

## CULTURA POPULAR:

El Estado y la artesanía en Colombia desde la perspectiva del texto  
 “Las culturas populares en el capitalismo” de Néstor García Canclini

Leonardo Álvarez Escarraga  
 Licenciatura en Artes Plásticas y Visuales de la Universidad Santo Tomás  
 2020

### Resumen

Siendo un artículo reflexivo, este trabajo realiza un acercamiento a la temática de la cultura popular y la artesanía en Colombia desde la perspectiva de Néstor García Canclini en su texto “Las culturas populares en el capitalismo”, por tal motivo se decide abordar inicialmente la participación e intervención del sector Estatal en el campo de la cultura popular, para posteriormente confrontarlo con la empresa privada en los campos de la producción, circulación y consumo, aspectos abordados por García Canclini como fundamentales para definir el termino cultural popular.

Palabras Clave: Cultura popular, artesanía, patrimonio, consumo, Néstor García Canclini, industria cultural.

## POPULAR CULTURE:

The State and crafts in Colombia from the perspective of the text  
 “Popular cultures in capitalism” by Néstor García Canclini

### Abstract

Being a reflective article, this work makes an approach to the theme of popular culture and crafts in Colombia from the perspective of Néstor García Canclini in his text “Popular cultures in capitalism”, for this reason it is decided to initially address participation and intervention of the State sector in the field of popular culture, to later confront it with private companies in the fields of production, circulation and consumption, aspects addressed by García Canclini as fundamental to define the popular cultural term.

Keywords: Popular culture, crafts, heritage, consumption, Néstor García Canclini, cultural industry.

Desde hace algunos años la temática relacionada con el sector cultural y artesanal viene siendo un campo de inversión e investigación por parte del Estado y del sector privado en el país, diferentes estrategias han abordado un mercado donde lo tradicional y/o artesanal se convierte en sinónimo de identidad cultural, se observa cómo elementos que eran tradicionalmente propios de una región o grupo étnico ahora son comercializados en diferentes espacios y regiones, no solo a lo largo del territorio nacional sino también en diferentes lugares del extranjero como Europa, Asia o Norte América, situación que registran diferentes medios de comunicación como una noticia positiva para el sector financiero del país “Crecen ventas de artesanías colombianas” (Dinero, 2018) “Las artesanías colombianas están viviendo un boom en Estados Unidos” (La república, 2018) “Nuestras artesanías, el nuevo lujo internacional” (Semana, 2017) o “Artesanos colombianos exportan sus productos por US\$3.22 millones (El Espectador, 2017).

Esta situación ha permitido un crecimiento significativo en la industria de la artesanía, razón por la cual el Estado ha generado entidades especializadas entre las que se encuentran, Artesanías de Colombia<sup>1</sup> fundada en 1964, el Instituto Distrital de Patrimonio Cultural (IDPC) en el 2006 y el Servicio Nacional del Patrimonio Cultural creada por el Ministerio de las Culturas las Artes y el Patrimonio en el año 2017, mismas que permiten al Estado un mejor manejo de la industria artesanal y demás elementos producidos por diferentes artesanos del territorio colombiano, pero no son los únicos, el sector privado también ha mostrado un interés en lo referente a la

---

<sup>1</sup> Sociedad de economía mixta del orden nacional, sometida al régimen de las empresas industriales y comerciales del Estado, vinculada al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, constituida mediante escritura pública No. 1.998 del 6 de mayo de 1964, otorgada en la Notaría 9a. del Círculo de Bogotá. Tiene como objetivo principal incrementar la participación de los artesanos en el sector productivo nacional, logrando un desarrollo integral sostenido que se manifieste en el mejoramiento del nivel de vida, reflejado tanto en un índice creciente de ingresos y espacios de participación social, como en una mayor productividad y posicionamiento de la artesanía en los mercados locales, regionales, nacionales e internacionales.

participación e inversión en el mercado de las artesanías a fin de masificar producción e ingresos económicos, la Escuela de Artes y Oficios Santo Domingo en 1995 o la empresa Salvarte en el año 2002 son algunos ejemplos de cómo el sector privado se ha beneficiado de la industria artesanal y cultural del país.

Este tipo de participación puede verse y entenderse como un elemento positivo para la economía no solo del país sino de las demás personas que se desempeñan en el campo de la artesanía, aun así se deben tener en cuenta otros actores que intervienen y quizás no son notables a primera vista pero que tienen igual importancia para el sector cultural, como afirma Néstor García Canclini<sup>2</sup> “para definir que es hoy la cultura popular se necesita una estrategia de estudio capaz de abarcar su producción, su circulación y su consumo (García, 1989, p.16) el entender que el sector de las artesanías y la cultura popular no están limitados a la estética, características o elementos más significativos que permiten identificarlas, sino que involucra elementos como su entorno social, su divulgación o sus procesos de elaboración, lo que permite un mejor entendimiento.

## **La economía y la cultura popular**

La participación del Estado en la promoción y desarrollo del campo cultural es algo que no se puede negar, la inversión financiera, la capacitación de los artesanos en cuanto a producción, comercialización y venta de sus artesanías o la disposición de espacios son solo algunos ejemplos de esto y que se observan desde el presupuesto vigencia fiscal de 2019 del Ministerio de Cultura (Ministerio de Cultura de Colombia, 2019 (Recuperado el 06 de 10 de 2019, de <http://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/Documents/atencion->

---

<sup>2</sup> Nacido en La Plata, Argentina el 1º de diciembre de 1939. Estudió filosofía y se doctoró en 1975 en la Universidad Nacional de La Plata y, tres años después, con una beca otorgada por el CONICET, se doctoró en la Universidad de París. Ejerció la docencia en la Universidad de La Plata (1966-1975) y en la Universidad de Buenos Aires (1974-1975). Desde 1990 es profesor e investigador de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa, donde dirige el Programa de Estudios sobre Cultura.

alcidudano/PRESUPUESTO%20VIGENCIA%202019.pdf) pero ¿hasta qué punto o de qué modo el Estado debe intervenir para facilitar la salvaguardia de piezas propias del Patrimonio y la Cultural Nacional sin que estas sean transformadas abruptamente a elementos mercantilistas?

Néstor García Canclini hace referencia a cuatro posibles causas del por qué se transforma la función tradicional de las artesanías y la cultura “Las deficiencias de la estructura agraria, las necesidades del consumo, el estímulo turístico y la promoción estatal” (García, 1989, p.91), la intención de este artículo es enfocarse en el sector cultural y artesanal, es por esto que solo se abordaran las tres últimas causas, mismas que brindan un aporte significativo a la temática que se busca abordar.

### La necesidad de consumo

Es importante identificar que existen dos tipos de necesidad de consumo en el ámbito cultural, la de la persona que adquiere un producto por una u otra razón y la del Estado que se vale de esta para generar un sentido de identidad con el país promoviendo la adquisición de productos artesanales de diferentes regiones, factor que favorece el crecimiento de la industria artesanal y a la vez permite la implementación de diferentes políticas culturales<sup>3</sup> (Ministerio de Cultura de Colombia, 2019, Recuperado el 08 de 10 de 2019, de <https://www.mincultura.gov.co/ministerio/politicas-culturales/compendio-politicas-culturales/Paginas/default.aspx>).

Como se evidencia en la entrevista realizada a la directora de artesanías de Colombia, Ana María Martínez, publicada el día 11 de junio del año 2019 por el canal

---

<sup>3</sup> Política Cinematográfica, Política Cultura Digital, Política de Archivos, Política de Artes, Política de Comunicación/ Cultura, Política de Concertación, Política de Diversidad Cultural, Política de Estímulos, Política de Gestión Internacional de la Cultura, Política de Infraestructura Cultural, Política de Lectura y Bibliotecas, Política de Museos, Política de Protección a la Diversidad Etnolingüística, Política de Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, Política de Turismo Cultural, Política para el conocimiento, la salvaguardia y el fomento de la alimentación y las cocinas tradicionales de Colombia, Política para el Emprendimiento y las Industrias Culturales, Política para la Gestión, Protección y Salvaguardia del Patrimonio Cultural, Política para las Casas de Cultura.

capital (<https://www.youtube.com/watch?v=nr5BQ5wEk-c>) titulada: ¿Cómo es el negocio de las artesanías en Colombia?

Se expresa una aparente tendencia hacia el entendimiento de lo artesanal y de diferentes aspectos de la cultura popular colombiana como un producto netamente comercial, resaltando la importancia de generar ingresos financieros para el Estado y para el artesano, sin embargo poco o nada se mencionó la importancia de rescatar saberes por su valor cultural o conservar tradiciones propias diferentes regiones del país, opuesto a esto la directora de Artesanías de Colombia Ana María Martínez demuestra el interés del estado por promover un consumo en diferentes espacios independiente de si este proceso trae como consecuencia una pérdida de identidad en los artesanos fabricantes, entre algunas de las afirmaciones se resaltan las siguientes:

- “Trabajamos muy intensamente en promover desarrollo productivo e incluyente con un propósito de generación de ingresos para los artesanos” (Martínez, 2019, Recuperado el 06 de 10 de 2019, de <https://www.youtube.com/watch?v=nr5BQ5wEk-c&t=1261s>).
- “La artesanía tiene que ser suficientemente deseable” (Martínez, 2019, Recuperado el 06 de 10 de 2019, de <https://www.youtube.com/watch?v=nr5BQ5wEk-c&t=1261s>).
- “Para eventos como expo artesanos y expo artesanías hay una curaduría un comité de curaduría los artesanos se postulan” (Martínez, 2019, Recuperado el 06 de 10 de 2019, de <https://www.youtube.com/watch?v=nr5BQ5wEk-c&t=1261s>).

Durante la entrevista no solo se planteó diferentes estrategias comerciales por parte de la directora de artesanías de Colombia, también se dan a conocer diferentes

programas<sup>4</sup> con los cuales el Estado busca generar una necesidad de consumo de estas artesanías, como elementos decorativos y cuya compra permiten suscitar una sensación de apoyo a los artesanos fabricantes, ya sea mediante ferias internacionales, de pueblo o eventos.

Es esta acción de incentivar una necesidad de consumo ya sea por empatía hacia el artesano o por iniciativa propia la que Néstor García Canclini asocia con la afirmación "la producción artesanal como necesidad del capitalismo", enmarcando la importancia de una intervención por parte del estado para mantener ciertas características de la cultura popular vivas pues por su propia cuenta no podrían subsistir ante la invasión del sector comercial.

### El estímulo turístico

El Estado no solo ha generado campañas para el sector del turismo en el extranjero, al interior del país también es común encontrar en la mayoría de los pueblos sino es que en la totalidad diversos negocios dedicados al sector artesanal, donde se pueden adquirir diferentes productos tradicionales, así como objetos fabricados de manera informal lo que permite un menor costo de circulación compra y venta, pero a su vez promueve la sensación de un apoyo al artesano desde el papel del turista, ejemplos de esto las imágenes uno y dos.

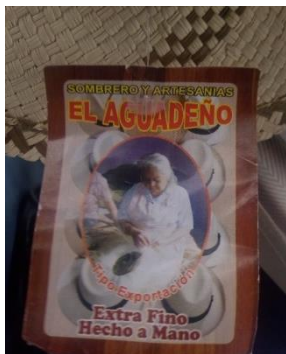


Imagen 1. Artesanía local, Autoría propia, 2019, Bogotá

<sup>4</sup> Programa Nacional de Asesorías Puntuales, de Atención a Población Víctima y Vulnerable, Línea Étnica, Programa Nacional de Joyería, Programa de Moda y Accesorios, Programa Propiedad Intelectual, Programa Sello de Calidad "Hecho a Mano". Unidad de Formación de Artesanías de Colombia



Imagen 2, Producción Colombia, Autoría propia, 2019, Bogotá

Aunque esta actividad no ocurre de la misma manera en todos los lugares, las grandes ciudades al contrario de los pequeños pueblos no solo cuentan con un número mayor de negocios dedicados a este tipo de artesanías, sino que cuenta con un comercio más sólido, esto se observa en el ejemplo de la imagen número tres, donde los productos son fabricados de forma industrial, al mayoreo y en algunos casos valiéndose de técnicas de manufactura internacional, tal como lo reportan algunos medios de comunicación, “Falsificación amenaza la artesanía” (Zea, 2019), fenómeno que bien puede implicar un cambio en el significado con el que se originaron inicialmente estas piezas, convirtiéndolas de ese modo en un simple recuerdo para el visitante que la mayoría de las veces solo busca adquirir un elemento que le permita recordar la visita al lugar, véase imagen número cuatro.



Imagen 3, Ferias Colombia, Autoría propia, 2019, Bogotá



Imagen 4, ventas artesanales, Autoría propia, 2019, Bogotá

Un claro ejemplo de este fenómeno se encuentra en el sector céntrico de la capital del país<sup>5</sup> donde un sinnúmero de elementos son ofertados, desde camisetas con imágenes alusivas a la cultura precolombina, pasando por mochilas indígenas o ruanas campesinas y que se venden bajo el concepto de artesanía propia de una región lo que invita a la compra de diversos elementos, ajeno a si la intención del consumidor es de adquirir un recuerdo, un producto artesanal o simplemente un producto que le permita identificarse con la cultura de la zona.



Imagen5, Colombia es pasión, secretaría de prensa presidencia de la república de Colombia, Tomado de <http://historico.presidencia.gov.co/sp/2008/junio/11/20112008.html> , 08 del 10 de 2019.

<sup>5</sup> localidad 17 de la ciudad de Bogotá, nombrada como La candelaria, compuesta por 34 barrios, ubicada en el centro histórico de la ciudad.



El estímulo turístico no solo se limita a la adquisición de productos artesanales, también abarca el acercamiento a saberes propios de las culturas populares mediante ferias, fiestas o ceremonias religiosas, campañas como vive Colombia viaja por ella o Colombia es pasión, demuestran el interés del Estado porque diferentes lugares y eventos culturales sean considerados como vitrinas turísticas tanto para nacionales como extranjeros, podemos referencias para esto, la imagen número cinco.

Si bien estas campañas se promocionaron hace algunos años para el año 2019 Colombia siguió ejecutando programas de esta índole, un ejemplo es la campaña presentada por Procolombia y el Ministerio de Industria y Turismo, titulada “Colombia siente el ritmo” que establece en la página oficial dentro de sus objetivos “la promoción internacional del país como destino turístico en su riqueza musical y cultural” (Ministerio de Industria y Turismo, 2019), mayor estabilidad financiera en las familias del este sector, aun cuando esto signifique lo que implica una inversión estatal y privada para generar no solo nuevos empleos sino una transformación cultural de las regiones a fin de satisfacer una necesidad del turista por encima de la identidad de los propios grupos étnicos.

Ejemplo de lo anterior son las visitas turísticas a diversas tribus indígenas de la amazonia colombiana mismas que han visto en las personas ajenas a sus tribus un ingreso económico rentable cobrando por el acceso a territorios considerados como sagrados pero ahora con el pago de una tarifa se tiene acceso no solo al territorio sino a diversas actividades propias de su cultura, pasando de una actividad étnica y ancestral a una turística, acciones que (García, 1989, p.97) aborda afirmando “más que lo autóctono, lo que el turismo requiere es su mezcla con el avance tecnológico: las pirámides con luz y sonido, la cultura popular convertida en espectáculo” y que se reflejan de manera más notoria en diversas publicaciones de agencias de viajes como

Colombia travel que mediante la página web anuncia recorridos a la región amazónica utilizando afirmaciones como “La Amazonia Colombiana es un lugar increíble para los turistas que buscan tener contacto extremo con la naturaleza y conocer algunas de las culturas más representativas del país” (colombia.travel, 2019, Recuperado el 08 de 10 de 2019, de <http://www.colombia.travel/es/a-donde-ir/amazonia/amazon>) o la empresa aviatur que en su página ofrece “Compartir con comunidades que fortalecen el patrimonio natural y cultural de sus etnias en zona de amortiguación del parque amacayacu ubicado en mocagua<sup>6</sup>, así como vivir el proceso de conservación; Mono Churuco, desarrollado por la fundación maikuchiga<sup>7</sup>” (www.aviatur.com, 2019, Recuperado el 09 de 10 de 2019, de <https://www.aviatur.com/paquetes/personalizada/amazonas>).

### Promoción estatal

Tras haber observado diferentes intervenciones del Estado en el aspecto cultural y artesanal del país, es apropiado revisar la inversión por parte del sector privado siendo esta última una manera rentable de conservar, promover y financiar diversas actividades culturales sin la necesidad de ocasionar un gasto extra para la nación, ejemplo Expoartesanías que cuenta con la participación del Estado mediante entidades como Artesanías de Colombia, pero en gran medida su ejecución se hace con el apoyo de la empresa privada mediante el alquiler de espacios para venta independiente, publicidad de compañías relacionadas con el sector y pequeños empresarios que promueven sus productos, generando no solo un espacio para el conocimiento de la cultura y artesanía

---

<sup>6</sup> Resguardo indígena ubicado al sur de Colombia por el río Amazonas, frontera entre Brasil, Perú y Colombia, ver: <https://www.youtube.com/watch?v=lWXpj9t79E8>

<sup>7</sup> Las comunidades indígenas que comparten la cuenca de la Quebrada Matamatá concertaron en 2003 no seguir cazando las especies de animales amenazadas, incluyendo explícitamente a los primates grandes como el mico churuco (*Lagothrix lagotricha*). Dicha determinación fue la base de la cual nació la idea de La Casa de los Animales y Maikuchiga, que significa Historia de Micos en lengua Tikuna.

de Colombia sino una oportunidad para promocionar en el exterior eventos turísticos que buscan incentivar la visita por parte de extranjeros.

La inversión estatal no se limita a este tipo de actividades, es importante reconocer que en el marco legal son desarrollados diversos programas y proyectos por entidades como el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, bajo la Política de Turismo y Artesanías (2009) se plantea a manera de objetivo “Integrar como propuesta de desarrollo conjunto sostenible y responsable, las cadenas productivas de los sectores turismo y artesanías, procurando la salvaguardia y la difusión de las tradiciones artesanales y por el beneficio económico, social y cultural de las comunidades y destinos” (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2019), a la vez que promueve múltiples estrategias entre las que se encuentran eventos de entrada libre, exhibiciones, conferencias o cursos donde se brinda información acerca de las diferentes técnicas artesanales propias de la cultura del país y que registra en el documento (Informe logros Mincultura agosto 2018 a septiembre 2019, 2019) publicado en su página web.

Otro ejemplo puede ser el que se evidencia desde el museo del oro de Colombia que desde su misión establece:

Preservar, investigar, catalogar y dar a conocer sus colecciones arqueológicas de orfebrería, cerámica, lítico y otros materiales, como un patrimonio cultural de las generaciones actuales y futuras de colombianos, con el fin de contribuir al fortalecimiento de la identidad cultural de los colombianos a través del disfrute, el aprendizaje y la inspiración (Museo Del Oro, 2019, Recuperado el 08 de 10 de 2019, de <http://www.banrepcultural.org/noticias/el-museo-del-oro-uno-de-los-mejores-museos-de-historia-del-mundo>).

Lo que permite reconocer un interés del Estado por incentivar el conocimiento y conservación de elementos propios de la cultura popular que bien se podría identificar con la afirmación propuesta por Néstor García Canclini cuando afirma:

Las artesanías, por lo tanto, son y no son un producto precapitalista. Su papel como recurso suplementario de ingresos en el campo renovadoras del consumo, atracción turística e instrumento de cohesión ideológica muestra la variedad de lugares y funciones en que el capitalismo las necesita (Las culturas populares del Capitalismo, 1989, p.104).

Es importante establecer que la inversión estatal debe estar enfocada a la recuperación y conservación de elementos propios de la cultura colombiana, sin que esto implique abandonar cierto grado de comercialización, de no realizar un proceso adecuado el Estado estaría favoreciendo la desaparición de elementos propios de la cultura popular, el cuidado de zonas protegidas, ferias o actividades autóctonas de tribus indígenas y de artesanos de diferentes pueblos del país debe ser una prioridad así como suplir condiciones mínimas de vivienda, salud o la garantía de ejercer sus creencias sin que sean atacados por ello, estas son algunas acciones que se deben fomentar y aprobar desde el sector estatal y privado, para buscar dar cumplimiento a normativas establecidas desde la Constitución Política en los artículos 1º, 2º, 5º, 7º, 8º, 16º, 19º y 72º que tanto Estado como sector privado procuren el cumplimiento de estas normativas permite que características culturales propias de las diferentes regiones del país no sean sometidas a una transformación total frente a la necesidad de cubrir un mercado consumista.

### **Mecenazgo y ferias artesanales**

Ya se ha abordado la importancia y necesidad de una adecuada intervención por parte del Estado en el sector cultural del país, al igual que una comercialización controlada, pero es correcto resaltar la intervención de la empresa privada en el sector cultural y no solo del consumidor final, por lo que para la elaboración de este artículo se decide abarcar el sector de la pequeña y mediana empresa (PYME) la inversión cooperativa y la inversión privada a gran escala, esto con la finalidad de entender desde diferentes ángulos la participación del sector privado y cómo ésta puede influir en el desarrollo cultural de un país desde diversos aspectos.

## La (PYME) y la cultura

Al hablar de la industria de la cultura es adecuado abordar un mercado actualmente relevante para el Estado y las industrias nacionales e internacionales, la (PYME) con las nuevas necesidades y modelos económicos la industria cultural ha encontrado que estructurar este tipo de empresas para dar a conocer sus productos y ofrecerlos a mercados más grandes es una excelente opción, este modelo empresarial dedicado a la fabricación de artículos propios de la cultura artesanal colombiana como ruanas, mochilas o elementos de arcilla son más comunes cada día, por lo que se hace más fácil encontrarlos en ferias, como Expoartesanías, Expoartesano, o Farex, todos estos, eventos diseñados para promover el crecimiento de las PYME, y a la vez dar a conocer diferente mano de obra nacional, afirmación que registra Artesanías de Colombia en su página web, “Expoartesanías es reconocida como una de las ferias más importantes sector artesanal en América Latina, es el resultado de un programa estratégico del Estado Colombiano que busca fomentar altos estándares de calidad en los productos artesanales con un alto contenido de diseño” (Expoartesanías, 2018, Recuperado el 14 de 09 de 2019, de <https://expoartesanias.com/es/resultados-de-la-edicion-anterior>).

En ferias de este nivel se logra evidenciar diferentes muestras artesanales elaboradas por PYMES cuyo volumen de producción no es excesivo, pero si es superior a la de un artesano independiente, entre estas se encuentran PYMES enfocadas en la fabricación de joyería, tallado de madera o tejido y que buscan establecer sus marcas haciendo uso de ferias artesanales como Expoartesanías, espacio donde según su página web solo en el año 2018 se presentaron más de 870 artesanos (Expoartesanías, 2018, Recuperado el 14 de 09 de 2019, de <https://expoartesanias.com/es/resultados-de-la-edicion-anterior>) quienes contaron con diferentes capacitaciones para promocionar,

elaborar y comercializar adecuadamente sus productos en un mercado menos informal, proceso del que Néstor García Canclini hace alusión al afirmar que:

El capitalismo, sobre todo el independiente con fuertes raíces indígenas, no avanza siempre eliminando las culturas tradicionales, si no también apropiándose de ella (...), (Las culturas populares del Capitalismo, 1989, p.17).

Aunque en este tipo de empresa se procura una preservación cultural el objetivo principal es usualmente el desarrollo económico, por tal motivo su enfoque está dirigido a ofertar un producto que sea interesante para las personas, lo que implica adaptar el sector artesanal a un mercado más amplio donde no se requiere el conocer el significado u origen de un producto siempre que permita satisfacer un deseo de compra.

### Inversión cooperativa

Brindar incentivos mediante convocatorias abiertas para la elaboración de proyectos culturales<sup>8</sup> es lo que permite a las PYME generar una mayor capacidad de producción y promover su marca a un público más amplio sin la necesidad de transformar sus creencias, se debe tener en cuenta que estas convocatorias suelen ser gratuitas y de entrada voluntaria, lo que implica que si la persona no está de acuerdo con los reglamentos establecidos no es forzado a participar, concursos como poesía, cunteria, orfebrería, baile, pintura son algunos ejemplos de este modelo de inversión donde por lo general solo se da a conocer el inversionista mediante un reconocimiento como patrocinador.

Otro tipo de proyecto son los de inversión social, usualmente dirigidos a grupos más amplios cuyo fin es buscar propuestas que favorezcan la conservación cultural de todo un territorio, al igual que la mejora de la calidad de vida de sus habitantes,

---

<sup>8</sup> Dentro de estas convocatorias se puede encontrar: Convocatoria abierta para los artesanos de Bogotá, convocatoria Expoartesano, Convocatoria para ser parte de Expoartesánías, Beca saberes y prácticas artesanales, Beca investigación saberes y Prácticas artesanales en el espacio público, beca en fortalecimiento de procesos artesanales.

usualmente se encuentran entre este tipo de propuestas las diseñadas en programas como ecoturismo o la generación de micro empresas que brindan un capital primario para dar inicio a los diversos proyectos cuya continuidad y sostenimiento se encuentran sujetos a los diseñadores y trabajadores, proyectos que suelen ser patrocinados por entidades como la banca privada o inversión extranjera mediante alguna ONG o embajada en el país.

### Empresa privada un gran mercado cultural

Es quizás este modelo de inversión donde se observa con mayor claridad como la industria artesanal de Colombia abarca los cuatro diferentes espacios que Néstor García Canclini distingue como tipos de consumo: artesanal, práctico, ceremonial suntuario y estético (García, 1989, p.149) y que comprenden desde la creación de manillas y tejidos (empresa salvarte)<sup>9</sup> pasando por elementos más elaborados, bisutería o acabados en madera (escuela de artes y oficios santo domingo)<sup>10</sup>.

Pese a ser diferentes, estos cuatro elementos se ven concentrados en lugares como ferias, galerías artesanales o tiendas dedicadas a la venta y control de elementos relacionados, lo que implica que el comprador solo debe asistir a un lugar de estos para adquirir diversas muestras culturales sin que esto implique tener que ir a su punto de origen (que en muchas ocasiones no es el pueblo o la comuna sino un taller reubicado por los artesanos cerca de los puntos de venta) o tener que conocer el significado de cierto elemento para adquirirlo, bien afirma Néstor García Canclini, muchas veces el

---

<sup>9</sup> Salvarte ofrece productos tradicionales pero contemporáneos que cuentan la historia de Colombia; las historias de los artesanos que fabrican algunos de nuestros productos (que pertenecen a comunidades milenarias que inspiran).

<sup>10</sup> Brinda oportunidades de formación, capacitación y especialización con los más altos estándares de calidad y excelencia a artesanos y personas interesadas en aprender un oficio, bajo un modelo pedagógico especializado, para preservar las técnicas artesanales y generar alternativas de ingreso buscando mejorar condiciones de vida.

comprador no sabe para qué es o de dónde proviene un producto y lo que es peor el vendedor tampoco sabe (García, 1989, p.149).

Esta última afirmación se evidencia aún más en este tipo de comercio masivo ya que los vendedores muchas veces no tienen relación alguna con el proceso de elaboración de los productos y sus contratos son exclusivamente para el sector de venta lo que implica que desconoce el contexto de los elementos que vende, nuevamente Expoartesanías es un buen ejemplo de esto, puesto que es común encontrar vendedores cuyo contrato se limita a la duración de la feria y no requiere mayor participación en la empresa que representa, otro ejemplo común son las ferias artesanales donde se encuentran negocios que venden elementos tradicionales mezclados con productos tecnológicos o decorativos que no tienen relación, tal como lo evidencia la imagen número seis, esto con la única finalidad de abarcar el mayor mercado posible, ejemplo de ello son las réplicas de piezas precolombinas mezcladas con imanes o esferos de diseños al lado de maletas con motivos de la serie de moda, todo frente a un vendedor que puede ser el familiar o amigo del dueño.



Imagen 6, Sombreros Colombia, autoría propia, 2019, Bogotá.

Por lo anterior se evidencia la importancia de la participación tanto del Estado como del sector privado en el campo cultural y es que ambos se involucran no solamente con patrocinio financiero o la realización de eventos, sino que también se encuentran ligados al ejercicio de la conservación, protección y promoción del



patrimonio inmaterial inherente a la artesanía, saberes, costumbres o creencias étnicas ya sea en menor o mayor volumen.

## **Conclusiones**

En el documento del autor Néstor García Canclini, “Las Culturas Populares del Capitalismo” se referencian como posibles causas transformadoras de la función tradicional de las artesanías y la cultura a diferentes factores que han sido abordados individualmente “La deficiencia de la estructura agraria, las necesidades del consumo, el estímulo turístico y la promoción estatal” (García, 1989, p.91) es a partir de los diferentes escenarios estudiados que se generan las siguientes conclusiones:

Colombia cuenta con una enorme riqueza cultural, razón por la cual es importante que el Estado permita y facilite el cumplimiento de lo establecido en la Constitución Política de Colombia (artículos 2º, 7º, 58º, 63º, 70º y 72º, Corte Constitucional, 1991) a fin de no dejar en el olvido saberes que hasta el momento han sobrevivido, en muchos casos gracias a tradiciones como mitos, leyendas o cuentos y que cada vez afrontan una mayor probabilidad de extinción debido a los nuevos escenarios que enfrentan, ejemplo la globalización, las nuevas tecnologías o la tendencia de un consumo masificado, retos que el Estado deberá contemplar teniendo en cuenta que las generaciones van transformando la forma de aprendizaje y de percepción de su entorno.

Una vez abordados el texto de Néstor García Canclini, y la actual situación de las artesanías en Colombia, se llega a la conclusión que el Estado no debe condicionar la protección de su cultura a la mercantilización de la misma y desde los diferentes entes territoriales se debe realizar esfuerzos por proteger los saberes tanto materiales como inmateriales ya que es a partir de estos que se generan nuevas formas de artesanía o expresiones culturales.

Aunque los ingresos económicos generados por el sector turístico actualmente se encuentran en crecimiento, como se afirma en la página del Centro de Información Turística de Colombia (CITUR) “durante 2018 ingresaron US\$6.630 millones en la cuenta de viajes y transporte, 12,7% superior al año 2017” (CITUR, 2019) es importante establecer campañas que permitan a nacionales y extranjeros no solo respetar si no preservar elementos culturales de las diferentes regiones del país mediante el conocimiento de su historia o simbología.

Actualmente Colombia está desarrollando propuestas para la conservación y promoción artesanal, ejemplo de esto son los diversos convenios establecidos entre las gobernaciones del país y Artesanías de Colombia mediante sus laboratorios de innovación y diseño, donde se brindan servicios como asesorías, apoyo y acompañamiento a las diferentes alcaldías (Artesanías de Colombia, 2019, Recuperado el 09 de 10 de 2019, de [http://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C\\_nosotros/laboratorios-de-diseno-e-innovacion\\_4689](http://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C_nosotros/laboratorios-de-diseno-e-innovacion_4689)), acciones que permiten cumplir con los indicadores de cultura para el desarrollo (UNESCO, 2019). Por lo anterior se debe reconocer que a la fecha se cuenta con una base para el manejo del ámbito cultural del país desde el sector estatal, situación que facilita la ejecución de programas para la conservación y promoción artesanal.

La inversión privada no puede trabajar de manera aislada del sector estatal, como lo afirma Néstor García Canclini, “todos los escenarios de la cultura popular forman parte del sistema capitalista, hay que encontrar el modo de comprenderlos juntos” (García, 1989, p.17), razón por la cual es correcto contar con el acompañamiento de entidades tanto del Estado, como de la banca privada entre las que se encuentran museos, casas de la cultura, alcaldías locales, resguardos indígenas, escuelas de arte, galerías, ferias

artesanales, todas entidades que buscan garantizar una adecuada inversión y manejo de los diferentes elementos pertenecientes a la cultura.

Si bien la cultura popular no se limita al sector artesanal, este si suele ser uno de los aspectos más distintivos, por tal motivo es importante reconocer en la artesanía no solo una forma de generar ingresos, también se debe identificar como una herramienta que permite enseñar y preservar diferentes valores históricos y propios de la nación.

### Referencias citadas

- Artesanías de Colombia. (2019). Artesanías de Colombia. Recuperado el 09 de 10 de 2019, de [http://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/General/template\\_index.jsf](http://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/General/template_index.jsf)
- Centro de Información turística de Colombia (CITUR). (2019). Centro de Información turística de Colombia. Recuperado el 17 de 09 de 2019, de <http://www.citur.gov.co/>
- colombia.travel. (2019). colombia.travel. Recuperado el 08 de 10 de 2019, de <http://www.colombia.travel/es/a-donde-ir/amazonia/amazon>
- Corte Constitucional. (1991). CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA 1991.
- Dinero. (2018). Dinero. Recuperado el 06 de 10 de 2019, de <https://www.dinero.com/empresas/articulo/ventas-de-artesantias-colombianas-hasta-2018/258940>
- El Espectador. (2017). El Espectador. Recuperado el 08 de 10 de 2019, de <https://www.elespectador.com/economia/artesanos-colombianos-exportan-sus-productos-por-us32-millones-articulo-727100>
- Expoartesanías. (2018). Expoartesanías. Recuperado el 14 de 09 de 2019, de <https://expoartesanias.com/es/resultados-de-la-edicion-anterior>

- La república. (2018). La república. Recuperado el 08 de 10 de 2019, de <https://www.larepublica.co/ocio/las-artesantias-colombianas-estan-viviendo-un-boom-en-estados-unidos-2779063>
- Martínez, A. M. (2019). ¿Cómo es el negocio de las artesanías en Colombia? (P. López, Entrevistador) Canal Capital. Recuperado el 06 de 10 de 2019, de <https://www.youtube.com/watch?v=nr5BQ5wEk-c&t=1261s>
- Mincultura. (2019). Mincultura. Recuperado el 08 de 10 de 2019, de [https://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/PublishingImages/LOGROS\\_MINCULTURA\\_AGOSTO\\_SEPTIEMBRE.pdf](https://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/PublishingImages/LOGROS_MINCULTURA_AGOSTO_SEPTIEMBRE.pdf)
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (08 de 10 de 2019). [bogotaturismo.gov.co](http://www.bogotaturismo.gov.co). Obtenido de <http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/intranet.bogotaturismo.gov.co/files/Politica%20Turismo%20y%20Artesanias.pdf>
- Ministerio de Cultura de Colombia. (2019). [mincultura.gov.co](http://www.mincultura.gov.co). Recuperado el 06 de 10 de 2019, de <http://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/Documents/atencion-al-ciudadano/PRESUPUESTO%20VIGENCIA%202019.pdf>
- Ministerio de Cultura de Colombia. (2019). [mincultura.gov.co](http://www.mincultura.gov.co). Recuperado el 08 de 10 de 2019, de <https://www.mincultura.gov.co/ministerio/politicas-culturales/compendio-politicas-culturales/Paginas/default.aspx>
- Ministerio de Industria y Turismo. (2019). procolombia. Recuperado el 23 de 09 de 2019, de <http://www.procolombia.co/rse/es/colombia-siente-el-ritmo>
- Museo Del Oro. (25 de 02 de 2019). banrepcultural. Recuperado el 08 de 10 de 2019, de <http://www.banrepcultural.org/noticias/el-museo-del-oro-uno-de-los-mejores-museos-de-historia-del-mundo>

Néstor García, C. (1989). Las culturas populares del Capitalismo. México: Nueva imagen.

Semana. (2017). Semana. Recuperado el 08 de 0 de 2019, de <https://www.semana.com/contenidos-editoriales/moda-asi-lo-hacemos/articulo/artesantias-colombianas-en-mercados-extranjeros/533726>

UNESCO. (1989). Recomendación sobre la Salvaguardia de la Cultura Tradicional y Popular. París. Recuperado el 08 de 10 de 2019

UNESCO. (2019). UNESCO. Recuperado el 16 de 09 de 2019, de [https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/iucd\\_manual\\_metodologico\\_1.pdf](https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/iucd_manual_metodologico_1.pdf)

www.aviatur.com. (2019). www.aviatur.com. Recuperado el 09 de 10 de 2019, de <https://www.aviatur.com/paquetes/personalizada/amazonas>

Zea, L. M. (2019). ElMundo.com. Recuperado el 06 de 10 de 2019, de [https://www.elmundo.com/portal/cultura/cultural/falsificacion\\_amenaza\\_a\\_la\\_artesania.php#.XZ7xLkb0mHs](https://www.elmundo.com/portal/cultura/cultural/falsificacion_amenaza_a_la_artesania.php#.XZ7xLkb0mHs)