente con los municipios de Argelia y el Tambo Cauca, al Occidente con el Océano Pacífico.

Guapi está situado sobre una hermosa bahía resguardada de las corrientes marinas, a 4mts sobre el nivel del mar y a 9 km., de la desembocadura del río Guapi en la margen izquierda del mismo nombre en un punto intermedio entre Buenaventura y Tumaco.

Por el occidente se encuentra una extensa franja de tierras bajas y cenagosas que hacen parte de los manglares formando la llanura del pacífico. Por el oriente el terreno es quebrado con elevaciones ya que forman parte de la cordillera occidental. (Universidad Tecnológica de Pereira, 2012).

4.2 CARACTERÍSTICAS SOCIO-ECONÓMICAS

Las actividades productivas que se sustentan como base de la economía del municipio de Guapi, están estrechamente relacionadas con el sector primario tales como la agricultura del coco, el maíz, el chontaduro, el arroz, papachina, además de otros cultivos del pancoger¹ familiar; de igual se encuentra la producción pecuaria en especial las especies menores de aves y cerdos. De igual manera para un sector importante de la población de zona rural ribereña, el modo de vida se sustenta en la extracción de los recursos naturales tales como la cacería.

Es de anotar que el municipio está pasando por una crisis ocasionada por factores como el cambio de actividades productivas, la deserción, el debilitamiento en las costumbres culturales, entre otros.

La pesca ocupa un renglón importante en la economía local con la multivariedad de pescados, los moluscos (piangua, almeja, chorga), y crustáceos, entre otros el camarón.

Durante los últimos años se ha implementado la estrategia de la veda del camarón de aguas someras y profundas en procura de mejorar la repoblación y reproducción de la especie. La minería ocupa posiciones importantes de aprovechamiento económico, principalmente en las zonas medias y altas de los ríos, principalmente con la explotación de oro y platino. La extracción maderera se ejerce para suplir el mercado local, pero en especial para la región Andina del departamento del valle del Cauca. (Caldas, 2008)

4.3 CLIMA

Guapi tiene un clima cálido húmedo. La temperatura oscila entre 28 y 32°C; el ritmo de vida de la población obedece al lento fluir y cambio de las mareas y a las estaciones de lluvias inmemoriales y a soles espléndidos que definen su trópico enmarcado de una vegetación exuberante (Caldas, 2008).

4.4 HIDROGRAFÍA

La principal arteria fluvial del municipio de Guapi es el río de su mismo nombre, el cual nace en el cerro Pelao a 3.486mts sobre el nivel del mar, desciende por la cordillera Occidental, se

¹ Término usado en toda Colombia para referirse a la alimentación diaria de las familias.

interconecta por esteros y canales permitiendo la navegación y comunicación entre las distintas poblaciones de la región sin necesidad de salir al mar.

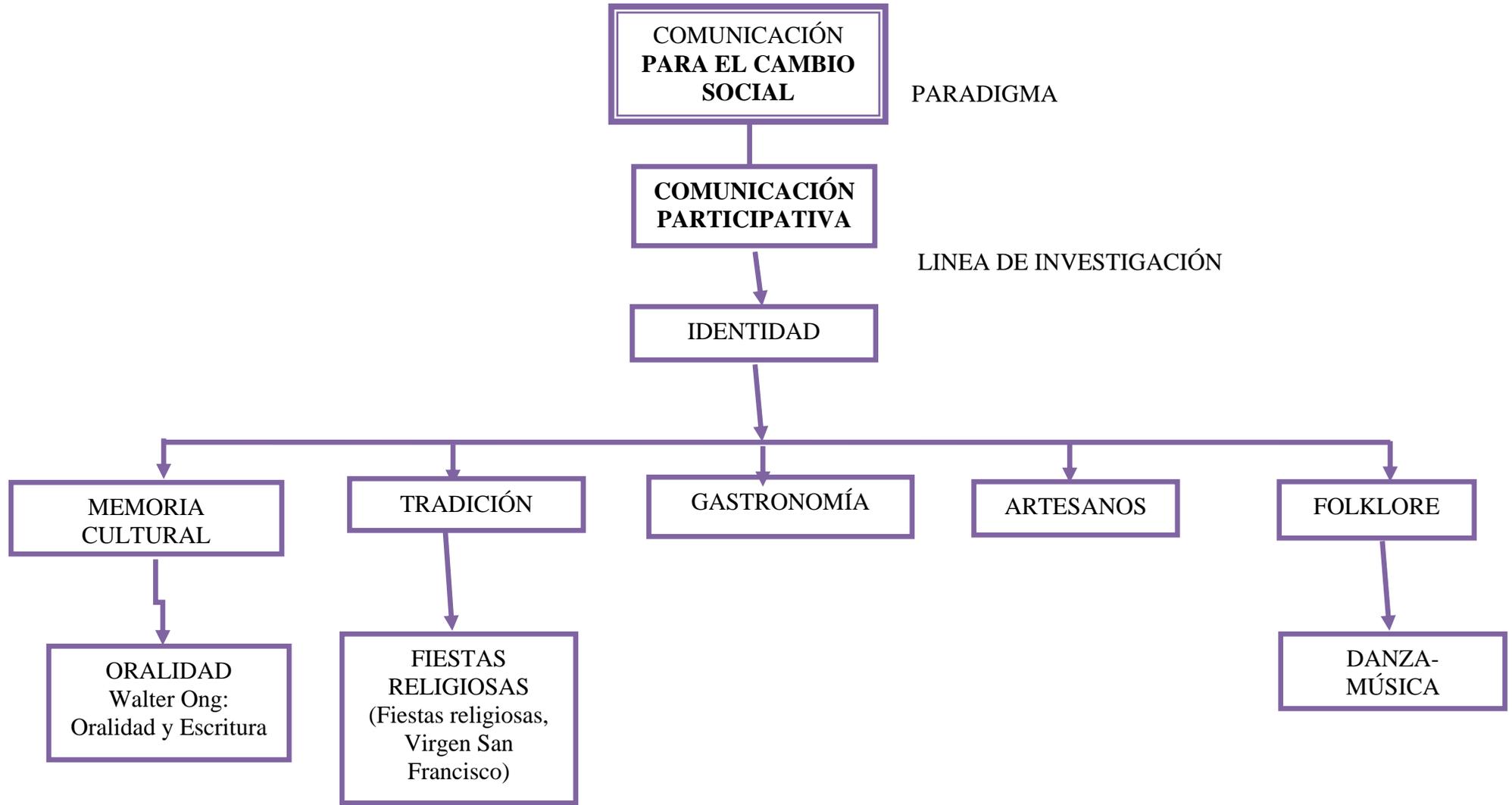
El río Guapi en su parte más ancha tiene una extensión de 450mts, desemboca en el océano Pacífico en dos vertientes: la boca de Guapi y la boca de Limones; entre sus principales afluentes tenemos: Canapí, Napi, San Francisco, Guajuí, Balsitas, Currupí, Temuey, Pilpe, Yantín, Anapanchi, Caimito, Bella Vista, el Barro, el Diablo (hoy la Virgen) y Chamón entre otros.

Por las afluencias de las mareas, se dificulta un poco el transporte fluvial puesto que éstas, suben y bajan dos veces al día devolviendo sus aguas al mar.

En 1.810 fue refugio de los realistas que huían del interior y en las guerras civiles serviles servía de campo de batalla y sitio de fusilamiento. En el año de 1.841 Manuel de Jesús Zamora atacó la población cañoneando varias veces desde el río, en 1.871 se luchó dentro de la población en combate en el que se rindió Manuel Juan Antonio Barrero ante la fuerza de los revolucionarios que lo tomaron prisionero en la boca del río Napi.

En varias ocasiones estuvo a punto de desaparecer por tres incendios, el primero fue en el año 1.933, el segundo ocurrió en 1.954 y el tercero en 1.967. También ha sufrido fuertes terremotos, el primero fue el 23 de noviembre de 1.979 y el segundo el 12 de diciembre del mismo año. (Caldas, 2008)

5 MARCO TEÓRICO



El cambio social es un factor, relevante en el ejercicio del nuevo comunicador social, nos preparamos para diferentes situaciones del diario vivir y sobrellevar comportamientos, los cuales en nuestra acción de ayudar por medio de la información que transmitimos a los demás, hace que cada día todo sea más complejo, ya que, la evolución que el ser humano y el planeta vive, concibe que olvidemos muchas cosas, y sólo nos enfocamos en buscar lo nuevo, y en esos casos, el comunicador social debe estar preparado para recordar por todos los medios que este campo maneja, generando mil formas de aprender, reconocer, recordar, estudiar, ayudar, apoyar, aprender, y defender. De esta manera, los referentes utilizados en el proyecto, nos hacen entender conceptos de la cultura más vieja del mundo, cómo ésta llegó a diferentes partes del mundo, pasó muchos años violentada, sacó a flote mil formas de representarse y ahora es una de las más aclamadas para escuchar música, bailar, degustar su afamada gastronomía, probar sus licores artesanales y disfrutar de su gran turismo. Por ello, se debe tener en cuenta que la historia, las representaciones culturales y como desde la comunicación se puede visibilizar lo que conforma una cultura tan bella como la que tiene la comunidad guapireña.

De esta manera, García, Luis (2006), en su texto “El uso de las marcas como herramienta para apoyar estrategias competitivas en turismo comunitario” expone que el turismo es una de las variables con mayor escala en la actividad económica del país, siendo el turismo y los ego negocios un aprovechamiento auto sostenible para la biodiversidad, tradiciones, costumbres, productos artesanales, artes, etc.

Por consiguiente, García, Luis (2006), expresa que:

“La marca se constituye así en un medio para comunicar al cliente un conjunto de cualidades asociadas al producto turístico, es decir, su carácter étnico y/o comunitario, y una determinada calidad de los servicios turísticos en el destino. La marca corrobora a dar una respuesta adecuada a las expectativas de los clientes que se identifican con ese nicho de mercado”, de tal manera que, desde la parte del analizar las relaciones de los cambios sociales, podemos establecer la idea de marca colectiva, como un eje más que necesario para potencializar uno o varios lugares, directa o indirectamente.” (Pág.1)

Además, Trejo, Karina & Sanabria, Carlos (2011), enseña como una marca registrada nacional o internacionalmente puede ofrecer excelentes ventajas económicas, de desarrollo social y cultural para los creadores y el medio en el que se están desarrollando, todo a través del análisis de los mercados, conforme a mostrar la marca, que tipos de marcas existen y exponiendo las leyes que regulan a estas marcas.

Por otro lado, Navarro, Guillermo (2019) plantea como objetivo principal a las marcas con herramientas de propiedad intelectual con un fin de desarrollo local, para un bien social, donde se expone la realidad del desinterés, desconocimiento y falta de acceso que padecen los micro productores en el sueño de conseguir un bienestar social.

En el texto “El cuarto mosquetero: la comunicación para el cambio social”, (Dragon, 2014), expresa:

Grandes rasgos que la comunicación al ser considerada la “quinta rueda del carro” es una disciplina fácil de reemplazar, porque aún no se sabe cuál es el elemento diferenciador entre otras ramas del conocimiento y por ende no juega un papel esencial dentro de la sociedad. Pero lo cierto es que la comunicación hace las veces de mediador dentro de los procesos de participación ciudadana, algo fundamental para mostrar aquellas comunidades como la afro colombiana como es este caso, a quienes el gobierno y la población colombiana en general ha dejado en el olvido, desconociéndolas como actores que generan cultura. De esta manera la comunicación viene a tomar la voz acallada de esta población con modelos como el de Schramm (Gumucio, s.f.) quien es conocido por su modelo de comunicación "el de la tuba"; basado en la comunicación interpersonal y la interacción con el "campo de experiencia". Dice que el medio de comunicación de masas es un sujeto comunicador que hace las veces de codificador, interprete y decodificador, es decir, el receptor de acontecimientos que codifica e interpreta de acuerdo a las lógicas del periodismo.

Dentro del texto se plantea la Comunicación instrumental (desarrollo) por una parte, la cual muestra una preocupación sincera por el desarrollo y por los actores involucrados. Esta, logra que agencias internacionales como Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la

Cultura (UNESCO) Y El Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF), adopten estrategias de comunicación para el desarrollo, resaltando la importancia del saber local, de la tradición y de la cultura; y la Comunicación participativa (ética) por otra, es una comunicación enfocada en el cambio social, donde se invita a levantar las voz por aquellas poblaciones y comunidades olvidadas y acalladas por la furia del gobierno, mostrándolas en las acciones públicas, esta es la que cuenta como el cuarto mosquetero, ganando terreno para hacer una contundente y definitiva contribución.

El texto es claro al mencionar que la manera ideal para llevar a cabo la comunicación, es el diálogo, el cual en procesos de desarrollo social de una comunidad hubiera bastado para evitar tantas distorsiones y tanto desperdicio de recursos, este ejemplo funciona como una metáfora de lo que sucede cuando se desconoce la cultura y se pretende incidir sobre ella sin establecer primero un diálogo y reconocimiento de la realidad que haga posible el proceso participativo.

Puesto que en la mayoría de los casos, las comunidades tienden a ser limitadas tan solo a recibir contenidos, que poco o nada tienen que ver con sus tradiciones culturales, donde no se evidencia un proceso de diálogo constructivo y social, de ahí que las estrategias de comunicación más efectivas son aquellas encaminadas hacia el fortalecimiento de los canales de comunicación local, se convierten en receptores pasivos, sin la mínima posibilidad de contar sus propias noticias, sus quehaceres y todos aquellos acontecimientos que suceden a su alrededor.

El nuevo comunicador debe comprender que la comunicación para el cambio social se relaciona con la cultura y el diálogo, para lo cual se necesita compromiso para apoyar este proceso de cambio en lugares donde sólo cuentan con su identidad cultural como fuerza. Y por último, el nuevo comunicador debe tener en cuenta que en la comunicación para el cambio social, es más importante el proceso que el producto en sí, puesto que el resultando es el mismo proceso de trabajo desde la comunidad y con la comunidad.

A través de la creación de la identidad de la marca colectiva se trabajara el concepto de *tradición*; nos indica que las sociedades le agregan a las expresiones, a los comportamientos y a las creencias que se tiene en el presente, pero que tendrá un valor y un significado, pero esto, con referencia al pasado, claro está. La tradición pretende conservar como tesoro la *historia*,

preservándola y evitando a toda costa que los efectos modernizantes puedan llegar a agredirla, como bien se afirma “Para los antropólogos y folcloristas, en particular desde mediados del siglo XIX hasta mediados del XX, tradición implicaba edad, y decir que algo era tradicional equivalía a afirmar su autenticidad cultural, a menudo contrapuesta a la modernidad.”(Barfield Thomas, s.f.), de ahí que las sociedades denominan algunos aspectos de su cultura como *tradición* para darles significado e historicidad, dándole continuidad a las viejas prácticas.

Otro concepto a utilizar es el de *folclore*, el cual es atribuido a sociedades pre modernas y analfabetas ya que su principal característica es la preservación de naturaleza oral o por canales tradicionales que están fuera de institucionalizarse, “Pero el folclore ha sido y es percibido como cultura de comunidades marginales, amenazadas o en pugna por sobrevivir:”

También usaremos el concepto de *etnicidad*, el cual es básicamente, sentirse identificado, o sentirse parte de un grupo étnico excluyendo a otros. (Campo, Lorena, s.f.), se trata del sentido de pertenencia al que nos aferramos, y al excluir a otros grupos quizá, podríamos estar desplazando a la clase social como la forma más importante de segmentación en la sociedad moderna, convirtiendo a la etnicidad un actor importante de estratificación, pero también, gracias a la etnicidad estaríamos dando un mayor valor a una minoría que es objeto de discriminación como es el caso de la población afro colombiana. Está ligada a nuestro cuarto concepto, la *identidad*, ya que, hablamos de la conciencia personal que nos hace reconocernos como individuos de una comunidad, el diccionario básico de Antropología, la define como el proceso que tenemos en común, todos los seres humanos y que además es atemporal, y transcurre en cualquier zona geográfica. (Campo, Lorena, s.f.), la identidad está enlazada con los espacios ideológicos, como parte de la conciencia del yo, y del sentirse parte de una colectividad.

Es de vital importancia definir y reconocer las diferencias de la población Afro en estudio, ya que como primera instancia tenemos a la Comunidad Negra: la cual es definida en la ley 70 del Estado Colombiano, como el conjunto de familias de ascendencia afro colombiana que poseen una Cultura propia, comparten una historia y tienen sus propias tradiciones y costumbres dentro de la relación campo-poblado, que revelan y conservan conciencia de identidad que las distinguen de otros grupos étnicos.(Ley 70, 1993)

Estas constituyen varias comunidades que viven de acuerdo a las formas culturales desarrolladas por la etnia africana, quienes una vez asentadas en el territorio colombiano, especialmente en la zona pacífica. (Ley 70, 1993).

Asimismo, está la Población Afro Colombiana africana colombiana corresponde a las comunidades descendientes de las personas africanas esclavizadas por los españoles y las comunidades cimarronas que conquistaron su libertad, entre 1510 y 1852. Son africanas por su ancestro genético, étnico, cultural y espiritual, asumiendo la africanidad como un valor personal y de la sociedad colombiana. (Rinaudo, s.f.)

La población afro colombiana surgió con la expedición en 1851 de la Ley de libertad de los esclavos, que abolió legalmente la esclavitud y la esclavización de personas en Colombia. Los ex esclavos, los cimarrones y sus descendientes quedaron en el país como ocupantes de hecho más no en derecho y con derechos. Quedaron ocupando el territorio, pero ilegales, por haber sido excluidos del ordenamiento jurídico republicano y del Estado de Derecho, e ignorados en las leyes como sujetos jurídicos con derechos étnicos y ciudadanos especiales.

Siendo pobladores de hecho del territorio patrio quedaron en un limbo jurídico, sin ciudadanía, durante 70 años y, poco a poco, según los intereses políticos dominantes se fueron integrando al proyecto de Nación, en un proceso espontáneo que duró desde 1852 hasta 1991, cuando por primera vez en la historia jurídica de la República de Colombia, la Constitución Política les menciona y reconoce como sujetos jurídicos con derecho de diferenciación positiva, con la denominación de comunidades negras. (Banco de la Republica de Colombia, 2020)

Y por último y no menos importante, la Población Palenquera, que habitan en los denominados palenques, se ubicados en lugares inhóspitos, de difícil acceso, alejados de las rutas comerciales y de los organismos de control social propios del sistema colonial. Sin embargo, su existencia incitaba nuevas fugas y promovía revueltas. Por tal motivo, la mayoría de los palenques fueron objeto de múltiples excursiones guerreristas u otras formas de represión a las cuales debieron resistir creando sistemas complejas de defensa, en manos de los hombres, quienes debían servir de vigilantes y protectores del perímetro de residencia. (Rinaudo, s.f.)

También es posible citar el Libro Ruta de la Chirimía, dirigido por Alex Andrés López (s.f.), donde se hace presente el concepto de Patrimonio Cultural, otro de los conceptos claves para la realización de este proyecto, y el cual no podemos dejar de lado. En este libro se retoma la definición de patrimonio cultural, dado por el Ministerio de Cultura, donde dice que “está constituido por manifestaciones culturales, que comprenden las prácticas, los usos, las representaciones, las expresiones, los conocimientos, las técnicas y los espacios culturales que generan sentimientos de identidad, y establecen vínculos con la memoria colectiva de una determinada comunidad”, en este caso, la comunidad guapireña, es así como uno de los elementos de la cultura, más propiamente de la música del pacífico logro posicionarse como uno de los patrimonios culturales de Colombia, les hablo de la Marimba, así también, los cantos y bailes tradicionales de la región colombiana del pacífico declarada por la Unesco en el año 2015

6 OBJETIVOS

6.1 OBJETIVO GENERAL

Plantear una estrategia de comunicación que permita la consolidación de los artesanos del municipio de Guapi, Cauca, a través de la construcción de una marca colectiva, rescatando lo endógeno y potencializar procesos comerciales.

6.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Diagnosticar la situación actual de la comunidad guapireña como actores importantes de la cultura colombiana.

Formular una estrategia de visibilización de la cultura guapireña como memoria descriptiva e historiográfica de las manifestaciones de la diversidad gastronómica-artesanal y cultural.

Desarrollar una estrategia comunicativa para que los artesanos del municipio de Guapi, puedan hacer frente en diferentes mercados nacionales a través de la construcción de una marca colectiva.

7 METODOLOGÍA

Se plantea una investigación con enfoque cualitativo descriptivo, donde se pretende la descripción del contexto cultural actual del municipio de Guapi, Cauca. Apoyada en el método de campo que consta de los siguientes pasos.

- A. Plan o diseño de la investigación.
- B. Selección de muestra.
- C. Recolección y análisis de datos.
- D. Codificación y edición de la información
- E. Presentación de resultados.
- F. Utiliza las técnicas de observación y encuestas o entrevistas.

Como primera medida se realizará un diagnóstico, mediante el cual se podrá conocer los problemas sociales que los afectan, los recursos con los que cuentan y las potencialidades que tienen como comunidad, a través de varias fuentes (primarias, secundarias y consulta a especialistas) que demostrarán el estado de la situación actual de la población artesanal Guapireña, tanto en el ámbito cultural como social, se realizarán las siguientes actividades en su respectivo orden:

- A. Análisis del entorno (composición y condición de la comunidad).
- B. Recopilación de información de fuentes secundarias.
- C. Inventario de recursos culturales y humanos.
- D. Descripción de variables.
- E. Planteamiento de hipótesis sobre los hallazgos.
- F. Redacción de la conclusión del diagnóstico
- G. Elaborar una estrategia de comunicación que permita visibilizar la cultura y la calidad humana de la población Guapireña a través de una marca colectiva.

7.1 MUESTRA

Los objetivos planteados se lograrán haciendo entrevistas semi-estructuradas las personas oriundas del municipio de Guapi, Cauca, así se determinará el estado actual de la misma, realizando un acercamiento a la población no sólo la de estudio, sino que también es importante

saber el grado de conocimiento de las personas ajenas a ésta comunidad. Se debe tener en cuenta las personas a quienes se le realizará las entrevistas son nativos del municipio de Guapi

La primera parte estará destinada a la recolección de información teórica que permita tener bases para generar propuestas realizables y atractivas. Una vez se haya realizado esta recolección de información, se van a realizar las entrevistas y encuestas y por último, se empieza a estructurar el análisis de los resultados obtenidos y a partir de ello, se estudiara la estrategia que mejor se acomode a las necesidades de visibilizar esta población.

7.2 TIPO DE ESTUDIO

En base a los requerimientos de la investigación se determinó, utilizar una medición exhaustiva y controlada, intentando buscar la certeza, determinando la fuerza de asociación o correlación entre variables, la generalización y objetivación de los resultados.

“La objetividad como única forma de alcanzar el conocimiento y hacer inferencia causal que explique por qué las cosas suceden o no de una forma determinada: así como también permite examinar los datos de manera numérica, analizando diversos elementos que pueden ser medidos y cuantificados.” (Uniminuto, 2020)

7.3 TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

La técnica de recolección de datos que se va a utilizar son las entrevistas como método principal y encuestas como segunda opción, eso para identificar cual es la situación de ingresos y consolidación empresarial de la comunidad de Guapi, y cuál es la proyección que tienen para el futuro, así como ver el grado de acogida y/o conocimiento que se tiene de la población en cuestión y asimismo poder establecer la estrategia pertinente para su la consolidación de sus productos artesanales, gastronómicos y sus tradiciones culturales.

7.3.1 Preparación de la Entrevista

A. Determinar la posición que ocupa el futuro entrevistado, sus responsabilidades básicas, actividades, etc. (Investigación).

- B.** Preparar las preguntas que van a plantearse, y los documentos necesarios (Organización).
- C.** Fijar un límite de tiempo y preparar la agenda para la entrevista. (Sicología).
- D.** Elegir un lugar donde se puede conducir la entrevista con la mayor comodidad (Sicología).
- E.** Hacer la cita con la debida anticipación (Planeación). (Lebet, 2013).

Observación

La observación es otra técnica útil para el analista en su proceso de investigación, consiste en observar a las personas cuando realizan sus actividades cotidianas. El propósito de la observación es múltiple, permite determinar qué se está haciendo, cómo se está haciendo, quién lo hace, cuando se lleva a cabo, cuánto tiempo toma, dónde se hace y porque se hace.

La Encuesta

Una encuesta es un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa de la población, con el fin de conocer estados de opinión o hechos específicos, su intención no es describir los individuos particulares quienes, por azar, son parte de la muestra sino obtener un perfil compuesto de la población. Una "encuesta" recoge información de una "muestra." Una "muestra" es usualmente sólo una porción de la población bajo estudio. (Lebet, 2013).

Cuestionario

Los cuestionarios proporcionan una alternativa muy útil para la entrevista; sin embargo, existen ciertas características que pueden ser apropiada en algunas situaciones e inapropiadas en otra. Al igual que la entrevistas, deben diseñarse cuidadosamente para una máxima efectividad. Selección de formas para cuestionarios.

Para llevar a cabo este proyecto se plantea una posible estrategia:

Nombre de la estrategia

Plan de comunicación estratégico, para la visibilización y consolidación artesanal empresarial, creando una marca dominio de la región.

Objetivos de la estrategia

Identificar las falencias actuales en relación con la construcción de territorio, en la producción artesanal y visibilización de la cultura del municipio.

Analizar los medios actuales de difusión con los que cuenta el municipio.

Diseñar una propuesta estratégica de divulgación efectiva y eficiente del plan de comunicación orientado a la potencialización del turismo y aumento de la producción artesanal mediante la promoción de una marca colectiva., a través de talleres de apropiación y reconocimiento y trabajos colectivos, donde no solo los artesanos, sino la comunidad se involucre y realicen sus labores unidos, para que aprendan y conozcan las falencias y virtudes de cada uno, así se entenderán que cada persona en una comunidad cumple una determinada función, y estando unidos lograrán el reconocimiento regional del Pacífico Colombiano.

Fases

Esta estrategia se realizará en dos fases, en la primera fase será la recolección de información necesaria para establecer la posición actual del municipio de Guapi, en cuanto a la proyección cultural.

La segunda fase es en la construcción de una marca colectiva de los artesanos del municipio de Guapi, Cauca, con el fin de rescatar lo endógeno y potencializar ´procesos de comercialización para mejorar la calidad de vida de los guapireños.

8 ANTECEDENTES

8.1 ANTECEDENTES INTERNACIONALES

La lucha en contra del anonimato racial y cultural que viven los afro descendientes luego de la abolición de la esclavitud en la población latinoamericana es cada vez más notorio, ejemplo de ello es el trabajo titulado (De)Mostrando Cultura: Estrategias Políticas Y Culturales de

Visibilización Y Reivindicación en el Movimiento Afro Argentino, realizado por el Alejandro Frigerio investigador independiente del CONICET (Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, 2011) del Centro de Investigaciones Sociológicas de la Universidad Católica de Argentina y Eva Lamborghini también del centro de investigaciones sociológicas de la Universidad Católica de Argentina e investigadora de CONICET.

Estos autores examinaron a África Vive, agrupación de militantes afro argentinos, catalogados los primeros en exigir la reivindicación racial, y cómo ésta ha desarrollado dentro de sus políticas, una estrategia de visibilización cultural, dentro del trabajo se discuten visiones teóricas sobre el multiculturalismo, corriente que ha facilitado la conformación del movimiento social afro descendiente el cual tuvo sus inicios es en 1990, en Argentina el cual gracias a las narrativas multiculturalistas hacen posible la reivindicación pública de identificaciones raciales y culturales que en épocas anteriores fueron invisibilizadas. El multiculturalismo según el texto ha desgastado narrativas homogeneizantes que valoran el mestizaje o, como en el caso argentino y uruguayo la blanquedad, y ha permitido o incentivado el desarrollo de movimientos indígenas y afro latinoamericanos a lo largo de todo el continente (Lamborghini, 2015).

Este trabajo propone que las estrategias políticas y culturales se complementan, mostrando cómo el naciente movimiento social afro argentino, que se desarrolla con una notable carencia de apoyos económicos externos, utiliza al máximo los recursos simbólicos como los culturales, de los que dispone y de esa manera sacar el máximo provecho de la estructura de oportunidades políticas que gracias al multiculturalismo les ha sido posible acceder, así también, el artículo muestra como el movimiento lleva a cabo el rescate, despliegue y escenificación de la cultura afro argentina que incluye la re-visibilización del candombe Argentino (Danza africana que los afro descendientes bailaban en Buenos Aires los domingos y los días especiales de fiesta y que perduró como costumbre, muchas veces prohibida, hasta fines del siglo XIX, cuando los negros, prácticamente desaparecieron de Buenos Aires, como grupo étnico y cultural). (ElarcondelaHistoria, 2020), así como la apropiación de géneros afroamericanos como la rumba y la salsa. Esto permite su reposicionamiento frente a otros grupos.

Es así, como (Frigerio & Lamborghini, 2011) contribuye a este proyecto, aportando ideas encaminadas a quebrar la invisibilidad de la Cultura de Guapi, una de ellas: realizar censos de los negros residentes en la ciudad de Cali, consiste en realizar el censo con ayuda de la Defensoría, a través del método **snowballsampling**, donde esta técnica de la bola de nieve permite que la muestra vaya creciendo a medida que las personas seleccionadas inviten a participar a más gente; este procedimiento es utilizado por investigadores cuando la muestra para el estudio es muy rara o si está limitada a un subgrupo muy pequeño de la población de estudio; otra idea que surge al leer este artículo es la de propiciar la auto identificación como pueblo negro, anexando una pregunta al censo, y es ¿Qué significa ser afro descendiente o afro colombiano?

Por otro lado, Monkevicius (2012), desarrolló un artículo titulado; no tenía que haber negros, un trabajo que analizó los procesos de visibilización y reconfiguración de identidades entre los afro descendientes e inmigrantes de África, residentes en Argentina, el análisis es realizado desde una perspectiva antropológica de la memoria problemática de la relación entre la recordación de pasados subalternos y la construcción de sentidos de pertenencia compartidos.

Los personajes que fundamentan esta investigación, y en los que se volcó la mirada, son aquellos líderes y dirigentes afro, emprendedores de la memoria, en la construcción, fijación y estandarización de la memoria como elemento homogenizado hacia adentro; y como herramienta de lucha política hacia afuera. Los estudiosos inquietos por problematizar diversas cuestiones relativas a afro descendientes y africanos en Argentina coinciden en señalar que, desde hace algunos años, existe una coyuntura político-social particular, tanto a nivel nacional, como regional e internacional, que promueve nuevos espacios de interacción y visibilización respecto de la otredad de origen africano y de su aporte a la conformación del estado-nación. Podríamos decir que se ha producido, debido a la llegada de corrientes multiculturalistas como Lamborghini (2015), afirma:

“La Cambio en las construcciones hegemónicas de alteridad a nivel nacional que se inserta en un entramado regional e internacional de debate y revisión sobre la identidad, la pertenencia y los derechos de los colectivos africanos y afro descendientes en tanto poblaciones “vulnerables”

afectadas por la exclusión, la pobreza y la falta de reconocimiento de su diversidad sociocultural.”

Hay otra investigación que se enmarca dentro de un seminario denominado “Seminario: Visibilidad estadística de las personas afro descendientes en Chile” el cual es una actividad que se realizó el pasado 13 de abril del año 2016 en Santiago de Chile, en el marco del Decenio Internacional de Naciones Unidas con la idea de solicitar a los Estados recoger, recopilar, analizar, difundir y publicar datos estadísticos fidedignos a nivel nacional y local.

El objetivo de este encuentro, fue promover la visibilidad de las personas afro descendientes en el sistema estadístico de Chile, (Cepal, 2013), para de esa manera situar la inversión pública en beneficio de dichas comunidades.

En el año 2012 La ANPE Perú y el proyecto AGROECO iniciaron el proceso de desarrollo y posicionamiento de la marca colectiva “Frutos de la tierra”, para afrontar esta situación con productos de la biodiversidad, ecológicos y de alta calidad, a partir del empoderamiento de los agricultores y sus organizaciones, buscando mejorar la economía familiar de los pequeños productores y su seguridad alimentaria. (Vega & Carrión, 2012)

8.2 ANTECEDENTES NACIONALES

Parra, Mari Carmen, (2017). En su artículo La Verdadera Historia del Colombiano más Famoso del Mundo, explica la historia de cómo cuando se trabaja unidos, se pueden realizar grandes cambios y como dio tan grandes frutos el sello tan Colombiano como es Juan Valdez, este artículo trata el origen de la estrategia que fue orientada en defender y en posicionar el café colombiano, donde la sostenibilidad y competitividad de los productores cafeteros han hecho que su esfuerzo se vea reflejado y muy bien representado en los altos estándares de calidad, además ha mejorado de la calidad de vida de los trabajadores, siendo así solo ellos, quienes se aprovechen de la reputación alta que tiene el café colombiano, además de visibilizar los bellos lugares que tiene el eje cafetero que fue donde inició este proceso, además con la creación de un personaje que hoy en día es uno de los colombianos más famosos a nivel mundial.

En el año 1959 La Agencia Doyle Dane Bernbach (DDB) creó el personaje de Juan Valdez, a raíz de las peticiones que tenían en La Federación Nacional de Cafeteros (FNC), la cual quería una marca que representara a los más de 500.000 cafeteros de Colombia que hacían parte de ella, de tal manera crearon un sello inigualable un arriero con bigote, poncho, carriel y sombrero, una mula llamada conchita, y el inigualable paisaje de los andes en el fondo, para así mostrar al país y ya al mundo de donde viene el café más representativo culturalmente, el café colombiano, Juan Valdez.

El siguiente estudio tiene como propósito aportar a la investigación central de este proyecto aportando una comprensión de lo que representa la identidad cultural para una población determinada, incluyendo aspectos contextuales en el proceso de representación de sí mismos entendiendo la cultura como objeto y acciones de carácter social.

En el año 2010 fue presentado en el Instituto de Mercadotecnia María Inmaculada Quimbaya-Quindío, el trabajo de grado; “Identidad cultural oportunidad para formar, unir y recrear”. La intención de esta investigación era aportar al rescate del folclor colombiano teniendo como punto de partida, actividades formativas y lúdicas mediante el aprovechamiento de las TIC’s, las cuales son agentes intermediarios, que permite tener un acceso a los conocimientos básicos, así también, se realizó un análisis del reconocimiento del legado cultural como lo son las danzas y cantos folclóricos entre otras representaciones culturales que hacen parte de la cultura de nuestro país. En el desarrollo de este proyecto se implementaron planes de aula, se capacitó a docentes y estudiantes en danza folclórica; que finalmente mostraron sus aprendizajes a la comunidad a través del desarrollo de la “Peña Cultural”, institucionalizada desde el año 2008 que tuvo un impacto tanto a nivel local como regional. Éste proyecto dio como resultado resaltar la importancia, y reconocer a su vez, que la identidad cultural genera sentido de pertenencia y contribuye al fortalecimiento de valores autóctonos; a su vez se capacitaron diez docentes de básica primaria y cinco estudiantes de grado décimo y once; durante los años 2009 y 2010, en los grupos quinto A y quinto B se desarrolló el proyecto “Mejorando mi Expresión Comunicativa”, con el cual los estudiantes adquirieron conocimientos acerca de:

a) “Tradición oral, con el estudio de mitos y leyendas”.

b) “La idiosincrasia de nuestras regiones naturales”. (Díaz, 2012)

c) “Los bailes y ritmos de nuestro país” (Villa, 2020)

Se hizo la presentación de la “Peña Cultural” ante la comunidad del municipio. La importancia que cobro el éxito de este proyecto fue de tal magnitud ya está institucionalizado desde el año 2008. Y finalmente fue realizada la creación del blog (<http://identidadculturaltics.blogspot.com>) donde se encuentra contenidos sobre los aspectos básicos del folclore **colombiano, así como videos** tutoriales sobre algunos bailes tradicionales colombianos, y soportes de la realización de actividades del desarrollo del proyecto “Identidad cultural, oportunidad para unir, formar y recrear” (Restrepo, Loaiza, et al, 2010)

También, mediante la Resolución No 54385 del 12 de Septiembre de 2014, la Superintendencia de Industria y Comercio concedió el registro de la Marca Colectiva “Soy Capaz” a la “Fundación Andi”, cuyo domicilio se encuentra en Medellín, y está conformada por empresarios de la Asociación Nacional de Empresarios-ANDI., donde la marca colectiva concedida se registró para identificar la iniciativa de más de 120 empresas privadas, que lideradas por la Fundación Andi, se unieron con el propósito de concientizar a la sociedad sobre la necesidad de construir la paz, así mismo, las entidades públicas y los medios de comunicación se unieron a esta campaña con el fin de masificar el mensajes, por ende, también podrán ser usuarios de la marca. (Superintendencia de Industria y Comercio de Colombia, 2020)

Por otro lado, en el año 2016 mediante un semillero de la Universidad Autónoma del Caribe se realizó el proyecto “Promoción cultural que contribuya a la preservación, empoderamiento y visibilización de las comunidades negras asentadas en el distrito de Barranquilla”. Este proyecto permitió establecer el grado de importancia y el gran aporte que provee la comunidad afro-palenquera al Carnaval de Barranquilla y dio a conocer la situación social, cultural y económica de estas comunidades. De esta manera, el estudio hizo posible la identificación de los factores tanto internos como externos, que de alguna u otra manera, positiva o negativamente, han afectado la actual situación de los grupos de danza y música tradicional afro-palenqueras, con el propósito de que estos continúen salvaguardando su gran legado cultural.

Teniendo como referencia los resultados de este diagnóstico fueron propuestos unas estrategias que favorecieron la apropiación, visibilización, salvaguarda, conservación y fomento de los valores del patrimonio cultural de este grupo étnico, que lograron consolidar proyectos enfocados a fortalecer varios componentes claves de la identidad de estos colectivos como el folclor y la gastronomía. Los resultados, condujeron a la generación de espacios propios que intentaron promover el desarrollo integral, artístico y social de la comunidad afro-palenquera, donde se reconoció y se potencializó

La diversidad cultural del país, especialmente con las manifestaciones propias de esta etnia. Espacios que deben ser consolidados como una vitrina al resto del país y al mundo donde se dé a conocer la cultura de esta comunidad.

A través de los resultados arrojados en las fases iniciales de la investigación se demuestra la contribución de los afropalenqueros a la cultura Barranquillera, la cual ha sido muy significativa, debido a que los miembros de esta comunidad son autores de gran parte de la identidad musical y tradición cultural de la región por sus bailes, canciones, vestuario, culinaria, etc. manifestaciones culturales que se encuentran arraigadas principalmente en toda la región Caribe. Cabe resaltar que el propósito de este proyecto estaba centrado en lograr que los grupos representativos de danza y música tradicional afro palenquera, pudieran cambiar de paradigma y llegasen a convertirse en grupos auto sostenibles, para continuar desarrollando su gestión de proyección y conservación, no sólo en el ámbito local y regional sino también fuera de nuestro país. (Uniautonomia del Caribe, 2016)

El Ministerio de Cultura en el año 2010 generó un portafolio de proyectos orientado por la Dirección de Poblaciones donde se encuentra el proyecto de “Fortalecimiento Cultural de Consejos Comunitarios y organizaciones de poblaciones negras, raizales y Palenqueras”. La idea de este proyecto era la generación de espacios de encuentro y reconocimiento entre las comunidades Negras, Afro colombianas, Palenqueras y Raizales de los distintos territorios del país, que permitieran la transmisión de saberes culturales y apropiación de herramientas para la transmisión de dichos saberes a la comunidad, se propuso fortalecer a consejos comunitarios y organizaciones para enfrentar de manera efectiva las amenazas actuales a su territorio y continuar

con la construcción de condiciones productivas y sociales que mejoren su modo de vida, protejan su cultura y estimulen el desarrollo de sus identidades étnicas.(Ministerio de Cultura, 2010)

La autonomía regional, en el estudio de El Ariari, (Los Imaginarios Culturales: Estudio de caso; El Ariari) hace que la investigación tenga un desarrollo cultural, frente a los nuevos planes de trabajo comunitario, participación y descentralización, donde se dejen de lado los esquemas teóricos para encajarlos a la objetividad del país. La investigación comprende el delimitar a un territorio desde la identificación que hacen los pobladores del mismo; aunque no se trata de que ese territorio se ocupe directamente como región, sino, como los habitantes de él puede, definir y crear un concepto del territorio a partir de lo que viven y experimentan cotidianamente (Londoño, 2002).

La identificación del espacio ha generado un enlace en los procesos sociales vividos en el territorio, en el caso del Ariari, se denomina como un lugar donde esta personificado el país de Colombia, donde la cultura llanera no siendo la totalidad del país, abarca los problemas y situaciones de muchos, en lo político, económico, social y cultural, haciendo que se sientan identificados o en contra de ello. De esta manera, surgen nuevos deseos de implantar organizaciones políticas con el fin de hacer sentir que hay una autoridad territorial, donde ellos mismos estudien y den resultados de las relaciones y estructuras sociales.

De esta manera la autoridad estatal se manifiesta por medio del poder en todas sus vertientes, por ejemplo la política, que mueve indirectamente al país, donde se dé a entender que hay un control social. Este poder poner en juego el manejo de las relaciones de producción lo cual desequilibra la región, estableciendo que Colombia es un país independiente pero no se puede independizar dentro de el mismo, este control social sigue bajo el cargo de la política y manejo gamonalista. (Enciclopedia de la política, 2020). Por consiguiente la región ha establecido sus propias iniciativas para llevarla a diferentes instancias, donde se busquen formas de restaurar su historia, demostrando que han salido a través de su propia proyección de cómo se quieren visibilizar, a través, de sus conocimientos, sentires y aspiraciones.

La estructura y funcionamiento de las sociedades o regiones, frente a estos fenómenos colectivos se presentan bajo el contexto histórico – cultural donde se encuentran afectos que unen. En la

sociología se implementan técnicas de investigación para determinar perspectivas, causas, significado e influencias culturales. (Sandoval, 1985)

Es una buena manera saber que culturas que hay en nuestro país, manejan cada territorio como una definición de emociones que comparten de ella, no solo por bailes, por gastronomías sino por problemas políticos, sociales y económicos. Por ello, nacen hoy en día culturas, donde muchas, aunque no tienen como sostenerse estructuralmente, buscan maneras de sobrevivir todos los días. En el establecimiento de sus ideologías, en el caso de los conflictos, se conforman ideas para crear grupos armados al margen de la ley, para luchar por intereses comunes, donde el bienestar de la gran mayoría del pueblo es la futura victoria. De este modo nacen maneras, entidades, corporaciones en pro de visibilizar y mantener una cultura, una razón, una ideología; para mejorar, la vida de las personas, bajo reglas que realmente funcionen en la sociedad, la cultura, la política y la economía, del país, los departamentos, las regiones y los territorios.

8.3 ANTECEDENTES LOCALES

Desde el año 2010 la Alcaldía de Popayán venía adelantando los procesos requeridos para obtener la Marca Popayán, una marca ciudad que tiene una gran variedad gastronómica y un patrimonio cultural inigualable, su intención ha sido reconocer y enaltecer los platos preparados a través de la tradición oral, además de que su particular arquitectura colonial sea un espacio para visitantes y propios un lugar lleno de momentos especiales a nivel social, cultural, gastronómico, educativo, turístico, religioso y económico, ya que es una de las ciudades madre del país.

Lopez Castrillon, Juan Carlos (2019) es un referente en su artículo Marca Popayán de como el periodismo y buena utilización de medios de comunicación pueden contribuir al posicionamiento de una marca, en este caso una marca ciudad, la cual ha venido cogiendo auge, por su gran riqueza cultural, gastronómica y turística, además de que si los entes gubernamentales contribuyen a estas causas, hay mayor incentivo hacia la sociedad.

Castrillón Tobar, Matilde Estefanía (2017), es un referentes para realizar este proyecto, con Somos Pacifico, proyecto de la Universidad del Cauca, dentro del programa de Comunicación

Social y Periodismo, el cual pretende por medio de contenidos radiales dar un espacio a reflexiones, análisis y autoafirmaciones, que contribuyan al reconocimiento social y al empoderamiento cultural de las comunidades afro en la ciudad de Popayán y el departamento del Cauca.

Se hace un recorrido en la historia de las comunidades afro descendientes del Cauca, que las identifiquen desde lo físico hasta lo cultural, resaltando sus actividades más demostrativas de ser negro, y como en el presente se vive con gracia de sus tradiciones y costumbres, pero aún, se tiene en cuenta el pasado y por qué nacieron estas formas de divertirse e identificarse en las sociedades, desde la colonia hasta hoy en día.

Consiste en una conceptualización del término esclavitud, para introducir hacia la comprensión del dolor del maltrato psicológico y físico, que a los afros les tocó vivir, por tener estas ciertas cualidades; es una forma de acabar con el racismo y cada día tener más valores que humanicen al mundo, siendo este tema, una iniciativa para muchos que son afro y necesitan visibilizarse no por reconocimientos sino para que estén establecidos en la economía, lingüística, lúdica, arte, música, baile, deporte, política como una cultura sostenible e incluyente.

De esta manera se hace un proceso de interacciones mediante la etnicidad de una comunidad donde sus características viajan mediante la simbología cultural de la unión, que establece una idea conceptual, contextual y relacional de la identidad. Hay conjuntos de experiencias afro netamente determinadas y propias donde establecen un grupo alternativo que alude a diversidad de sonidos, comidas, peinados, expresiones y no desde la homogeneidad, ya que se han implantado raíces de identidad cultural diferenciada, que representan un nuevo sentir de vida y de cómo llevarla.

La comunicación es parte vital para ahondar en temas de comunidades negras, ya que si no se han establecido las metas conjuntas para visibilizarse, en el departamento del Cauca, mucho menos, tendrán estrategias para tener un espacio de reconocimiento y menos de sostenimiento cultural.

Falta mucho el aporte comunicativo para ayudará fortalecer y buscar nuevas estrategias para hacer respetar y darle la verdadera importancia que las comunidades negras merecen. Las

competencias en la comunicación, hacen que cambien las formas de ver no sólo a las comunidades negras, sino otras más y con otros temas, dificultades. De esta manera se transforman los estados emocionales cotidianos de cómo se mueve el mundo, con su historia y la que falta por escribir. (Centro de Competencias en Comunicación para América Latina, 2005)

9 METAS O LÍNEAS DE ACCIÓN

- a) Potencialización del turismo del municipio de Guapi, Cauca, como elemento cultural y humano.
- b) Que la estrategia se convierta en una herramienta de visibilización de esta comunidad, sirviendo así como directriz para las problemáticas culturales empresariales de otros municipios.
- c) Que la estrategia contribuya a la construcción y consolidación de una marca colectiva en el municipio de Guapi para impulsar la gastronomía y licores artesanales.

10 CRONOGRAMA

Tabla 1. Cronograma

OBJ.ESPECÍFICOS	ACTIVIDAD	MES 1				MES 2				MES 3			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Obj: 1 Diagnosticar la situación actual de la comunidad guapireña como actores importantes de la cultura colombiana.	Identificar el área de estudio.	x											
	Planificación de la entrevista.		x										
	Realización de las entrevistas.			x	x								
	Realización del diagnóstico												
Obj: 2 Formular una estrategia de visibilización de la cultura guapireña como memoria descriptiva e historiográfica de las	Explicación y comparación de resultados					x							
	Redactar conclusiones de los resultados obtenidos						x						
	Diseño de la estrategia							x	x				
	Formulación de la									x	x		

OBJ.ESPECÍFICOS	ACTIVIDAD	MES 1				MES 2				MES 3			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
manifestaciones de la diversidad gastronómica- artesanal y cultural.	estrategia												
	Prueba piloto de la estrategia de construcción de marca región											x	X
Obj: 3 Desarrollar una estrategia comunicativa para que los artesanos del municipio de Guapi, puedan hacer frente en diferentes mercados nacionales a través de la construcción de una marca colectiva.	Explicación y comparación de resultados	X											
	Redactar conclusiones de los resultados obtenidos			X									
	Diseño de la estrategia					X							
	Formulación de la estrategia						X						
	Prueba piloto de la estrategia de construcción de marca colectiva										X		X

Fuente: Elaboración propio

11 CONCLUSIONES

El presente trabajo tuvo objetivo comprobar que en las artesanías podemos encontrar no solo un valor cultural sino una forma de mejorar la calidad de vida de muchas personas, en un país con una tasa de desempleo tan alta como en Colombia, debemos buscar a diario formas de poder ayudar a la economía de nuestros hogares, muchos creen que un manilla, un instrumento musical hecho a mano, una deliciosa cocada, entre otros, no hacen nada, solo es un valor de satisfacción y ya, pero cada acción de estas hace que una persona, que un productor, que un cocinero, un pesquero, entre los muchos trabajos que podemos encontrar en el municipio de Guapi, estén sacando a flote un emprendimiento, un proyecto, una idea, una intención, una iniciativa, una innovación.

La realización de este proyecto para mí ha traído muchas reflexiones como profesional, mujer y ser humano como tal, porque desde mi trabajo no he podido darme ese gusto de realizar un trabajo tan grande como la creación de una marca colectiva para los artesanos y más de un municipio tan golpeado por la violencia y la corrupción como lo ha sido Guapi, Cauca, sin embargo para mí el desarrollo de tantas ideas es un avance para comenzar a encontrar las soluciones de manera conjunta con esta comunidad, que realmente siempre ha estado en mi corazón, y por ello deseo dar todo de mi experiencia educativa y laboral para que más adelante no sean cuatro personas haciendo artesanías para los turistas, sino miles de personas creando para enseñarle al mundo quienes son los Afro, y sobretodo quienes son los Afro de Guapi Cauca, Colombia.

De acuerdo a lo anterior y teniendo en cuenta la Investigación Acción-Participativa, es el método más práctico y realmente que te hace tocar el corazón de la gente, no solo para vender un producto y/o servicio, sino porque aprendes, sientes, ves, percibes las realidades de todas personas que comienzan a vincularse en un proceso con estándares altos, siempre está la forma de hacer un producto inigualable, genuino y en este lugar lo he encontrado, porque no solo es crear una marca colectiva, sino rescatar la cultura, apropiarse de ella y proteger ese patrimonio

que al fin y al cabo es solo nuestro. Porque cuando fabricamos un productos o vendemos un servicio, no solo te llevas eso, sino la calidez de las manos que lo realizaron.

BIBLIOGRAFÍA

Alcandía Municipal de Guapi. (2020). Información general. Disponible en: <http://www.guapi-cauca.gov.co/>

American Psychological Association. (2010). Manual de Publicaciones de la American Psychological Association (6 ed.). (M. G. Frías, Trad.) México, México: El Manual Moderno.

Arce, L. O. (2013). Movimiento Generación Ochenta.

Disponible en: http://www.generacion80.cl/noticias/columna_completa.php?varid=17539

Asocomunal Popayan. (s.f.). Información sobre tu comuna y corregimiento. Disponible en: <https://asocomunalpopayan.jimdo.com/informaci%C3%B3n-sobre-tu-comuna-y-corregimiento/comunas-del-municipio-de-popayan/>

Banco de la Republica de Colombia, (2020). Biblioteca virtual.

Barfield Thomas. (s.f.). Diccionario de Antropología

Caldas, Jaime. (2008). Inventario Turístico Guapi. Municipio de Guapi (Cauca). Disponible en: <http://inventarioturisticoguapi.blogspot.com/>

Campo, Lorena. (s.f.). Diccionario Básico de Antropología.

Catrillon Tobar, Matilde Estefania. (2017). Somos Pacifico, Universidad del Cauca, Programa de Comunicación Social y Periodismo.

Centro de competencias en comunicación para América Latina. (2005). Disponible en: <http://www.fesmedia-latin>

Cepal. (2013). Seminario Visibilidad Estadística de las Personas Afro descendientes en Chile.

Congreso de la Republica de Colombia. (Ley 70 de 1993). Por la cual se desarrolla el artículo transitorio 55 de la Constitución Política.

Cruz, D. G. (2013). Escuela de frankfurt a la recepción activa. Obtenido de:
<http://www.razonypalabra.org.mx>

Dragon, A. G. (2014). El cuarto mosquetero: Comunicación para el cambio social. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=26800101>

García, Luis. (2006). El uso de las marcas como herramienta para apoyar estrategias competitivas en turismo comunitario.

Gumucio, (s.f.). Comunicación para el cambio social.

Lamborghini, A. (s.f.). Demostrandocultura: estrategias políticas y culturales de visibilización y reivindicación en el movimiento afroargentino.

Lebet, Gabriel. (2013). Técnicas de recolección de datos. Disponible en:
<https://gabriellebet.files.wordpress.com/2013/01/tecnicas-de-recolecccic3b3n4.pdf>

López Castrillón, Juan Carlos (2019). Artículo Marca Popayán. Disponible en:
<https://meridianocauca.com/marca-popayan/>

Meneses, O. (s.f.). Los rostros de la memoria afrodescendientes: fiestas bailes y fandangos.

Ministerio de Cultura, (2010). Portafolio de proyectos Mincultura. Bogotá. Disponible en:
<http://www.mincultura.gov.co>

Monkevicius. D. (2012). No tenía que haber negros: Memorias subalternas y visibilización entre afrodescendientes e inmigrantes africanos en Argentina .

Navarro, Guillermo. (s.f.). La marca colectiva como estrategia de desarrollo local

Parra, Mari Carmen (2017). La Verdadera Historia del Colombiano más Famoso del Mundo.

Disponible en: <https://www.diariosur.es/gente-estilo/201705/16/juan-valdez-verdadera-historia-20170515155435.html>

Razón Pública. (2020). La apuesta geopolítica de las FARC en el Cauca ¿concentración o dispersión? Disponible en: <https://razonpublica.com/la-apuesta-geopolitica-de-las-farc-en-el-cauca-icnconcentracion-o-dispersion/>

Restrepo, Loaiza, Acevedo, Correa, Salazar, Frando, Trujillo, Londoño, Rivera, Gallego y Londoño. (2010). Quimbaya. Disponible en: <ftp://ftp.unicauca.edu.co/cuentas/cpe/docs/Quindio/Ponentes/Quimbaya>

Rinaudo, J. (s.f.). Afrocolombianos, población con huellas de africanía .

Sandoval, (1985). La sociología en Colombia 1959-1969. En revista ciencia, tecnología y desarrollo volumen. 9(1.4). Bogotá Colciencias.

Superintendencia de industria y comercio, (2020). Marca Colectiva “Soy Capaz”.

Trejo, Karina y Sanabria Carlos (s.f.). El registro de marcas como plataforma para el crecimiento de una empresa.

Uniautonoma del Caribe. (2016). Promoción cultural que contribuya a la preservación, empoderamiento y visibilización de las comunidades negras asentadas en el distrito de Barranquilla.

Uniminuto. (s.f.). Instructivo equipo de investigación. Cali.

Universidad Tecnológica de Pereira. (2012). Guapi y su Folklor. Disponible en: <http://guapiesfolklor.blogspot.com/2012/01/guapi-cauca.html>

Vega Y Carrión, (2012). Frutos de la Tierra. Disponible en:
<https://orgprints.org/24995/7/24995.pdf>