

A patrimonialização da arte e da cultura indígena na Colômbia. O caso do Sombrero Vueltiao*
Forming cultural patrimony from art and indigenous culture in Colômbia. The case of Sombrero Vueltiao

América Larraín**

Resumo: Este texto descreve o fenômeno da patrimonialização da cultura material indígena na Colômbia, a partir do caso específico da escolha do *Sombrero Vueltiao*, um tipo de chapéu fabricado pelos indígenas Zenú do Caribe colombiano, como símbolo cultural da nação.

Palavras-chave: Artesanato; Indígenas Zenú; Colômbia.

Abstract: The present text describes the phenomenon of the patrimonialization of the material indigenous culture in Colombia from the particular case of the election of the *Sombrero Vueltiao*, a kind of hat made by the Zenú Indians of the Colombian Caribe, as cultural symbol of the nation.

Key-words: Handcrafts; Zenú indians; Colombia.

* Este artigo faz parte de uma pesquisa em andamento, orientada pelo professor Dr. Rafael José de Menezes Bastos. Na Colômbia, a pesquisa participa do projeto "Mercado, consumo y patrimonialización cultural. Agentes sociales y expansión de las industrias culturales en Colombia" financiado por COLCIENCIAS e o Instituto Colombiano de Antropología e Historia (ICANH).

** Doutoranda em Antropologia Social Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil. Bolsista CAPES-IEL Nacional Brasil. Mestre em Antropologia Social UFSC (2008). Especialista em Gestão Cultural e Comunicação FLACSO (2007). Antropóloga Universidad Nacional de Colombia (2004).
americalarrain@hotmail.com.

No ano de 2004, o Congresso da Colômbia decretou, mediante lei, que o *Sombrero Vueltiao*, chapéu artesanal fabricado pelos indígenas Zenú que habitam uma região do caribe colombiano, seria o símbolo cultural da nação a partir daquele momento¹. Durante o ano de 2006, a *Revista Semana*, espaço de opinião de ampla difusão no país, realizou outra eleição chamada “*Proyecto Símbolo Colombia*”², e desta vez o *Sombrero Vueltiao* foi eleito, mediante voto *on-line* dos leitores, como o objeto que mais identificava os colombianos, sendo que competiu com outros artefatos, manifestações e ícones religiosos do país, entre estes as esmeraldas, o café, o Carnaval de Barranquilla e o *Sagrado Corazón de Jesús*.

Os fatos mencionados, embora tendo um caráter diferente, pois se trata no primeiro caso de uma lei com suas respectivas repercussões jurídicas, e no segundo apenas de uma sondagem de opinião, compartilham o fato de se referir ao *Sombrero Vueltiao* como símbolo cultural da Colômbia e/ou da identidade nacional.

Este artefato não é novo no cenário nacional, trata-se de um ícone reconhecidamente ligado ao “*costeño*”, quer dizer, àquilo relativo ao caribe e que tem estado presente durante décadas em espaços como a música e a televisão, caracterizando seus portadores e práticas como pertencentes à dita região³.

Nos últimos anos, tem havido um incremento significativo no número de lojas e empresas dedicadas à comercialização e exportação destes chapéus, assim como de outros artesanatos indígenas, particularmente da região caribe⁴. Porém chama a atenção que, para além do *Sombrero Vueltiao* como tal, a presença deste objeto tenha se feito cada vez mais evidente, pois inúmeras réplicas e imagens o referem em âmbitos em que antes não existia; como camisetas, brincos, agendas, bolsas e até publicidade de bares e restaurantes, que hoje recorrem ao chapéu como parte de sua identidade visual.



Figura 1: Reproduções da imagem do chapéu.

Fontes: Poncho <http://www.mercadolibre.com.co/jm/img?s=MCO&f=5843453_255.jpg&v=E>; Techo parador <<http://img212.imageshack.us/img212/1762/vueltiaohatnc2.jpg>>; Calle Adoquinada <<http://img244.imageshack.us/img244/1433/minicorralejas041ys6.jpg>>; Proyecto Plazoleta <<http://img225.imageshack.us/img225/5472/27103441vx1.png>>; Sabanera foods <<http://www.sabanerafoods.com/>>; Llaveros <http://www.informamos.net/mpm/llaveros_sombrero_vueltiao2.jpg>; Camisetas <<http://www.camisetasenlinea.com.co/images/1010.jpg>>.

Parte de tais iniciativas, processos e dinâmicas de promoção do nacional, poderiam ser contextualizadas no marco de um fenômeno mais amplo que atualmente acontece na Colômbia, assim como em diversos lugares do mundo, e que tem sido chamado de 'patrimonialização'. De fato, poderia se dizer que há uma preocupação crescente em relação ao tema, evidente nos diversos projetos de pesquisa, grupos de trabalho e simpósios em congressos de antropologia e ciências sociais, que nos últimos anos e arredor do mundo discutem tal questão⁵.

Patrimonialização

Chamo aqui de patrimonialização o fenômeno de reconhecimento institucionalizado de elementos, objetos, manifestações ou práticas no marco dos discursos emitidos desde instâncias legitimadas como a UNESCO ou os ministérios de cultura de diferentes países, assim como suas repercussões e atividades derivadas na esfera das políticas públicas.

Segundo indica Cardini (2005), a noção de patrimônio cultural tem se modificado de maneira notável durante as últimas décadas. Algumas das transformações estariam ligadas à abertura conceitual do que seja patrimônio. Para a autora, isso estaria ligado à incorporação de novas expressões e à expansão do conceito de cultura. Assim, o patrimônio atualmente não se restringiria apenas a objetos e monumentos arqueológicos da chamada “alta cultura”. Nos últimos anos, o “popular” tem ganhado um importante lugar como expressão cultural e patrimônio em diferentes países.

Hoje, nos mais diversos contextos, falar em fomento e apoio à cultura é um discurso eficaz, muito bem visto e que mobiliza esforços e dinheiro, já que está associado à ideia de “cultura” como um aspecto humano sujeito de atenção e cuidados. Dita ideia encontra-se de certa forma ancorada no passado, remetendo à ancestralidade de determinado grupo. Nesse sentido, a noção de patrimônio tem servido de guia para a formulação de discursos e políticas que alentam a preservação e exaltação de determinados traços como parte da “herança” ou “legado” de um povo ou nação (Larraín, 2009).

No entanto, é comum que o patrimonial esteja associado a certo caráter estético; simultaneamente, o estético é referido como algo em constante movimento e construção (um objeto não estático). Por tanto, paradoxalmente, a patrimonialização muitas vezes se opõe à ideia do estético como algo fluído, pois usualmente os objetos e manifestações contemplados nesses processos são pensados e referidos como algo acabado e de certa forma cristalizado, mesmo tangível ou intangível, mas sempre com a ideia de ser uma construção completa que deve ser cuidada sob o risco de perda ou alteração (Larraín, 2009). É interessante a esse respeito apontar as considerações de autores como Karp e Lavine (1990), que aludem ao “efeito museu”, como sendo aquele decorrente da exibição de objetos em contextos determinados (os museus) e que transforma a percepção e a disposição desde a qual se olha para tais objetos. Assim, os artefatos são escolhidos e salvaguardados sob a legitimidade representada pela instituição do museu e sua “capacidade de preservação e

conservação". Algo similar poderia acontecer no caso da escolha e nomeação de objetos e manifestações como sendo patrimônio.

Simultaneamente à patrimonialização, mas sem compartilhar seu caráter institucional, a exaltação e relevo de práticas e objetos na Colômbia durante os últimos anos não tem tido como alvo apenas o indígena, mas também o afro e tudo aquilo considerado popular e/ou tradicional. Poderia se dizer que muitas dessas iniciativas estão ligadas também a processos de "etnização", categoria empregada tanto no Brasil quanto na Colômbia por vários autores preocupados com o surgimento ou exacerbação de traços "étnicos" nas manifestações e discursos de distintos grupos que procuram pelo reconhecimento e reivindicação de suas tradições, costumes ou territórios ancestrais. Entre estes autores, destaco na Colômbia Restrepo (2004), que define a etnização como um processo que implica imaginar uma população como comunidade étnica, configurando um campo discursivo e de visibilidades que implica também modalidades organizativas em nome da comunidade étnica e a destilação dos traços com os quais dita comunidade quer ser identificada. Já no Brasil, talvez um dos trabalhos mais reconhecidos sobre este tema é o de Pacheco de Oliveira (1998), incluindo o confronto acadêmico com Viveiros de Castro (1999). Nestes trabalhos se evidencia a preocupação com a temática da emergência étnica no Brasil e suas implicações metodológicas e teóricas.

Levando em consideração o argumentado anteriormente, proponho aqui pensar a politicidade das continuidades e rupturas do indígena na Colômbia, tendo como foco a recente exaltação e reconhecimento de objetos e práticas destes grupos étnicos e os interesses simultâneos e muitas vezes contraditórios que os atravessam. O paradoxo de **quem** nomeia e escolhe o **que**, revela as políticas de inclusão e exclusão do estado e sua tentativa de imposição de sentido, tal como mostra Crespo (2005), em sua pesquisa sobre a incidência que a ativação do patrimônio arqueológico tem tido para povos originários do sul do continente.

A nação pluriétnica e multicultural

Hoje, na Colômbia, emissoras de rádio transmitem programas dedicados à "nova música colombiana", em que divulgam grupos que realizam fusões de ritmos campesinos, afros e indígenas considerados tradicionais, com outros chamados modernos, como o rock ou a música eletrônica. Restaurantes de prestígio preparam comida de origem camponesa,

indígena e afro de maneira sofisticada; enquanto lojas de desenho, moda e decoração usam imagens e materiais de procedência “popular” e “tradicional” nos seus produtos.

A utilização e resignificação de elementos como parte das dinâmicas humanas, sem dúvida não é novidade; entretanto, o que chama a atenção é a forma em que, durante os últimos anos, o consumo na Colômbia tem se virado para “o próprio”, sendo explicitado e reforçado em diversos meios e de múltiplas formas. É evidente, pois a tendência de décadas anteriores foi olhar para fora. Aquilo que agora é considerado “chique”, anos atrás foi considerado “brega”. Algo semelhante a isso foi estudado por Wade (2002), no caso das músicas do caribe colombiano. Em sua pesquisa, o autor mostra o papel desses gêneros musicais na construção e difusão de uma identidade nacional, que resignificou e se apropriou do *costeño* ao longo do país.

Na Colômbia, atualmente, a exaltação e reconhecimento do “étnico” é referido por vários pesquisadores (Arenas Monsalve e Goubert, 2007, entre outros), como algo que em parte é resultado do caráter “pluriétnico e multicultural” do país, consagrado na Constituição Nacional de 1991. Manifestações como a música, a dança, a culinária e as práticas médicas tradicionais, principalmente indígenas, camponesas e afro, fazem parte dos itens “valorizados” através de discursos de posituação étnica e racial, que muitas vezes encobrem interesses concretos de elites econômicas e políticas, mas que sem dúvida são também um espaço e um meio de agência e determinação das próprias populações envolvidas, já que na sua “cultura e tradições” encontram um bem de troca que lhes permite dialogar e interagir como possuidores de haveres e valores apreciados pelo resto da sociedade⁶.

O artesanato indígena

Arte e cultura indígena na Colômbia são categorias que contemplam, desde uma visão geral, são percebidas como aglomeradoras de um grande número de manifestações, práticas e objetos. Entretanto, o fenômeno de reconhecimento, exaltação e difusão de elementos indígenas nos últimos anos, no país, poderia se dizer que é particularmente explícito no artesanato, principalmente por causa da circulação crescente de objetos desse tipo.

A partir da observação do aumento de empresas e lojas dedicadas à comercialização e exportação dos artesanatos indígenas na Colômbia,

assim como da massificação do uso desses, por parte da população nacional – aquela que tem poder aquisitivo para pagar os preços consideráveis de muitos destes objetos –, é possível afirmar que, durante os últimos anos, este setor empresarial e comercial tem demonstrado maior importância, não só em termos econômicos, mas também simbólicos, pois objetos e implementos que tempo atrás se encontravam fora da estética predominante, hoje são exibidos com luxo e orgulho em diversos contextos como feiras de moda, concursos de beleza, lojas exclusivas de decoração, restaurantes, etc.

Tal é o caso, por exemplo, da mochila arhuaca, bolsa realizada por indígenas que habitam na região caribe, na *Sierra Nevada de Santa Marta*, no norte do país. Esta bolsa, embora contando com uma trajetória importante de uso entre estudantes universitários e indigenistas, hoje pode ser vista como parte da vestimenta de pessoas de diversas idades e contextos socioeconômicos diferentes, entre eles estudantes, donas de casa e até executivos. Algo similar acontece com a mochila realizada pelos indígenas Wayúu que habitam no extremo norte do país, na Guajira, também no caribe, na fronteira com a Venezuela.



Figura 2: Mochila Arhuaca e índios da Serra Nevada de Santa Marta.

Fontes: <http://www.artesania-lana-lana.com/upload/mar-003_p.jpg>; <<http://www.eltiempo.com/colombia/caribe/IMAGEN/IMAGEN-4860982-1.gif>>.

Paralelo a isso, existem ainda produtos de desenho e acessórios baseados em materiais que têm sido previamente trabalhados por população indígena, como acontece no caso das molas, feitas pelos indígenas Cuna, que habitam ao noroeste da Colômbia, na fronteira com Panamá. As molas são usadas e exibidas em acessórios do dia-a-dia como calçado, bolsas ou carteiras. O mesmo acontece no caso do trançado da *caña flecha*, utilizada para a construção do *Sombrero Vueltiao* Zenú.



Figura 3: Mulher Cuna exibindo molas. Bolsa e sapatos elaborados com molas

Fontes: Stephen Feeney, 2008 <<http://www.flickr.com/photos/14235165@N03/2855253146/>>; <<http://www.bellezaindigena.es/images/mb003.JPG>>.

É importante frisar que, muitas vezes, a comercialização e uso de tais objetos estão acompanhados de discursos que exaltam o indígena e a importância de seu reconhecimento e preservação. Chama a atenção o uso particular de tais discursos num contexto como o colombiano, onde tradicionalmente o consumo de artesanato da população indígena nacional tem estado mais associado aos que possuem simpatia pelas comunidades, normalmente acadêmicos e pesquisadores vinculados a um determinado grupo ou, em outros casos, turistas.

Nesse contexto de exaltação, incentivo e massificação do consumo de artesanato indígena colombiano, dentro e fora do país, é paradigmático o caso do *Sombrero Vueltiao*, já que na Colômbia não existe antecedente de escolha explícita de um símbolo cultural, menos ainda ligado a um grupo indígena. Assim, o caso do chapéu é peculiar, pois expõe uma série de vínculos e interesses políticos de grupos particulares.

Consuelo Araújo Noguera é indicada pelos meios de comunicação como promotora indireta dessa eleição, devido à promoção e divulgação que fez do Caribe no resto do país. Chamada de “*La Cacica*”, nasceu em 1940 e foi uma das fundadoras do “*Festival de la Leyenda Vallenata*”, importante evento musical que dirigiu durante mais de 30 anos. Reconhecida opositora das FARC, foi cônsul da Colômbia na Espanha de 1974 a 1978 e Ministra de Cultura de 2000 a 2001, ano em que foi sequestrada e assassinada pelo grupo armado acima mencionado. Sua família tem tido grande influência na política regional e nacional, além de diversas acusações por vínculos com movimentos paramilitares (AUC) da região.

Tais vínculos estão registrados nos recentes escândalos de “parapolítica” que levaram à captura do irmão de Consuelo Araújo Noguera, Álvaro Araújo Noguera, em 5 de setembro de 2008. Ex-ministro de Agricultura, gerente do extinto banco estatal “Caja Agraria” e dirigente dos fazendeiros de gado colombianos, constava como fugitivo da INTERPOL e da justiça colombiana, desde 2007. Foi preso pela polícia venezuelana em Maracaíbo, portando documentos falsos (El Espectador, 4 de setembro de 2008). Seu filho, e também sobrinho de Consuelo Araújo, Álvaro Araújo Castro, ex-senador, atualmente está detido acusado por vínculos com grupos paramilitares. Sua irmã, Maria Consuelo Araujo (*La Conchi*), ex-ministra de Cultura (2002-2006) e de relações exteriores (2006-2007), renunciou ao seu último cargo por motivo dos escândalos de “parapolítica” implicando sua família. Foi ela quem, como Ministra de Cultura, em 2004, assinou a lei que declara o *Sombrero Vueltiao* como Símbolo Cultural da Colômbia.

Ainda é importante mencionar que de maneira quase simultânea à eleição do chapéu, em 2004, surgiram no país iniciativas empresariais importantes de comercialização de artesanato indígena, em particular Zenú, com ênfase em tais chapéus. Uma das mais notáveis é SalvArte, empresa que pertence aos filhos do atual presidente⁷.

Os indígenas Zenú no cenário nacional

Este grupo habita principalmente o Resguardo Indígena de San Andrés de Sotavento⁸, localizado entre os departamentos de Córdoba e Sucre, ao norte da Colômbia. No país, segundo o censo de 2005 do Departamento Nacional de Estatística (DANE), há pelo menos 80 grupos indígenas identificados, além de outros grupos étnicos como os rom (ciganos) e os afro-colombianos.

Existem atualmente mais de 64 línguas e pelo menos 300 formas dialetais. A população indígena, no ano de 2005, era de 1.378.884 pessoas, ou seja, o 3,4% da população nacional. Os grupos indígenas mais numerosos são os Wayúu, Nasa, Zenú e Embera. Encontram-se distribuídos em todos os departamentos, sendo em ordem decrescente, os de maior população nativa: Guajira, Cauca, Nariño, Córdoba, Sucre e Tolima. Entretanto, os departamentos com maior percentagem de população indígena são Vaupés (66%), Guainía (65%), Guajira (45%), Vichada (44%), Amazonas (43%), Cauca (22%) e Putumayo (18%). O censo de 2005 também registrou 4.261.996 afro-colombianos e 4.832 rom (ciganos).

A Colômbia é um país majoritariamente urbano, concentrando mais de 70% de sua população nas grandes cidades, especialmente na Região Andina e na Região Caribe. As 10 cidades com maior número de população são em ordem crescente: Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Cartagena, Cúcuta, Bucaramanga, Soledad, Pereira e Ibagué.

Como no resto da América Latina, a população indígena se encontra entre a de maior vulnerabilidade social. Analfabetismo, desnutrição, segregação, discriminação, violência, assassinatos, massacres, perda de terras e deslocamentos forçados por causa do conflito armado, fazem parte do dia-a-dia desta população. Os indígenas têm sofrido uma história de expropriação, perseguição e aniquilamento que, no caso colombiano, levou à desaparecimento de muitos grupos e à extinção de traços distintivos de outros, como por exemplo, a língua. Entretanto a luta destes povos na Colômbia, pela terra e pela “unidade, território, cultura e autonomia”⁹, tem sido muito longa e persistente, pois existem diversos atores que disputam questões de interesse para os indígenas, como o acesso aos recursos nas suas terras ancestrais. Entre os atores estão os grandes latifundiários, colonos de diversas regiões do país, forças armadas do estado e forças armadas ilegais. As disputas mais recentes no cenário nacional envolvendo grupos indígenas dizem respeito à construção de barragens, extração de petróleo e ouro e posse de terras.

No contexto esboçado aqui de maneira geral, encontram-se os Zenú. Esse grupo, por causa da influência da colonização e da catequização, perdeu sua língua originária já no século XVI e não há consenso entre os pesquisadores no que se refere ao tronco linguístico ao qual eles pertenciam, pois alguns afirmam que eram do tronco caribe e outros chibcha. Entretanto, os trabalhos mais recentes preferem não especular a respeito, já que se conservam apenas palavras separadas do idioma original, não tendo acesso a nenhuma frase completa (Turbay e Jaramillo, 2000).

Suas principais atividades produtivas são a horticultura, a criação de animais e o artesanato. Cultivam banana-da-terra, mandioca, feijão, inhame, cacau e gergelim, entre outros. Sua atividade agrícola está destinada basicamente à subsistência e consumo na própria casa e, em menor medida, à comercialização dentro da mesma comunidade.

Nesta região, onde grande parte da terra é propriedade de fazendeiros, é frequente que os indígenas trabalhem como assalariados. O problema da posse tem sido uma constante para este grupo, que em diversas ocasiões tem entrado em choque com os interesses dos fazendeiros. Os Zenú têm uma história de luta pela recuperação de terras muito bem descrita no trabalho de Velandia (2003), que documenta de maneira rigorosa a tradição de luta e liderança deste povo indígena.

Também é importante mencionar que uma das pesquisas jornalísticas independentes mais recentes, “A las puertas del Ubérrimo” (Cepeda e Rojas, 2008), investiga, registra e aporta provas do surgimento dos movimentos paramilitares naquela região. Nesse trabalho, os autores demonstram como fazendeiros, junto com políticos e até a força pública (exército e polícia), foram pilares da conformação destes movimentos às margens da lei, que têm cometido uma série repudiável de crimes no país. Massacres, métodos de tortura sanguinários, perseguição, assassinatos seletivos e implantação de terror nas populações contribuíram para o deslocamento forçado de muitas pessoas e para a desocupação de territórios estratégicos que serviram e servem à expansão agrícola e pecuária¹⁰. O livro se intitula assim, pois o Ubérrimo é uma das fazendas do atual presidente da Colômbia e nas suas proximidades aconteceram muitos dos crimes mencionados.

Desde o descobrimento, os Zenú têm lidado com o contato, muitas vezes violento. Os relatos da colônia referem uma riqueza grandiosa que, aliás, inspirou expedições como a de Pedro de Heredia. Histórias semelhantes às de “El Dorado” despertaram a avareza de espanhóis que arremeteram contra estas populações, inclusive saqueando os túmulos para levarem consigo o ouro.

O artesanato Zenú e o Sombrero vueltiao

Os Zenú fazem parte das chamadas “culturas douradas”, grupos indígenas da mais importante produção de artigos em ouro e *tumbaga* (amalgamento de ouro e cobre), na época pré-colombiana. Desde muito cedo são considerados hábeis artesões. Exemplo disso são as inúmeras peças desta tradição que se encontram na atualidade nos museus do ouro da Colômbia (Ardila *et al.*, 2005).

Da mesma forma, os Zenú são reconhecidos pela sofisticação dos canais de irrigação que foram construídos para dirigir as águas dos rios circundantes nas épocas de chuvas e enchentes, direcionando o curso dos rios aos seus cultivos e evitando assim as inundações de suas moradias (Plazas e Falchetti, 1990).

À chegada dos espanhóis e durante parte da colônia, a região era tão próspera que graças a ela se financiou, durante muitos anos, o governo de Cartagena, cidade fundada por Pedro de Heredia, que anos depois foi acusado perante as autoridades espanholas pelos maus tratos à população e por ocultar grande parte do ouro extraído das tumbas dos Zenú.

Especificamente sobre as origens da produção do chapéu, é difícil encontrar consenso entre os dados históricos e arqueológicos, pois diferentes autores sugerem trajetórias divergentes. Peças pré-colombianas da região, feitas em ouro ou cerâmica, com figuras humanas usando tocados ou bonés, são mencionadas por alguns como prova da ancestralidade do chapéu. Entretanto, a forma atual deste objeto sugere uma influência ocidental importante que não pode ser desconsiderada.

De maneira geral, pode se dizer que hoje o chapéu é fabricado indistintamente por homens e mulheres de todas as idades. Na realização deste objeto, se emprega a fibra de uma palma chamada *caña flecha* (*Gynerium sagittatum*), gramínea cujos talos crescem até 4 ou 5 metros, com folhas de 2 metros de comprimento e que formam um leque. Trata-se de uma planta com fibras muito flexíveis e de ampla adaptabilidade a zonas áridas e inundáveis. A fibra, após passar por um processo de coleta, raspagem (*ripsiado*) e preparação, pode ser usada na sua cor natural, bege claro, ou também tingida com pigmentos extraídos de outras plantas da região, como o tubérculo da *bataquilla* para o amarelo, ou a folha da *bija* para o vermelho.

O chapéu é tecido formando inicialmente uma trança com um número ímpar de pares de fios que dão o nome ao tipo de chapéu, pois embora genericamente todos recebam o nome de *Sombrero Vuelto*, se diferenciam pelo número de pares de fios empregados, a finura do material, e a qualidade do trançado. Por exemplo, o de 11 pares se chama *“rivete”* e é o mais rudimentar, o de 15 *“quinciano”*; o de 19 *“diecinueve”*, o de 21 *“veintiuno”*, o de 23 *“veintitrés”*, e o de 27 *“veintisiete”*, que é o maior número de pares que até onde observei existe. Este último, em comparação com os outros seria mais fino e mais caro.



Figura 4: Casal tecendo *“caña flecha”* e exibição de chapéus na *“Feria del Sombrero Fino Vuelto”* Tuchín. Janeiro de 2009 (Larraín, 2009).

Os chapéus “rivete”, de 11 pares, normalmente são formados por uma única trança que depois é “cotejada” e costurada, fazendo coincidir as voltas para que as figuras ou pintas encaixem adequadamente uma em cima da outra. Na costura, a transição da copa à aba se chama “secreto” (segredo), e não deve ser facilmente perceptível. Os chapéus de 15 pares ou mais, normalmente não levam “pega”, ou seja, não estão formados por uma única trança, fazendo o trabalho mais dispendioso, pois cada trança vai sendo costurada seguindo o aumento do chapéu, se fechando em cada nova volta, formando um aro no qual não deve ficar à vista o início ou o fim.

Um chapéu que mistura a trança de 15 e 19 é chamado “machiembriao”, união das palavras macho e fêmea, que se referem respectivamente à trança de 15 que iria ao topo como fêmea, e à de 19 que iria na aba, como macho.

Segundo me foi informado por artesões da região, todos os chapéus realizados a partir do tecido da *caña flecha* e posteriormente montados mediante “voltas” da trança levam o nome de *Sombrero Vueltiao*. No entanto, observei que eles chamam de “tradicional”, àquele no qual, de maneira geral, se empregam duas cores (bege natural e preto) e que possui colunas em sua copa, formadas por desenhos geométricos chamados de “pintas”, que representam plantas, animais e objetos.

Assim que a trança está pronta, o chapéu é costurado. Os artesões que não possuem máquina os levam a conhecidos, familiares ou amigos que a têm e pagam-lhes pelo serviço da costura. O chapéu leva o nome de *Vueltiao* devido ao fato de ser construído a partir das voltas de uma trança que vai sendo costurada desde o centro da copa até os extremos ou abas. Como foi mencionado, no chapéu chamado de “tradicional”, a copa apresenta figuras ou pintas que, segundo Turbay e Jaramillo (2000), pertenciam originalmente a localidades diferentes, mas que circulavam no interior da comunidade como um todo. Quando uma mulher se casava, levava as pintas aprendidas em sua casa para seu novo lar, perto da família do seu marido. As pintas reproduzem animais, plantas e objetos como o pilão ou o revólver. Durante visita à terra indígena, consegui observar mais de 100 figuras diferentes.

As pintas estão organizadas verticalmente na copa, formando quatro colunas, cada uma localizada equidistantemente no chapéu, intercaladas com colunas de retângulos pretos. Em geral, as quatro colunas se localizam assim: uma coincidindo com a frente do chapéu, a outra na parte de trás, uma do lado direito e a outra do lado esquerdo. Cada uma das quatro colunas tem a mesma pinta, mas cada chapéu pode ter até

quatro desenhos diferentes, um para cada coluna. A precisão na colocação exata de cada pinta, em cima de sua correspondente para formar uma coluna perfeita se chama “*cotejado*” e diz respeito à habilidade do artesão, chegando a definir o preço do chapéu.

Os chapéus não “tradicionais” não levam pintas, mas também são chamados *vuelitiao*, e seu processo de fabricação e preço são idênticos aos dos tradicionais. Portanto, não é possível falar em um único chapéu, embora de maneira geral todos sejam conhecidos como *vuelitiao*.

Devido ao mencionado *boom* de empresas e lojas que promovem o artesanato indígena no país e fora dele, esse tem se convertido numa fonte de renda importante para muitas pessoas da comunidade. Segundo foi informado por um líder da região, aproximadamente 80% da população do Resguardo tece. Com relação a isso, um fenômeno que chama a atenção é o surgimento da modalidade do trançado por metro, uma prática recente à que se recorre para resolver necessidades econômicas diárias tais como a compra de alimentos que os indígenas não cultivam, ou dos que não têm reservas, entre os quais arroz, sal, azeite ou açúcar.



Imagem 5: Chapéus tradicionais e não tradicionais à venda numa loja sobre a rodovia em Tuchín. Janeiro de 2009 (Larraín, 2009). Artesanato Zenú em “*caña flecha*”.

Fontes: <www.mitierraartesanal.com>; <www.exponeva.com>; <www.redartesanos.com>; <unperiodico.unal.edu.co/ediciones/80/17.htm>.

Os membros da família que sabem trançar¹¹ se levantam cedo para iniciar o tecido da *caña flecha* e assim completar pelo menos um metro para vendê-lo aos intermediários que, durante as manhãs, percorrem o Resguardo em motos e bicicletas comprando o que houver para levar a Tuchín¹², onde, por sua vez, os metros de trança são comprados por outros intermediários que os revendem a quem fabrica acessórios como

bolsas, carteiras, brincos, sapatos, etc. Tais acessórios são vendidos a comerciantes atacadistas de artesanato, que o levam para cidades capitais do interior do país como Medellín e Bogotá.

Trançar é um ofício que se aprende em casa com os pais, mas nem todos estão obrigados a realizar a tarefa. Muitos preferem a agricultura ao artesanato, embora este último não seja um labor excludente, salvo em raros casos, como o de artesões consagrados. Porém, e apesar da crescente demanda de trança para artesanato e chapéus, a falta de oferta laboral tem levado muitos jovens do Resguardo a procurarem novas perspectivas fora dele. Muitas das mulheres se empregam como domésticas em cidades vizinhas, ou mesmo nas grandes capitais, enquanto os homens que não trabalham como assalariados nas fazendas dos arredores atuam como vendedores ambulantes de café nas principais cidades da região, como Cartagena, Monteria e Sincelejo.

Muitos dos que realizam o trabalho artesanal e lucram com ele percebem sua produção como uma interlocução com a “sociedade colombiana”, uma vez que seus produtos cumprem um papel na criação de imaginários nacionais. Assim mesmo, manifestam que, na medida em que seu trabalho é exaltado como “símbolo cultural” e “patrimônio da nação”, sua “cultura e tradições” se convertem em bens de troca que lhes facilitam interagir de maneira menos assimétrica com a sociedade envolvente.

Segundo manifestação dos próprios indígenas ao serem indagados a respeito, agora são possuidores de haveres e valores apreciados que lhes permitem ser reconhecidos pelo restante da sociedade. Isso também fica evidente em músicas compostas por artistas da região para homenagear a produção artesanal do Resguardo¹³.

A fabricação e comercialização de artesanato na região articulam eventos como os festivais do *Sombrero Vueltiao* em cidades vizinhas, quais sejam, Tuchín e Sampués (cada uma se atribui como o berço do chapéu). É notável, como já foi referido, que o chapéu articula e evoca outras dimensões estéticas, como a música ou a dança que, na maioria das vezes, são tipicamente caracterizadas pelo uso do chapéu por seus intérpretes. Entre os ritmos se destacam a Cumbia, o Vallenato, o Fandango e o Paseo.

O preço do artesanato baseado em metros de trança, assim como dos chapéus, se incrementa consideravelmente ao passar pelas mãos dos diversos intermediários que intervêm nos diferentes momentos de comercialização, desde a trança por metro até o artesanato terminado. No caso do chapéu, os preços são determinados pelo tipo de trança (19, 21, 23, etc.) e pela qualidade do tecido. Em janeiro de 2009, no interior

do Resguardo indígena, observei valores que flutuaram entre o equivalente a USD\$ 12 e USD\$ 300 (fora do Resguardo, em cidades como Bogotá, em lojas e feiras especializadas, os preços aumentam significativamente). Já os preços do metro de trança em *caña flecha* utilizada para realização de outros artesanatos como acessórios variam entre o equivalente a USD\$ 0,3 e USD\$ 0,75, dependendo do tipo de trança (11, 15, 19, etc.).

A exaltação do indígena na Colômbia

Atualmente, o indígena na Colômbia emerge em uma situação política que torna paradoxal a evidente exaltação e busca de símbolos de representação do nacional que remetem explicitamente a elementos e manifestações culturais dos povos originários. Isso porque, se de um lado, a lei que consagra o chapéu como símbolo cultural da nação, Lei 908 de 2004, no artigo 4º expõe de maneira clara a intenção de proteção e conservação de “valores culturales expresados por nuestros pueblos indígenas”; por outro lado, e respondendo a uma tendência histórica, as manifestações e demandas dos povos indígenas têm sido criminalizadas e perseguidas, como no caso dos Nasa e da recente Minga de setembro de 2008¹⁴. O anterior, apenas para mencionar a repressão, mas sem deixar de lado os assassinatos seletivos, massacres e deslocamentos forçosos que a população indígena tem sofrido ao longo do país. Quais seriam então os valores culturais, e que grupos indígenas específicos a nação estaria interessada em exaltar como patrimônio?

Os discursos sobre patriotismo, pertença e identidade, vinculados ao uso de emblemas como o chapéu, têm sido muito recorrentes no panorama nacional dos últimos tempos. Fazendo parte desse repertório de exaltação do nacional, encontram-se campanhas de promoção como “*Colombia es Pasión*”, que tenta replicar as iniciativas de criação de “imagem país” empreendidas por outras nações. Na mesma direção, empreendimentos como a escolha do chapéu mediante sondagem de opinião mencionada no início do artigo, reproduziu o feito por outros países como o Reino Unido, Itália ou Espanha, onde foi escolhido, pelo voto on-line, o objeto ou personagem que melhor representava “sua cultura e sua essência”. No Reino Unido escolheram a xícara de chá; na Itália, Leonardo DaVinci e na Espanha, Don Quixote¹⁵.

Na Colômbia, entre os focos de promoção de campanhas como “*Colombia es Pasión*”, se enfatiza a geografia propícia para o turismo, a diversidade cultural da nação, a amabilidade do povo, as belezas natu-

rais e a paixão com que os colombianos realizam seu trabalho. Isso, como parte de um discurso de posituação do país e seus habitantes e como tentativa de tirar a imagem de local violento e perigoso¹⁶. Considero que a escolha do chapéu, assim como a exaltação e consumo crescente de outras manifestações e elementos indígenas, afro e campesinos, faz parte de dinâmicas relacionadas e motivadas por interesses políticos e econômicos concretos, uma vez que “o cultural” tem sido descrito e abrangido cada vez mais como recurso estratégico de desenvolvimento e crescimento das nações (Tolila, 2007; Yudice, 2007). Entretanto, gostaria de chamar a atenção para o fato de que ditas iniciativas e sua eficácia parecem estar ligadas ao fato de que nos seus discursos apelam para uma busca da essência do nacional, uma “volta às origens”, muitas vezes inclusive com apelos genéticos, como fica evidente no trecho seguinte.

Porque **la pasión es la fuerza motora que guía lo que los colombianos** hacemos día a día. Es la fuente de donde surge esa intensidad extraordinaria, la creatividad, la habilidad recursiva y la tenacidad a las más difíciles circunstancias. La pasión es lo que nos une, lo que nos distingue como colombianos. No es forzada o falsa en nosotros, **es natural, es parte de nuestro ADN**. No somos uno de los de los países más felices del mundo por casualidad, es gracias a la pasión que sentimos por la vida, por el trabajo, por **la familia**, por la paz... **Porque tener una marca propia es poseer una identidad, un nombre y una reputación**. En la coyuntura actual de globalización, es muy importante que los países se diferencien de otros para así competir en el mercado internacional... Finalmente los países son productos que las personas, las empresas y hasta otros países consumen a través de tres frentes: Exportación, Turismo e Inversión.¹⁷ (grifos meus).

Considerações finais

A politicidade de escolhas como a do chapéu deixa uma série de inquietações no ar, que embora não sendo respondidas na sua integridade neste momento, esboçam um cenário de questões pertinentes, não só no caso da Colômbia, mas no panorama global. Partindo da ideia de que as iniciativas de exaltação de qualquer tipo de elemento ou manifestação implicam a exclusão de outros, é sempre prudente se perguntar: quem escolhe?, o que é escolhido? e, o quê e quem ficam de fora?

A nacionalização de elementos e traços étnicos que passam a ser nomeados e reconhecidos como patrimônio exige pensar inclusive sobre as definições de patrimônio, seus usos e a efetividade como conceito no marco das políticas públicas contemporâneas. Aquilo outrora “brega”,

ordinário, “do outro”, ao receber o adjetivo de patrimônio passa a ser meu também; parte da minha história, da minha essência, do meu próprio legado.

É interessante constatar a linguagem de parentesco empregada em dinâmicas e processos como os referidos neste artigo, em que ideias de irmandade, família e vínculos consanguíneos ficam evidentes no uso de palavras como “antepassados”, “ADN” e inclusive “família”. A própria etimologia da palavra patrimônio demonstra essa questão (*patri-onium*, os bens que o filho recebe do pai). Chamo a atenção para isto, tentando mostrar como na raiz dessas iniciativas nacionalistas parece haver uma procura do “natural”, do dado, o mais próximo das origens possível, sendo o índio quem incorpora de maneira idônea muito desse imaginário pela associação que normalmente se faz de sua proximidade com a natureza. Assim, a procura pelas origens se fundamentaria, dessa forma, na legitimidade e autenticidade que se espera obter do ancestral. A esse respeito, Carsten (2004) menciona o extraordinário apelo emocional que a nação exerce sobre seus cidadãos, mostrando que para além de uma conexão metafórica, tratar-se-iam de fronteiras difusas entre o que seja parentesco, nação e inclusive religião, pois o nacionalismo se expande graças às ideias associadas à naturalidade das relações de parentesco entre seus cidadãos (Herzfeld, 1987, 1997 *apud* Carsten, 2004).

Numa pesquisa de opinião promovida pela *Revista Semana* (2006), algumas dessas questões difusas aparecem novamente. Segundo registra a revista, a preferência do público pelo *Sombrero Vueltiao*, está ligada a:

[...] detrás de la belleza de cada una de sus vueltas está el esfuerzo de un artesano y un legado familiar. Porque detrás de su estética se esconde un pasado rural y unos **antepasados indígenas difíciles de dejar atrás...** El sombrero vueltiao es una referencia a la Colombia popular, indígena y campesina. Que haya ganado es una muestra de la riqueza y la diversidad cultural que el Caribe aporta... No se sabe cuándo esta artesanía empezó a tomar tanta fuerza, pero, sin duda, el vallenato le ha sido de gran ayuda... el sombrero se convirtió en su leal acompañante. Los niños vallenatos y artistas como Carlos Vives y su acordeonero, Egidio Cuadrado, **llevan siempre a Colombia sobre su cabeza...** Una promotora indirecta del sombrero ‘vueltiao’ fue Consuelo Araújo Noguera. Su Festival de la Leyenda Vallenata, uno de los principales encuentros folclóricos del país, logró que vallenato y sombrero rompieran con los esquemas de lo regional. A “La Cacica” le siguió Araceli Morales López, cartagenera, quien ocupó el cargo entre 2001 y 2002 y, posteriormente, María Consuelo, “La Conchi”, Araújo... La sucesión de tres ministras de origen *costeño* en la institución que determina los lineamientos culturales de la Nación no puede ser

pasada por alto al pensar por qué el sombrero ‘vueltaio’ se volvió tan popular. Cuando “La Conchi” dirigió el Ministerio se sancionó la Ley 908 de 2004, que hace un reconocimiento a la cultura Zenú asentada en Córdoba y Sucre, con la declaración de este trabajo indígena como símbolo cultural de la Nación. La Ley incluso solicita al Banco de la República incluir este elemento en la próxima moneda legal que se emita... **Aunque sea de forma indirecta, un factor que ha incidido en esta percepción es el presidente Uribe.** A este popular mandatario se le ha visto en diversas ocasiones usando el sombrero que hoy ocupa el primer lugar. Analistas de comunicaciones como Ramón Jimeno opinan que “el Presidente goza de una institucionalidad muy fuerte que hace que la gente lo siga. **Utiliza elementos ya queridos y los hace más visibles.**”¹⁸ (grifos meus)

É pertinente também mencionar que o chapéu é um artigo que vai à cabeça, extremamente visível, como coroas, tocados e bonés, marcando uma distinção, indicando uma posição numa hierarquia determinada. Considero que, no caso da escolha do *Sombrero Vueltaio*, isto tenha sido relevante, não necessariamente pelas significações e usos anteriores à escolha, mas pelos novos sentidos atribuídos a partir de sua nomeação como Símbolo Cultural da Nação, bem como pelo uso do objeto por parte de personalidades nacionais e internacionais, que lhe conferem um novo *status*. Assim mesmo, é chamativo que, no cotidiano, as mochilas ou bolsas realizadas por outros grupos indígenas do Caribe circulam e são usadas de forma massiva, sobressaindo-se ao chapéu, chegando inclusive a ser uma forma de identificação de colombianos fora do país. Porém, elas não foram escolhidas como Símbolo Cultural da Nação.

É fundamental mencionar que a escolha do chapéu, para as pessoas do grupo indígena implicado, tem representado opiniões divergentes. De um lado estão aqueles que consideram inconstitucional a escolha pelo fato de não respeitar o convênio 169 da OIT (Organização Internacional do Trabalho), ratificado pela Colômbia, e que se encontra na Constituição Nacional de 1991 (Lei 21 de 4 de março de 1991). Segundo o convênio, qualquer decreto legal que afete ou inclua as comunidades indígenas deve passar previamente por um conselho que avalie a pertinência e interesse que determinadas decisões tenham para dita população. De outro lado, estão aqueles que celebram a escolha, e que como foi mencionado acima, lucram e se manifestam favoráveis à exaltação de traços culturais como seu artesanato, que consideram digno de reconhecimento e uma forma de valorização de sua identidade indígena.

É muito provável que tais discursos proferidos pelos indígenas tenham sido apropriados dos “legisladores da cultura” no país.

Entretanto, o que considero interessante a esse respeito é a observação da forma particular em que a mesma dinâmica do cultural emerge e é acionada de forma diferencial pelos distintos atores envolvidos. Por isto, interessa aqui também, reconhecer que, neste tipo de situações, os indígenas são agentes ativos do processo e do exercício de promoção e exaltação do étnico no país.

Entretanto e de maneira simultânea, é preciso distinguir a incidência de interesses políticos e econômicos concretos, uma vez que em casos como o relatado aqui, é tão evidente que as motivações não são, de forma alguma, ingênuas. Hoje, na Colômbia, diversos pesquisadores se interessam por este tema (Margarita Chaves e Marta Zambrano, entre outros), e dessa forma, em breve será possível ter acesso a observações e descrições mais detalhadas sobre o impacto de iniciativas de patrimonialização dos grupos étnicos no país, assim como as estratégias e ações empreendidas por homens e mulheres indígenas que lutam, respondem e persistem em meio a uma história de expropriação, colonização e avassalamento.

Notas

¹ Lei 908 de 2004, 8 de setembro. Diário Oficial n. 45.666, 9 de setembro de 2004.

² Projeto desenvolvido pela Revista Semana, Caracol TV, Ministério de Cultura e “Colombia es Pasi6n” (campanha de promoç6o do pa6s apoiada por grandes empres6rios nacionais).

³ A Col6mbia est6 dividida em cinco regi6es: Amaz6nica, Andina, Orinoquia, Pac6fica e Caribe, esta 6ltima formada pelos departamentos de C6rdoba, Sucre, Cesar, Magdalena, Bol6var, Atl6ntico, Guajira e parte de Antioquia e Santander. Encontra-se localizada ao norte do pa6s. O gent6l6cio para as pessoas de dita regi6o 6 “*coste6os*”, e dependendo do contexto e da frase, tal palavra pode ter uma carga pejorativa, pois no interior do pa6s 6 comum ouvir express6es que se referem aos *coste6os* como preguiç6sos, festeiros e “quentes” (conotaç6o sexual).

⁴ Tal 6 o caso da mochila Arhuaca, a qual ser6 referida adiante, ou da Way6u. Ambas as bolsas s6o fabricadas por grupos ind6genas do mesmo nome, que habitam a regi6o do caribe colombiano.

⁵ Por exemplo em 2009, o Congresso de Antropologia na Col6mbia, com simp6sios tem6ticos intitulados: “Patrimonializaci6n y econom6a cultural del turismo en Colombia”; “Reflexiones sobre nuevas experiencias en torno al patrimonio cultural: inventarios, investigaci6n y participaci6n”; ou “Miradas del suroccidente: Identidad, regi6n y patrimonializaci6n”. A Reuni6o de Antropologia Social do Reino Unido - ASA, com grupos intitulados: “*Heritage and art between state ideology and grassroots activism*”. A Reuni6o de Antropologia do Mercosul (RAM), com grupos de trabalho intitulados: “Processos de Patrimonializaç6o da Cultura no Mundo Contempor6neo”. Ou o 536 Congresso Internacional de Americanistas, com simp6sios tem6ticos intitulados: “Alimentos y cocinas regionales de Am6rica Latina y el sur

de Europa. Entre la biodiversidad, el patrimonio cultural y los recursos turísticos"; "Arte y patrimonio cultural. Inequidades y Exclusiones" ou "Gestión del patrimonio cultural Iberoamericano: reflexión y acción". Ver mais em: <http://www.ram2009.unsam.edu.ar/paginas/grupos_trabajo.html>; <http://13congresoantropologia.uniandes.edu.co/index.php?seccion=simposios&sub_seccion=simpósios>; <<http://www.53ica.com/Simposios%20del%2053%20Congreso%20Internacional%20de%20Americanistas.pdf>>;, <<http://www.nomadit.co.uk/asa/asa09/panels.php5>>.

⁶ É pertinente mencionar que discursos de valorização e inclusão da diversidade não se limitam ao indígena, camponês ou afro e que, no contexto global, atual implicam inclusive orientações sexuais ou porte de necessidades especiais.

⁷ Importante sublinhar que tal surgimento de iniciativas empresariais possui suporte na citada lei no seu artigo 4º, que diz: "La Nación a través de los Ministerios de Cultura; Industria, Comercio y Turismo y Artesanías de Colombia, contribuirá al fomento, promoción, protección, conservación, divulgación, desarrollo y financiación de los valores culturales expresados por nuestros pueblos indígenas".

⁸ Na Colômbia, parte da terra indígena está constituída como "Resguardo". Trata-se de uma instituição com origem na Colônia, implantada pelos espanhóis, que define uma terra indígena como propriedade coletiva e inalienável, e que foi utilizada pelos colonizadores para controlar o acesso às terras por parte dos indígenas, assim como a tributação. De maneira paradoxal, muitos dos títulos coloniais que constituíram territórios como "Resguardos" serviram à luta indígena pelo reconhecimento (pelo menos parcial) de territórios ancestrais, como de fato é o caso dos Zenú.

⁹ Este é o emblema da ONIC, Organização Nacional Indígena da Colômbia que, desde 1982, funciona como a entidade de integração dos grupos indígenas nacionais e dialoga diretamente com o estado, já que na Colômbia não existe um órgão estatal que regulamente as questões indígenas como no Brasil é o caso da FUNAI. O que existe na Colômbia é a seção de assuntos indígenas do Ministério do Interior, mas este escritório não tem autonomia para decidir diretamente sobre o rumo dos povos indígenas da nação, pois a Constituição Nacional prevê a realização de mesas de diálogo, que medeiam os interesses do Estado e dos povos indígenas.

¹⁰ O problema do paramilitarismo na Colômbia é um tema que precisaria de várias teses e que abordarei aqui só de maneira tangencial, mas reconhecendo seu valor de elemento fundamental para a compreensão da dinâmica política da região, inclusive porque dito fenômeno permeou o movimento indígena da região e fragmentou o território criando rivalidades que antes não existiam, segundo foi informado por lideranças do Resguardo.

¹¹ Os processos relacionados com a *caña flecha*, desde seu cultivo até a fabricação de artesanato, são realizados em geral por mulheres e homens de todas as idades. Chama a atenção que vários artesões mencionaram que os homens são reconhecidos por tecerem mais fino do que as mulheres.

¹² Recentemente nomeado município do Departamento de Córdoba, Tuchín é o local onde chega a maior quantidade de artesanato do Resguardo, em parte devido a sua localização estratégica, atravessada por uma rodovia que conecta a cidade de Sincelejo com o litoral. Centro artesanal do Resguardo e da região, funciona como local de aglomeração e comercialização do artesanato, pois é ali que chegam os

metros de tranças ou os chapéus acabados, e onde se fabricam bolsas, sapatos e outros acessórios.

¹³ Por exemplo, a música “Oye Tuchín” de Andrés Teheran (2008). Cabe mencionar também que, nas últimas olimpíadas e jogos pan-americanos, o traje distintivo da delegação colombiana incluía um *Sombrero Vueltiao*; igualmente no passado “Reinado Nacional da Beleza”, as candidatas luziram vestidos criados por artesões do Resguardo Indígena de San Andrés de Sotavento, a partir do trançado da *caña flecha*; a mesma técnica empregada para a fabricação do chapéu. É relevante assim mesmo citar a recente construção do maior *Sombrero Vueltiao* do mundo, iniciativa de lideranças e artesões do Resguardo para entrar no *Guinness Book of World Records*.

¹⁴ Minga é uma palavra que designa um esforço comum para a realização de um empreendimento (mutirão), no caso citado se refere a uma marcha promovida pela organização indígena do Cauca, no sul do país e que contou com o apoio da organização indígena nacional, assim como com a adesão de outros movimentos sociais camponeses. Esta manifestação se realizou para exigir do governo o cumprimento das promessas referentes às melhoras na qualidade de vida e redistribuição de terras, e contou com uma violenta repressão por parte do governo que terminou na morte de pelo menos 3 indígenas.

¹⁵ Revista Semana, “Los colombianos escogen su símbolo” Disponível em: <<http://www.semana.com/noticias-especiales/colombianos-escogen-su-simbolo/95518.aspx>>. Acesso em: 6 out. 2008.

¹⁶ Ver mais em: <http://www.colombiaespasion.com/VBeContent/home.asp>.

¹⁷ Disponível em: <http://www.colombiaespasion.com/VBeContent/newsdetail.asp?id=190&idcompany=1&ItemMenu=0_253>. Acesso em: 4 out. 2008

¹⁸ Revista Semana “¿Por qué ganó?” Disponível em: <<http://www.semana.com/noticias-especiales/gano/95465.aspx>>. Acesso em: 6 out. 2008.

Referências

ARDILA Gerardo; BALSER, Carlos; BOLIAN, Charles *et al.* *Desarrollo de la orfebrería Tairona en la provincia metalúrgica del norte colombiano*. Ficha bibliográfica Biblioteca Luis Angel Arango, 2005.

CARDINI, Laura. Las “puestas en valor” de las artesanías en Rosario: pistas sobre su “aparición” patrimonial. *Cuadernos de Antropología Social*, n. 21, p. 91-109, jan./jul. 2005.

CARSTEN, Janet. *After Kinship*. Cambridge: Cambridge University Press, 2004.

CEPEDA, Ivan; ROJAS, Jorge. *A las puertas de “El Ubérrimo”*. Bogotá: Editorial Random House Mondadori, 2008.

COLOMBIA. *Ley 908 de 2004*. Por la cual se declara Símbolo Cultural de la Nación El Sombrero Vueltiao, y se hace un reconocimiento a la cultura del pueblo Zenú asentada en los departamentos de Córdoba y Sucre. *Diario Oficial*, n. 45.666, 2004; 9 de septiembre, 2004. Disponível em: <http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley/2004/ley_0908_2004.html>. Acesso em: 7 out. 2008.

COLOMBIA. Censo 2005. DANE - Departamento Administrativo Nacional de Estadística. Disponível em: <<http://www.dane.gov.co/censo/>>. Acesso: 7 out. 2008.

CRESPO, Carolina. "Qué pertenece a quién": Procesos de patrimonialización y Pueblos Originarios en Patagonia. *Cuadernos de Antropología Social*, n. 21, p. 133-149 ene./jul. 2005.

KARP, Ivan; LAVINE, Steven. *Exhibiting Cultures: the poetics and politics of museum display*. Washington: Smithsonian Institution Press, 1990.

LARRAÍN, América. *Arte y Cultura en la Construcción de la Sociedad*. El papel del gestor cultural, 2009. (no prelo)

PLAZAS, Clemencia; FALCHETTI, Ana María. Manejo hidráulico Zenú. In: *Ingenierías prehispanicas*. Bogotá: Instituto Colombiano de Antropología, Fondo FEN, 1990.

RESTREPO, Eduardo. Conflicto e (in) visibilidad. In: RESTREPO, Eduardo; ROJAS, Axel (eds.). *Retos de los estudios de la gente negra en Colombia*. [S.l.]: Editorial Universidad del Cauca, 2004.

REVISTA SEMANA. "Los colombianos escogen su símbolo". 24 junho de 2006. Disponível em: <<http://www.semana.com/noticias-especiales/colombianos-escogen-su-simbolo/95518.aspx>>. Acesso em: 6 out. 2008.

_____. "¿Por qué ganó?" 24 de junho de 2006 Disponível em: <<http://www.semana.com/noticias-especiales/gano/95465.aspx>>. Acesso em: 6 out. 2008.

TOLILA, Paul. *Cultura e economia: problemas, hipóteses, pistas* São Paulo: Itaú Cultural, 2007.

TURBAY, Sandra y Jaramillo, Susana. Los Indígenas Zenúes. In: *Geografía humana de Colombia*. Región Andina Central. Volumen III Tomo IV. Varios Autores. Bogotá: Instituto Colombiano de Cultura Hispánica, 2000.

VELANDIA Díaz, Daniel. *Liderazgo Indígena*. Institución Política y Tradición de Lucha en el Pueblo Zenú. 2003. Monografía (TCC em Antropología Social) - Departamento de Ciencias Humanas - Universidad Nacional de Colombia, Bogotá.

WADE, Peter. *Música, Raza, y Nación: Música Tropical en Colombia*. Bogotá. Vicepresidencia de la República de Colombia. Departamento Nacional de Planeación - Programa Plan Caribe, 2002.

YUDICE, George. Aula inaugural: *Cultura y desarrollo: América Latina frente al desafío de un desarrollo culturalmente sustentable*. Curso de Gestión Cultural y Comunicación, FLACSO, 2007.

Recebido em 5 de junho de 2009.

Aprovado para publicação em 20 de julho de 2009.

