

Entre tradition, mode et marché L'artisanat des communautés autochtones du sud de la Colombie

Auteur : Falla Chamorro, Maria Fernanda

Promoteur(s) : Havelange, Carl

Faculté : Faculté de Philosophie et Lettres

Diplôme : Master en information et communication

Année académique : 2018-2019

URI/URL : <http://hdl.handle.net/2268.2/7920>

Avertissement à l'attention des usagers :

Tous les documents placés en accès ouvert sur le site le site MatheO sont protégés par le droit d'auteur. Conformément aux principes énoncés par la "Budapest Open Access Initiative"(BOAI, 2002), l'utilisateur du site peut lire, télécharger, copier, transmettre, imprimer, chercher ou faire un lien vers le texte intégral de ces documents, les disséquer pour les indexer, s'en servir de données pour un logiciel, ou s'en servir à toute autre fin légale (ou prévue par la réglementation relative au droit d'auteur). Toute utilisation du document à des fins commerciales est strictement interdite.

Par ailleurs, l'utilisateur s'engage à respecter les droits moraux de l'auteur, principalement le droit à l'intégrité de l'oeuvre et le droit de paternité et ce dans toute utilisation que l'utilisateur entreprend. Ainsi, à titre d'exemple, lorsqu'il reproduira un document par extrait ou dans son intégralité, l'utilisateur citera de manière complète les sources telles que mentionnées ci-dessus. Toute utilisation non explicitement autorisée ci-avant (telle que par exemple, la modification du document ou son résumé) nécessite l'autorisation préalable et expresse des auteurs ou de leurs ayants droit.

UNIVERSITÉ DE LIÈGE
Faculté de Philosophie et Lettres
Département Médias, Culture et Communication.

- Entre tradition, mode et marché.
L'artisanat des communautés autochtones du sud de la Colombie -

Par
María FALLA
S173366

MÉMOIRE présenté à
Monsieur Carl Havelange
en vue de l'obtention du grade de
Master en Information et Communication

Année Académique 2018 - 2019

Remerciements

Je veux remercier tout d'abord, Monsieur Carl Havelange, historien et photographe. Maître de recherches au FNRS, professeur d'Histoire culturelle à l'université de Liège et promoteur de ce mémoire, pour sa patience, sa générosité et pour avoir cru en moi.

Je remercie également Madame Lucienne Strivay, anthropologue et professeur d'Histoire culturelle du visuel à l'Université de Liège, pour ses conseils judicieux, sa disponibilité et le temps qu'elle a dédié à la lecture de ce mémoire.

Margarita Chaves, chercheuse de l'Institut Colombien d'Anthropologie et Histoire ICANH et Adriana Santacruz, créatrice de mode colombienne, pour m'avoir accordé des entretiens et avoir répondu à mes questions sur le sujet de mon mémoire.

A Nohora Calderón Navarro, pour son apport graphique à ce mémoire.

A mon époux, mes filles Valéria et Nina, pour m'avoir encouragé à suivre jusqu'à la fin ce master.

REMERCIEMENTS	2
TABLE DES MATIÈRES	3
INTRODUCTION MÉTHODOLOGIQUE.	5
Le choix d'un scénario.	7
1ER CAS : LE PEUPLE INGA – INTRODUCTION.	9
Le marketing et la crainte de la perte identitaire.	12
Carlos Jacanamijoy	18
Benjamin Jacanamijoy	21
2ÈME CAS : LOS PASTOS - INTRODUCTION	25
Adriana Santacruz	30
ANALYSE	33
Impact de la globalisation sur l'identité culturelle	33
Mode et modernité	35
Le paradoxe du marché	39
Les @évolutions des années 90.	46
CONCLUSION	48
Back to the basics	48
BIBLIOGRAPHIE	51
ANNEXES	57
- Scénario "RACINES"	57
- Livre d'Images	57

Au début il n'y avait que la mer, tout était obscur.
Il n'y avait pas de soleil, ni de lune, ni d'animaux, ni de plantes.
La mer recouvrait tout. La mer, notre Mère, ce n'était pas
une personne, ni une chose quelconque, rien. Car elle était
l'esprit de ce qui allait venir, rien que pensée et mémoire.

MYTHOLOGIE KOGUI

Introduction méthodologique.

Je vais ici présenter l'analyse de deux cas contrastés, les cas de deux peuples autochtones, à savoir les Inga de la Vallée du Sibundoy et les Pastos de la région de Cumbal.

Alors que dans la Vallée de Sibundoy, les Inga ont un marquage différentiel très fort grâce à leur langue, les Pastos de la région du Cumbal, eux, le réinventent. Ils ont réinventé leur tenue d'une part, et d'autre part repris d'anciennes traditions pour légitimer leur différence ethnique qui était perdue.

Les deux communautés sont conscientes que leurs créations artisanales ont aujourd'hui une double signification. D'un côté, celle de continuer à préserver et alimenter leur culture, et d'un autre côté, celle de satisfaire leurs besoins les plus basiques pour survivre.

L'expression artistique et esthétique est devenue un besoin économique¹.

Le choix de ce sujet obéit à ma proximité avec cette région de la Colombie.

Ma famille maternelle étant originaire de la zone andine entre la Colombie et l'Equateur, j'ai eu la chance de passer mon enfance très proche d'un grand-père qui, par sa profession (médecin généraliste), parcourait cette région de fond en comble.

Grâce à lui, j'ai pu connaître une culture méconnue de la Colombie, une culture effacée mais aux racines profondes.

Nariño était un des départements oubliés de la Colombie, et être Pastuso, originaire de Pasto la capitale du département, était source de moqueries et de d'humiliations. Peut-être parce qu'il constitue un département dont la population est majoritairement indigène.

¹. Jacanamijoy Chasoy, Edgar y Lizbeth Bastidas Jacanamijoy, "Etude sur les symbolismes dans les manifestations artistiques de la communauté indigène Inga de Santiago, Putumayo", Magazine Education et Pédagogie, Medellin, Université d'Antioquia, Faculté d' Education, vol. XIX, num 49 , (septembre-décembre), 2007, pp.173-183.

Je n'ai jamais vécu à Pasto, mais, à travers mon grand-père et ma mère, j'ai reçu cette culture.

À l'école, mes camarades se moquaient de moi car je parlais avec l'accent des "Pastusos" quand je revenais de vacances et que j'utilisais (j'utilise encore) des mots en Quechua.

Avec le temps, j'ai appris à user de l'accent espagnol des "gens bien" de Bogotá. En grandissant, j'ai eu la fierté de garder secrètement mon identité du sud.

À entendre seulement une mélodie des Andes, les racines enfouies en moi s'éveillent, et les nier est peine perdue.

Oui, on peut m'appeler "Pastusa", puisque c'est vrai et je ne peux que ressentir une énorme fierté de mes racines.

A ma façon, je transmets les traditions Pastusas à mes deux filles belges, et je dis bien à ma façon, car la tradition est dynamique.

Ce qui est vrai, c'est que la Belgique a aujourd'hui dans son territoire, deux jeunes filles qui diront "Achichucas" quand il fera trop chaud ou "Achichay" quand il fera trop froid.

C'est la nouvelle ethnicité, comme l'appelle Stuart Hall², *une nouvelle conception de nos identités car on n'a pas perdu les attaches profondes de ce sol dont nous pouvons parler, mais nous ne sommes plus non plus contenus dans cet endroit comme une essence ... Il fait partie de l'énorme relativisation culturelle que le globe entier atteint historiquement —de façon horrible comme il a été en partie— au XXème siècle.*

Ce sont les nouvelles ethnies, de nouvelles voix. Elles ne sont pas enfermées dans le passé et ne sont pas capables de l'oublier. Ils ne sont pas tout à fait les mêmes, ni entièrement différents.

² http://www.ram-wan.net/restrepo/documentos/sin_garantias.pdf

Le choix d'un scénario.

Quand j'ai commencé, au début de cette année académique, à réfléchir sur le sujet de ce mémoire, je me suis rendu compte que mes notes étaient très scénaristiques.

Le fait d'avoir passé presque vingt ans à travailler comme copy-writer dans des agences de publicité en Colombie a créé en moi l'habitude de raconter les choses de façon cinématographique. En 2001, l'Union Latine m'a octroyé une bourse au CEEA (Conservatoire Européen d'Ecriture Audiovisuelle) à Paris. Dès lors, pendant mes heures libres, j'écrivais des histoires, des fictions qui sont gardées dans mon bureau pour, peut-être, être produites un jour.

Cela fait 11 ans, le temps que je suis en Belgique, que je n'avais plus écrit. Me consacrer à ce mémoire m'a rappelé aussi l'importance que j'accorde au cinéma comme moyen de raconter des histoires, de transmettre notre savoir aux générations futures.

Après tout c'est de cela qu'il s'agit, raconter des histoires comme les femmes et les vieux sages des communautés du sud de la Colombie continuent à le faire pour préserver leur culture.

Mon récit est un récit 100% fiction. Je recueille effectivement des mémoires qui sont au cœur de ma famille, mais des quelles je me distancie dans certains cas. Ma famille n'a jamais reconnu les liens avec la partie indigène en nous.

Je décide alors de faire un mémoire créatif, consciente de l'incomplétude de mon savoir, puisque je suis héritière de cette culture que je sens profondément ancrée en moi , mais je ne saurais pas soutenir totalement ce sujet en termes ethnologiques ou anthropologiques.

“Racines” est un récit basé sur mon expérience personnelle, mais qui reste une fiction; construit selon mon positionnement en termes idéologiques, historiques, de genre, de classe sociale, etc, mais juste une fiction.

Je ne peux donc pas déclarer être fidèle à la réalité. Ce n’est pas un travail anthropologique mais simplement créatif, et essayer de répondre à des questions sur un ton scientifique serait une grave erreur.

J’ai voulu, avec les possibilités que m’offre mon expérience professionnelle, positionner un travail manuel artisanal précieux ayant une tradition et un enracinement très puissant dans la chaîne du marché global. Et le fait qu’il ait une connection indigène a, aujourd’hui, du poids.

1er Cas : Le peuple Inga – Introduction.

La Vallée du Sibundoy fait partie du département du Putumayo au Sud de la Colombie. Une ample zone montagneuse, dans la cordillère des Andes, encadre cette vallée avec des sommets qui vont jusqu'à 3.500 mètres d'altitude.

Certes, on est loin ici des sables blancs des plages paradisiaques des Caraïbes, mais tellement près de la forêt tropicale humide et de ses mystères.

Deux groupes autochtones se partagent la vallée, les Kamsá et les Inga. Ces derniers feront l'objet de l'analyse du premier cas.

Ces deux groupes ethniques bien qu'ayant une langue différente et étant localisés distinctement, partagent culturellement la grande majorité des aspects de leurs sociétés.

Néanmoins, ils sont reconnus comme des groupes différents.

Tous deux nient catégoriquement toute parenté entre eux de quelque nature qu'elle soit, même s'ils sont considérés comme originaires de la jungle amazonienne³.

Il est important de garder à l'esprit les mouvements constants des deux populations entre le haut et le bas Putumayo, ce dernier étant proche des régions forestières de l'Amazonie.

Les autochtones de Sibundoy se déplacent en permanence dans diverses localités du bas Putumayo et du Caquetá, département de la Colombie considéré comme le "*coeur de l'Amazonie Colombienne*"⁴, pour entrer en contact avec d'autres groupes d'autochtones: les Kofans, les Coreguaje et un groupe Inga installé encore dans la région.

³ <http://babel.banrepcultural.org/cdm/ref/collection/p17054coll10/id/2811>

⁴ <https://www.todacolombia.com/departamentos-de-colombia/caqueta.html>

Ces trois groupes s'appellent entre eux "les amis".

Le voyage vers cette région peut se considérer comme un voyage initiatique puisque ce sont eux, "les amis", qui se chargent d'enseigner et d'initier les futurs possibles chamans (ou médecins indigènes Inga). Seul le temps dira qui deviendra guérisseur. Mais le rituel continuera à être pratiqué par tous dans leur communauté.

Pour cela une plante mystique est nécessaire, plante qui est originaire de la forêt Amazonienne:

Le Yahé.

Les Peuples de cette région ont eu recours à ce breuvage depuis des millénaires. Aujourd'hui, le yahé est l'instrument clé des chamans de la région. Il leur permettrait de visualiser la constitution interne des patients afin d'établir un diagnostic; elle aiderait les chamans à entrer en contact avec les êtres d'autres mondes et les morts, nous dit Benny Shanon dans *"L'Expérience de l'invisible. Psychologie de l'Ayahuasca"*.

Ces futurs chamans sont formés pendant des années dans la connaissance, la préparation et l'application du Yahé et d'autres plantes médicinales.

Les "maîtres" ou chamans qui possèdent la sagesse du yahé, sont reconnus par les membres de la communauté s'ils ont un minimum de 16 ans d'exercice dans cette activité.

Mais le yahé n'est pas seulement utilisé à des fins médicinales et initiatiques. C'est un rituel qui est pratiqué par les membres de la communauté, et cela depuis l'âge de 8 ans.

Le yahé est pour les Inga la porte d'entrée à leur cosmovision. Une dimension consciente où la nature et l'homme forment une unité. Cette cosmovision constitue évidemment la source d'inspiration de leurs créations artistiques.

On pourrait dire que l'art de la Vallée du Sibundoy jaillit de l'extase de ses rituels⁵.

Ces visions sont ensuite inscrites sur des masques (a), chumbes (b) (ceinture traditionnelle Inga, tissée par les femmes et qui symbolise la fertilité), paniers, bijoux (c) et autres.



Chaque création est sensée porter un message, avoir un sens.

Le design de leur artisanat et de leur art parle des histoires de “taïtas”, de mythes et de rites, de rencontres avec les personnages magiques de la jungle, de la forêt, de l'univers.

Ils savent que toute forme de vie est le résultat d'un système, composé de principes et de lois qui proviennent de la nature elle-même, de la “Pachamama”⁶.

⁵https://www.researchgate.net/publication/320937038_Hierofonia_y_cosmologia_en_el_arte_indigena_del_Valle_de_Sibundoy

⁶https://www.researchgate.net/publication/320937038_Hierofonia_y_cosmologia_en_el_arte_indigena_del_Valle_de_Sibundoy



Le marketing et la crainte de la perte identitaire.

La promotion de la production artisanale, développée pour attirer de nouveaux marchés, de nouveaux consommateurs, est une des plus grandes inquiétudes de la communauté Inga.

Certains sont convaincus que leur imaginaire, leurs valeurs culturelles sont en danger et craignent que leur artisanat puisse devenir une banale production d'objets sans signification. Des objets commerciaux juste pour répondre aux besoins de la mode, du marketing et aux goûts purement esthétiques des consommateurs.

Les Inga sont initiés depuis leur plus tendre âge au savoir, à la manifestation des langages artistiques au travers des dessins-symboles, pour faire la différence entre le sacré et l'utilitaire.

Eduqués dans le respect des objets créés à partir d'une cosmovision qui obéit à un espace et à un temps, et qui guide tout simplement leur existence, ils craignent que cette production artisanale à plus grande échelle finisse par effacer l'espace, le temps de transmission de leur culture.

Dans ces communautés autochtones, il est indispensable de transmettre un message à leur propre communauté à travers les éléments propres à leur culture. Ces éléments portent des histoires longues et importantes, définissent des rôles, des caractéristiques et des hiérarchies, ils synthétisent des informations et ont des significations spécifiques. L'élaboration de chaque objet fait partie de la tradition et est issu de la main avec des processus inaltérables qui confèrent de la valeur à chaque élément⁷.

Pour ces créateurs voir leurs codes graphiques porteurs de tradition, de sens et d'histoire, banalisés sur des objets vendus par des grandes marques à une

7

https://inamarulanda.wordpress.com/2014/08/22/disenoinindigena/amp/?fbclid=IwAR2R_mep4FwAV9w_D7053V3TDxV5uivjg5PTal-bAMJj0FJ-qPnCQu8w6aU

échelle globale et portés par les consommateurs sans qu'ils comprennent leur signification réel n'a aucun sens. Un grand malentendu entre leurs conceptions et les usages de "la culture globale".

C'est vrai que l'identité des Inga obéit aux changements historiques; mais aujourd'hui ces changements se combinent à un mouvement du marché, de la mode et de l'économie en général⁸.

A la pression des marques, celle dont Naomi Klein⁹ nous parle dans son livre NO LOGO et que Tocqueville ¹⁰ prédisait, début du XIXème siècle, déjà comme fléau du monde réel, de la poésie et de l'art dans une société démocratique.

Même crainte pour les penseurs de la communauté Inga aujourd'hui. Et je dis bien "les penseurs" car ce n'est pas le cas pour tous les membres de la communauté. Il y en a qui s'intéressent à l'économie dans laquelle ils veulent s'insérer pour assurer l'éducation, la santé et une meilleure qualité de vie pour leurs enfants.

Mais qu'est-ce qu'une marque, et qu'est-ce qu'elle a à voir avec l'identité ?

"Pour que l'Europe se construise en tant que centre, blanc, masculin et légitimement civilisé, elle a dû postuler que tout le reste du monde qu'elle colonisait était inférieur.

Ils (les peuples autochtones) ont été "marqués" par les colons, et là, une marque coloniale a été générée" dit Margarita Chaves, chercheuse de l'Institut colombien d'Anthropologie et Histoire, ICANH, lors d'un entretien du 02 mars 2019¹¹.

⁸ Jacanamijoy Chasoy, Edgar y Lizbeth Bastidas Jacanamijoy, "Etude sur les symbolismes dans les manifestations artistiques de la communauté indigène Inga de Santiago, Putumayo", Magazine Education et Pédagogie, Medellin, Université d'Antioquia, Faculté d'Education, vol. XIX, num 49, (septembre-décembre), 2007, pp.173-183.

⁹ No Logo. Naomi Klein, 2000,2002,2009 représentée par Westwood Creative Artists Ltd. Editeur original: Alfred A. Knopf Canada, Toronto. Première publication en langue française: Leméac Editeur Inc./Actes Sud, 2001. Le goût du cool: les marques retournent à l'école.

¹⁰ https://fr.wikipedia.org/wiki/Alexis_de_Tocqueville

¹¹ Toutes les références de Margarita Chavez renvoient à cet entretien.

Ce que le pouvoir colonial a fait, c'est souligner (ce qui n'a pas été détruit) tout ce qui était différent pour se placer en haut de la pyramide.

Ce qui arrive dans les années 80 et que Stuart Hall traite dans ses articles, c'est "*l'implosion des colonisés dans le centre des empires*"¹².

Et même si le courant des études postcolonial est considérable (...ce qui a conduit à réduire le phénomène colonial à un fait culturel et à le dissocier du capitalisme historique, des motivations économiques, de l'appropriation militaire de l'espace, du pillage des ressources physiques, de l'exploitation du travail humain et de la répression institutionnalisée...¹³), c'est Hall qui va ouvrir les yeux de la société sur l'existence de toutes ces communautés qui commencent à réclamer leurs identités. Identités qui seront marquées par le marché et qui vont dès lors être marquées par une valeur extérieure à la leur.

Aucun moyen, à part l'art, ne peut briser les barrières qu'impose une société si raciste et xénophobe par rapport à la nationalité, la couleur de peau ou l'appartenance de l'artiste.

Dès lors, l'art sera l'outil de représentation des minorités ethniques.

Ainsi, le cinéma dans le cas de la communauté noire d'Angleterre qui réclame le pouvoir d'être représentée par elle même, devient très important.

.

C'est à ce moment, dans les années 80, que les communautés indigènes s'insèrent aussi dans ce mouvement.

Ma grand-mère avait le goût pour les matières et l'esthétique.

Elle touchait les choses, sans s'enfermer vers une esthétique imposée par les classes sociales. Elle parlait souvent de mon arrière-grand-mère, Angelina,

¹² https://perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/stuart_hall_-_sin_garantias.pdf

¹³

https://www.academia.edu/1475472/La_aparici%C3%B3n_del_debate_postcolonial_en_Am%C3%A9rica_Latina_posiciones_contradicciones_y_problemas

comme d'une femme d'une capacité étonnante qui faisait tout bien. Et c'est justement cela ce que définit l'artisanat : LE TRAVAIL BIEN FAIT.

Je crois que ce privilège de l'oeil qui sait reconnaître le travail artisanal, à une époque où les gens le méprisaient, venait de là. Elle savait capter l'extrême finesse du travail fait à la main, avec des matières premières nobles. Et pour elle, indigènes et paysans avaient cette habileté insurpassable.

Quand cette habileté commence à être appréciée, les communautés indigènes découvrent des niches de marché.

Aujourd'hui, la plus grande industrie culturelle qui existe, à savoir le tourisme, requiert et réclame de l'artisanat. Artisanat qui survit dans les pays où la main d'oeuvre est abondante et le manque de travail également.

Ce passage d'objet artisanal à objet de marque est mieux expliqué par Richard Sennett, auteur du livre *The Craftsman*, (Allen Lane • 2008).

Sennett se situe au XV^{ème} siècle européen, dans la transition des métiers du moyen-âge à la modernité marchande et décrit comment l'artisan doit former ses apprentis en dirigeant son atelier. Quand il ouvre celui-ci au marché, il ne fait rien d'autre que créer une marque.

Ce genre de travail manuel exige une connexion de la main avec le cerveau et c'est là que réside le pouvoir, pouvoir que l'on perd avec la machine.

Sennett porte un regard sur l'artisanat qui n'est pas folklorique et définit le travail artisanal comme l'habileté de faire les choses bien et la technique comme une affaire culturelle, plus qu'une procédure irréfléchie¹⁴.

Et on revient à la communauté Inga avec cette idée de Sennett.

Pour eux, l'artisanat remplit deux fonctions: d'abord, les tissus en laine et "chaquira", la vannerie et la sculpture en bois pour leur contenu visuel,

¹⁴ <http://iupa.edu.ar/sitio/wp-content/uploads/2016/06/Sennett-richard-el-artesano.pdf>

constituent un langage symbolique qui communique le mode de vie, le quotidien à travers l'interprétation.

Dans le cas spécifique des Ingas, le Chumbe a comme élément principal la figure géométrique du losange (abstraction de la conformation anatomique de l'estomac), qui symbolise à son tour le lieu où commence la vie (ventre de la femme) et le site de coexistence des hommes (monde avec ses quatre points cardinaux)¹⁵.

Les tissus élaborés par les femmes jouent un rôle fondamental dans le dialogue quotidien avec la nature et les êtres humains.

D'un autre côté, cet artisanat a aussi une fonction utilitaire. Si on reprend le cas des chumbes, ceux-ci servent aussi à porter et protéger les enfants.

Le Chumbe spécial est tissé exclusivement afin de les charger et les protéger. On l'utilise comme vêtement pour enrouler le corps du petit, en le traversant par le dos et le thorax de la mère et créer ainsi avec lui un lien maternel. L'utilisation du Chumbe a une fonction d'élément unificateur et d'identité de la relation familiale.

"Le Chumbe", d'après l'artiste Benjamin Jacanamijoy, désigne une forme artistique de représentation du monde ayant la fonction de support de la mémoire.

La représentation iconographique raconte des anecdotes, des croyances, des mythes et des légendes qui rendent aussi compte du contact entre l'Inga et le colon.

Certains masques Inga ont une dose de satire et de moquerie qui expriment la révolte face au colonisateur.

C'est une connaissance intégrale; il n'est pas possible de la fragmenter, car l'histoire y perdrait sa continuité.

L'artisanat Inga est la connaissance qui garantit la valeur identitaire de leur communauté dans ce monde en perpétuelle évolution. C'est leur lien avec un passé qu'ils veulent préserver.

¹⁵ <https://coleccionetnograficaicanh.wordpress.com/el-chumbe/>

Les deux fonctions, d'une part le langage symbolique, et d'autre part la représentation iconographique, sont justement les piliers de la création des deux frères Jacanamijoy, Carlos et Benjamin. L'un artiste peintre, l'autre dessinateur graphique. Les deux sont issus de la communauté Inga.



16

L'artiste Carlos Jacanamijoy, maître en arts plastiques de l'Université Nationale de Colombie, est l'une des figures emblématiques de l'art colombien et l'exemple de *"cette sorte de dernière garantie que l'identité paraît nous fournir"¹⁷*, dont parle Stuart Hall dans un de ses articles compilés dans "Sin Garantías: Trayectorias y problemáticas en estudios culturales" qui recueille les contributions les plus importantes de Hall concernant la théorie politique et culturelle contemporaine.

De l'enfant indigène né à Santiago de Putumayo en 1964, qui rêvait d'être blanc pour qu'on ne se moque pas de lui dans la rue, il ne reste rien.

Aujourd'hui, il est plutôt fier de ses racines, mais un peu fatigué que l'on répète jusqu'à la satiété qu'il est l'autochtone qui, contre toute attente, est devenu un artiste "universel". C'est en partie vrai, mais ce n'est pas tout. A sa façon, Jacanamijoy rend visible l'invisible auquel il a eu accès grâce au Yahé. Et même si son oeuvre n'est plus construite sur base de cette plante sacrée, il a pu, grâce à elle, trouver un style pictural unique.

16

<http://www.revistacredencial.com/credencial/sites/default/files/imagecache/890x610/imagenes/111CARLOS%20JACANAMIJOYZ.jpg>

¹⁷ http://www.ram-wan.net/restrepo/documentos/sin_garantias.pdf

Il se prononce au sujet de sa soit disante universalité:

“Bien que ce soit vrai, ce n’est pas la seule chose. Quand les gens parlent d’un peintre, ils ne se rationalisent pas, mais quand on parle d’un peintre noir ou indigène, la société est toujours surprise, ils nous considèrent toujours comme exotiques”.

“Avec mon art, je préfère rendre visible l’inconscience humaine. Par exemple, ce qui se passe à Chiribiquete¹⁸ est très douloureux, parce qu’ils coupent les racines de la terre (...).

Mon discours sur la peinture est moins rhétorique. Je veux montrer la vie, la paix, l’équité, l’harmonie, l’équilibre, et pour cela j’ai recours à la force de la nature et à ses dictées sans mots¹⁹”.

Dans ses toiles, ce peintre qui séduit le monde avec son oeuvre, laisse entrevoir ses racines, sa connexion inébranlable avec la nature.

La tradition Inga qui connecte cette communauté à un espace, à un temps où les choses doivent être “joliment pensées, joliment faites”, est présente dans chacune des oeuvres du maître Jaca.

Le chemin parcouru par Jacanamijoy est loin d’avoir été facile.

Aujourd’hui, il se montre fatigué de la stigmatisation de l’indigène.

“Le sale, le méchant, celui qui n’est pas à montrer, qui doit se taire, toujours dans les marges, toujours à mendier, à traîner. J’ai grandi ainsi, cela me semble infâme. Pourquoi ne pouvons-nous pas transformer notre société ?”²⁰.

¹⁸ Chiribiquete est une réserve naturelle et archéologique colombienne qui a été déclaré comme Patrimoine biologique et culturel de l’Humanité par l’Unesco. Aujourd’hui, sa conservation est en danger à cause d’une déforestation sans contrôle.

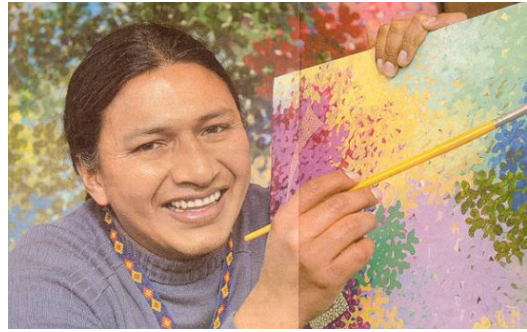
<https://sostenibilidad.semana.com/medio-ambiente/articulo/chiribiquete-un-tesoro-amenazado-por-la-deforestacion/41584>

¹⁹ <https://www.elespectador.com/noticias/noticias-de-cultura/carlos-jacanamijoy-europa-se-torna-aburridora-articulo-838799>

²⁰ <https://www.eltiempo.com/cultura/gente/carlos-jacanamijoy-el-pintor-indigena-colombiano-mas-conocido-en-el-mundo-46625>

Néanmoins, la signature sur ses toiles est aujourd'hui devenue une marque réservée à une élite. Une marque qui porte en soi l'essence du peuple Inga et qui fait tourner les yeux du monde vers cette communauté.

Le discours identitaire de Jacanamijoy est diffusé dans les grandes sphères sociales, politiques et économiques du village global.



*Je m'appelle Benjamin Jacanamijoy
Tisoy, mon nom d'artiste est Uaira
Uaua qui veut dire Fils du Vent.
Je viens d'un endroit appelé
Manoy Santiago, dans la vallée
de Sibundoy, Putumayo, dans le sud
de la Colombie. Mon travail artistique
est défini par l'intérêt de récupérer l'
histoire de mes ancêtres. Je considère
que mon travail, dans le domaine de la peinture,
permettra de comprendre le concept
comme un processus du
renforcement de l'identité.
Benjamin Jacanamijoy²¹*

Dessinateur graphique de l'Université Nationale de Colombie, Benjamin Jacanamijoy publie en 1993 "Chumbe Arte Inga", une étude dans laquelle il reprend son histoire à travers des sujets tels que "tisser la vie" et "l'art de raconter des histoires".

²¹ http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-75502011000100013

L'oeuvre de Uaira Uaua, Benjamin, est plus centrée vers les symboles et la signification de ceux-ci dans la culture Inga. La notion de représentation est extrêmement importante dans ses créations.

A la différence de son frère Carlos, Benjamin décrit son enfance comme pleine de magie, de couleurs et de bonheur.

Petit, son père l'emmena dans une rivière aux eaux cristallines.

Il plongea et vit des poissons de toutes les couleurs qui nageaient près de lui, les oiseaux chantaient des mélodies et le courant de la rivière caressait les pierres de différentes tailles produisant une musique douce.

Quand il remontait à la surface, il regardait les couleurs humides des plantes enracinées dans la terre, et sentait l'harmonie entre les nuages, les feuilles, les branches, les tiges, les racines, la rivière et lui même.

Puis il replongeait encore et encore et, ainsi, dans ces expériences simples mais profondes, la nature lui montra sa grandeur²².

Son oeuvre regorge de traditions Inga. Des couleurs de la Vallée qu'il a parcouru avec sa grande mère, Conchita, sa mère Mercedes et son père, Taïta Antonio; des fêtes comme la fête du Atun Puncha mieux connu comme le Carnaval du Pardon, où l'on pardonne les impasses qui se sont produites entre les membres de la communauté et où on célèbre l'abondance et la réconciliation avec la pachamama.

Carnaval qui est d'ailleurs une des possibilités économiques pour les Inga de s'insérer dans la chaîne du commerce, du marché du tourisme et de la mode.

Après sa thèse publiée en 1993, "Chumbe Arte Inga", il commence son travail de récupération et d'appréciation de son histoire. Et c'est à travers son travail artistique et sa recherche qu'il explore l'art du tricot et l'art de raconter des histoires des femmes de la Vallée du Sibundoy, des femmes Ingas.

En faisant appel à son ancestralité, Uaira Uaua non seulement fait un travail de préservation de la langue et de ses représentations, mais de plus il a réussi à

²² http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-75502011000100013

s'insérer dans le marché de l'art et du graphisme. Il est conscient de sa lignée et de la richesse culturelle de ses ancêtres, richesse qui a un marché.

Ces oeuvres ont été exposées au Brésil, aux Etats-Unis, à Paris, au Canada, au Guatemala, en Bolivie entre autres. De nombreux prix et des bourses lui ont été octroyés²³.

Deux "Jacas", deux artistes, deux Ingas, nés dans la Vallée du Sibundoy, enfants de père et de mère autochtones qui ont eu accès à une éducation universitaire. Tous les deux font allusion au Yahé et à leur essence indigène. Tous les deux, des "indios" qui ont rompu avec l'idée que seule une esthétique occidentale est digne, et qui contre toute attente sont aujourd'hui à la mode.

Car être "indio" en Amérique latine a toujours eu une connotation négative. Traiter quelqu'un de "indio", de "cholo", dans la région des Andes, est encore aujourd'hui une injure.

Tout comme être traité de "noir" dans l'Angleterre de Stuart Hall, je cite:

*"Cinq, six, sept cents ans ont été consacrés à l'élaboration du symbolisme à travers lequel "noir" constitue un facteur négatif. Maintenant je ne veux pas un autre terme. Je veux ce terme, ce terme négatif, c'est celui que je veux. Je veux changer la façon dont il a été articulé dans le discours religieux, dans le discours ethnographique, dans le discours littéraire, dans le discours visuel. Je veux l'arracher de son articulation et le réarticuler d'une manière nouvelle".*²⁴

C'est grâce à cette récupération identitaire, tout comme Hall, que les deux frères Jacanamijoy portent aujourd'hui leur "*indianité*" avec fierté, et font d'elle un produit, une marque, une mode qui se vend hors des frontières de leur Vallée.

²³ <http://www.arteyconexion.com/directorio-de-artistas/benjamin-jacanamijoy-tisoy/>

²⁴ https://perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/stuart_hall_-_sin_garantias.pdf

Carlos, avec une subjectivité individuelle, mais vendue comme une subjectivité autochtone.

Benjamin réalise une récupération d'un autre ordre. Une récupération qui est entre les mains de leur ancestralité. Il récupère des histoires racontées par les femmes de sa famille, avec qui il a une relation très étroite, des tisseuses qui transmettent leur savoir à travers les graphismes du Chumbe.

Tous deux créent; à partir de couleurs qu'ils ont vues, inspirés par des visions du Yahé, ou tout simplement par le fait d'avoir grandi dans cette Vallée riche d'histoires ancestrales.

Des histoires de personnages au nom de plantes ou d'éléments, et où le passé persiste à survivre grâce aux symboles tissés par des mains de femmes et aux histoires des "taïtas".

🌀 2ème Cas : Los Pastos - Introduction



Depuis le 19^{ème} siècle, les indigènes sont marqués par l'État comme indigènes, affirme Margarita Chavez de L'ICAHN.

L'État a toujours exercé un pouvoir sur les populations, dont les Inga, qui parlent une langue autre que l'espagnol, qui ont des coutumes et des représentations qui changent en permanence à cause des transformations qu'ils ont subit pour s'adapter à l'invasion espagnole.

La continuité que peut réussir un peuple indigène, qui a su conserver sa différence linguistique, est très grande. Quand ils perdent leur langue, ils perdent la possibilité de remplir les trous de la mémoire, de ce qu'ils étaient dans le passé. Et même si la langue Inga s'est affaiblie, c'est grâce à elle que cette communauté a su garder sa différence avec les autres peuples.

Ce n'est pas du tout le cas de la communauté des Pastos.

La communauté des Pastos a été baptisée ainsi dès l'arrivée des espagnols au XVI^{ème} siècle, et cette marque sera le début de leur dépouillement culturel ancestral.

"Il n'y a pas de moyen, me semble - t - il, dans lequel les gens du monde puissent agir, créer, quitter leurs marges et parler, ou ils puissent commencer à

se refléter dans leur propre expérience, à moins qu'ils ne viennent d'un lieu quelconque, d'une histoire, d'un héritage de traditions culturelles.

Ce que nous avons appris sur la théorie de l'énonciation, c'est qu'il n'y a pas d'énonciation sans positionnement. On doit se positionner quelque part pour dire n'importe quelle chose.

Ainsi, nous ne pouvons pas nous passer de notre propre position qui est marquée par le terme d'ethnicité (....) Et la relation que les gens du monde ont maintenant avec leur propre passé est, bien sûr, une partie de la découverte de leur propre ethnicité.

Ils ont besoin d'honorer les histoires cachées d'où ils viennent.

Ils ont besoin de comprendre les langues qu'ils n'ont pas appris à parler.

Ils ont besoin de comprendre et de revaloriser les traditions et les héritages des expressions et de la créativité culturelle²⁵.

S'il existe bien une communauté pré-hispanique qui a souffert de l'anéantissement culturel avec l'arrivée des colons, ce sont Les Pastos.

Bien qu'ils étaient, à l'époque, une des plus importantes communautés de la région.

A l'arrivée des Espagnols, leur population était estimée à 23.000 personnes, 488 familles en moyenne.

En 2005, la population des Pastos recensée par le DANE (Département Administratif National de Statistiques) était de 129.801 personnes, les municipalités d'Ipiales, de Cumbal et de Cordoba comptant le plus grand nombre d'autochtones.²⁶

La communauté des Pastos habite aujourd'hui à 3.000 mètres et plus d'altitude, dans la région des volcans de Cumbal et de Chiles, dans le département de Nariño au sud ouest de la Colombie, là où le vent fait demi-tour, disait mon grand-père.

²⁵ http://www.ram-wan.net/restrepo/documentos/sin_garantias.pdf . Stuart Hall - pag 347.

²⁶ <https://es.wikipedia.org/wiki/Pastos>

L'énergie que l'on ressent aux pieds de ces volcans et l'air que l'on y respire est impossible à décrire, mais une chose est sûre: ces terres ont un caractère magique. Sacré. Si tous les dieux de ces communautés existent, c'est clair que c'est ici, au Cumbal, à Nariño, qu'ils auraient choisi d'habiter.

Entre des prairies qui ressemblent à un patchwork aux tons verts, lilas et jaunes, des cultures de pommes de terre et d'orge, des petites maisons d'adobe (mélange d'argile, eau ou sang d'animaux et paille) aux toits de paille ou de laiton, dont on se demande parfois comment elles tiennent encore debout, vivent et se réinventent les Pastos.



Joanne Rappaport, anthropologue du département Espagnol et Portugais de l'Université de Georgetown et Ph.D. en anthropologie socioculturelle de l'Université de l'Illinois ²⁷, a consacré son livre *Cumbe Reborn* à montrer comment la communauté des Pastos est le fruit d'un processus de récupération culturelle. Processus qui a commencé dans les années 70/80 avec la plateforme de reconnaissance politique à la différence culturelle. C'est à ce moment que les communautés dominées, subordonnées, reprennent leur passé et s'affirment : Je suis indien.

Mais immédiatement ce processus politique passe c'est le marché et tous les courants de modernité qui apparaissent. Dès lors, ces communautés vont vouloir s'inclure dans cette temporalité et commenceront à réclamer, non seulement leur terres mais aussi des moyens de représentation.

²⁷<https://gufaculty360.georgetown.edu/s/contact/00336000014RWRoAAO/joanne-rappaport>

Les peuples indigènes de la Colombie commencent à récupérer, alors , leurs valeurs différentielles que sont la tenue, la nourriture, l'artisanat, les fêtes traditionnelles entre autres, pour gagner de l'espace et de la visibilité dans la société.

Les Pastos entament, depuis, un processus de redressement social, économique et politique, avec la récupération des terres qui leur appartenaient. Sous la devise qu'il faut "d'abord mettre de l'ordre chez soi avant de s'attaquer au reste", et organisés dans des "cabildos" (conseils), ce peuple se réinvente et réinvente son histoire.

Pour eux, toute preuve d'authenticité ou d'identité, que ce soit leur langue, leurs costumes, leurs traditions culturelles et sociales, a été ravagée avec l'arrivée des Espagnols.

Tout, sauf le tissage en Guanga, un savoir transmis de génération en génération qui est devenu aujourd'hui un élément d'une importance vitale du point de vue de la récupération identitaire.

Sans oublier que, grâce à ces tissages, les yeux du pays et du monde se tournent vers cette communauté si longuement ignorée et demandent leurs créations considérées comme objets de grande finesse.

Du fil fragile des tissus ancestraux, tout ce qui a été consommé par la nouvelle temporalité imposée au XVI^e siècle, renaît avec force.

Les Pastos sont de retour de la main de jeunes artisans et créateurs de Nariño. Créateurs de descendants européens, certes. Mais qui ont grandi, comme moi, près des volcans et des prairies vertes.

Créateurs d'une génération qui n'a pas su faire la différence de couleurs de peaux, ni de races, ni de classes.

C'est cette génération "néo-métisse" qui prend aujourd'hui, par la main, les vestiges d'une culture qui nous appartient et qui est prête à séduire le monde avec des objets qui ne sont plus folkloriques, comme Sennet nous le fait

constater. Ce sont des objets réalisés avec la précision, la patience et le talent que seul les siècles de partage et de pratique donnent à la main sage.

Quelques années auparavant, le patrimoine artisanal de la Colombie était considéré comme un produit propre au peuple, sans aucune sorte d'intérêt pour les élites.

Ce n'est que lorsque le secteur du luxe les valide, quand certaines marques qui ont pris le risque de montrer leurs productions sur les marchés internationaux avec succès, que le consommateur local commence à les apprécier.

Une de ces marques s'appelle "Adriana Santacruz".



Depuis quelques années, Adriana Santacruz, créatrice de mode née à Pasto (Nariño), est reconnue pour la création de pièces élaborées à partir de tissages des femmes du Cumbal.

C'est en 1999 que Adriana, alors toujours étudiante, va à la rencontre de femmes descendantes de "Los Pastos" pour réaliser le projet qui lui tenait à coeur: "...construire un pont qui relie le savoir scientifique et le savoir populaire ancestral".

Où des techniques artisanales se fusionnent avec des concepts de création clairs. Une fusion qui débouche sur une proposition qui transmet le sentiment de nombreux habitants du sud de la Colombie, qui incarnent dans leurs tissages l'héritage des maîtres, en construisant un présent et un avenir"²⁸.

À ce moment là, lors de cette première approche, les tisseuses du Cumbal tissaient de très lourdes couvertures en laine, Adriana arrive parmi elles pour leur dire: *"on va faire des robes, on va faire des jupes... moi-même, je ne savais pas encore ce qu'on allait faire... c'était juste des essais.*

Alors, ces femmes n'y croyaient pas et quand elles ont vu la première pièce, après plusieurs essais, l'estime de soi de toutes ces femmes a commencé à grandir. Et dès lors, ça a été ainsi" raconte-elle en entretien du 16 juillet 2019.

Elle commence son projet avec 5 tisseuses. Aujourd'hui elles sont 45.

²⁸ <https://www.adrianasantacruz.com/bio.html>

“Des êtres experts et conscients que, de leurs mains, naissent des pièces qui les représentent ensuite dans le monde²⁹”. Conscients donc du marché dont ils font partie maintenant.

Adriana a été la première à faire une incursion dans le monde de la mode à partir des traditions et des techniques indigènes, une mode “avec esprit” comme elle la nomme.

C’était en 2000, lors de la plus grande foire artisanale de l’Amérique Latine, Expoartesanias, que la marque Adriana Santacruz présenta ses créations.

A l’époque elle était la seule. Aujourd’hui, Expoartesanias dédie tout un pavillon à la mode qui fait référence aux ethnies.

La marque Adriana Santacruz possède un argument de vente très solide, un argument qui touche la sensibilité des consommateurs dans le monde entier:

L’activation de l’économie des communautés indigènes des Pastos, et, en même temps, la construction d’une plateforme pour la récupération de leurs savoirs ancestraux et de leurs traditions.

C’est ainsi qu’Adriana définit l’esprit de sa marque. Une marque qui d’après elle, est née avec l’inquiétude d’innover dans l’industrie de la mode.

Avec des matériaux différenciés, elle développe une proposition d’une valeur ajoutée remarquable, qui est destinée à satisfaire un créneau de marché très exigeant.

Les défilés d’Adriana Santacruz sont attendus avec grande curiosité lors des grands événements de la mode en Colombie et à l’extérieur. Sa marque est présente dans les grandes foires et événements de la mode au Canada, aux Etats-Unis et un peu partout en Europe.

Ses créations non seulement récupèrent une identité perdue, mais exaltent un sentiment de fierté nationale qui aurait été impensable il y a quelques années, quand la mode devait venir d’ailleurs pour être reconnue comme signe d’innovation, de prestige et de qualité.

²⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=l9MvEH19Kx8>

Difficilement l'on aurait pu penser qu'une "ruana" (poncho) coûterait aux alentours de 700 dollars, car difficilement on aurait pu imaginer quelqu'un d'autre qu'un "indio" pour en porter une. Aujourd'hui, les podiums de la mode, partout dans le monde sont leurs vitrines.

Les produits faits à la main deviennent rares et surtout précieux face à la dégradation actuelle des formes de production. On n'est plus dans un artisanat folklorique mais dans une production consciencieuse, qui exige un temps, une énergie pour arriver à un résultat de haute qualité, mais aussi qui exige une lente acquisition de la technique et du talent.

"L'artisan doit être patient, se garder du rapetassage express, et privilégier les leçons de l'expérience à travers un dialogue entre connaissance tacite et critique explicite³⁰".

Les communautés autochtones, tout comme les paysannes, sont porteuses de connaissances qui ont été transmises oralement génération après génération; cette connaissance leur a permis de comprendre leur environnement et de créer des pensées qui facilitent la vie en communauté.

Après le déni et l'aliénation dont ils ont souffert dans le passé, les Pastos renaissent avec force. Ils interceptent la société moderne et son marché en même temps qu'ils s'interceptent eux-mêmes³¹.

³⁰ "The Craftsman", Yale University Press-2008 - Richard Sennet - pag.73.

³¹<http://babel.banrepcultural.org/cdm/singleitem/collection/p17054coll10/id/2780/rec/2>



🌀 Impact de la globalisation sur l'identité culturelle

On note un moment international qui marque tout le mouvement indigène en Amérique Latine, il s'agit de la deuxième Conférence de BARBADOS.

Elle rassemble toutes les luttes qui se déroulent sur le continent. Depuis les Mapuches en Patagonie jusqu'aux Nasa dans le département du Cauca dans l'occident de la Colombie, et qui sont le rempart du pouvoir indigène colombien.

Ce moment détermine l'indépendance des dernières colonies qui subsistaient dans les Caraïbes.

Surtout de la France, qui était une puissance coloniale comme peu d'autres, mais aussi des Britanniques. Il ne faut pas oublier que la mer des Caraïbes est le cellier de tous : hollandais, espagnols, français, portugais.

Dans les années 90, les réformes constitutionnelles dans 14 pays de l'Amérique Latine ont permis de reconnaître la pluriethnicité, le multiculturalisme dans les états-nations latino-américains.

Aujourd'hui, on vit dans le cadre de ce processus politique qui coïncide avec la mondialisation et l'expansion du marché, dit Margarita Chaves, chercheuse de l'Institut colombien d'Anthropologie et Histoire, ICANH.

A partir de ce moment politique, les peuples dominés, subordonnés, subalternes, reprennent leur passé et s'affirment : "JE SUIS INDIGÈNE".

Une réaffirmation identitaire qui commence avec le procès relatif à la récupération de leurs territoires, de leurs traditions, mais aussi avec leur insertion dans le marché qui apparaît en même temps que tous les courants de modernité.

Courants qu'ils sont obligés de suivre pour s'inscrire dans cette temporalité et à partir de laquelle ils commencent à réclamer des moyens de représentation, principalement dans le cinéma et dans l'art qui est le plus contemporain.

Tout ce qui peut être fait sera fait par ces communautés, à la recherche désespérée d'un ancrage qui les positionne quelque part dans l'histoire, pour *donner un sens d'eux mêmes dans l'éternité*³².

Sans cela, la phrase de Fanon se confirmerait et tous ces peuples "intervenus" par le pouvoir des colons ne seraient que des peuples d' *"individus sans ancre, sans horizon, sans couleur, sans état, sans racines : une race d'anges"*³³.

*"Mais comme tout ce qui est historique, ces identités sont soumises à des transformations constantes. Loin d'être éternellement fixées sur un passé essentiel, elles sont soumises au jeu continu de l'histoire, de la culture et du pouvoir"*³⁴ et depuis quelques années du marché, de la globalisation qui impacte l'identité culturelle.

Les indigènes des communautés Inga et Pastos, ainsi que les indigènes des 82 autres groupes indigènes qui existent actuellement en Colombie, et qui assument aujourd'hui leurs traditions ancestrales, savent que leurs oeuvres, aussi simples et utilitaires qu'elles puissent être, jouent pour eux un rôle sacré. Mais en même temps, sont une voie d'insertion au marché global.

³² Sin Garantías: Trayectorias y problemáticas en estudios culturales - Stuart Hall - pag 355.

³³ https://perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/stuart_hall_-_sin_garantias.pdf

³⁴ http://www.ram-wan.net/restrepo/documentos/sin_garantias.pdf

Un marché qui leur a causé beaucoup de problèmes en termes de dépouillement mais qui, en même temps, se pose comme bienfaiteur, comme voie de progrès pour ces communautés.

Ces objets ont cette valeur ajoutée d'avoir été créés à la main, et chaque pièce rassemble en elle le savoir et la connaissance millénaires qui exigent une manipulation soigneuse, presque religieuse, transmise de génération en génération.

Assurer cette transmission, c'est assurer leur identité et leur continuité. Mais avec la globalisation, le sens sacré de la production se perd pour assurer une production qui doit être plus grande. Il faut suivre les besoins de la demande et le sens de l'acte créateur comme connexion divine risque de se perdre à jamais. Sans ça, l'humanité sera réduite au néant, condamné à vivre comme des êtres sans origine, sans connexion divine .

Le vide.

☞ Mode et modernité

Les villes modernes sembleraient être faites de fragments d'identités multiples. Et même s'il y a encore des pays, des villes, des régions qui se battent pour éviter l'arrivée de gens d'ailleurs, les sociétés modernes sont des sociétés en constant changement et le mélange reste inévitable.

Marx disait sur la modernité qu'elle est *une révolution constante de la production, un bouleversement incessant de toutes les relations sociales, une incertitude et agitation continuelles [...] Toutes les relations fixes, stagnantes, avec leur cortège de croyances et d'idées vénérées, sont rejetées, toutes les nouvelles idées sont obsolètes avant d'arriver à s'ossifier. Tout ce qui est solide se dissipe dans l'air...*³⁵

³⁵ http://www.ram-wan.net/restrepo/documentos/sin_garantias.pdf . Stuart Hall - pag 336.

Pensée qui se confirme en observant les nouvelles générations, les générations du nouveau “village global”, pour qui l’identité semblerait être une construction aussi éphémère que la mode.

L’exemple des symboles religieux transformés en accessoires de mode ou le besoin de simuler une apparence avec des faux bijoux, des faux brillants, font preuve de la banalisation du sens traditionnel.

Aujourd’hui, “*paraître*” semblerait être plus important “*qu’être*” et le pouvoir des marques et de l’argent semble guider la société moderne.

Une tendance renforcée par les médias qui se chargent de bombarder la planète entière avec les mêmes messages, et créent ainsi les mêmes besoins de consommation dans le monde entier.

Les jeans et les baskets sont devenus l’uniforme des jeunes du nouveau village global, non seulement grâce à l’hyper-connexion permise par les nouvelles technologies, mais aussi grâce au puissant travail de marketing que font les marques.

Sans oublier que la production de ces produits, qui seront vendus par la suite dans les grandes boutiques en Amérique et en Europe, est faite en Asie.

Une culture unique et partagée à l’échelle de la planète, présagera le canadien Marshall Mac Luhan dans son ouvrage “The Medium Is the Message” (1967).

Le marketing et l’apparition des nouveaux médias vont renforcer le pouvoir des marques. L’importance que l’humanité aurait pu accorder à la qualité du produit va se désagréger avec les nouvelles règles du marché global.

“La dégradation de la production à l’ère de la super marque”³⁶. Naomi Klein, commence ce neuvième chapitre de son livre No Logo, avec la citation de John Ermatinger³⁷, président de la division Amériques de Levi Strauss, justifiant la

³⁶ No Logo. Naomi Klein, 2000,2002,2009 représentée par Westwood Creative Artists Ltd. Editeur original: Alfred A. Knopf Canada, Toronto. Première publication en langue française: Leméac Editeur Inc./Actes Sud, 2001. Chapitre 9.

³⁷ John Ermatinger : Président pour l’Amérique de Levi Strauss & Co; General Manager-Asia Pacific Apparel chez Nike; President Gap Japan- President, Asia Pacific Region chez GAP INC; CEO pour la Région de l’Asie Pacifique chez Tommy

décision de la compagnie de fermer 22 usines et de congédier 12 000 employés nord-américains entre novembre 1997 et février 1998.

“Pour l’Amérique du Nord, notre stratégie est de concentrer toute notre attention sur la gestion de marque, le marketing et la conception de produits, ce qui nous permettra de faire face à la demande et aux besoins de vêtements décontractés. Le fait de déléguer une part importante de notre production destinée aux marchés américain et canadien à des entrepreneurs du monde entier confèrera à notre entreprise une flexibilité accrue, et lui permettra de consacrer ses ressources et son capital à la production de ses marques. Cette étape est cruciale si nous voulons demeurer compétitifs”.

J. Walter Thompson, fondateur d’un des plus grands empires de la publicité, du marketing et de la communication, résume cette idée en une phrase qui est devenue célèbre parmi les publicitaires et communicateurs du monde entier:
“Un produit, c’est ce qui se fabrique en usine; une marque, c’est ce qu’achète le consommateur”.

Naomi Klein, insiste:

La mondialisation a permis de faire passer la production au dernier plan en la reléguant au niveau de sous-traitance dans les zones franches des pays du Sud notamment... Les entreprises ont donc pu investir dans le marketing, c’est-à-dire investir non pas dans le produit, mais dans son nom. Elle avance que le déplacement de la production au dernier rang de la chaîne économique a conduit à des coupes d’effectifs dans les pays industrialisés, au profit d’emplois précaires.

Hilfiger; Senior Adviser pour TPG Chine actuellement.
<https://www.linkedin.com/in/john-ermatinger-606a8940/>

Elle considère que *l'augmentation de l'investissement dans le marketing et le processus de concentration des grandes entreprises dépossèdent les consommateurs en matière de choix*. Elle pousse la réflexion jusqu'à parler de *la dépossession du bien commun au profit de l'entreprise privée*³⁸.

Penser à l'artisanat des communautés autochtones du sud de la Colombie, aux contradictions qu'on trouve au fur et à mesure que l'on combine tradition, mode et marché pourrait sembler (après avoir lu cela) intimidant.

Mais l'appel à la lutte lancé par des auteurs tels que Naomi Klein donne de l'espoir. Et même si le mot "compétitif" semblerait être la clé de la production actuelle, et "investir" le dogme du marketing, la transformation du monde est possible si la consommation devenait locale.

Tradition oui. Mode d'objets faits pour durer oui. Marché local oui. L'artisanat des communautés autochtones du monde peut s'avérer être une solution pour la planète entière.

³⁸ https://fr.wikipedia.org/wiki/Naomi_Klein



“Il a été admis dès le départ que ce qui désavantage les femmes et les minorités ethniques, c’est l’absence de modèles visibles occupant des positions politiques influentes. Les stéréotypes diffusés par les médias, imbriqués dans la structure même de la langue, servent à renforcer franchement la suprématie des hommes blancs.”³⁹

Pour les deux cas exposés dans ce mémoire, à savoir les frères Jacanamijoy et Adriana Santacruz, l’insertion dans le monde du marché s’avère solide.

Aujourd’hui, tous les trois sont des marques visibles, globales, des référents de l’art et de la mode. Trois marques qui sont reconnues hors frontières et qui conquièrent le monde avec la même stratégie: la récupération de savoirs ancestraux et de traditions.

Leur travail est devenu, en quelque sorte, l’hameçon qui attire l’attention du banc en mer. D’autres s’ajoutent à la liste de cette génération néo-créole de créateurs et dessinateurs de mode. L’enseigne “Made in Colombia” est devenue un référent de luxe et de qualité sur le marché.

“Le monde est tombé amoureux de notre artisanat parce que c’est le nouveau luxe; il est fait à la main, il raconte une histoire et a un long processus indigène ou d’ascendance africaine immergé. Les gens veulent acheter cette charge culturelle et c’est pourquoi les grandes maisons de mode veulent avoir nos techniques artisanales dans leurs produits”, explique le designer Juan Pablo

³⁹ <https://hemerotecaroja.files.wordpress.com/2013/07/klein-naomi-no-logo-el-poder-de-las-marcas-2000.pdf>

Socarras, qui travaille depuis 11 ans avec des communautés d'artisans, groupes ethniques et populations vulnérables (réinsérés et déplacés)⁴⁰.

Socarras n'est pas le seul à travailler dans la récupération artisanale et identitaire des artisans colombiens.

Artesanias de Colombia, société attribuée au ministère du Commerce, de l'Industrie et du Tourisme de la Colombie promeut l'artisanat colombien dans le monde entier. En 1998, une étude économique approfondie a été réalisée en collaboration avec les différentes régions du pays.

Grâce à elle, on sait aujourd'hui que:

- la population d'artisans colombiens s'élève à 58.821 personnes.
- la plus grande concentration d'artisans se trouve dans le département de **Nariño**.
- 17% de cette population n'a pas fait d'études et cela parce que l'apprentissage artisanal est un apprentissage à caractère informel.
- l'artisanat le plus important est le **tissage**.
- 12,81 % seulement de la population d'artisans appartiennent à des organisations syndicales, communautaires pour la production et la commercialisation.
- la majeure partie de la production artisanale est vendue dans les ateliers ou chez l'artisan⁴¹.

Mais même si des efforts pour la protection de la propriété intellectuelle de ces créations sont faits de la part de l'Etat colombien, *“Il y a beaucoup d'appropriation du design autochtone dans la mode, et ils ne donnent pas le moindre crédit aux autochtones. Appropriation des autochtones dans le cadre de campagnes de promotion de marque aussi”* nous dit Margarita Chavez de l'ICAHN qui s'intéresse spécialement au sujet.

⁴⁰ <https://www.semana.com/contenidos-editoriales/moda-asi-lo-hacemos/articulo/artesantias-colombianas-en-mercados-extranjeros/533726>

⁴¹ http://artesantiasdecolombia.com.co/PortalAC/C_sector/caracterizacion_81

“Le monde de la création s’est toujours nourri de ce qui existe déjà. Même Picasso s’inspire des tailles africaines. Mais Picasso n’a jamais nié sa fascination pour les sculptures africaines et a montré qu’il s’en inspirait et les recréait. Il ne fait pas une taille africaine. Il génère la stylisation de ces corps”.

Les droits d’auteur, la propriété intellectuelle sont des sujets encore en germination quand on parle d’artisanat, peut être parce qu’on se trouve dans une production “collective”. Il y a, néanmoins, des exceptions.

Les tisseuses de Tenango, un Etat du Mexique, fatiguées d’être plagiées, se sont organisées pour protéger leur broderie traditionnelle. Il ya peu, après plusieurs années de combat, leurs créations sont protégées par une marque collective.

“La protection consiste à produire plus et à vendre. Mettre le produit sur le marché. Que d’autres le copient bien sûr, si Zara le vend, pourquoi pas.

La valeur différentielle d’une marchandise apparaît parce que: Zara la produit mais l’industrialise. Prenez par exemple le cas du chapeau “vueltiao” et la production de chapeaux synthétiques fabriqués en Chine.

Un chapeau bien fait en Colombie peut coûter 400.000 pesos. Et on peut en obtenir un pour 30.000, un chinois. Ceci dit vous n’aurez jamais la qualité et la beauté du vrai “vueltiao”. continue Margarita Chavez.

Faire partie d’un marché aussi agressif, prêt à tout pour demeurer compétitif est le grand paradoxe pour ces communautés d’artisans. D’une part, il leur permet de sauver ce bien différentiel qu’ils produisent, et d’autre part il les appauvrit.

Le marché met toutes ces communautés minoritaires en position d’inégalité tout en leur donnant l’opportunité ou l’illusion de progrès. *“Même les fêtes rituelles ne seront plus les mêmes, mais le rituel aliéné continuera à se reproduire”,* ajoute Margarita Chavez⁴².

⁴² Toutes les références de Margarita Chavez, chercheuse de l’Institut d’Anthropologie et d’Histoire (ICANH) renvoient à l’entretien du 02 mars 2019.

Le couple sud-Africain d'anthropologues, Jean et John Comaroff, analysent en profondeur ce moment historique de l'identité de l'humanité: "où réside l'avenir de l'ethnicité?"⁴³.

L'approche des Comaroff est très provocatrice. Ils attribuent justement au marché les problèmes en termes de spoliation des autochtones et en même temps un effet bienfaiteur pour la durabilité culturelle de beaucoup des produits qu'ils fabriquent. Dans le cas des communautés des régions frontalières de la Colombie, de l'Equateur et du Pérou, du maintien de rituels qui sont censés être sacrés.

La commercialisation inconsciente de prises de Yahé, aussi appelé Ayahuasca, les ateliers, consultations, formations, etc, avec des faux chamans comme solution à une recherche intérieure et spirituelle ou comme voie de purification de la planète se multiplient sur le marché. La formule semble fonctionner et même des "chamans européens" offrent aujourd'hui des formules aux naïfs à la recherche d'une nouvelle ère.

Les conséquences de ce marché peuvent être dangereuses. L'expérience du Yahé ne peut, en aucun cas, être sous-estimée et l'importance du Chaman est capitale.

C'est après 16 ans de transmission d'un savoir essentiel, de prises continues du breuvage, qu'un vrai Chaman est prêt à devenir guérisseur.

*"Dès lors, le chaman sera en capacité de mélanger les plantes adéquates (lianabanisteriopsis caapi, chacruna ou autre plante contenant du DMT, et parfois d'autres herbes médicinales ou visionnaires) pour organiser une cérémonie afin de protéger ceux qui ingèrent la substance, en établissant une relation harmonieuse avec le monde invisible à travers des chants, des purifications et d'autres éléments théurgiques"*⁴⁴.

⁴³ https://www.researchgate.net/publication/37690927_Ethnicity_Inc.

⁴⁴ <https://miputumayo.com.co/2015/11/30/sobre-el-negocio-de-la-ayahuasca-los-nuevos-entrepreneurs-del-yage-vs-el-chamanismo-tradicional/>

Néanmoins le chamanisme en Europe se vend, souvent, comme un mode de vie en communication avec la nature et sous cet argument de vente des activités, soit disant initiatiques et révélatrices se vendent à des prix exorbitants. Il suffit de taper sur Google les mots “expérience chamanique” pour le découvrir.

“Venez découvrir le chamanisme au Festi'Spirit, 28-29-30 juin 2019. Chaque jour un atelier de chamanisme sera proposé par deux grandes écoles de chamanisme en France : Éveil au chamanisme Le chamanisme contemporain - la vision de Gislaine Duboc et Chamanisme pour un épanouissement de l'Etre, la vision d'Eric Sunfox Marchal ⁴⁵”, par exemple.

Comme pour les produits, reproduits à une échelle industrielle en Chine, les rituels comme le Yahé sont aussi reproduits sans aucune garantie de qualité. Cette plante sacrée pour les communautés préhispaniques, qui a la réputation d'être *l'une des substances psychédéliques les plus puissantes au monde, capable d'offrir des expériences de transformation et de guérison –une réputation tout à fait méritée⁴⁶*, est aujourd'hui source d'énormes revenus pour des entrepreneurs du marché de la nouvelle ère, un marché qui désormais est tendance dans le monde entier.

L'histoire nous met face à deux phénomènes.

D'une part la récupération d'identités post- coloniales (si on peut dire que le colonialisme est vraiment derrière nous) et d'autre part la marchandisation culturelle. Jean et John Comaroff résument le moment en deux mots: “Ethnicity INC”.

Un phénomène contemporain dans lequel les organisations communément caractérisées comme “ethniques” et “tribales” sont devenues des sociétés de commerce.

⁴⁵ <https://www.meditationfrance.com/chamanisme/>

⁴⁶ <https://miputumayo.com.co/2015/11/30/sobre-el-negocio-de-la-ayahuasca-los-nuevos-entrepreneurs-del-yage-vs-el-chamanismo-tradicional/>

Tel est le cas de l'organisation Gikuy, Embu, Meru Association⁴⁷ (GEMA) au Kenya, qui a muté au sein de MEGA Corporation; ou de traditionnels Congress Traditional Leaders of South Africa (CONTRALESA⁴⁸), qui est devenue société de conseil, parmi beaucoup d'autres⁴⁹.

Les trois axes théoriques des Comaroff sont:

1). Les procès de marchandisation de la culture, qui n'est pas linéaire ni théologique et qui ne conduiraient pas forcément à la perte de l'identité culturelle.

2). L'ethnicité évidemment, vécue comme le produit d'une essence partagée et autoconstruite. Aujourd'hui beaucoup de communautés qui appartiennent à des communautés ethniques se battent plus pour faire partie du monde financier, plutôt que pour être reconnues dans leur différence. Elles se définiraient comme des groupes économiques et non plus ethniques.

3). Les nouvelles formes de conscience politique et identitaire, une sorte de "polyculturalisme".

⁴⁷ Le **Gikuyu, Embu, Meru Association (GEMA)** était une organisation au [Kenya](#) créée pour faire avancer les besoins sociaux et politiques du peuple du Kenya oriental. Bantous de Gikuyu, Embu et Meru qui, sont si bien étroitement liées, linguistiquement sont différents. Ces peuples n'ont pas de mythologies ou d'histoires communes. Elle a été fondée en 1971, avec un bras économique, Holdings GEMA.
https://fr.qwerty.wiki/wiki/Gikuyu%2C_Embu%2C_and_Meru_Association.

⁴⁸ Le Congrès des chefs traditionnels de l'Afrique du Sud, Contralesa, est un groupe de pression politique qui représente de nombreux chefs et chefs traditionnels en Afrique du Sud. Il cherche à travailler avec le gouvernement sud-africain, actuellement dirigé par le Congrès national africain (ANC), en vue d'une Afrique du Sud plus unifiée et plus forte. CONTRALESA a vu le jour à cause des divisions de la société et de la dégradation du leadership traditionnel sous le régime de l'apartheid - <https://www.sahistory.org.za/topic/congress-traditional-leaders-south-africa>.

⁴⁹ LLANES SALAZAR, RODRIGO, Reseña de "Ethnicity, Inc." de John L. Comaroff y Jean Comaroff. Alteridades [en línea] 2010, 20 (Julio-Diciembre) : [Fecha de consulta: 18 de julio de 2019] Disponible en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74720839014>> ISSN 0188-7017.

Pour les Comaroff , “les sociétés ethniques” sont source d’amélioration dans la qualité de vie de certains groupes. Mais du fait d’être fortement liés au système néolibéral et à ses engagements ambigus et contradictoires, elles peuvent se voir exclues de nouveau. Même pour les “ethnocorporations” les plus réussies, le risque de succomber aux périls de l’économie actuelle est très grand. Le système exclut les plus faibles et agrandit ainsi les différences, les inégalités. Le marché ne fait pas d’exception avec les nouvelles “corporations ethniques”.

Dans *"Les Lances du Crépuscule"*, Philippe Descola réitère l’idée du paradoxe de l’insertion au marché de ces communautés autochtones: “ Cette relation qu’ils entretiennent avec les Blancs même si elle est à leur défaveur leur permet d’établir une base de négociations ce qui vaut mieux que le vol direct de leur terre...”

"En Colombie, c’est dans les années 70/80 que le mouvement autochtone a commencé à se renforcer, en particulier pendant les années 80, quand une plateforme de reconnaissance politique de la différence culturelle est générée. C’est à ce moment là que les communautés indigènes du pays s’y insèrent, et dès lors se met en place la quête pour retrouver ces valeurs différentielles que sont leur langue, leurs vêtements , la nourriture , l’artisanat , les fêtes traditionnelles. C’est à partir de ce moment qu’ils commencent à gagner de l’espace, affirme Margarita Chavez de l’ICAHN.

La deuxième conférence de Barbados en 1977⁵⁰, a été pour beaucoup de groupes ethniques le début d’une récupération identitaire. Mais il s’agit d’une récupération avec beaucoup d’ambivalences parce que ces peuples sont en d’une part ancrés dans le droit constitutionnel pour faire partie des États-nations

⁵⁰ La deuxième conférence de Barbados et le premier Congrès de la culture noire des Amériques. À partir de la révision des documents qui en découlent, un exercice d’intersection historique identifie non seulement un contexte commun, mais aussi des discours et des aspirations partagés, comme par exemple la lutte contre le racisme, la formulation d’une critique anticoloniale et la construction d’une identité politico-culturelle. Les discussions et les propositions issues de ces instances collectives nous permettent de les considérer, aujourd’hui , comme des jalons fondamentaux des mouvements autochtones et d’ascendance africaine actuels.http://repositorio.unab.cl/xmlui/bitstream/handle/ria/8161/Zapata_Oliva_La-Segunda-Reunion-de-Barbados.pdf?sequence=1&isAllowed=y

et d'autre part leur démarches de production et commercialisation de leur artisanat et de leurs fêtes pour s'insérer dans le marché. Dès lors, ils sont placés dans une situation d'acculturation (à nouveau!).

Les évolutions des années 90.

Les lois du marché semblent régir le monde aujourd'hui. Leurs tentacules se sont appropriés tout ce qui peut devenir marque et être vendu, sans autre réflexion que le profit et la compétitivité. Les traditions culturelles des vestiges de peuples anciennement colonisés ne font pas exception. Les oeuvres de peintres, de dessinateurs, de sculpteurs, les rituels comme le Yahé, l' Ayahuasca ou le Peyotl se vendent sur le marché, parfois à des prix exorbitants. Les bénéfices restent la plupart du temps dans les poches de ceux qui commercialisent cette industrie artisanale, pas nécessairement chez les créateurs, producteurs.

“ Le marché s'est emparé du multiculturalisme et des genres de la même manière que la culture des jeunes en général, non seulement en tant que secteurs du marché, mais comme source d'une imagerie carnavalesque.... La nécessité d'une plus grande diversité, qui était le cri de guerre de mes années universitaires, est non seulement acceptée par l'industrie de la culture, mais est devenue le mantra du capital mondial. Et la politique identitaire, telle qu'elle était pratiquée dans les années 1990, était une mine d'or⁵¹”.

Richard Goldstein, journaliste et écrivain américain et rédacteur en chef de “The Village Voice⁵²”, écrit que cette “révolution” menée par les militants qui se

⁵¹ <https://hemerotecaroja.files.wordpress.com/2013/07/klein-naomi-no-logo-el-poder-de-las-marcas-2000.pdf>

⁵² The Village Voice est un journal hebdomadaire de New York, qui comporte des articles d'enquête, des analyses de sujets d'actualité et de cultures, ainsi qu'une rubrique sur les arts et les événements qui ont lieu à New York.
<https://www.villagevoice.com/>

battaient pour les politiques d'identité des minorités, ne luttèrent pas vraiment contre le système, "ils ne l'ont même pas subverti". Tout au contraire, cette révolution a sauvé le capitalisme tardif⁵³.

Cette révolution de jeunes idéalistes qui croyaient en un monde meilleur a été le début de la révolution du marketing. A partir de ce moment, ce sont les marques qui ont pris le dessus sur les produits. Marques qui sont devenues Supermarkes grâce à des empires construits sur base de capitaux impensables avant cette grande découverte.

Dès lors la main d'oeuvre devient machines, l'artisan devient robot. Tout est produit en Asie ou en Amérique Latine à des prix qui assurent la compétitivité, le Dieu moderne.

Des usines de nouveaux esclaves, qui travaillent pour à peine survivre, sont l'axe de cette nouvelle ère de production, le Post-Fordisme.

⁵³ Richard Goldstein, "The Culture War Is Over! We Won! (For Now)", Village Voice, 19 novembre 1996.

🌀 Conclusion

🌀 Back to the basics



Cette expression est devenue, depuis quelques décennies, le slogan des jeunes qui éprouvent un besoin de valeurs et de simplicité. (également un argument de vente pour des produits, soit disant conscients) . Peut-être l'humanité est-elle aujourd'hui saturée de tant d'information, de besoins, d'artifices, peut-être un retour vers l'essentiel, vers une façon de marketing conscient, un market-think, est envisageable maintenant que les écologistes ont tiré la sonnette d'alarme.

“ The basics” nous remonte à un autre mot. “Origine”, un mot que, du moins en Colombie, tout le monde adore et vénère. Les jeunes dessinateurs, comme Mercedes Salazar⁵⁴ ou Adriana Santacruz, font souvent appelle à l’“Origen” pour annoncer des nouvelles collections ou des événements. Tout à coup une recherche du passé, autrefois considéré “de troisième catégorie” dans le contexte national et qui était vue comme arriéré, aujourd'hui est une tendance, une source d'inspiration.

Une “indiennisation” collective qui se présente comme un tremplin parfait pour l'insertion de ces nouvelles marques, de tout l'artisanat du Sud de la Colombie dans le marché global. Les codes graphiques indigènes sont à la mode, même si on ne comprend pas ce qu'ils veulent dire. Peut-être un jour verra t'on des traductions dans les étiquettes des accessoires marqués indigènes!

⁵⁴ <https://co.mercedessalazar.com/>

Mais pour les communautés indigènes du monde entier, “the basics” est la façon de vivre depuis des millénaires. La récupération identitaire pour les uns, la recherche de l’identité perdue pour d’autres est souvent l’objet de ce que Frantz Fanon appelait autrefois *une recherche passionnée, orientée par l’espoir secret de découvrir au-delà de la misère d’aujourd’hui, au-delà du mépris de soi-même, de la résignation et de l’abjuration, une ère belle et splendide dont l’existence nous réhabilite par rapport à nous-mêmes et aux autres*⁵⁵.

Derrière chaque ustensile indigène se cache un sens, une histoire qui a été racontée des milliers de milliards de fois, à travers les siècles, avec un langage qui a su traverser le temps, les adversités, la violence, l’oubli. Des histoires qui rappellent la dignité de toutes ces communautés.

Les objets que produisent les communautés autochtones du sud de la Colombie, mais aussi toutes les communautés autochtones du monde, racontent les origines de notre espèce et la façon dont on entre en relation avec le monde, avec la vie, bien avant que l’empire marchand se proclame comme autorité planétaire.

Idéaliser ces peuples n’est pas mon objectif. Surtout quand on voit aujourd’hui qu’ils font partie de la vie politique nationale, comme n’importe quel politicien, souvent sans idéaux et de façon corrompue. Aujourd’hui, les communautés autochtones du département de Nariño, ont suffisamment de pouvoir pour décider qui les gouverne. Ils sont politiquement forts, ils ont des politiciens très corrompus, mais aussi très influents. Dans ces communautés, comme partout dans le monde, on trouve des bons et des mauvais. Il y a de tout.

S’il existe quelque chose à idéaliser, c’est la vision de ceux qui vivent encore sous l’idée de ce qui est essentiel, du “*faire et penser joliment*” qui guide la vie de la communauté Inga. Un retour vers des valeurs et le respect de ce qui est bien fait, réalisé pour durer et qui a été transmis par nos ancêtres. Respect pour l’essentiel, pour la vie et pour nous mêmes.

⁵⁵ http://www.ram-wan.net/restrepo/documentos/sin_garantias.pdf . page 354.

Apprécier le travail fait à la main, le savoir et le pouvoir de transmission culturelle qu'il contient, va peut-être rendre l'espèce humaine plus cohérente et plus consciente. Plus "humaine".

L'artisanat des communautés autochtones du sud de la Colombie conserve ses traditions, son savoir ancestral en même temps qu'il devient mode et qu'il s'insère au marché mondial.

C'est à nous, occidentaux, de revenir à l'essentiel, au "basics" et pas aux communautés autochtones de s'insérer dans notre temporalité. C'est à nous de réapprendre ce regard limpide et conscient vis à vis de ces objets, les chérir et les garder affectueusement. De réaliser leur importance dans notre quotidien et permettre qu'ils deviennent part de notre vie, l'extension de l'essence, de l'esprit, et peut-être l'espoir que l'humanité cherche aujourd'hui désespérément pour sauver la planète.

Un retour de nous tous vers l'art de raconter des histoires pour ne pas oublier qu'il faut vivre joliment. Un retour vers un nouveau appren-tissage.

Bibliographie

Jacanamijoy Chasoy, Edgar y Lizbeth Bastidas Jacanamijoy, “Etude sur les symbolismes dans les manifestations artistiques de la indigène Inga de Santiago, Putumayo”, Magazine Education et Pédagogie, Medellin, Université d’Antioquia, Faculté d’ Education, vol. XIX, num 49 , (septembre-décembre), 2007, pp.173-183.

HALL Stuart, Sin garantías: Trayectorias y problemáticas en estudios culturales, traduit par Falla Traductions. Eduardo Restrepo, Catherine Walsh y Víctor Vich. (editores). Document PDF, à partir de http://www.ram-wan.net/restrepo/documentos/sin_garantias.pdf

INSTITUTO COLOMBIANO DE ANTROPOLOGÍA- ICAHN. Introducción a la Colombia Amerindia. 1987 - Ministerio de Educación Nacional - Instituto Colombiano de Cultura - Instituto Colombiano de Antropología. Document PDF, à partir de <http://babel.banrepcultural.org/cdm/ref/collection/p17054coll10/id/2811>

MARTINEZ Andrés G. (2005 - 2019). Toda Colombia, la cara amable de Colombia, à partir de <http://www.todacolombia.com/departamentos-de-colombia/caqueta.html>

Fernando Sánchez Suárez, Óscar. (2013). Hierofonía y cosmología en el arte indígena del Valle de Sibundoy. Praxis Pedagógica. 13. 45. 10.26620/uniminuto.praxis.13.14.2013.45-55. Document PDF, à partir de https://www.researchgate.net/publication/320937038_Hierofonia_y_cosmologia_en_el_arte_indigena_del_Valle_de_Sibundoy

INAMARULANDA. Diseño indígena., à partir de https://inamarulanda.wordpress.com/2014/08/22/disenoidigena/amp/?fbclid=IwAR2R_mep4FwAV9w_D7053V3TDxV5uivjg5PTal-bAMJj0FJ-qPnCQu8w6aU

KLEIN Naomi, (2000,2002,2009) No Logo. Westwood Creative Artists Ltd. Editeur original: Alfred A. Knopf Canada, Toronto. Première publication en langue française: Leméac Editeur Inc./Actes Sud, 2001. Le goût du cool: les marques retournent à l'école.

Alexis de Tocqueville. (2019, juillet 29). Wikipédia, l'encyclopédie libre. Page consultée le 15:04, juillet 29, 2019 à partir de http://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Alexis_de_Tocqueville&oldid=161380686.

CHAVES, Margarita.

ICANH, Instituto Colombiano de Antropología e Historia.

Chercheuse.

Calle 12 n° 2 - 41. Bogotá-Colombia.

Entretien du 02/03/2019 (1h, 38 min)

PERIS BLANES, Jaume. Epos, XXVI (2010). L'apparition du débat postcolonial en Amérique Latine: positions, contradictions et problèmes. Université de Valence, à partir de

https://www.academia.edu/1475472/La_aparici%C3%B3n_del_debate_postcolonial_en_Am%C3%A9rica_Latina_posiciones_contradicciones_y_problemas

SENNET, Richard. El Artesano. Traduction de Marco Aurelio Galmarini. EDITORIAL ANAGRAMA BARCELONA. Titre de l' édition originale: "The Craftsman". Yale University Press New Haven, 2008. Document PDF, à partir de

<http://iupa.edu.ar/sitio/wp-content/uploads/2016/06/Sennett-richard-el-artesano.pdf>

INSTITUTO COLOMBIANO DE ANTROPOLOGÍA- ICAHN. El chumbe, los hilos del arco iris, à partir de

<https://coleccionetnograficaicanh.wordpress.com/el-chumbe/>

JACANAMIJOY ,Carlos, à partir de

<http://www.revistacredencial.com/credencial/sites/default/files/imagecache/890x610/imagenes/111CARLOS%20JACANAMIJOYZ.jpg>

Equipe de rédaction. “Chiribiquete, un trésor menacé par la déforestation”. Dans Semana Sostenible, à partir de

<https://sostenibilidad.semana.com/medio-ambiente/articulo/chiribiquete-un-tesoro-amenazado-por-la-deforestacion/41584>

CASAÑAS, Joseph. “L’Europe devient ennuyeuse”. Dans El Espectador, Bogotá, 19 fév. 2019, à partir de

<https://www.elespectador.com/noticias/noticias-de-cultura/carlos-jacanamijoy-europa-se-torna-aburridora-articulo-838799>

Equipe de rédaction. “La vida de Carlos Jacanamijoy antes de vender su primer cuadro”. Dans El Tiempo, Bogotá, 28 jan. 2017, à partir de

<https://www.eltiempo.com/cultura/gente/carlos-jacanamijoy-el-pintor-indigena-colombiano-mas-conocido-en-el-mundo-46625>

Rodríguez Mazabel, Floresmiro, & Vargas Arana, Paola. (2011).

Benjamín Jacanamijoy, Uaira Uaua: trama de colores para renovar el mundo. *Nómadas*, (34), 188-198. Retrieved August 14, 2019, à partir de

http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-75502011000100013&lng=en&tlng=es.

Equipe de rédaction. “ Benjamin Jacanamijoy Tisoy”. Dans Arte y conexión, Conectados con la cultura, Bogotá, 27 jan. 2017, à partir de

<http://www.arteyconexion.com/directorio-de-artistas/benjamin-jacanamijoy-tisoy/>

Pastos. (2019, 31 de julio). Wikipedia, La enciclopedia libre. Fecha de consulta: 09:51, agosto 14, 2019, à partir de <https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Pastos&oldid=117883843>.

Georgetown University . Directory. Biographical information, à partir de <https://gufaculty360.georgetown.edu/s/contact/00336000014RWRoAAO/joanne-rappaport>

SANTACRUZ, Adriana. BIO, à partir de <https://www.adrianasantacruz.com/bio.html>

SANTACRUZ, Adriana. “Moda con espíritu: Adriana Santacruz at TEDxPasto” TEDx Talks. Ajoutée le 14 juin 2012. Conférence (15,48 min), à partir de <https://www.youtube.com/watch?v=I9MvEH19Kx8>

GUZMÁN Mamián, et al. “Geografía humana de Colombia Region Andina Central”. Tomo IV Volumen I - Santafé de Bogotá: Instituto Colombiano de Cultura Hispánica. Document PDF. à partir de <http://babel.banrepcultural.org/cdm/singleitem/collection/p17054coll10/id/2780/rec/2>

ERMATINGER, John.
TRUE RELIGION BRAND JEANS, Los Angeles, California.
Advisor. à partir de <https://www.linkedin.com/in/john-ermatinger-606a8940/>

Naomi Klein. (2019, janvier 28). Wikipédia, l'encyclopédie libre. Page consultée le 19:08, janvier 28, 2019 à partir de http://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Naomi_Klein&oldid=156258503.

KLEIN, Naomi. NO LOGO El poder de las marcas. Titre original: No Logo
Publié en anglais, en 2000, par Alfred A. Knopf Canadá, à División of Random House of Canad Limited, Toronto. Traduction d’ Alejandro Jockl. Document PDF, à partir de

<https://hemerotecaroja.files.wordpress.com/2013/07/klein-naomi-no-logo-el-poder-de-las-marcas-2000.pdf>

BOLIVAR, Pilar. “Notre artisanat, le nouveau luxe international” Dans Semana, Bogotá, 14 août 2019, à partir de

<https://www.semana.com/contenidos-editoriales/moda-asi-lo-hacemos/articulo/artesantias-colombianas-en-mercados-extranjeros/533726>

Artesanias de Colombia, “El sector artesano en Colombia- Caracterización” à partir de

http://artesantiasdecolombia.com.co/PortalAC/C_sector/caracterizacion_81

COMAROFF, John & COMAROFF, Jean. (2009). Ethnicity, Inc. Bibliovault OAI Repository, the University of Chicago Press. 10.7208/chicago/9780226114736.001.0001. à partir de

https://www.researchgate.net/publication/37690927_Ethnicity_Inc.

MARTINEZ GALLARDO, Alejandro. “Sobre el negocio de la ayahuasca: los nuevos entrepreneurs del yagé vs el chamanismo tradicional”. Dans Mi Putumayo, Lider en información regional. 30 nov 2015, à partir de <https://miputumayo.com.co/2015/11/30/sobre-el-negocio-de-la-ayahuasca-los-nuevos-entrepreneurs-del-yage-vs-el-chamanismo-tradicional/>

“Chamanisme”. Dans Méditation France, Le Portail web de la spiritualité aujourd’hui, à partir de

<https://www.meditationfrance.com/chamanisme/>

Wikipedia contributors. (2019, February 21). Gikuyu, Embu, and Meru Association. In Wikipedia, The Free Encyclopedia. Retrieved 10:37, August 14, 2019, à partir de

https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Gikuyu,_Embu,_and_Meru_Association&oldid=884386208

SEARA-ROBITAILLE, Savannah. "Congress of Traditional Leaders of South Africa". Dans South African History Online, towards a people's history. 29 Mai 2012, à partir de

<https://www.sahistory.org.za/topic/congress-traditional-leaders-south-africa>.

LLANES SALAZAR, Rodrigo. Critique de "Ethnicity, Inc." de John L. Comaroff y Jean Comaroff. Alteridades online 2010, 20 (Julio-Diciembre) : Date de consultation: 18 de julio de 2019 , à partir de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74720839014>> ISSN 0188-7017

ZAPATA, Claudia. OLIVA, Elena. "The Second Meeting of Barbados and the First Congress of Black Culture in the Americas: Shared Horizons between Indigenous and Afro-Descendants in Latin America". Dans Revista de Humanidades N°39 (enero-junio 2019): 319-347. à partir de

http://repositorio.unab.cl/xmlui/bitstream/handle/ria/8161/Zapata_Oliva_La-Segunda-Reunion-de-Barbados.pdf?sequence=1&isAllowed=y

GOLDSTEIN, Richard. "The Culture War Is Over! We Won! (For Now)", Village Voice, 19 novembre 1996. à partir de

<https://www.villagevoice.com/>

SALAZAR, Mercedes. Boutique online. à partir de

<https://co.mercedessalazar.com/>

- Scénario “RACINES”

- Livre d’Images