

CENTRO DE DOCUMENTACIÓN CIDAP

Fuente: El Comercio

Fecha: Martes 13 de diciembre de 2016

Página: 4

Año: 111

Edición: 41.585

Descriptor: **TUPOS, TUPU, ACCESORIOS FEMENINOS INDIGENAS, PURUHA, CHIMBORAZO.**

Los tupos eran un símbolo de estatus antes de la Colonia



Edwin Moyón, un orfebre de Riobamba, fabrica los tupos para un público joven. Foto: William Tibán para EL COMERCIO

Los símbolos andinos, las monedas y las chakanas se destacan en el centro de los prendedores que las mujeres indígenas de Chimborazo utilizan para sujetar su bayeta y son parte de la vestimenta originaria de la cultura Puruhá.

Los prendedores se denominan tupos o tupulli, y no son solamente un accesorio estético, sino que también se utilizan como unidad de medida en la agricultura e incluso, como un arma de defensa personal de las mujeres. Según José Parco, conocedor de la cultura andina, este accesorio es representativo del Imperio Inca, pero las mujeres puruhaes empezaron a utilizarlos en 1530, después de la invasión incaica. Antes de la llegada de los españoles, las mujeres utilizaban seis tupos para unir su camisón de lana de borrego y su bayeta.

Además, la forma del tupu, los símbolos grabados y los colores representan filosofías de la cosmovisión andina, como por ejemplo la conexión entre el cielo y la tierra, y el punto de conexión entre lo masculino y lo femenino. “Nuestros

ancestros codificaron su conocimiento en sus prendas de vestir, era su forma de transmitir su sabiduría de generación en generación.

El tupo representa un punto de delimitación y una unidad matemática". Antiguamente, los prendedores se fabricaban de oro, cobre o plata con incrustaciones de piedras de coral o concha *Spondylus* y eran considerados un símbolo de estatus. Los tupos más grandes y pesados, elaborados en oro o plata eran un privilegio de las ñustas (reinas indígenas) y concedoras de la 'espiritualidad andina'. Los tupos también se utilizaban en fiestas especiales.

Los de piedras rojas, con un gallo labrado en el centro, por ejemplo, se utilizaban en ceremonias rituales que incluían ofrendas a la Pachamama. "Con la llegada de la Colonia, los tupos cambiaron. Se convirtieron en un arma de defensa, porque muchas mujeres eran víctimas de violaciones y maltratos", dice Parco. Además, el uso de las monedas de plata como centro de los prendedores se volvió popular, debido a su forma redonda similar a la Luna y al metal, que según la cosmovisión andina, protege de malas energías. La modernidad y las nuevas tendencias de la moda también cambiaron la forma de los tupos.

Edwin Moyón, un orfebre de Riobamba, es uno de los pocos artesanos que fabrican estos accesorios. "Muchas mujeres dejaron de utilizar tupos y la costumbre empezó a perderse", cuenta Moyón. Según él la migración y la llegada al mercado de otros prendedores metálicos importados, que no están relacionados con la cultura indígena, redujeron el uso del tupo. Él realizó una investigación para rescatar el uso de ese accesorio en las comunidades de Chimborazo y Tungurahua. Moyón aprendió sobre las preferencias de cada cultura y realizó una investigación para inspirar sus diseños. Examinó con cuidado las joyas antiguas que utilizaban las abuelas, para aprender sobre las figuras, símbolos, colores y otros detalles.

Algunos tienen la forma del Sol, estrellas, chakanas, aves o de plantas sagradas, están decorados con circones y labrados especiales. Cuestan entre USD 10 y 75. Estas figuras miden hasta 15 centímetros y se venden en las comunidades de Tungurahua. Mientras que los que se utilizan en Chimborazo pueden costar hasta USD 120, pues para los puruhaes, mientras el tupo es más grande y vistoso, implica una mejor posición social de la familia.

Una de sus clientes es Nancy Quinzo, de 19 años. Ella utiliza un tupo de 20 centímetros para sostener su bayeta roja, pero únicamente en ocasiones especiales. "Nuestras abuelas utilizaban ropa hecha con lana de borrego, por eso necesitaban tupos tan grandes, para sostener el peso. Nosotros usamos ropa más

ligera y es incómodo vestir siempre con rebozo, pero en fiestas y eventos importantes sí lo hacemos”. Una estrategia de Moyón para motivar las jóvenes fue modificar su forma y tamaño, pero respetando el simbolismo. "Presentamos una nueva propuesta que fusionaba la cosmovisión, las joyas antiguas y un toque moderno para atraer a un público joven. Eso nos volvió populares, especialmente en Tungurahua”.