

TRANSMISIÓN DE LA IDENTIDAD CULTURAL Y SU INCIDENCIA EN LA
VALORIZACIÓN DE LA ARTESANÍA

DAIANA MUÑOZ BEDOYA
SOFIA VELÁSQUEZ GRAJALES

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
FACULTAD DE DISEÑO DE VESTUARIO
MEDELLÍN

2021

TRANSMISIÓN DE LA IDENTIDAD CULTURAL Y SU INCIDENCIA EN LA
VALORIZACIÓN DE LA ARTESANÍA

DAIANA MUÑOZ BEDOYA
SOFIA VELÁSQUEZ GRAJALES

Trabajo de grado para optar al título de Diseñador de Vestuario

Asesora

ANA MARÍA SOSSA LONDOÑO
Diseñadora de Vestuario – Magíster en Desarrollo

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
FACULTAD DE DISEÑO DE VESTUARIO
MEDELLÍN

2021

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis papás que creyeron en mi e hicieron posible mi sueño de ser Diseñadora.

- Sofia Velasquez G

Dedico todo este trabajo a Dios, el eje y centro de mi vida, “Porque de él, y por él, y para él, son todas las cosas. A él sea la gloria por los siglos. Amén” Romanos 11:36

- Daiana Muñoz

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer primeramente a Dios, porque él es bueno; su gran amor perdura para siempre, porque él está conmigo y me ayuda en todo. Agradezco también a mi familia, por alentarme y animarme en cada momento y dificultad. Finalmente, un sincero y grato agradecimiento a la profesora Ana María Sossa por sus palabras dulces, guianza y dirección en todo el desarrollo de este trabajo. - Daiana Muñoz

Gracias a todas las personas que estuvieron conmigo y me acompañaron en esta etapa de mi vida, gracias por creer en mí cuando muchas veces yo no lo hacía. - Sofía

Velásquez

CONTENIDO

RESUMEN	8
INTRODUCCIÓN.....	9
MARCO METODOLÓGICO.....	15
CAPÍTULO 1.....	19
TRANSMISIÓN DE LA IDENTIDAD CULTURAL	19
Formas de transmisión de la identidad cultural	26
Niveles de apropiación de la Identidad cultural.....	30
CAPÍTULO 2.....	33
VALORIZACIÓN DE LA ARTESANÍA.....	33
1. Económica.....	34
2. Cultural.....	37
CAPÍTULO 3.....	40
INCIDENCIA TRANSMISIÓN – VALORIZACIÓN.....	40
Patrimonio Cultural, Sociedad e Identidad Cultural	40
Identidad Cultural y Valoración	44
Brecha en la valoración de la artesanía.....	48
Globalización y Promoción cultural	50

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	53
ANEXOS	56

TABLA DE ANEXOS

1. Mapa Conceptual	56
2. Modelo fichas de Lectura.....	57
3. Modelo ficha de entrevista.....	58
4. Tabla categorial 1	60
5. Tabla de correlación	78
6. Tabla categorial 2.....	82
7. Entrevista 1	90
8. Entrevista 2.....	95
9. Entrevista 3.....	98
10. Red de Gráficos Manual Whiteboard	101

RESUMEN

Este trabajo investigativo es resultado del Proyecto: Vestuario, Patrimonio y Comunidad, inventario de productos vestimentarios tradicionales de Antioquia, desarrollado por la Universidad Pontificia Bolivariana, la Institución Universitaria Pascual Bravo y la Corporación Activos por los Derechos Humanos Convocatoria. Proyecto ganador de la convocatoria INVESTIGARTE 2019 de MinCiencias.

Este trabajo de grado pretende describir la incidencia de la transmisión de la identidad cultural en la valorización de la artesanía en la actualidad. Se aborda la transmisión de la identidad cultural, los tipos de patrimonio cultural, y la memoria. Luego, sobre la valorización artesanal, las formas en las que puede presentarse y los puntos de vista de los actores involucrados: el artesano y consumidor. Además, se ilustra la incidencia que existe entre la transmisión de la identidad en la valoración artesanal y la intervención de factores como la exposición a ambientes de culturalidad, conocimiento histórico que un individuo tiene sobre su territorio y conciencia cultural.

PALABRAS CLAVE:

Artesanía, Conciencia Cultural, Identidad Cultural, Memoria, Valoración

INTRODUCCIÓN

La artesanía es un concepto relacionado con la historia y el pasado, un conjunto de saberes que ha sido capaz de sobrevivir y viajar durante el tiempo con la sociedad, siendo llave del recuerdo a la vida de nuestros antepasados. El objetivo de la artesanía es reflejar y simbolizar la cultura y las costumbres materializando una identidad de un territorio en particular, logrando diferenciar una región de otra. Este proceso lo hace a través de **transmitir, preservar, y mantener** las identidades de las naciones, es decir la **identidad cultural**. Al estar la artesanía intrínsecamente relacionada con la identidad cultural implica que la artesanía no es un producto estático, asimismo la identidad, ya que está en constante transformación de la misma forma en que la cultura lo está, por lo tanto, la identidad contiene en sí cambio y continuidad.

La identidad cultural es el arraigo o pertenencia frente a tradiciones y costumbres de un territorio, en efecto puede ser nombrada o reconocida como **conciencia cultural**. Al estar relacionada la identidad con un territorio en específico logra separar al individuo del conjunto, por esta razón la identidad solo puede ser vista y analizada desde la base de la región porque va unida al concepto construido de identidad propio de ese lugar. Comprendiendo la relación identidad-territorio se puede decir que la identidad cultural es lo que se está perdiendo a raíz de las modificaciones y apariciones de nuevos conceptos que modifican el desarrollo del territorio y la valorización que se tiene del patrimonio. La cultura es un concepto que indiscutiblemente evoluciona, muta, es influenciado por el exterior e influye en otros, pero el problema que se está presentando es cómo se deja afectar y permite valorizar o desvalorizar partes de la cultura que le dan la identidad al territorio y la diferencia

de otros. Es la misma sociedad la que determina y fija el valor sobre su patrimonio, sobre su cultura. Se entiende la identidad cultural como el sentido de pertenencia o arraigo frente a un conjunto de cosas que hablan sobre una comunidad o grupo social en particular, si no hay arraigo, no hay valorización y por lo tanto implica una pérdida de la cultura.

La identidad cultural se manifiesta a través del **patrimonio cultural**, el cual se expresa en dos sentidos, el primero es el *patrimonio cultural material*, que, de acuerdo con la UNESCO, puede ser de interés local, nacional o mundial, se consideran bienes culturales muebles todos los bienes movibles que son las expresiones o el testimonio de la creación humana o de la evolución de la naturaleza y que tienen un valor arqueológico, histórico, artístico científico o técnico.¹ La otra expresión es el *patrimonio cultural oral o intangible*, que se define como:

Las creaciones de una comunidad cultural fundadas en las tradiciones expresadas por los individuos que responden a las expectativas de su grupo, como expresión de identidad cultural y social, además de los valores transmitidos oralmente [...] Son las representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas -junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. (Convención 1978 Recomendación sobre la Protección de los bienes culturales muebles)

Se puede entender el patrimonio cultural como una puerta que continuamente vive abierta facilitando recordar y revivir el pasado, por lo tanto, el patrimonio se relaciona con la **memoria**, a razón de que la memoria se encarga de la codificación, almacenamiento y

¹ Convención 1978 Recomendación sobre la Protección de los bienes culturales muebles

recuperación de la información (hablando anatómicamente) y este proceso se yuxtapone con respecto al patrimonio porque la memoria cultural pone en acción el traer al presente, hacer viva y activa la tradición cultural, de otra forma se perdería su calidad de patrimonio cultural por elegir no recordar, ni revivir las expresiones vivas y costumbres de los antepasados. La conciencia cultural unida con las memorias es lo que permite mantener la tradición. El patrimonio se preserva y se construye a través del tiempo ya que son los momentos del pasado que se reviven, pero al mismo tiempo, en el presente se van construyendo nuevas memorias que se convierten en el patrimonio del futuro. La identidad cultural manifestada a través del patrimonio cultural se convierte en una serie de prácticas materiales o inmateriales desarrolladas en una comunidad, por consiguiente, se entiende como las **manifestaciones sociales** de una región.

La artesanía es un proceso cargado de tradición que interpreta un contexto cultural. Es una de las representaciones más importantes de una comunidad pues conecta un producto **artesanal** (objeto) con el **artesano** (actor) y el **saber artesanal** (eje transformador).



Ilustración 1 Tomado de Orozco, Velasco y Velásquez (2019)

Estos tres elementos son intrínsecos uno del otro y no se puede abarcar uno sin referirse al otro. El **objeto artesanal** es la representación viva de la tradición, contiene un valor simbólico (proviene del patrimonio cultural) y un valor monetario (intercambio mercantil), es en este ámbito donde la artesanía enfrenta su más grande

problema, el ser percibida solo como un objeto artesanal que se comercializa, es decir que solo se está divisando el resultado final y se pierde de vista el valor más importante que hace a cada pieza y objeto algo artesanal y es su valor simbólico, la representación de una cultura, de tradiciones y de historia. El **artesano** es el portador del saber artesanal, la cabeza del proceso quien media el patrimonio cultural, el maestro artesano es la persona que consigue convertir el saber y conocimiento artesanal en un objeto que represente la identidad cultural. El **saber artesanal** transmite la identidad cultural, contiene en si un patrón identitario para que pueda ser diferenciado y reconocido de otra comunidad, son las expresiones vivas de la historia y el patrimonio, las herencias culturales que se transmiten.

La artesanía articula tradición y modernidad, pero en este contexto se ve expuesta a un movimiento que ha surgido con fuerza en el último milenio, **globalización**, a causa de la cultura industrializada, la sobre saturación de información, el constante afán y la producción en serie. El resultado de esto es una homogeneización de la sociedad y la cultura, y la

artesanía no encuentra lugar allí dado que el fin de esta es la materialización de identidades culturales que hablan acerca de regiones y de interculturalidades. Por este motivo es relevante la **vigencia cultural** como medio para la preservación y supervivencia de la artesanía en el tiempo, ya que este concepto se presenta como la capacidad de poder innovar y de esta forma se pueda preservar y continuar la tradición cultural.

La vigencia cultural también es relevante en medio de otro proceso que afronta la artesanía y es la desvalorización de su valor simbólico y los saberes que cada objeto contiene; el problema detrás de esta situación es el desconocimiento de la profundidad de ella, de manera que se devalúa su valor monetario tomándolo como un precio injustificado o poco digno de ser pago. Esto conlleva a pensar que, cuando se comparte el proceso de la tradición, cuando hay una conciencia cultural se concibe y aprecia de una mejor forma el valor monetario del objeto artesanal, por lo tanto, *conocimiento* es equivalente a *valorización*. En este punto es donde el concepto de **educación** entra en juego y es tan menester en dirección a dos aspectos, por un lado, en la continuidad y conservación de la tradición artesanal y por el otro, en una efectiva transmisión de la identidad cultural que permita la apropiación del saber artesanal y en dotar de un sentido de pertenencia para **valorizar** y **revalorizar** la artesanía. Lo que anteriormente se expuso se nombra **sostenibilidad cultural**, esto en cuestión nos conduce a la pregunta investigativa **¿cuál es la incidencia de la transmisión de la identidad cultural en la valorización de la artesanía en la actualidad?**

Pregunta investigativa

¿Cuál es la incidencia de la transmisión de la identidad cultural en la valorización de la artesanía en la actualidad?

Objetivo General

Describir la incidencia de la transmisión de la identidad cultural en la valorización de la artesanía en la actualidad

Objetivos específicos

1. Identificar las formas de transmisión de la identidad cultural
2. Enunciar los tipos de valorización de la artesanía en la actualidad
3. Ilustrar la incidencia de la transmisión de la identidad cultural en la valorización de la artesanía

MARCO METODOLÓGICO

El marco metodológico para el presente trabajo de grado se basó en la pregunta investigativa *¿Cuál es la incidencia de la transmisión de la identidad cultural en la valorización de la artesanía en la actualidad?* Este trabajo de grado está contextualizado en la ciudad de Medellín, Antioquia debido a que se desarrolla bajo el Proyecto Investigativo *“Vestuario, Patrimonio y Comunidad. Inventario de productos vestimentarios tradicionales en Antioquia”* ganador de la convocatoria para desarrollar proyectos de Investigación + Creación en Artes - InvestigARTE del Programa Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación en Ciencias Humanas Sociales y Educación, de MinCiencias. Este proyecto está vinculado al Grupo de Investigación en Diseño de Vestuario y Textiles – GIDVT de la Facultad de Diseño de Vestuario y se realiza junto con la Institución Universitaria Pascual Bravo y la Corporación Activos por los Derechos Humanos.

El enfoque de esta investigación es cualitativo puesto que se concentra en realidades profundas enfocadas alrededor de la artesanía, el impacto y valor del conocimiento transmitido durante generaciones. Desde el enfoque cualitativo es posible comprender los contextos sociales, las dinámicas de los comportamientos, los pensamientos y la interacción entre los actores. De acuerdo con Montero, este enfoque investigativo

Busca recuperar el desarrollo de lo cotidiano individual, inserto en lo histórico social y cultural. Es la reconstrucción de la dialéctica individuo-ambiente desde la perspectiva de la persona, con todas las peculiaridades e interpretaciones que ella puede asumir para el objeto de estudio. (Montero, 1990)

ajustándose al planteamiento de esta investigación.

El marco metodológico inició con una revisión documental a nivel mundial, empleada en varios puntos de la investigación, con el objetivo de recolectar información escrita alrededor de la identidad cultural y la artesanía. De esta forma plantear variables que puedan ser relacionadas estableciendo nuevos datos y posturas para un análisis correcto y óptimo del contexto social. La revisión documental es una técnica que facilita la compilación de datos y fuentes alternas abordadas, correlacionadas con los objetivos de investigación planteados². Como herramienta de recolección de información se optó por usar fichas de lectura³, ya que posibilitan la extracción de información pertinente mediante categorías e intenciones específicas para su posterior análisis. Como primer análisis de la revisión documental se elaboró un mapa conceptual⁴ el cual ubica los conceptos relevantes y transversales en torno a la artesanía, este mapa permitió dirigir el sentido de la presente investigación obteniendo la pregunta investigativa. Después de este punto se decidió emplear una tabla categorial⁵ que consiste en 3 categorías: concepto, cita y comentario, el concepto permite clasificar a partir de un tema preponderante relacionado con las palabras claves que dirigen este trabajo de grado, la cita son las secciones de los documentos que se considera están vinculadas con los conceptos enunciados y los comentarios son observaciones propias con respecto al tema. Esta tabla permitió filtrar y organizar los hallazgos encontrados, de este modo se relacionaron los conceptos y, se observó el peso o influencia que tienen unos con otros. Posterior a esta

² 1. Identificar las formas de transmisión de la identidad cultural,
2. Enunciar los tipos de valorización artesanal en la actualidad y
3. Ilustrar la dinámica entre la transmisión de la identidad cultural y la valorización de la artesanía

³ Anexo #2

⁴ Anexo #1

⁵ Anexo #4

tabla categorial se elaboró una tabla de correlación⁶, en ella se hizo un cruce de información donde se definen conceptos claves tales como: cultura, patrimonio cultural, memoria e identidad cultural, a partir de la información obtenida de la tabla anterior

Simultáneamente con la revisión documental, se realizaron entrevistas semiestructuradas⁷ con el objetivo de indagar información sobre la valorización de la artesanía y las formas de transmisión de la identidad cultural, del saber artesanal. El uso de las entrevistas permitió obtener información de una fuente primaria, validar y contrastar datos, opiniones e hipótesis junto con la información obtenida en la revisión documental, así, dotar de contexto y realidad a partir de la vivencia y punto de vista del actor primario. Se eligió esta técnica debido que facilita una conexión más cercana con el entrevistado, además que la información obtenida viene de una fuente directa; la elaboración de la entrevista se hizo a partir de 3 categorías: información preliminar del entrevistado, transmisión de la identidad cultural y valorización de la artesanía en la actualidad.

Posterior a esto, para analizar la información y hallazgos encontrados en los objetivos 1 y 2⁸, abordados en los capítulos dos primeros capítulos, se elaboró una red de gráficos⁹ que ilustran la relación, interacción y articulación de los resultados de tal forma que se pudo hacer una lectura más profunda y contextualizada que dé cuenta del objetivo específico 3¹⁰ y de la elaboración del capítulo 3 llegando a unos hallazgos y conclusiones segmentados y

⁶ Anexo 5

⁷ Anexo3

⁸ 1. Identificar las formas de transmisión de la identidad cultural y 2. Enunciar los tipos de valorización de la artesanía en la actualidad

⁹ Anexo 10

¹⁰ 3. Ilustrar la incidencia de la transmisión de la identidad cultural en la valorización de la artesanía en la actualidad

específicos con respecto a los actores involucrados y los elementos primordiales que hacen parte de este sistema, así mismo dar cuenta de brechas y contextos relevantes para tener en cuenta en la continuidad y desarrollo del sistema artesanal.

CAPÍTULO 1

TRANSMISIÓN DE LA IDENTIDAD CULTURAL

Es menester iniciar esta sección recordando varios conceptos claves que son transversales en la artesanía, el primero de ellos es el **patrimonio cultural**, seguido de **cultura** y finalmente **identidad cultural**, los cuales se abordarán en este capítulo, al igual que su forma de transmisión. La identidad cultural juega un papel importante dentro de la artesanía al ser quien **transmite, preserva y mantiene** la cultura y los símbolos, costumbres y tradiciones que ella contiene.

El término identidad proviene del vocablo latín *identitas*, hace referencia al grupo de rasgos y características que diferencian un(os) individuo(s) de un conjunto, la identidad se presenta como el conjunto de símbolos en los cuales una persona logra encontrarse en ellos y establecer el fundamento de la concepción de su ser y de su carácter. Si no encuentra dentro de ese conjunto de rasgos o símbolos algo que lo vincule y refleje entonces deja de *identificarse* con eso. Comprendiendo cómo la identidad está relacionada con la capacidad de sentirse representado y unido a una realidad en específico, existen dos formas de identidades, una individual y una colectiva; la identidad separa y al mismo tiempo une, a nivel individual logra diferenciar a cada persona permitiendo un reconocimiento entre ellos mismos, pero al mismo tiempo a nivel colectivo logra unificar ya que en ciertos rasgos y características propiciadas por el contexto en el que viven consigue que varias personas

logren sentirse representadas y por lo tanto identificadas con ello; esto conlleva a pensar que la identidad opera como un ente que singulariza pero en cierto nivel unifica.

Como la identidad está influida por factores externos los cuales permiten la identificación de individuo(s) en rasgos y características, indica que no es concepto estático, la identidad individual y colectiva pueden ir variando en el tiempo, así como una persona no es igual si se compara su yo presente con su yo en el pasado.

Si hablamos de identidad cultural hay dos conceptos que son intrínsecos, **cultura** es uno de ellos. Batallas (2014):

La cultura, entendida como un producto humano, es creación humana que se ha dado a lo largo de la historia en una constante relación con la naturaleza y se relaciona con los símbolos, los sentidos y significaciones de lo que un determinado grupo de hombres realiza; es la forma de entender la vida y la muerte. (pág. 32)

La cultura es viva y está compuesta por elementos heredados del pasado a medida que se relacionaba con su entorno y por influencias externas que van modificando el presente y por lo tanto el futuro próximo. La cultura presenta unas dimensiones y funciones sociales, según Molano (2007) estas cuentan decisivamente en todo proceso de desarrollo de una comunidad generando:

1. Un modo de vivir
2. Cohesión social
3. Creación de riqueza y empleo
4. Equilibrio territorial

Además, al igual que la identidad, la cultura es dinámica y mutable, sufre cambios constantemente en tanto que se ve expuesta a diversos agentes que intervienen, tal es el caso de la heterogeneidad territorial o las diferentes expresiones culturales.

El otro concepto intrínseco a identidad cultural es **patrimonio cultural**, el cual puede ser material o inmaterial o intangible, aunque de acuerdo con Romero Cevallos (2005) citado en Molano (2007) lo inmaterial se convierte totalmente en material cuando se protege, se conserva, se preserva y archiva ya que el patrimonio inmaterial se conserva a través de medios materiales. La palabra **patrimonio** viene del latín *patrimonium* una palabra compuesta por dos lexemas el primero de ellos *patri (padre)* y el segundo *monium (recibido)* por lo tanto patrimonio significa en su máxima expresión *recibido de nuestros padres*; vinculado con cultura, el patrimonio cultural es todo el conjunto de manifestaciones físicas o cognitivas, históricas, las expresiones de origen de un territorio, su estilo de vida, desarrollo, transformación e incluso decadencia de generaciones pasadas. Por lo tanto, el patrimonio cultural al igual que la cultura y la identidad no es un elemento estático y se encuentra sujeta a constantes cambios, de modo que el patrimonio actúa en dos sentidos, en dirección al pasado para recordar y al presente donde actúa y se continúa construyendo. Sin embargo, Bákula (2000) citado en Molano (2007) explica como el patrimonio cultural existe de antemano y su existencia se encuentra independiente de si es reconocido o valorado por el territorio, pero la sociedad misma lo que hace es configurar y establecer aquellos elementos identificables que desea valorar y asumir como propios o los que de manera natural se convierten en referente de identidad. El patrimonio cultural constituye una representación simbólica de las identidades y lo que una cultura o sociedad logra entablar como su patrimonio es lo que permite conservar a un pueblo y hacer efectiva su diferenciación con

otro. Aunque el patrimonio existe de antemano esto no implica que no pueda ser degradado, hay dos formas de negación del patrimonio cultural, de la historia y del legado humano: destrucción y deterioro. El primero de ellos es la erradicación completa del recuerdo y los vestigios del patrimonio heredado y el segundo es la acción de dejar de remorar por lo tanto termina menoscabado.

Habiendo establecido conceptos transversales ahora es posible introducirnos en el concepto de identidad cultural. La **identidad cultural** encierra como tal un sentido de pertenencia, un arraigo a un grupo social donde se comparten rasgos culturales, costumbres, valores y creencias; *pertenencia* es un término que define una relación de correspondencia de una cosa o elemento con quien tiene derecho a ella, viene del latín *pertenencia* el cual significa “cualidad del que tiene algo enteramente, acción de ser propiedad de alguien”. Para que el arraigo emerja anteceden unos fundamentos históricos los cuales al conservarse en la mente de las personas las facultan con el sentimiento de arraigo a la identidad cultural, de no ser así causan acontecimientos de **desculturización** (pérdida de los valores culturales). Entendiendo lo anterior conduce a reconocer el carácter activo de la identidad cultural: personas o grupos sociales capaces de reconocerse históricamente en su propio entorno físico y social.

Como se había mencionado anteriormente una de las características de la identidad cultural es que no es un concepto fijo, ella viene definida por la cultura y el patrimonio, por consiguiente, se recrea individual y colectivamente, al ser portada por individuos que encuentran su pertenencia en un conjunto. Al no estar vinculada a lo estático, la condiciona a verse permeada y alimentada continuamente por agentes externos que en algún punto la van modificando.

Otra característica de la identidad cultural es que solo es posible y puede manifestarse a partir del patrimonio cultural como consecuencia de que parte de la identidad cultural de un pueblo o territorio está dada por su patrimonio, este se constituye como su fuente o recurso de referentes y símbolos que le son propios y van construyendo el presente y el futuro próximo. También, el sentido de pertenencia de la identidad cultural está en la capacidad de generar y fomentar una visión de desarrollo territorial lo cual supone el mejoramiento de la calidad de vida del grupo social o territorio, en consecuencia, es un sentir de pertenecer que edifica individual y colectivamente.

Por otro lado, una de las características más importantes de la identidad cultural y que condicionan su validez es la memoria, según Molano (2007) “la identidad cultural no existe sin la memoria, sin la capacidad de reconocer el pasado, sin elementos simbólicos o referentes que le son propios y que ayudan a construir el futuro” (pág. 74), por eso la relevancia de los fundamentos históricos mencionados anteriormente, estos se constituyen como la **memoria**, que conservados en la mente de los ciudadanos provocan que se sientan arraigados a la identidad cultural. Douglas (1996) menciona que:

La memoria pública es el sistema de almacenamiento del orden social [...] Al examinar de cerca como se construyen los tiempos pasados, nos damos cuenta de que en realidad dicho proceso tiene que ver muy poco con el pasado y muchísimo con el presente. (pág. 104)

Igualmente, De Romilly (1998) citado en Molano (2007) menciona la importancia del recordar “Nadie puede vivir sin recordar y nadie puede vivir tampoco sin los recuerdos de la historia [...]” (pág. 45). Además, De Romilly también resalta cómo la historia contenida en la memoria, los recuerdos se vuelven una brújula capaz de orientar los juicios en todo

momento, formando la identidad y determinando la fuente y toma de conciencia de los valores. Por esta razón cuando se degrada la historia, ya sea dejando que se deteriore o negándola, se vuelve tan peligroso, porque no solo se toma la posición de bloquear aquello que definió no solo a una sino varias generaciones, ahora bien, aquello que alimenta la identidad cultural y que define mejor su aporte específico a la humanidad, en palabras de Molano (2007), la identidad cultural supone el reconocimiento y apropiación de la memoria histórica, para que pueda ser conocida y apropiada por todos, obteniendo equilibrio y cohesión cultural.

Daremos mayor profundidad a la **memoria**, para comprender cómo este concepto entra en la ecuación de identidad cultural como un recurso valioso, un conector y facilitador del carácter activo de ella. La palabra memoria viene del latín *memoria* que significa “el que recuerda o almacena en la mente”, referido al tema biológico, es la facultad del cerebro para **retener** y **recordar** eventos del pasado. La memoria es la capacidad para reconocer el pasado, un marcador cultural porque solo cuando un individuo o colectivo tienen una historia, origen y desarrollo son capaces de definirse a sí mismo; “**una visión del pasado que los ubica en el presente**” (Kupprat, 2011). Kupprat expone dos formas o expresiones de la memoria de la memoria

1. **Individual:** es generada por medio de la interacción directa o indirecta de un individuo con otro
2. **Colectiva:** es el resultado de la fusión de los recuerdos de varios individuos que integran un conjunto.
 - 2.1. **Comunicativa,** es una memoria generacional que relaciona la historia reciente y la realidad social.

2.2. **Cultural**, esta memoria se define por la formación de un canon de elementos culturales, aquellos considerados importantes para la sociedad, y por eso, transmitidos durante muchas generaciones.

Aunque la memoria se expresa de dos formas no significa que opere separadamente, “la reconexión con el pasado refleja la dimensión individual de la memoria al insertarse en lo social.” (Rodríguez Basso, 2018). Por otro lado, cuando la memoria no encuentra de manera suficiente las fuentes básicas para su reproducción y preservación ella *permuta* y se *desplaza*, esto indica que, si el sistema de almacenamiento del orden social y de los referentes históricos recordados no tiene una forma mínima de replicarse, cambia, por lo tanto, la identidad cultural también lo hará.

De la forma como la identidad cultural supone un reconocimiento y apropiación de la memoria histórica, este pasado de acuerdo con Molano (2007) puede ser *reconstruido* o *reinventado*, pero en cualquiera de estas formas que pueda ser conocido y apropiado por todos. A partir de esto, podía establecer unos indicadores que posibilitan determinar los indicios de una recuperación, reinvención y **apropiación** de la identidad cultural:

1. Valorar
2. Restaurar
3. Proteger

Estos tres ítems en relación con el patrimonio cultural.

En cuanto al actuar y accionar de la memoria, surgen dos variables o alternativas que se presentan, la primera de ellas es **recordar**, esta acción está relacionada con poner en marcha la memoria, hacer que se vuelva presente. Es un proceso social, no solo implica acceder a datos almacenados, recordar combina la información disponible del pasado con los objetivos

sociales actuales, logra conectar pasado y presente. Los recuerdos que se repiten de forma similar interactúan con otros recuerdos y forman un conjunto de recuerdos relacionados: **una memoria** (Kupprat, 2011). En contraparte, la otra acción que deriva es **olvidar**, aunque estas dos variantes son opuestas, las dos están conectadas, olvidar es un hecho inevitable y normal, en términos fisiológicos, es la forma en que el cerebro evita sobresaturarse de información.

Cuando se habla de olvidar puede suceder en dos tipos:

1. **Olvido pasivo:** es un proceso no intencional, ocurre cuando se clasifican las cosas o información como no importante por lo tanto se olvida.
2. **Olvido activo:** a diferencia del anterior, este olvido si es a propósito. Se destruye, oprime o niegan recuerdos relevantes. Actores externos, el mismo individuo o el colectivo busca eliminarlos.

Parece paradójico que **olvidar** sea mucho más fácil e ineludible de hacer, en cierto modo por inercia, pero **recordar** es la excepción, se sale de la inactividad memorial a un accionar con propósito, se ejercitan los recuerdos para ponerlos en práctica.

Formas de transmisión de la identidad cultural

Se ha podido evidenciar cómo la identidad cultural está vinculada a varios conceptos, los cuales no se pueden separar uno del otro, comprender el funcionamiento, fuente y carácter de la **identidad cultural**. La identidad es el sentido de pertenencia hacia un grupo o comunidad, la base de este sentido se da a partir de los elementos heredados de la cultura a través del patrimonio, el cual es configurado por sus ciudadanos a partir de la historia entre la memoria individual y colectiva, finalmente siendo *transmitida* de generación en generación.

A continuación, se expondrá varias formas de transmisión de la identidad cultural que pueden existir, de antemano es relevante recalcar que la identidad cultural involucra un amplio conjunto del patrimonio cultural material e inmaterial.

1. Transmisión no verbal, experiencial o activa

En este tipo de transmisión lo que más prima es la experiencia, esta se constituye como la herramienta a de enseñanza. Se considera activa porque por medio de la ejecución y realización de diversas cosas es que se va transfiriendo. Esta forma de transmisión es más común en culturas populares, al igual que en culturas étnicas, se constituye como “aprendizaje de vida” todo el contenido cultural era transmitido por la praxis. Tenorio (2011) exponía como dentro de la comunidad Wampía la enseñanza de la identidad cultural de los niños y jóvenes era por medio de la integración, en medio del desarrollo de las actividades comunales los más jóvenes aprendían mediante el ejemplo de los mayores, así aprendían la lengua, las labores domésticas, la preparación y cultivo de la tierra, no había gradaciones de edad y el desarrollo individual se producía por medio de la cultura, no se daba espacio para abrir una brecha que separa las dos generaciones, por el contrario lograban unir el presente de los jóvenes con el pasado.

El modo de operar de la transmisión no-verbal es en 3 partes, Castagna (1998) citado en Sacco (2007) lo explica:

1. Mirar
2. Repetir
3. Contacto directo con la experiencia

El repetir se vuelve vital para surtir efecto en la transmisión de la identidad y aparece como un aliado para que surja efecto la transmisión, es la *exposición*, cuánto más se genere un ambiente donde haya mayor exposición a los espacios de culturalidad y a su repetición, mayor transmisión y aplicación. Sacco (2007) muestra un ejemplo, el caso de la Calabria Grecánica, un pueblo en Grecia donde a pesar de la fuerte desvalorización de la lingüística griega antigua logró conservar parte de ese legado:

Yo escuchaba hablar el griego de Calabria sin entenderlo de mi abuela, que hablaba muy bien; mi madre entendía todo, pero hablaba poco, mi tía, la hermana mayor de mi mamá que había vivido mucho con mi abuela, hablaba de manera correcta. Yo escuchaba, repetía, sin entender mucho los significados, había algo en los sonidos que me llamaba mucho la atención, son muy bellos. (entrevista a Elisabetta Nucera pág. 217).

En esta entrevista se evidencia como a mayor nivel de exposición, mayor repetición y apropiación, desde el nivel mayor de exposición, la tía, hasta el nivel menor, la nieta.

2. Estimulación de otras personas

Este tipo de transmisión inicia por un tercero, sea una persona experta en el ámbito o no, y es quien impulsa o alienta para que se sumerja en el área, pero su participación solo queda ahí. El individuo aprende por retazos, esto quiere decir, a partir de participaciones con varias personas, de un lugar a otro, observando y reteniendo. No logra, de cierto modo, completar a plenitud toda la transmisión, pero esto no le es impedimento para seguir buscando fuentes que sigan alimentando la necesidad de conocer y aprender.

3. Capacitación recibida

No se ha presentado una inmersión y en el individuo surge el interés por conocer y aprender más, por eso recibe una preparación en conocimiento, procedimientos y aprendizajes en determinadas actividades y partes que involucran la identidad cultural. Este tipo de transmisión es una mezcla o unión entre una transmisión activa llena de contenidos relacionados para ponerlos en práctica. Tiene el objetivo de enseñar una cantidad de saberes, en un espacio determinado y bajo un tiempo específico.

4. Transmisión pasivizante o de contenidos

En el caso de este tipo de transmisión ocurre un efecto contrario al objetivo principal de la transmisión. Produce una inactividad de la identidad cultural transmitida, tal es el caso expuesto por Tenorio (2011) en la comunidad Wampía, lo que antes era la transmisión de la identidad cultural por “aprendizaje de vida” ahora, por la *transculturización*¹¹ occidental consiguió un quiebre entre el aprendizaje relacional en la convivencia mayores con los menores, donde se podía encontrar la relación entre saber y realidad; quitando toda funcionalidad en el saber cultural y ancestral.

En el caso de la comunidad Wampía lo que antes era responsabilidad de los integrantes del grupo social, del colectivo, ahora quedó en manos de instituciones y academias dentro de un programa curricular. Todo el peso de la identidad cultural se traduce a “contenidos”, “En lecciones verbalistas y actividades descontextualizadas y no valoradas por los jóvenes.” (Lave & Packer, 2008), esto ocasiona una anulación del sentido cultural y el valor adaptativo

¹¹ Cuando se toman valores culturales ajenos y se les hace parte de la vida cotidiana

para la vida de lo que se transmite (Tenorio, 2011). Como lo transmitido termina siendo solo “contenidos” carentes de un sentido, de importancia, por consiguiente, lo que sucede es una supresión, un olvido pasivo.

Niveles de apropiación de la Identidad cultural

Después de haber clasificado las formas de transmisión de la identidad cultural, ahora es posible determinar el nivel de efectividad de transmisión de la identidad cultural. Pertegal, Aldrín Espín y Jimeno (2020) presentan un modelo para medir la identidad cultural indígena, en este instrumento las personas se sitúan en dos niveles de apropiación:

1. **Nivel Bajo**, escaso reconocimiento identitario
2. **Nivel Alto**, un fuerte arraigo identitario

Los componentes de este modelo están enfocados en la identidad observados desde un punto de vista generalista, por eso carecen de variables específicas en aspectos propios de la identidad de cultura indígena, pero los cuales son útiles para este trabajo investigativo.

También, dentro del diseño del instrumento de medición de la identidad cultural logró reunir unas dimensiones las cuales fueran capaces de ilustrar la magnitud de la operación de la identidad cultural en una persona,

1. **Dimensión cognitiva**, relaciona la definición propia de un individuo y su pertenencia o arraigo a un grupo social permitiendo a los individuos de un colectivo agruparse, y a su vez diferenciarse de otro grupo social
2. **Dimensión evaluativa**, esta dimensión vincula la pertenencia de la persona a un grupo con el orgullo de hacer parte de él.

3. **Dimensión afectiva**, hace referencia a la parte emocional y dictamina que tan cerca se presenta la identificación del individuo con el grupo social, haciendo uso de afirmaciones integrativas, es decir, al momento de referirse a su cultura se introduce en la oración y siente emoción de estar ligado a ella.
4. **Dimensión comportamental**, corresponde a la participación de la persona o individuo dentro del grupo, o a la intención de hacer parte de las actividades y acciones del grupo.

A continuación, podemos ver cómo se comporta los componentes de las dimensiones junto con el nivel de apropiación.

Tabla 1 Componentes de la identidad étnica como un continuo

Componentes	Nivel Bajo	Nivel Alto
1. Auto definición	Baja, débil y difusa identidad étnica	Alta, fuerte, seguridad, logro de la identidad étnica
2. Actitudes hacia su propio grupo étnico y valorización que se hace de este	Autoidentificación como miembro del grupo	Autoidentificación como miembro de un grupo
3. Actitud hacia si mismo como miembro del grupo	Poco involucrado en conductas étnicas	Involucrado en conductas y prácticas étnicas
4. Interés y conocimiento sobre el grupo étnico	Evaluación negativa del grupo Preferencias por el grupo mayoritario, infelicidad por no pertenecer a él	Preferencia por su propio grupo, felicidad por sentirse miembro de él
5. Conductas y practicas étnicas	Poco interés en adquirir conocimiento sobre el grupo étnico	Interés en adquirir conocimientos sobre el grupo étnico
6. Compromiso con la identidad étnica	Poco compromiso y poco sentido de pertenencia al grupo	Compromiso de pertenencia al grupo

Fuente: Phinney (1991) tomado de (Pertegal, Espín, & Jimeno, 2020)

Los autores encontraron que los resultados “evidenciaron poco valor en lo étnico, como el vestido tradicional, el idioma y las costumbres, por lo que estos aspectos fueron señalados como pérdida de cultura de elementos visibles, aunque seguían estando orgullosos de pertenecer al grupo étnico.” (Pertegal, Espín, & Jimeno, 2020) En este caso se evidencia

como el nivel de identificación es bajo, pero si se examina, el orgullo de pertenencia es manifestado, pero lo que hace falta es el reconocimiento del porqué o de las cosas que integran el patrimonio cultural para que sea reconocible, es decir que hay una falta de conocimiento (de memoria) al respecto para que el nivel de identidad cultural sea alto.

Finalmente, se puede sintetizar los rasgos de apropiación de la identidad cultural en 3 partes (Ballesteros, Gracia, Ocaña, & Jácome, 2018)

1. Se siente parte de la cultural
2. Defiende de manera arraigada todo aquello que fortalece el sistema cultural
3. Ejecuta acciones positivas y participativas para mantener viva la cultura

La transmisión de la identidad cultural comprende varios factores para tener en cuenta, como los ambientes de culturalidad, practica, memoria y repetición. Independiente de ellos se puede observar un panorama donde el reconocimiento de la identidad cultural se presenta, el arraigo puede manifestarse, pero el elemento que hace falta para que se produzcan acciones positivas que busquen preservar y mantener la identidad cultural es el conocimiento profundo y consciente. Los individuos identifican cosas superficiales, frutos, pero se necesita una comprensión real del porqué lo que identificamos como nuestro hace parte de nosotros y de nuestra historia, la raíz.

CAPÍTULO 2

VALORIZACIÓN DE LA ARTESANÍA

En el presente capítulo trataremos temas relacionados con la valorización de la artesanía, es pertinente partir del concepto principal “valorización”, que es la acción de valorizar, es decir de atribuir un valor a algo o hacer que aumente; *valorar* viene del latín *valere* (*valor*) lo cual hace alusión a la validez o cualidades por las que una persona o cosa es apreciada o bien recibida.

Antes de profundizar sobre la valoración de la artesanía, se expondrán unos conceptos pertinentes y relevantes para comprender el panorama actual de su valoración. Partimos de los dos contextos en los cuales la producción de artesanía puede situarse, (Largacha, 2011)

1. **Objeto utilitario**, el objeto se replica varias veces y llega a ser una elaboración a gran escala. Prevalece la utilidad del objeto antes que cualquier otra cualidad.
2. **Objeto estético**, el objeto es considerado una pieza única, es decir que no hay otro producto que logre ser exactamente igual.

En Colombia, la ley 36 de noviembre 19 de 1894 reconoce tres tipos de objeto artesanal

1. **Artesanía étnica**, nace de las comunidades indígenas y constituye una expresión material de su cultura. Crea objetos de uso cotidiano, ritual o estético enormemente influenciados por sus entornos geográficos.

2. **Artesanía tradicional popular**, característica de las regiones y practicada a través de oficios especializados transmitidos de generación en generación. Elabora objetos tanto útiles como estéticos.
3. **Artesanía contemporánea**, conduce a los oficios tradicionales a transformarse mediante tecnologías modernas destacando la creatividad y originalidad individual de cada artesano.

Comprendiendo el significado de valorización y teniendo en cuenta los tipos de artesanía y de objetos artesanales, ahora es posible enunciar los tipos de valorización que se pueden dar,

1. Económica

En esta valorización el centro que rige la validez de las cosas es el aspecto económico, se orienta hacia la capacidad de generar un ingreso monetario. La artesanía, patrimonio inmaterial, objetos con identidad cultural son todo el sustento económico para los artesanos y sus familias, independientemente del tipo de artesanía que se realice y de acuerdo con la ley 36 de 1984, para ellos representa su sustento principal ya que transforman en bienes y servicios útiles su esfuerzo físico y mental. La valorización económica de la artesanía es uno de los aspectos que genera más discusión al respecto y el más preponderante, pero a su vez el más problemático. Dentro de este aspecto existen dos puntos de vista para la valoración económica, los cuales distan uno del otro e imposibilita una correcta dinámica al momento de valorar.

A. **Punto de vista del artesano**, el artesano es el actor principal, el ejecutor, en quien reposa todo el saber artesanal, conoce las técnicas y transforma las expresiones vivas de la cultura en objetos que se convierten en la representación del patrimonio cultural. Está en todo el proceso de desarrollo, es capaz de transformar algo intangible (conocimiento) en tangible (producto artesanal), pone todo su esfuerzo en esto, su arte no es solo una tradición o sinónimo de la historia de sus antepasados, también es su sustento, su medio para conseguir alimento, ropa, manutención, implementos, etc. Para el artesano representa su fuente de ingreso de dinero, y al ser quien más ha presenciado todo el proceso y desarrollo para llegar al producto artesanal es quien mayor valor le da. *“...cuando presentamos el valor en el mercado, como en este momento, dicen no porque es muy caro, lo consigo en otra parte más económico, pero ellos no saben por qué los consiguen más económico, ellos no saben que hay mujeres wayuu que salen en la mañana, ofrecen una mochila en 20.000 pesos para poder comprar un kilo de arroz o algo parecido, es la necesidad de la persona lo que lo hace económico.”* Entrevista (Boscan, 2021).

B. **Punto de vista del consumidor**, el consumidor es el usuario que actúa de forma ajena a la actividad de la artesanía, se presenta cuando el producto ha sido terminado y está siendo expuesto. Es quien ejerce un intercambio monetario a cambio del producto artesanal. El consumidor valora o estima los productos sobre la base de utilidad, según Bajari y Lanier Benkard (2005) citado en Ramirez (2007) uno de esos elementos útiles es la identidad la cual es valorada por los consumidores y se convierte en un argumento que les permite partir del supuesto para estimar el precio de los bienes o servicios sobre la base de un grupo de variables observables más elementos no

observables que determina cada usuario. En estos casos ocurre, que muchos de los consumidores o usuarios llegan a no considerar o estimar el valor intrínseco de la identidad cultural. El consumidor a final de cuentas es quien define, para sí mismo, cuáles o qué atributos son valorables y cuál es el precio que está dispuesto a pagar por ellos. Teniendo en cuenta esto, existen dos líneas de estimación según Ramírez, (2007):

- **Atributos observables:** a simple vista el consumidor puede ver los atributos y estimar directamente sobre ellos un valor económico medible.
- **Atributos no observables,** no son visibles, son intangibles y por lo tanto se hace más difícil dar una estimación de valor sobre ellos. Si el consumidor está evaluando los productos con respecto a este tipo de atributos se pueden presentar tres escenarios
 - Los atributos no observables son independientes de los observables.
 - Una selección lexicográfica en la cual los consumidores eligen un modelo y luego una opción dentro del mismo.
 - Los atributos no observables no pueden ser separados de los observables.

Al existir dos puntos de vista tan opuestos y que no logran confluir, se vuelve más complicado llegar a un punto de equilibrio donde se beneficien ambas partes, se logre dar el valor adecuado y se reconozcan y aprecien los atributos pertinentes, por eso se presentan casos como estos *“la parte más complicada es la parte comercial, empezar a cuantificar qué*

tanto tiempo le invertimos y que vale esa historia que estamos contando. Porque, pues las personas que son los clientes buscan mucho descuento, quieren un producto muy bueno que les va a durar mucho tiempo, pero demasiadamente económico.” Entrevista (Hurtado, 2021).

Se puede apreciar en la entrevista cómo el valor que el artesano le da a su producto es totalmente contrario a lo que el consumidor desea obtener, cada uno está visualizando cosas diferentes y el más perjudicado es el artesano quien no recibe el dinero justo por todo su trabajo.

2. Cultural

El eje de este tipo de valorización gira en torno al contexto cultural y la historia contenida en cada pieza, recordemos que cultura según Batalla (2014) es:

Entendida como un producto humano, es creación humana que se ha dado a lo largo de la historia en una constante relación con la naturaleza y se relaciona con los símbolos, los sentidos y significaciones de lo que un determinado grupo de hombres realiza; es la forma de entender la vida y la muerte. (pág. 32).

Reconocer ese valor de la cultura es valorar la identidad cultural, las significaciones de quienes la realizan, la memoria que se hace presente y activa en cada producto artesanal.

La identidad cultural es uno de los atributos no observables, en cierta medida, de los productos artesanales, su forma de estimación se basa en la relación de utilidad que un usuario le otorgue. En el mundo de mercado, la identidad cultural corresponde a calidades específicas no sustituibles (Ramírez, 2007). El problema que aparece y es necesario considerar, no todo lo que tiene identidad tiene valor en el mercado, por eso al momento de

hablar alrededor de la valorización de la artesanía existe una discrepancia entre el valor del mercado que un consumidor le otorga frente al conjunto de valores culturales e identitarios que hacen peso, pero no logran ser lo suficientes para convertirse en forma de sustento justa y digna para el artesano. La capitalización de la identidad de un territorio es una decisión de la oferta, en la función de utilidad los consumidores crean sus propios criterios para determinar cuánto están dispuestos a pagar por los atributos contenidos en los productos (Ramírez, 2007). El panorama actual es tratar de impulsar y conseguir que los consumidores y usuarios logren pesar más el valor cultural por encima del precio, que todos esos atributos contenidos sean lo suficientemente justificables para que se sienten totalmente de acuerdo en pagar por el precio que se está pidiendo, *“Lo más difícil para nosotros es que valoren el producto por su esencia, no por el objeto, es difícil enseñarle a la persona que acabo de comprar esa mochila que no es solo para guardar sus objetos, sino que detrás hay una historia, hay un sentimiento y que hay una madre artesana detrás de esa mochila.”* Entrevista (Boscan, 2021). Existe una brecha que no permite tener una concepción completa del significado de un producto artesanal, es observable como existen dos puntos de vista, el consumidor solo contempla la utilidad visible, la funcionalidad del objeto, sin embargo, lo que implica de útil para el usuario no es semejante a lo útil para el artesano

Definitorio de la artesanía es que su significado se genera en su uso; ahora, este valor de uso se acentúa como acto de resistencia en una sociedad que ha destacado, de manera fundacional y fundamental, los valores que no necesariamente tienen que ver con el uso de las cosas. (Mendoza, 2009, pág. 292)

La función de utilidad va más allá de impresiones tangibles, asimismo, contenidos simbólicos; si se contempla esa realidad, entonces, qué hace de diferente un producto artesanal de un *commodity*¹².

Ramírez (2007) muestra tres posibles escenarios de precio para productos con identidad cultural, en el primero el consumidor no logra identificar o valorar la identidad contenida en él, no hay una diferenciación con otros productos, pierde en cierto sentido toda validez territorial por parte del usuario al no reconocer su función de utilidad simbólica, la discrepancia que anteriormente se había mencionado entre la función útil que el artesano veía en sus productos y el usuario final era capaz de percibir, por esta razón no hay un cambio entre el precio con el producto con identidad y un *commodity*. En el segundo escenario, el precio final de los productos con identidad es menor o similar en el mercado, (porque puede presentar problemas de calidad); por último, el tercer escenario corresponde a productos que tienen un mayor precio en comparación a un *commodity*, debido a que hay una mayor relación entre el reconocimiento de la identidad contenida y su valorización positiva de ellos.

Es observable cómo en la valorización de la artesanía intervienen varios aspectos que no logran ponerse de acuerdo y conseguir un posicionamiento coordinado y congruente entre todos los actores para la correcta fluidez de todo el organismo cultural artesanal. Se pudo apreciar en parte las variables que entran a definir y mover la balanza de valorización para comprender de una forma más holística la profundidad de la dinamización de la artesanía actualmente.

¹² Commodity: bienes básicos, productos que se destinan para uso comercial y que tienen como característica especial que no cuentan con ningún valor agregado.

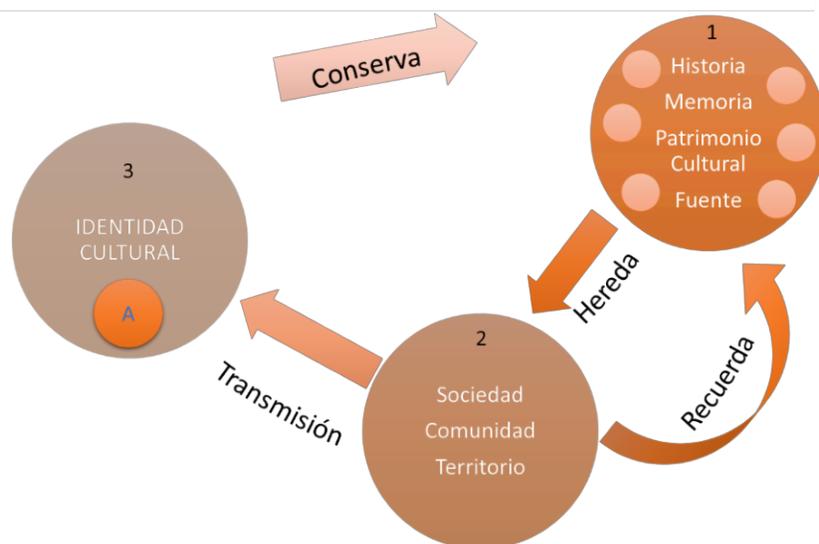
CAPÍTULO 3

INCIDENCIA TRANSMISIÓN – VALORIZACIÓN

Patrimonio Cultural, Sociedad e Identidad Cultural

A continuación, se procederá a comprender y analizar la relación y conexión existente entre la transmisión de la identidad cultural, expuesta en el capítulo 1 y la valorización de la artesanía abordado en el capítulo 2.

Ilustración 2 Funcionamiento Memoria, Sociedad e Identidad



En esta gráfica se muestra la forma de operación y articulación de varios conceptos. En la **memoria**, ubicada en el círculo 1, se encuentran los marcadores culturales del colectivo, la historia, origen y desarrollo de un determinado territorio, es decir, la fuente o el sistema de almacenamiento del orden social y los referentes históricos, por consiguiente, es donde se ubica el **patrimonio cultural**. Cabe recordar, que la existencia del patrimonio cultural es independiente de su reconocimiento o valoración, en el círculo 1 es donde queda contenido,

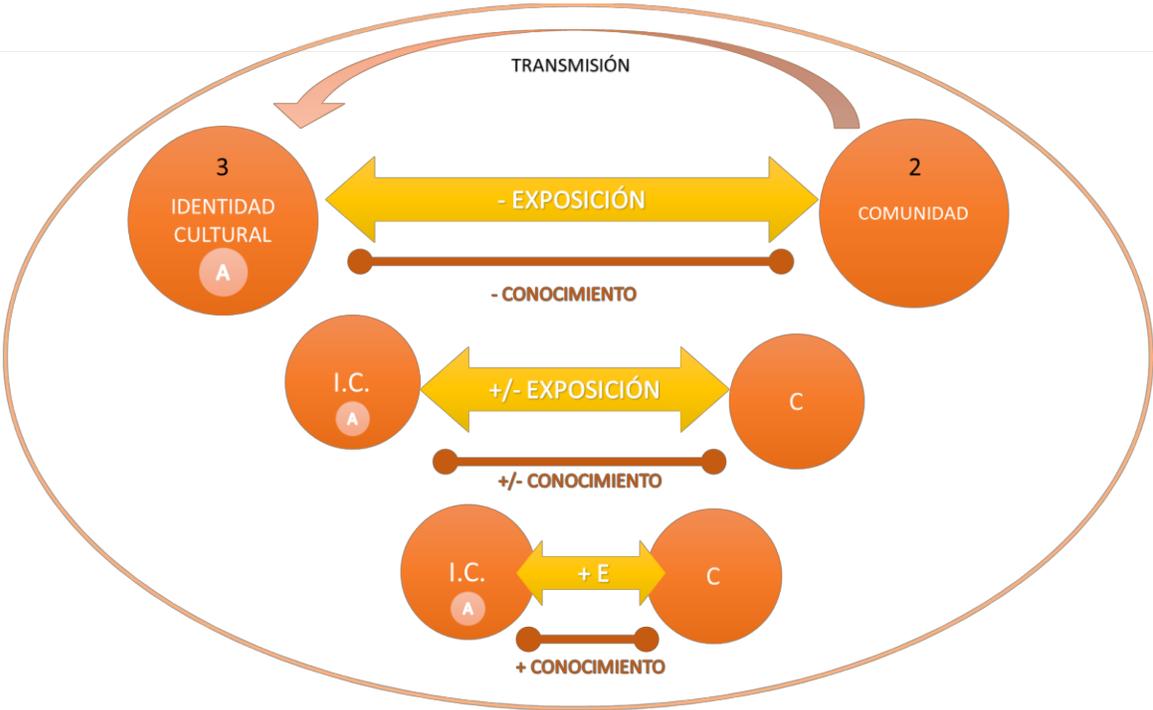
donde habita y reposa todo el conjunto de expresiones de origen de un territorio. En el segundo círculo se encuentra el **territorio**, la comunidad, la base que configura lo que desea valorar y es quien establece e identifica aquellos elementos que desea conservar y asumir como propios. La comunidad hereda un determinado conjunto de marcadores culturales de su generación anterior, es inevitable este proceso de contexto cultural. Cuando la sociedad decide reconocer y apropiarse de la memoria histórica (patrimonio cultural), ejecuta el **recordar**, hace que se vuelva presente la memoria al combinar dos cosas: la información disponible del pasado (círculo 1) con los objetivos sociales actuales, enlazando pasado y presente. En el momento que se acciona el recordar, la interacción entre el círculo 1 y 2, es cuando se produce la **transmisión**, el nexo entre el círculo 2 y 3; permitiendo la formación de la **identidad cultural**. En consecuencia, se puede observar como la identidad cultural es el modo en que la memoria cultural se reproduce de manera suficiente para su preservación, porque cuando entran en funcionamiento todos los actores para conectar pasado y presente, los recuerdos se repiten e interactúan con otros recuerdos gestados en el presente que forman un conjunto de nuevos recuerdos que posteriormente se vuelven memoria (patrimonio cultural), la relación entre el círculo 3 y 1.

Por otro lado, como es la sociedad (círculo 2) quien configura su patrimonio, si decide no recordar, sino olvidar, ya sea de forma pasiva o activa, la continuidad del circuito queda nula, porque el encadenamiento entre los actores no tiene base para su reproducción, la vinculación al círculo 3, la memoria, queda desconectada, esta es la fuente de elementos simbólicos o referentes que le son propios y le ayudan a modelar su futuro. Según Mead (2019) lo que surge es una conducta o cultura configurativa "... no existe una imagen clara ni del pasado ni

del futuro [...] todo está regulado por el grupo de pares.” El futuro está anclado en el presente, porque desaparece el vínculo intergeneracional que contenía la memoria heredada y permitía la transmisión, por ende, la puesta en marcha de la identidad cultural. Al desaparecer la conexión se debilitan los vínculos con el pasado por esta razón el futuro se construye con base en el presente y no a la fuente de la memoria cultural.

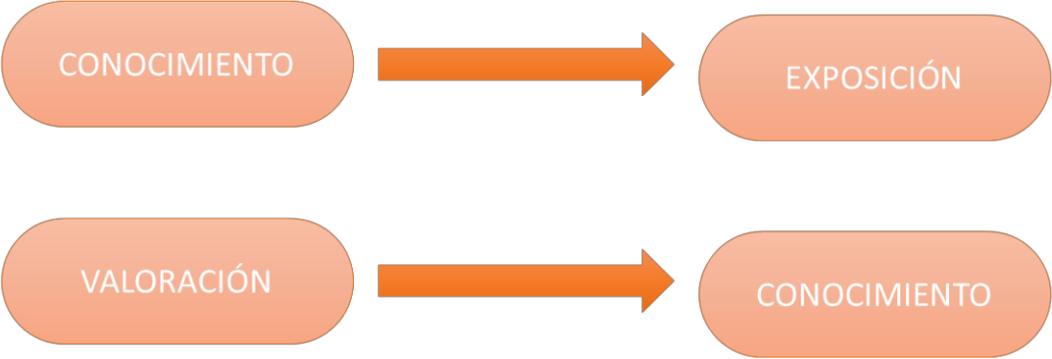
En el tercer círculo, se encuentra la **identidad cultural**, y dentro de él la **artesanía (A)**, la cual se constituye como una manifestación de la identidad cultural de un determinado territorio. En el capítulo 1 se pudo apreciar cómo la identidad cultural es el fundamento histórico que se conserva en la mente de los ciudadanos a lo cual se sienten arraigados, pero para que estos fundamentos históricos lleguen y se conserven es necesario de un proceso importante, que se observó en la gráfica 1, parte de este sistema es la **transmisión**, ahora, se ampliará en este proceso:

Ilustración 3 Operación de la transmisión - exposición - valorización

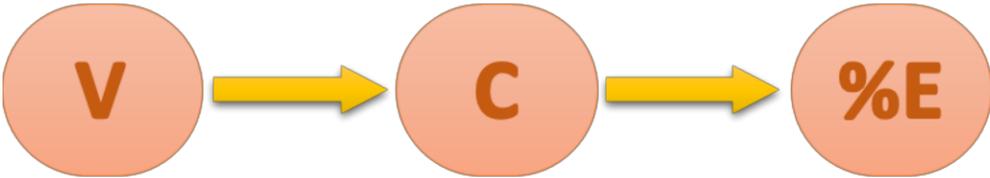


En el capítulo 1 se encontró que, en el proceso de la transmisión de la identidad cultural aparece un aliado para ayudar a surgir efecto en la transmisión, la **exposición**, se hallaba conveniente generar ambientes donde hubiera mayor exposición a espacios de culturalidad y repetición porque producía mayor nivel de transmisión y en consecuencia valorización. Se pudo detectar, a través de las formas de transmisión de la identidad cultural, cómo el nivel de conocimiento que el individuo adquiere con respecto a su cultura es directamente proporcional con el nivel de exposición que un individuo tenga en correspondencia con la transmisión de la identidad cultural. Partiendo de esta idea y lo expuesto en el capítulo 2 *Valoración de la Artesanía* donde se concluía cómo la valoración está vinculada al conocimiento que una persona tiene de los atributos observables y no observables de los objetos artesanales, es posible deducir que la valoración es directamente proporcional con el nivel de conocimiento.

Ilustración 4 Proporcionalidad en Valoración, Conocimiento y Exposición



Por lo tanto,



Identidad Cultural y Valoración

La valoración va de la mano con el nivel de conocimiento, en medio de ellos surge un factor que emerge como un estabilizador y prepara el terreno hacia la valorización, la **conciencia**, dota de la capacidad de reconocer y sentir presente el conocimiento obtenido, por esta razón se deduce lo siguiente,

Ilustración 5 Vínculo Conciencia Valoración

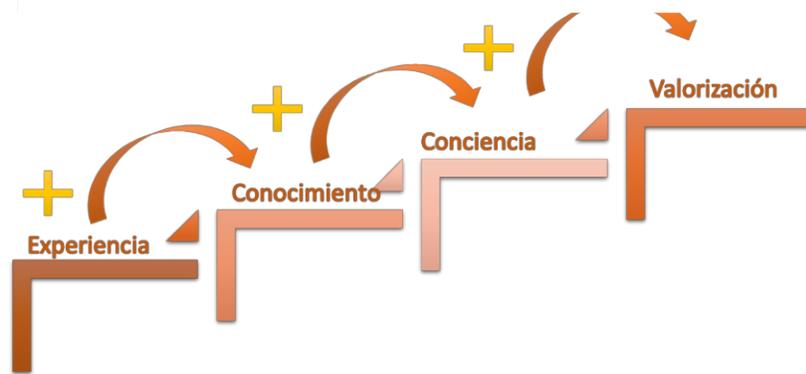


Teniendo en cuenta lo anterior, ahora es posible crear las siguientes relaciones de las formas de transmisión de la identidad cultural con la valorización.

1. Transmisión no verbal, experiencial o activa.

En la transmisión no verbal lo que más importa es la experiencia, es el medio o herramienta de enseñanza, por medio de la práctica se aprende. La experiencia es al ambiente

Ilustración 6 Transmisión no verbal



donde se genera la oportunidad y se abre la ventana a la exposición, a los espacios de culturalidad mencionados antes. Si hay espacios de experiencia hay ambientes de exposición. Al existir mayor experiencia conlleva mayor conocimiento, mayor conciencia, mayor valorización. Por ello, la operación escalonada es fluida y el nivel de valorización es mucho más alto porque existen los suficientes recursos para que se pueda dar.

2. Transmisión por estimulación de un tercero

Ilustración 7 Transmisión por estimulación de un tercero



En este tipo de transmisión, la persona no ha tenido la oportunidad de haber estado rodeada de un

contexto experiencial o de conocimiento a la mano, pero por impulso de un tercero experto o no en el tema decide hacerlo. Según lo explicado en el capítulo 1, en este tipo de transmisión el aprendizaje y conocimiento no nace de la experiencia, en este caso la exposición no está dada por espacios generados por la experiencia sino por la búsqueda por medio de varias personas o lugares para observar y conocer. El conocimiento se da primero y no es proporcional con el nivel de experiencia porque no se ha dado a plenitud la oportunidad. Pero no es un obstáculo, hay un interés por seguir alimentando la necesidad de estar involucrado totalmente, por ese motivo logra establecer un nivel de valorización consciente, pero no del mismo nivel a la no verbal.

Por otro lado, en esta transmisión hay dos tipos de actores, el primero es quién va en la



búsqueda de conocer y ejercer aquello que aprende, por tanto, logra obtener mayor experiencia en comparación con el segundo actor que solo consigue conocer, pero sin involucrar la parte pragmática.

3. Transmisión por capacitación recibida

Se tiene presente lo siguientes puntos, por capacitación recibida no se ha presentado una inmersión previa con relación a la experiencia o al conocimiento, pero emerge un interés propio y en consecuencia la búsqueda de capacitación en centros o lugares determinados.



Esta transmisión contiene una mayor cantidad de contenidos que posteriormente son puestos en práctica, la experiencia se muestre después de que el conocimiento ha sido

depositado. Al ser de esta forma y al existir los elementos básicos para su funcionamiento es posible suscitar conciencia por consiguiente valorización.

4. Transmisión pasivizante o de contenidos

De acuerdo con lo comentado en el capítulo 1, de las formas de transmisión de la identidad cultural, la pasivizante o de contenidos causan un efecto contrario al objetivo de transmitir la identidad cultural. Lo único que se encuentra es conocimiento,



contenidos pero carentes de contexto anulando el sentido cultural, al no existir experiencia o practica se pierde todo el valor adaptativo, cuando estos dos elementos están logra otorgarle sentido a las cosas,

Ilustración 10 Transmisión Pasivizante

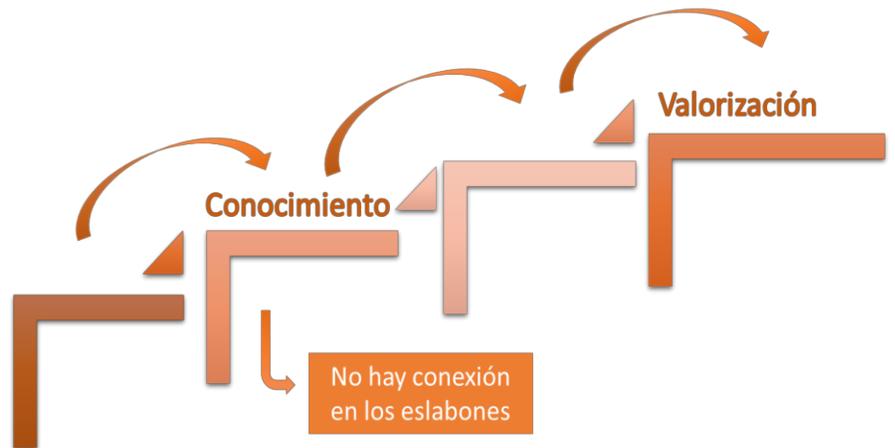


Ilustración 11 Transmisión pasivizante desvalorización



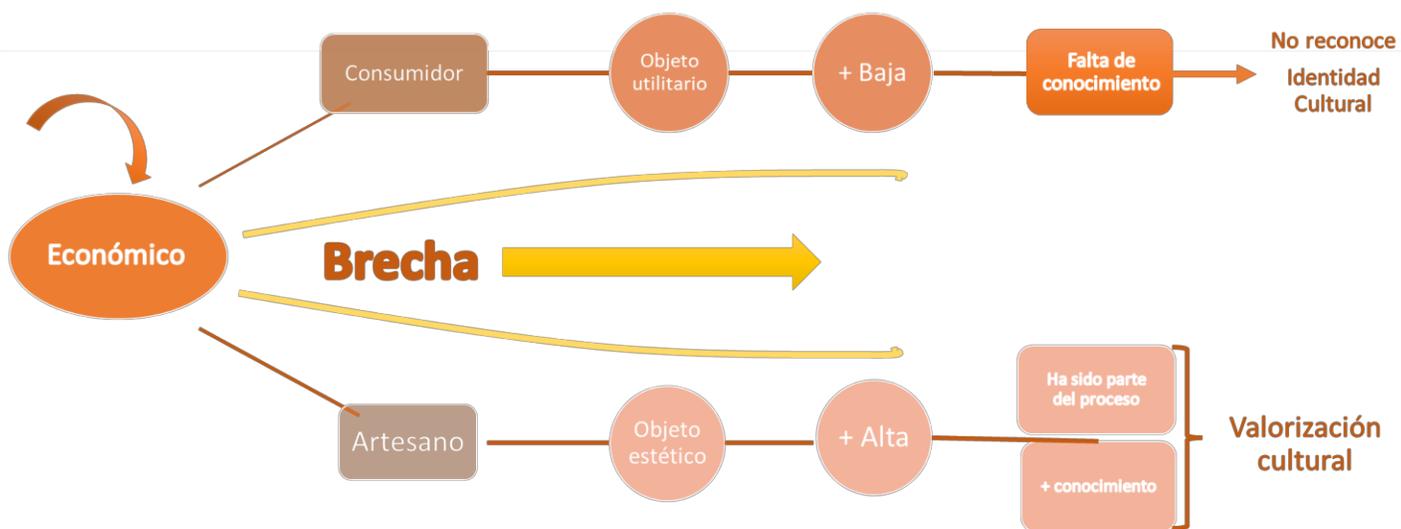
por eso el contenido cobra valor. Pero en este caso no existe conexión entre los eslabones que facilite posicionar un nivel mínimo de valorización. Antes bien ocurre lo opuesto, como se muestra en la gráfica 10, ante la falta de sentido práctico lo consiguiente es un estado de desvalorización, ocurre un proceso de olvido. Cuando un individuo no encuentra el sentido de algo lo clasifica como poco importante (desvalorizado) porque no encuentra lo útil de aquello que aprende en consecuencia un *olvido pasivo*.

Brecha en la valoración de la artesanía

Después de haber expuesto las anteriores relaciones entre las formas de transmisión de la identidad y la consecuencia en valorización, en seguida, se realizará un acercamiento en la parte de la valorización teniendo de antemano la información anteriormente presentada.

En el capítulo 2 fue posible apreciar los puntos de vista, variables y posiciones que intervienen al momento de hacer una valorización, se encontró una brecha que no permite

Ilustración 12 Brecha en la valoración



una fluidez, en la siguiente gráfica se puede apreciar la brecha entre el consumidor y el

artesano. Se parte desde el aspecto económico, el que más peso está teniendo. El consumidor contempla los productos artesanales como objetos utilitarios¹³, el valor que le otorga económicamente es bajo puesto que en la cadena de incidencia¹⁴ no cuenta con los recursos (la experiencia, el conocimiento y la conciencia) permitiéndole generar una valoración positiva al respecto. El consumidor no reconoce la identidad cultural, no tiene la percepción de ella y llega a comparar el producto artesanal con un commodity. En el otro lado de la balanza, el artesano percibe los productos artesanales como objetos estéticos¹⁵, cuenta con los recursos necesarios (experiencia, conocimiento y conciencia) facultándolo para generar una valorización adecuada, mucho mayor y positiva de sus productos. El artesano le da una valoración cultural y después un valor económico, el problema se encuentra en enfrentarse a un mercado económico que lo conduce a verse expuesto a disminuir el valor económico.

Para que la brecha se pueda cerrar, y se dé una fluidez de todo el organismo cultural artesanal, lo que debe suceder es la unificación de los puntos de vista, una misma plataforma sobre la cual ambos actores (consumidor y artesano) tomen el mismo enfoque, los mismos recursos y las bases necesarias para desarrollar un sistema de valorización cultural y económica coherente uno con el otro, en otras palabras, una alineación en la forma de concebir, conocer y otorgar validez a un conjunto de hechos y manifestaciones simbólicas de un determinado territorio. En la gráfica #13 se contempla este funcionamiento, el punto de partida es la concepción de objeto estético, el artesano (Ar) y el consumidor (CO) tienen una

¹³ Objeto utilitario: el objeto se replica varias veces y llega a ser una elaboración a gran escala. Prevalece la utilidad del objeto antes que cualquier otra calidad

¹⁴ Gráfica #6

¹⁵ Objeto estético: el objeto es considerado como una pieza única, es decir, que no hay otro producto que logre ser exactamente igual.

misma posición conduciéndolos a reconocer el valor cultural contenido en el producto

Ilustración 13 Cierre de la brecha



artesanal, allí encuentran la experiencia, exposición, conocimiento y conciencia cultural, reconocen la identidad cultural. Después son capaces de identificar la utilidad del objeto (impresiones tangibles y contenidos simbólicos)¹⁶ en ese punto artesano y consumidor están calificados para construir y establecer una misma valoración económica.

Globalización y Promoción cultural

Es menester tener en cuenta un factor de riesgo, la globalización, un sistema de unificación mundial que busca quitar barreras y hablar un mismo lenguaje. Parte de este sistema es la cultural industrializada, se rige por un constante afán, por la producción en serie y la sobresaturación de información. La globalización o mundialización se presenta como una amenaza a la supervivencia de la artesanía tradicional, su objetivo es la homogeneización de la sociedad y los territorios.

¹⁶ Mencionado en el capítulo 2 valoración cultural

La artesanía al ser una manifestación de la identidad cultural contiene en sí cambio y movimiento, es una representación viva simbólica de un determinado territorio y comunidad, para Llanos (2003) “En la artesanía, el pueblo le habla al pueblo, le atiende sus necesidades materiales y espirituales, elaborando sus materias de unas formas que sea ajustada al modo de sentir comprender de la comunidad.” Esto implica que la artesanía contiene heterogeneidad, por ende, es la antítesis de la globalización. El contexto que enfrenta la artesanía involucra una necesidad de mayor innovación y procesos productivos de tipo masificados para satisfacer las demandas del mercado capitalista. No hay nada de malo en la innovación, como se mencionó anteriormente la artesanía contiene cambio y no puede permanecer estática; lo nocivo es intentar cambiar la esencia fundamental de un sistema, si llega a ocurrir, entonces, la artesanía deja de ser quién es “la artesanía, en la medida que progresa, formaliza su trato con el capitalista y, posteriormente, desaparece al transformar radicalmente sus técnicas, modos de producción y su entorno.” (Mendoza, 2009, pág. 294).

La innovación se asocia con la capacidad de supervivencia de la artesanía, se relaciona con la implementación de nuevos materiales y diseños. Surge como un concepto asociado con la **vigencia cultural**, y se encamina a innovar con el objetivo de la preservación del saber artesanal. Un mediador en este fin es la **promoción cultural**, Cervantes (2010) citado en Ballesteros, Gracia, Ocaña & Jácome (2018) indicó que la “promoción cultural es un proceso participativo que refiere un vínculo recíproco entre el hombre y su cultura a través del patrimonio, la identidad y las necesidades culturales en función de la elevación de la calidad de vida de la comunidad”. Es el puente o enlace enfocado al crecimiento humano mediando entre las instituciones y organizaciones que gestionen el desarrollo cultural y social, logra

poner al alcance del público la cultura, parte de sus funciones es redescubrir, incentivar y proteger la continuidad cultural.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

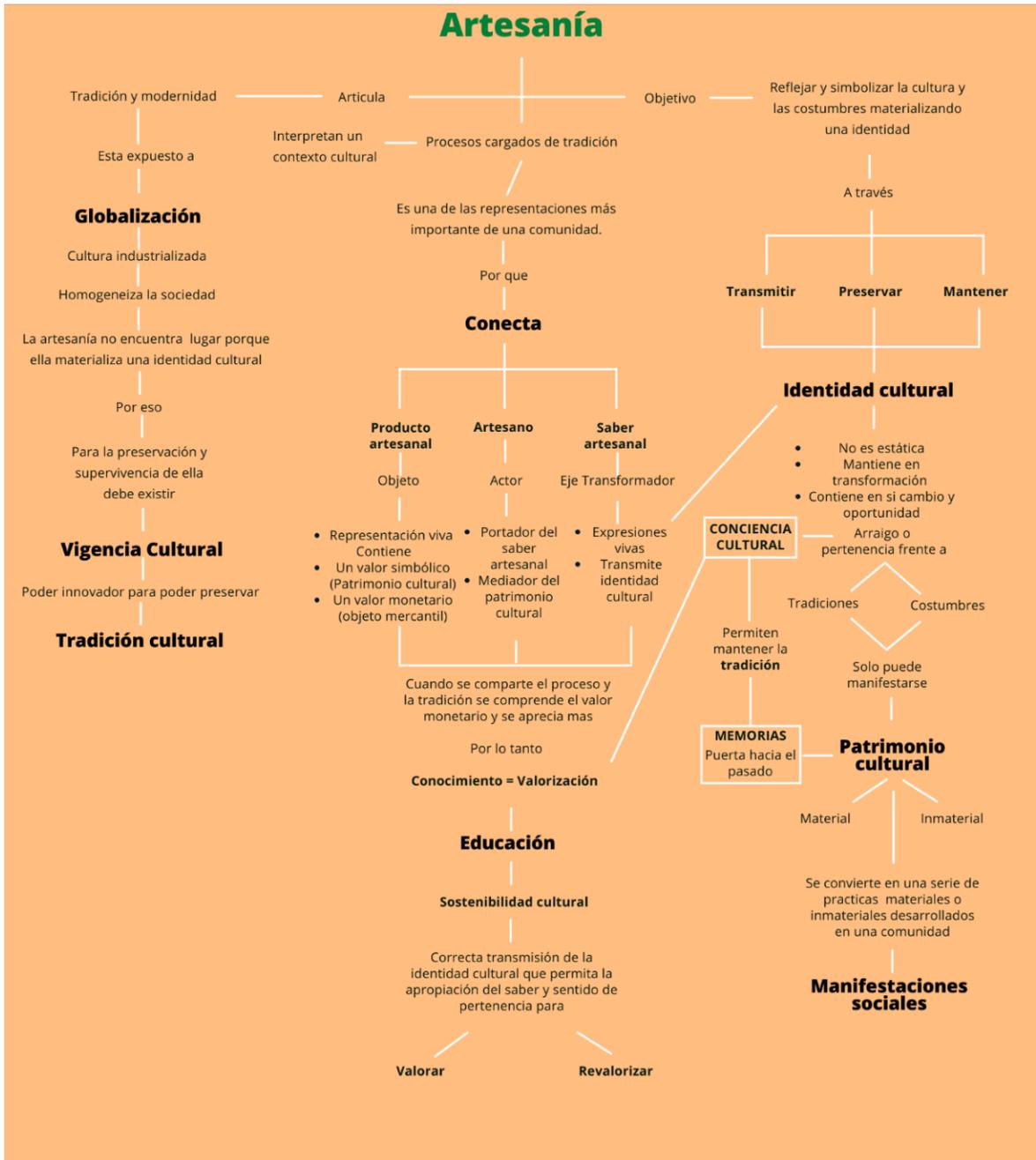
- Ballesteros, C., Gracia, G., Ocaña, A., & Jácome, C. (2018). Análisis de la promoción cultural como herramienta para fortalecer la identidad afro esmeraldeña. *Lasallista de Investigación*, 367-377.
- Batallas, P., & Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. (2014). *Marimba como patrimonio cultural inmaterial*. Ecuador: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural.
- Boscan, A. M. (26 de 09 de 2021). Transmisión de la identidad cultural y valorización de la artesanía. (S. Velásquez, Entrevistador)
- Douglas, M. (1996). *Como piensan las instituciones*. Madrid: Alianza.
- Hurtado, P. (26 de 09 de 2021). Transmisión de la identidad cultural y valorización de la artesanía. (S. Velásquez, Entrevistador)
- Jiménez, J. C., Domínguez, M. L., & Martínez, C. J. (2009). Estrategias y competitividad de los negocios de artesanía en México. *Pensamiento y Gestión*, 165-190.
- Kupprat, F. A. (2011). Memorar la cultura: modos de mantener y formar las identidades mayas modernas. 145-166.
- Largacha, M. O. (2011). Caracterización del artesano de la provincia guanentina: ¿quimera o realidad? *Iconofacto*, 76-101.

- Lave, J., & Packer, M. (2008). Towards a Socio Ontology of Learning. *Aarhus University Press*, 17-46.
- Llanos, F. (2003). Artesanía como patrimonio cultural: desarrollo, fomento y protección. *Aisthesis N° 36*, 51-56.
- Massó Guijarro, E. (2006). La identidad cultural como patrimonio inmaterial: relaciones dialécticas con el desarrollo. *Theoria*, 89-99.
- Mead, M. (2019). *Cultura y compromiso*. Barcelona: Gedisa.
- Mendoza, C. O. (2009). Artesanía. *Universitas Humanistas*, 287-296.
- Molano I, O. L. (2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. *Opera*, 69-84.
- Montero, M. (1990). Memoria e Ideología. Historias de Vida: Memoria individual y colectiva. *Acta Sociológica*.
- Padernina, E. (26 de 09 de 2021). Transmisión de la identidad cultural y valoración de la artesanía. (S. Velásquez, Entrevistador)
- Pertegal, M. L., Espín, A., & Jimeno, A. (2020). Diseño de un instrumento para medir identidad cultural indígena: caso de estudio sobre la nacionalidad amazónica Waorani. *Estudios Sociales*, 51-73.
- Quijano, S. M., & Molina, W. A. (2020). La artesanía en cuerno de toro: generación de valor y análisis de costos de producción. *Daena (International Journal of Good Conscience)*, 1-13.

- Ramírez, E. (2007). La identidad cultural como elemento dinamizador de la economía territorial . *Opera*, 55-67.
- Rodríguez Basso, S. (2018). Legado africano en Bahía Honda. Oralidad y memoria en su identidad cultural. *Cuiculco*, 35-49.
- Rodríguez-Cruz, M. (2020). Familia migrante, escuela y comunidad en los Andes equinocciales: continuidades y cambios en la identidad cultural. *ICONOS*, 191-210.
- Sacco, V. (2007). La valorización de la identidad cultural como base del desarrollo rural: el caso de la Calabria Grecánica y el festival Paleariza. *Opera*, 213-223.
- Tenorio, M. C. (2011). Escolaridad generalizada: ¿inclusión o pérdida de la identidad cultural? *Estudios Sociales No 40*, 57-71.

ANEXOS

Anexo 1 Mapa Conceptual



Anexo 2 Modelo Fichas de Lectura

FICHA DE LECTURA #1	
<u>Título:</u> Título (y subtítulo, si es el caso, del texto analizado)	<u>Datos bibliográficos:</u> Autor; Título, Año de publicación, Ciudad Sello editor.
<u>Lugar de consulta:</u> Ej: Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín.	
<u>Resumen:</u> “Un resumen es un sumario completo acerca del contenido del artículo, el cual permite los lectores reconozcan con rapidez tal contenido y, como sucede con el título, se le utiliza en los servicios de síntesis e información para indizar y recuperar artículos [...]”	
<u>Hipótesis, tesis, ideas centrales del texto:</u> Enunciación de las ideas principales o hipótesis que se plantean a lo largo del texto.	
<u>Palabras y conceptos claves:</u> Las palabras y expresiones claves deben aparecer en orden alfabético y tener desarrollo en el texto; lo fundamental es el valor conceptual que estas para el desarrollo del tema.	
<u>Observaciones personales e interpretación:</u> Interpretación personal o ideas que se generaron gracias al texto.	
<u>Relación con la Investigación:</u> Desarrollo de paralelo entre lo expuesto en el texto con los objetivos competentes buscados con el proceso investigativo.	
<u>Fecha de consulta:</u> Ej: Marzo 26, 2021.	

Anexo 3 Modelo Ficha de Entrevista

ENTREVISTA #1	
<u>Tema:</u> Transmisión de la identidad cultural y valorización de la artesanía	
<u>Objetivo:</u> Describir la incidencia de la Transmisión de la identidad cultural en la valorización de la artesanía	
<u>Dirigida a:</u> Artesanos	
<u>Tiempo estimado de la entrevista:</u> 10 minutos aprox.	
<u>Autoriza el uso de los datos para fines académicos:</u> Si ___ No ___ <u>Autoriza grabar la presente entrevista para fines académicos:</u> Si ___ No ___	
<u>Información personal del entrevistado:</u> <u>Nombre:</u> <u>Edad:</u> <u>Lugar de residencia:</u>	
<u>Inicio:</u> Información preliminar	<u>Preguntas:</u> 1. Cuál es el tipo de producto que ofrece 2. ¿Primera vez en expoartesanos? ¿Hace cuanto participa?
<u>categoría 1</u> Transmisión de la identidad cultural	<u>Preguntas:</u> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Desde hace cuando es artesano? • ¿Cómo aprendió el saber de la artesanía? • ¿Qué es lo que más recuerda de cuándo aprendía el saber artesanal? • ¿Ha compartido todo este saber con otras personas? ¿con quienes? • Para usted, ¿es importante que todo el saber de la artesanía sea transmitido a otras personas? ¿por qué lo considera? • ¿Qué representa para usted recibir o aprender el saber artesanal o el saber de la artesanía? • ¿Qué es lo más representativo de su región o lugar de origen que este en sus productos? • Actualmente, ¿hay más personas interesadas en aprender o conocer todo el saber artesanal y la historia cultural

	que hay detrás de ella? ¿quiénes son estas personas?
<p><u>categoría 2:</u> Valorización de la artesanía en la actualidad</p>	<p><u>Preguntas:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué representa para usted todo el producto de sus manos, su artesanía? • ¿Así como usted ve (en importancia y significado) sus productos y obras, es como el público y las demás personas lo ven? • ¿Cuál ha sido la parte más difícil de darse a conocer a otras personas que no están relacionadas con todo el proceso y la historia detrás de sus productos artesanales? • ¿Quiénes son las personas que realmente valoran su producto y la artesanía que ven? • ¿Cree usted que estas personas que valoran lo que usted hace y cada pieza, tienen conocimiento de todo lo que le ha tomado a usted y el saber de la artesanía que usted pone en obra? • ¿Cómo considera usted que es la valorización o aprecio de la artesanía actualmente ¿cuál ha sido la parte más complicada?
<p><u>Notas finales:</u> Agradecimiento por la participación y aporte a la construcción de este proceso investigativo. Cierre de entrevista.</p>	
<p><u>Observaciones:</u> Si son pertinentes. Actividad investigativa solamente de fines académicos.</p>	
<p><u>Fecha de realización:</u></p>	

Anexo 4 Tabla Categorical 1

CONCEPTO	CITA	COMMENTARY
IDENTIDAD CULTURAL UN CONCEPTO QUE EVOLUCIONA REVISTA OPERA N7 OLGA LUCÍA MOLANO		
ASPECTOS DEL TEMA CULTURAL	<p>El económico, donde la cultural se vincula al mercado y al consumo y se manifiesta en las llamadas industrias culturales</p> <p>El humano, donde la cultura juega un papel de cohesión social, de autoestima, creatividad, memoria histórica,</p> <p>El patrimonial, en el cual se encuentran las actividades y políticas públicas orientadas a la conservación, restauración, puesta en valor, uso social de los bienes patrimoniales</p>	
CONCEPTO DE IDENTIDAD CULTURAL	Se comprende a través de las definiciones de cultura y de su evolución en el tiempo.	
CULTURA	<p>1. Asocia a progreso material</p> <p>2. Similar a civilización</p> <p>Antropológicamente se asocia a las artes, religión, costumbres. “la deliberada destrucción de otra cultura en conjunto es un daño irreparable, una acción tan malvada como el tratar a los seres humanos como animales [...] una cultura mundial que fuese una cultura uniforme no sería en absoluto cultura. Tendríamos una humanidad deshumanizada” (Kuper, 2001:57).</p> <p>La cultura es la dimensión que cuenta decisivamente en todo proceso de desarrollo, tanto como el fortalecimiento institucional, la existencia de tejido y capital social y la movilización ciudadana German rey 2002</p> <p>Cultura es lo que da la vida al ser humano, sus tradiciones, costumbres, fiestas, conocimientos, creencias, moral</p> <p>Dimensiones y funciones sociales que generan</p> <p>1. Un modo de vivir</p>	Esta idea está relacionada con el hecho de no masificar, el peligro que representa la globalización

	<p>2. Cohesión social 3. Creación de riqueza y empleo 4. Equilibrio territorial</p> <p>La cultura es algo vivo, compuesta tanto por elementos heredados del pasado como por influencias exteriores adoptadas y novedades inventadas localmente. La cultura tiene funciones sociales. Una de ellas es proporcionar una estimación de sí mismo, condición indispensable para cualquier desarrollo, sea este personal o colectivo" (Verhelst, 1994:42).</p>	<p>Elementos heredados e influencias adoptadas</p> <p>Funciones sociales: Estimación de sí mismo</p>
<p>IDENTIDAD CULTURAL</p>	<p>El concepto de I.C encierra un sentido de pertenencia a un grupo social con el cual se comparten rasgos culturales, como costumbres, valores y creencias.</p> <p>La identidad no es un concepto fijo, sino que se recrea individual y colectivamente y se alimenta de forma continua de la influencia del exterior.</p> <p>La identidad surge por diferenciación y como reafirmación frente al otro</p> <p>La I.C. viene definida históricamente por medio de múltiples aspectos que se convierten en la cultura. Estos rasgos propios de estos elementos es su carácter inmaterial y anónimo (resultado de la colectividad)</p> <p>La identidad solo es posible y puede manifestarse a partir del patrimonio cultural, el cual existe de antemano y su existencia es independiente de su reconocimiento o valoración.</p> <p>La sociedad configura su patrimonio y lo que desea valorar, al establecer e identificar aquellos elementos que desea valorar y que asume como propios y los que, de manera natural, se van convirtiendo en el referente de identidad.</p>	<p>EL sentido de la identidad cultural radica en su sentido de pertenencia</p> <p>Un concepto que se permea por lo que la rodea</p> <p>Características</p> <p>Exacto, y ese es justo el problema que estábamos</p>

	<p>personas o grupos se reconocen históricamente en su propio entorno físico y social</p> <p>El patrimonio y la identidad c. no son elementos estáticos, sino entidades sujetas a permanentes cambios, están condicionados por factores externos y por la continua retroalimentación entre ambos</p> <p>La I.C. no existe sin la memoria, la capacidad de reconocer el pasado</p>	<p>enunciando, como es la sociedad que lo configura, a falta de conocimiento sobre lo que se ha hecho se desvaloriza y por consiguiente se pierde</p> <p>Esto apoya lo que expresaba acerca de que el patrimonio actúa en dos sentidos el que recordamos y el que construimos actualmente</p> <p>Si no hay elementos o símbolos que permitan reconocer lo que es propio</p>
<p>IDENTIDAD CULTURAL Y DESARROLLO TERRITORIAL</p>	<p>La cultura juega un papel importante en el desarrollo de un territorio</p> <p>La identidad es el viejo territorio del patrimonio</p> <p>Para que la I.C. genere desarrollo territorial se necesita</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Voluntad del colectivo 2. Reconocimiento del pasado, de la historia 	<p>GENERAR DESARROLLO A PARTIR DE LA IDENTIDAD</p>
<p>PATRIMONIO</p>	<p>Parte de la identidad de un grupo social está dada por su patrimonio, que es la expresión de su origen, estilo de vida, desarrollo, transformación e incluso decadencia</p> <p>EL PATRIMONIO ES LA IDENTIDAD CULTURAL DE UNA COMUNIDAD y es uno de los elementos que puede generar desarrollo en un territorio, permitiendo equilibrio y cohesión social.</p>	<p>Surge un concepto aliado en todo este que se vuelve como un conector y es la MEMORIA que en este caso nos amplía su actuar, a</p>

	<p>El patrimonio cultural es importante para una sociedad porque es la historia entre la memoria individual y la colectiva, es parte de la transmisión de lo que ha sucedido en un territorio determinado.</p> <p>"Nadie puede vivir sin recordar y nadie puede vivir tampoco sin los recuerdos de la historia (...) la historia está allí orientando nuestros juicios a cada instante, formando nuestra identidad, determinando la fuente y toma de conciencia de nuestros valores" (DeRomilly, 1998:45).</p> <p>Formas de degradación del patrimonio</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Destrucción 2. Deterioro <p>Estas dos cosas son la negación de la historia, del patrimonio, del legado cultural</p> <p>El patrimonio que hasta el momento una cultura ha logrado establecer es lo que hace conservar un pueblo y lo que hace efectivo que se distinga de otro</p>	<p>nivel individual y colectivo.</p> <p>Esto nos muestra que el primero es la erradicación completa del recuerdo y el segunda es la acción de dejar de rememorar</p>
<p>PATRIMONIO CULTURAL MATERIAL</p>	<p>Puede ser de interés local, nacional o mundial</p>	
<p>PATRIMONIO ORAL O INMATERIAL</p>	<p>Oral o intangible</p> <p>Los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas – junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que le son inherentes, que se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades, infundiéndoles un sentido de identidad y continuidad y contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana art. 2</p> <p>Lo inmaterial se convierte totalmente en material cuando se protege, se conserva, se preserva y archiva.</p>	

	<p>Se conserva el patrimonio inmaterial a través de medios materiales</p> <p>"las creaciones de una comunidad cultural fundadas en las tradiciones expresadas por individuos que responden a las expectativas de su grupo, como expresión de identidad cultural y social, además de los valores transmitidos oralmente. Son testimonio de ello la lengua, la literatura, la música, la danza, los juegos, la mitología, los ritos, las costumbres, los conocimientos ancestrales, la arquitectura y la manufactura de artesanías".</p>	
	<p>La identidad supone un reconocimiento y apropiación de la memoria histórica del pasado el cual puede ser</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Reconstruido 2. Reinventado <p>Pero que supone ser conocido y apropiado por todos</p> <p>El valorar, restaurar y proteger el patrimonio cultural es un indicador claro de la recuperación, reinención y apropiación de una identidad cultural</p> <p>El sentido de pertenencia además de generar un sentimiento de pertenencia fomenta una visión de desarrollo del territorio que implica la mejora de calidad de vida de su población</p>	<p>Esto se puede relacionar en la forma en que se puede medir la valorización o la efectividad de la transmisión</p> <p>Parámetros</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Valorar (que es una de las etapas que estamos analizando) 2. Restaurar 3. Proteger
DISEÑO DE UN INSTRUMENTO PARA MEDIR IDENTIDAD CULTURAL INDÍGENA,		
CULTURA	<p>Una de las razones por la que una cultura puede cambiar es por la fusión cultural.</p> <p>La cultura es dinámica, sufre cambios constantemente por la diversidad de agentes que intervienen, como la heterogeneidad territorial o las diferentes expresiones culturales</p>	<p>Hipótesis de lo que puede estar cambiando la valoración del patrimonio, identidad cultural</p>

<p>IDENTIDAD CULTURAL</p>	<p>La identidad individual y colectiva pueden ir variando con el tiempo: un individuo no es igual a sí mismo, si lo comparamos con su yo pasado</p>	<p>Al igual que en el texto anterior la identidad no es concepto estático</p>																					
<p>IDENTIDAD ÉTNICA</p>	<p>Esta determinada por cuatro dimensiones</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dimensión cognitiva (relación la definición de si mismo y la pertenencia a un lugar o grupo) 2. Dimensión evaluativa (relación pertenencia con el orgullo a esa pertenencia) 3. Dimensión afectiva (cercanía en la identificación del individuo con el grupo) 4. Dimensión comportamental (intención de pertenecer, la participación que pone en marcha) <p>De acuerdo con Phinney y Rotheram 1986, cada persona se sitúa de acuerdo con dos niveles</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nivel bajo (escaso reconocimiento identitario) 2. Nivel alto (fuerte arraigo identitario) <p>Componentes de la identidad étnica como un continuo</p> <table border="1" data-bbox="418 1050 1258 1386"> <caption>Tabla 2. Componentes de la identidad étnica como un continuo <small>la transmisión o las fases interiores</small></caption> <thead> <tr> <th>Componentes</th> <th>Nivel bajo</th> <th>Nivel alto</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. Autodefinición</td> <td>Baja, débil y difusa identidad étnica</td> <td>Alta, fuerte, seguridad, logro de la identidad étnica</td> </tr> <tr> <td>2. Actitudes hacia su propio grupo étnico y valoración que se hace de este</td> <td>Autoidentificación como miembro del grupo</td> <td>Autoidentificación como miembro de un grupo</td> </tr> <tr> <td>3. Actitud hacia sí mismo como miembro del grupo</td> <td>Poco involucrado en conductas étnicas</td> <td>Involucrado en conductas y prácticas étnicas</td> </tr> <tr> <td>4. Interés y conocimiento sobre el grupo étnico</td> <td>Evaluación negativa del grupo Preferencia por el grupo mayoritario, infelicidad por no pertenecer a él</td> <td>Preferencia por su propio grupo, felicidad por sentirse miembro de él</td> </tr> <tr> <td>5. Conductas y prácticas étnicas</td> <td>Poco interés en adquirir conocimientos sobre el grupo étnico</td> <td>Interés en adquirir conocimientos sobre el grupo étnico</td> </tr> <tr> <td>6. Compromiso con la identidad étnica</td> <td>Poco compromiso y poco sentido de pertenencia al grupo</td> <td>Compromiso, sentido de pertenencia al grupo</td> </tr> </tbody> </table> <p>Fuente: Phinney (1991).</p> <p>En parte de los resultados evidenciados de la aplicación de la tabla, hay poco valor en vestimentas, idioma y costumbres, pérdida de cultura en estos elementos visibles, pero manifiestan un orgullo de pertenecer</p>	Componentes	Nivel bajo	Nivel alto	1. Autodefinición	Baja, débil y difusa identidad étnica	Alta, fuerte, seguridad, logro de la identidad étnica	2. Actitudes hacia su propio grupo étnico y valoración que se hace de este	Autoidentificación como miembro del grupo	Autoidentificación como miembro de un grupo	3. Actitud hacia sí mismo como miembro del grupo	Poco involucrado en conductas étnicas	Involucrado en conductas y prácticas étnicas	4. Interés y conocimiento sobre el grupo étnico	Evaluación negativa del grupo Preferencia por el grupo mayoritario, infelicidad por no pertenecer a él	Preferencia por su propio grupo, felicidad por sentirse miembro de él	5. Conductas y prácticas étnicas	Poco interés en adquirir conocimientos sobre el grupo étnico	Interés en adquirir conocimientos sobre el grupo étnico	6. Compromiso con la identidad étnica	Poco compromiso y poco sentido de pertenencia al grupo	Compromiso, sentido de pertenencia al grupo	<p>Clasificación para medir o evaluar las formas de transmisión o cuan efectivas están siendo</p> <p>Crterios para juxtaponer en la medición de la efectividad de la transmisión</p> <p>Esto da muestra de cómo hay un orgullo, pero una falta de conocimiento, relacionando con el texto anterior puede estar ocurriendo un</p>
Componentes	Nivel bajo	Nivel alto																					
1. Autodefinición	Baja, débil y difusa identidad étnica	Alta, fuerte, seguridad, logro de la identidad étnica																					
2. Actitudes hacia su propio grupo étnico y valoración que se hace de este	Autoidentificación como miembro del grupo	Autoidentificación como miembro de un grupo																					
3. Actitud hacia sí mismo como miembro del grupo	Poco involucrado en conductas étnicas	Involucrado en conductas y prácticas étnicas																					
4. Interés y conocimiento sobre el grupo étnico	Evaluación negativa del grupo Preferencia por el grupo mayoritario, infelicidad por no pertenecer a él	Preferencia por su propio grupo, felicidad por sentirse miembro de él																					
5. Conductas y prácticas étnicas	Poco interés en adquirir conocimientos sobre el grupo étnico	Interés en adquirir conocimientos sobre el grupo étnico																					
6. Compromiso con la identidad étnica	Poco compromiso y poco sentido de pertenencia al grupo	Compromiso, sentido de pertenencia al grupo																					

		deterioro de la cultura
LA IDENTIDAD CULTURAL COMO PATRIMONIO INMATERIAL: RELACIONES DIALÉCTICAS CON EL DESARROLLO		
ESTER MASSÓ GUIJARRO		
	<p>La memoria publica es el sistema de almacenamiento del orden social Douglas 1986</p> <p>El patrimonio inmaterial constituye tanto el legado de una matriz cultural determinada como el propio elemento “carnal” que la define.</p> <p>Patrimonio inmaterial y cultura, son al tiempo, definidores y definidos</p> <p>Hay una relación metonímica entre cultura y patrimonio el P. constituye una representación simbólica de las identidades</p>	Este legado se vivifica y recrea
ARTESANOS EMPRENDEDORES DE LA ARTESANÍA LOCAL EN LA PROVINCIA DE GRANMA, CUBA		
	<p>Se introduce industrias culturales, combinación entre producción y comercialización.</p> <p>Se necesita desarrollar una mayor conciencia social del valor cultural que reporta, así como del socioeconómico</p> <p>El artesano es capaz de conformar a través de sus manos un objeto que refleje tradiciones, identidad, historia, valores naturales y patrimoniales, costumbres, es capaz de satisfacer una determinada necesidad social.</p> <p>En los años 40 se empleó el termino de industrias culturales para expresar un cambio en el proceso de transmisión de la cultura.</p>	
INVESTIGACIÓN	<p>Hubo dos formas de enseñanza</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Por embullo o estimulación de otras personas 2. Capacitación recibida 	

LA IDENTIDAD COMO ELEMENTO DINAMIZADOR DE LA ECONOMÍA TERRITORIAL

EDUARDO RAMÍREZ | REVISTA OPERA 7

IDENTIDAD	La identidad es valorada por los consumidores debido a que es un argumento de la función de utilidad de los individuos.	La base de la valoración
	<p>Este sistema no considera el valor intrínseco (no de mercado) que la cultura representa para toda comunidad.</p> <p>el consumidor es el que define que atributos son valorables y cuál es el precio que corresponde pagar por ellos</p> <p>Líneas de estimación</p> <ol style="list-style-type: none">1. Atributos observables A simple vista el consumidor puede ver los atributos y estimar directamente un modelo econométrico2. Atributos no observables No todos los atributos se observan para dar una estimación de valor. <p>Escenarios</p> <ol style="list-style-type: none">1. Atributos N.O. independientes de los O.2. Selección lexicografía donde el consumidor selecciona un modelo y luego una opción dentro del mismo3. Los atributos N.O no son separables de los O. <p>Los atributos no observables pueden, con ayuda de un tercero, “hacerse visibles” así, aportar para que haya la información necesaria para valorar correctamente los atributos específicos de la identidad.</p> <p>La identidad corresponde a calidades específicas no sustituibles. Esto adquiere más relevancia cuando se refiere a identidad cultural</p> <p>Clasificación de los productos con identidad territorial</p> <ol style="list-style-type: none">1. Dimensión que muestra la especificidad de su territorio, relacionada con sus atributos físicos, históricos o culturales2. Dimensión que muestra el nivel de identidad, que representa la densidad y amplitud de los arreglos institucionales que permiten dar sentido económico al territorio y a la producción.	

	La identidad puede ser un atributo que puede o no ser valorado en el mercado	
EL PRECIO DE LOS PRODUCTOS CON IDENTIDAD	<p>3 posibles escenarios</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. El consumidor no valora la identidad o no logra identificarla 2. El precio final es menor a un producto similar en el mercado (problemas de calidad) 3. Productos con identidad – se pueden identificar los diferentes atributos de identidad y son valorados positivamente por ello (mayor precio) 	<p>Entra un nuevo concepto el commodity que es el opuesto a un producto con identidad</p> <p>Sistema de evaluación de la valoración de los productos</p>
VALORACIÓN	<p>La valoración de la identidad no es independiente de la calidad de los p/s.</p> <p>Por otro lado, no todo lo que tiene identidad tiene valor en el mercado.</p> <p>En la función de utilidad de los consumidores existen argumentos que justifican una mayor disposición a pagar por ciertos atributos contenidos en algunos productos.</p> <p>Para que la producción de bienes o servicios con identidad territorial sea efectiva, los atributos no solo deben existir, sino que se deben mantener en el tiempo.</p> <p>En otras palabras, los atributos (tangibles o no tangibles) que contienen los productos con identidad tienen sentido económico solo si permiten o mejores precios que productos similares en el mercado, o bien, precios similares con calidad menor a los productos de la competencia. Finalmente,</p>	<p>Este concepto es denominado por el autor como función de utilidad</p> <p>este es un argumento fuerte porque bueno habla en función económica y del camino para que permanezca en el mercado la producción de este tipo de productos. Puede que sean dos realidades una en la que están dispuestos a pagar porque el conocimiento que hay detrás de eso que me permite</p>

	<p>Factores que permiten que los consumidores valoren la identidad territorial.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Economía abierta (acceso a mercados más masivos) 2. Sistemas de mercado territoriales 3. Incremento de los ingresos de los hogares de las zonas urbanas <p>Los beneficios de la producción de servicios o productos con identidad tienden a distribuirse más equitativamente al interior del territorio (efecto canasta)</p> <p>La capitalización de la identidad de un territorio es una decisión de la oferta</p>	<p>hacerlo y otro porque no sé mucho y toca igualar el producto con otra cosa similar que carece de identidad cultural</p> <p>Es importante recordar que identidad cultural o territorial como lo menciona el autor hace relación a la cultura, la artesanía hace parte de la cultura y su forma de expresión. Partiendo de allí, permite ver 3 puntos que muestren las formas de valorización que puede haber u ocurrir con relación a productos con identidad</p>
<p>HETEROGENEIDAD</p>	<p>Es producto de la combinación de dos factores</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Especificidad territorial 2. Nivel de identidad <p>La valorización en el mercado es una combinación de la disposición a pagar de los consumidores en comparación con diferentes niveles de calidad de los p/s originados en un territorio con identidad</p> <p>Si no hay disposición a pagar más dinero por productos similares, pero producidos en territorios con identidad, entonces la identidad territorial no sería un recurso económico, en tanto no es capaz de generar Lin flujo de beneficios por su existencia.</p>	<p>y es en esta valorización donde entramos a cuestionar que tanto saben esas personas de los productos que se disponen a pagar por algo.</p> <p>algo peligroso este pensamiento, o sea,</p>

		no pagan más por algo igual en otro lado pero que contiene identidad porque la identidad no está siendo reconocida, por eso deja de ser un recurso económico también por su mera existencia, Este argumento entra en cierto modo en el capítulo 3, en la vinculación de los dos objetivos, pero también es útil dentro del capítulo 2
ANÁLISIS DE LA PROMOCIÓN CULTURAL COMO HERRAMIENTA PARA FORTALECER LA IDENTIDAD AFRO ESMERALDEÑA		
CULTURA	Batallas (2014) “la cultura, entendida como un producto humano, es creación humana que se ha dado a lo largo de la historia en una constante relación con la naturaleza y se relaciona con los símbolos, los sentidos y significaciones de lo que un determinado grupo de hombres realiza; es la forma de entender la vida y la muerte” (p. 32).	
PROMOCIÓN CULTURAL	<p>La promoción cultural es un proceso que permite analizar, elevar y hacer nuestros los valores culturales a través del proceso de entendimiento para que se pueda participar en ellos de forma consciente y activa. Fernández</p> <p>Promoción cultural es un proceso participativo que refiere un vínculo recíproco entre el hombre y su cultura a través del patrimonio, la identidad y las necesidades culturales en función de la elevación de la calidad de vida de la comunidad”.</p> <p>La promoción cultura es un INSTRUMENTO eficaz que, juntamente con otras metodologías de intervención sociocultural, contribuye a la</p>	Entonces lo que hace falta para que sea efectivo la transmisión de la identidad cultural para la correcta valorización de la artesanía es promoción cultural, puede ser una de dos, el puente para restaurar la mala o ineficaz

	<p>solución de necesidades y demandas de la población de un territorio dado. Por lo tanto, RESPONDE a las NECESIDADES CULTURALES DE UN PUEBLO</p>	<p>valorización o como un importante activo que debe estar en medio para que se mantengan conectadas todo el tiempo y no aparezca una brecha que corte el proceso</p>
<p>IDENTIDAD CULTURAL</p>	<p>La I.C. no existe sin la memoria</p> <p>Los fundamentos históricos que se conservan en la mente de sus ciudadanos permiten que se sientan arraigados a la identidad cultural.</p> <p>Si esto no ocurre se suscitan sucesos de desculturización (pérdida de valores culturales)</p> <p>Transculturización, donde se toman valores culturales ajenos y se lo hace parte de la vida cotidiana</p> <p>Los rasgos de un sujeto que se identifica culturalmente es aquel que se siente parte de, defiende de manera arraigada todo aquello que fortalece el sistema social cultural, mediante la ejecución de acciones positivas que sirvan como referente de manera interna y externa, para mantener viva la cultura ancestral que ha heredado la tierra.</p>	<p>Se cita aquí a MOLANO, identidad cultural un concepto que evoluciona</p> <p>Causado por la globalización</p> <p>¡Genial! el argumento que necesitaba, este me indica que la correcta transmisión de la identidad cultural es aquella que transmite y establece los fundamentos históricos en la mente de los ciudadanos para que así se sienta arraigados a la identidad cultural</p> <p>qué sucede si no pasa en esta forma, la incorrecta transmisión</p>

		provoca una desculturización
LA VALORIZACIÓN DE LA IDENTIDAD CULTURAL COMO BASE DEL DESARROLLO RURAL: el vaso de la Calabria greca nica y el festival paleariza		
EJEMPLO	<p>En el caso de Calabria, la influencia cultural y lingüística del griego quedo intacta hasta el siglo XI, a partir de la invasión normanda y con la subsiguiente decadencia del imperio Bizancio, hubo una progresiva introducción de la liturgia latina que genero una fuerte desvalorización del griego.</p> <p>Esto y otros fenómenos interrumpieron definitivamente la transmisión oral lingüística del griego que duro siglos.</p>	Este es un claro ejemplo de cómo la introducción o intervención de otra cultura puede provocar una desvalorización.
RECUPERACIÓN	Puede haber una recuperación de la memoria histórica y del patrimonio cultural , en el caso de Calabria, de la lingüística griega, esto se convirtió en una perspectiva de desarrollo económico de un territorio.	Redescubrimiento
TRANSMISIÓN	<p>"Yo escuchaba hablar el griego de Calabria sin entenderlo de mi abuela, que hablaba muy bien; mi madre entendía todo, pero hablaba poco, mi tía, la hermana mayor de mi mamá que haya vivido mucho con mi abuela, hablaba de manera correcta. Yo escuchaba, repetía, sin entender mucho los significados, había algo en los sonidos que me llamaba mucho la atención, son muy bellos" (entrevista a Elisabetta Nucera).</p> <p>En las culturas populares la transmisión del conocimiento musical se realiza a través de mecanismos no-verbales como el</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mirar 2. Repetir 3. Contacto directo con la experiencia 	<p>este es un ejemplo o muestra de la funcionalidad de la transmisión y de cómo opera, en este caso identidad lingüista.</p> <p>Como con el transcurrir de generación y la exposición a un ambiente repetitivo permitió que el idioma quedara y se entendiera o no.</p> <p>De todas formas, nos muestra una relación a mayor exposición mayor</p>

		<p>transmisión y aplicación</p> <p>Transmisión no-verbal sino experiencial</p>
<p>PROMOCIÓN CULTURAL</p>	<p>En el redescubrir un pueblo con una lingüística antigua que sigue en práctica, surgen instituciones, asociaciones en defensa de la lengua y de la cultura griega de Calabria. Esfuerzos por garantizar y afianzar la transmisión de los saberes</p>	<p>Lo que sucedió, se relaciona con el texto de promoción cultural ya que ejemplifica como la intervención de instituciones se convierte en un puente que asegura una transmisión más real.</p> <p>las instituciones se encargaron de redescubrir e incentivar, y proteger la transmisión</p>
<p>LEGADO AFRICANO EN BAHÍA HONDA. ORALIDAD Y MEMORIA EN SU IDENTIDAD CULTURAL</p>		
<p>MEMORIA COLECTIVA</p>	<p>la memoria colectiva, contiene una elevada dosis de creatividad al ser moldeada por el imaginario social, al modo de un texto verbal que se actualiza, asimilado en cada oportunidad por una nueva generación de depositarios como recurso de resistencia para la preservación de su identidad, la que asumimos, cuando “[...] los portadores de expresiones culturales convivientes toman conciencia de su existencia autónoma y de su complementariedad en el tiempo histórico y en el espacio geográfico, así como de su necesidad de permanencia” Zamora</p> <p>Identificación-diferenciación con otros se expresa en formas específicas de actividad identitaria</p>	<p>PORTADORES DE EXPRESIONES CULTURALES</p>

	<p>La reconexión con el pasado refleja la dimensión individual de la memoria al insertarse en lo social.</p> <p>La memoria histórica permuta y se desplaza cuando no encuentra de manera suficiente las fuentes básicas para su reproducción.</p> <p>Pero lo que pudo haberse olvidado se puede reactualizar, reciclar y renovar en función de su protección y conservación.</p>	<p>Transmisión efectiva</p> <p>Esto es transculturización</p>
ESCOLARIDAD GENERALIZADA: ¿inclusión social o pérdida de la identidad cultural?		
LA TRADICIÓN	<p>Años 60: enseñaban mediante el ejemplo y no con explicaciones, viviendo con los adultos, sin gradaciones de edad, el desarrollo individual se producía en la continuidad de la cultura.</p> <p>Los mayores educaban a los niños narrando la historia oral. Había un puente que unía el presente de los jóvenes de esa época con el pasado.</p> <p>Esto fomentaba la unidad y cohesión. El pueblo, forjaba en cada niño la identidad cultural</p> <p>Aprendizaje incrustado en la ejecución de todas las actividades cotidianas, que forjaba su inteligencia social y cultural</p>	<p>Transmisión no verbal, experiencial</p> <p>Se volvía de continuo una práctica lo que hacía que no hubiera brecha para la pérdida de la cultura</p> <p>Este puente en cierto modo puede ser en la promoción cultural, aunque ella es dada por instituciones</p>
TRANSICIÓN	<p>Con el cambio e intervención de la cultura occidental en la cultura indígena, cambia el sistema de enseñanza, no se logra una mediación entre la pedagogía indígena con la occidental por lo tanto se da a una brecha en la enseñanza de la cultura y de la historia. Es por eso por lo que el autor menciona que se encuentra una constante: Las generaciones de los padres y los mayores ya no están transmitiendo a sus hijos y nietos su cultura tradicional</p> <p>Surgen nuevos modelos de vida y de identificación</p>	<p>Transformación cultural</p> <p>Transculturización</p>

	<p>Se produjo una inmensa transformación cultural: los adultos de la comunidad dejaron de ser modelos de vida y referentes de los principios y saberes.</p> <p>Estos saberes ya no eran apreciados por los jóvenes los cuales aprendían a comportarse siguiendo pautas de culturas externas</p> <p>La escolaridad occidental trajo consigo un quiebre entre el aprendizaje relacional en la convivencia adultos con niños a, igual – igual, dejaron de ver la conexión entre realidad y práctica, por lo tanto, se quita toda funcionalidad en el saber cultural y ancestral</p> <p>El colegio entra a tratar todos los temas relacionados a la tradición como contenidos. Se destruye el patrón “aprendizaje de vida” de las sociedades tradicionales y con ello se pierde sus valores y se rompe la continuidad generacional.</p> <p>Transformar un aprendizaje activo, que se siempre se hizo en la praxis a una transmisión pasivizante de lecciones verbalistas y actividades descontextualizadas y no valoradas por los jóvenes, se anulan el sentido cultural y el valor adaptativo para la vida que se les transmite.</p> <p>La ruptura intergeneracional es el principal factor del cambio cultural</p> <p>CULTURA COFIGURATIVA: en esta cultura no existe una imagen clara ni del pasado ni del futuro, todo está regulado por el grupo de pares (también es una conducta)</p>	<p>Transmisión activa</p> <p>Transmisión pasivizante</p>
FAMILIA MIGRANTE, ESCUELA Y COMUNIDAD EN LOS Andrés EQUINOCCIALES: continuidades y cambios en la identidad cultural		
NO ES INMUTABLE	<p>No caer en la concepción dicotómica de una cultura anclada a lo tradicional en los que la identidad es inmutable frente a los espacios urbanos como espacios modernos en los que la identidad es cambiante y las tradiciones se pierden</p>	

migración	En la medida en la que las migraciones han modificado las funciones tradicionalmente asumidas por la familia, han hecho que algunas de ellas, como la educación de los hijos y la transmisión de la identidad cultural, hayan sido traspasadas a otras instituciones como la escuela (Flaquer 1995; Priegue 2008).	
SOCIALIZACIÓN	<p>Es el proceso mediante el cual el sujeto</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aprende 2. Interioriza <p>Los contenidos socioculturales de su contexto próximo y</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. desarrolla 4. reafirma su identidad <p>bajo la influencia de agencias socializadores: familia y escuela</p> <p>Hay falta de correlación entre los valores culturales e identitarios transferidos.</p> <p>No caer en el estigma de la migración como causante de situaciones de cambio en la cultura</p>	
MEMORAR LA CULTURA: modos de mantener y formar las identidades mayas modernas		
IDENTIDAD	<p>La identidad de los pueblos es un conjunto de elementos que los define, y a su vez, los hacen reconocerse como tal</p> <p>Entonces, la identidad cultural, es decir, la cultura a la que pertenece uno, es determinada por estructuras sociales y, en casos donde la cultura se trasmite básicamente mediante la familia, también por la descendencia (aunque, bajo ciertas condiciones, las fronteras culturales pueden ser cruzadas).</p>	
MARCADORES SINCRÓNICOS Y ASINCRÓNICOS	Los marcadores sincrónicos suelen integrarse a la etnicidad a través de las culturas actuales	

	<p>Los marcadores asincrónicos constituyen reconstrucciones históricas provenientes de culturas temporales</p>	
<p>MEMORIA</p>	<p>La memoria es un marcador étnico</p> <p>Y tanto el individuo como el grupo solamente son capaces de definirse si tienen una historia, un origen y un desarrollo; una visión del pasado que los ubica en el presente.</p> <p>RECORDAR, es un proceso social, no solo implica acceder a datos almacenados en un medio como el cerebro humano. Combinando la información disponible del pasado con los objetivos sociales actuales. Los R. que se repiten de forma similar interactúan con otros recuerdos y forman un conjunto de recuerdos relacionados: una memoria. (COLECTIVA – INDIVIDUAL)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. INDIVIDUAL, generados en interacción directa o indirecta con otro individuo 2. COLECTIVA, el resultado de la fusión de los recuerdos de varios individuos <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Comunicativa, generacional que refiere a la historia reciente y la realidad social, esta es completada por la memoria cultural, lo cual contiene aquellas tradiciones en las que se basa el sistema semiótico conformador de una cultura 2.2. Memoria cultural, se define por la formación de un canon de elementos culturales, aquellos considerados importantes para la sociedad y, por eso, transmitidos durante muchas generaciones y frecuentemente mantenidos por instituciones de formación especializada o de educación. <p>En las culturas orales la memoria comunicativa y la memoria cultural están divididas por un vacío flotante</p> <p>El proceso de recordar está siempre conectado con el olvido, es normal e inevitable, mientras recordar es la excepción.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Olvido pasivo, no intencional, información clasificada como no importante que termina en el olvido. 2. Olvido activo, destruye, oprime y niega recuerdos. Recuerdos de importancia, pero actores externos o los intereses del mismo individuo 	

Anexo 5 Tabla de Correlación

OBJETIVO	Identificar las formas de transmisión de la identidad cultural	
<i>Conceptos</i>	CULTURA	<p>Dimensión que cuenta decisivamente en todo proceso de desarrollo, es lo que da la vida al ser humano. Genera</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Un modo de vivir 2. Cohesión social 3. Creación de riqueza y empelo 4. Equilibrio territorial <p>La cultura es viva compuesta por elementos heredados del pasado y por influencias externas adoptadas</p> <p>Fusión cultural: una de las razones del cambio en una cultura. Características:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Es dinámica (sufre cambios) heterogeneidad <p>DESCULTURIZACIÓN Perdida de los valores culturales</p> <p>TRASCULTURIZACIÓN Donde se toman valores culturales ajenos y se les hace parte de la vida cotidiana</p> <p>COFIGURATIVA En esta cultura no existe una imagen clara ni del pasado ni del futuro, todo está regulado por el grupo</p> <p>La ruptura intergeneracional es el principal factor del cambio cultural</p>
	PATRIMONIO CULTURAL	<p>Existe de antemano y su existencia es independiente de su reconocimiento o valoración.</p> <p>La sociedad es quien configura su patrimonio y lo que desea valorar, al establecer e identificar aquellos elementos que desea valorar y que asume como propios o los que, de manera natural se van convirtiendo en el referente de identidad</p> <p>No es un elemento estático y está sujeta a permanentes cambios. Por lo tanto, el patrimonio actúa en dos sentidos al igual que la I.C. en dirección al pasado para recordar y al presente donde se construye y actúa uno.</p> <p>El patrimonio es la expresión de origen de un territorio, su estilo de vida, desarrollo, transformación e incluso decadencia de una.</p> <p>El patrimonio es la IDENTIDAD CULTURAL de una comunidad, permite</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Equilibrio 2. Cohesión social

	<p>El patrimonio es importante para una sociedad porque es la historia entre la memoria individual y la colectiva, es parte de la transmisión de lo que ha sucedido en un territorio determinado.</p> <p>El patrimonio constituye una representación simbólica de las identidades</p> <p>NEGACIÓN O DEGRADACIÓN DEL PATRIMONIO</p> <p>De la historia</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Destrucción 2. Deterioro <p>El patrimonio establecido es lo que logra distinguir un pueblo de otro</p>
<p>MEMORIA</p>	<p>Capacidad de reconocer el pasado. la memoria publica es el sistema de almacenamiento del orden social.</p> <p>La reconexión con el pasado refleja la dimensión individual de la memoria al insertarse en lo social.</p> <p>La memoria histórica permuta y se desplaza, cuando no encuentra de manera suficiente las fuentes básicas para su reproducción.</p> <p>La memoria es un marcador étnico, tanto el individuo como el colectivo solamente son capaces de definirse si tienen una historia, un origen y un desarrollo; una visión del pasado que los ubica en el presente.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Individual, se generan en la interacción directa o indirecta con otro individuo 2. Colectiva, es el resultado de la fusión de los recuerdos de varios individuos. <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Comunicativa, es generacional se refiere a la historia reciente y la realidad social. 2.2. Memoria cultural, se define por la formación de un canon de elementos culturales, aquellos considerados importantes para la sociedad, y por eso, transmitidos durante muchas generaciones. <p>RECORDAR</p> <p>Es un proceso social, no solo implica acceder a información. Combina la información disponible del pasado con los objetivos sociales actuales. Los recuerdos que se repiten de forma similar interactúan con otros recuerdos y forman un conjunto de recuerdos relacionados: una memoria.</p> <p>OLVIDO</p> <p>El proceso de recordar está relacionado con el olvido, es normal e inevitable, mientras recordar es la excepción.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Olvido pasivo, no es intencional, ocurre cuando se clasifican las cosas como no importantes y terminan en el olvido 2. Olvido activo, destruye, oprime y niega recuerdos de importancia intencionalmente

IDENTIDAD CULTURAL	Definiciones	<p>Encierra un sentido de pertenencia, donde se comparten rasgos culturales, costumbres, valores y creencias</p> <p>Viene definida históricamente por múltiples aspectos que se convierten en cultura.</p> <p>Los fundamentos históricos, que se conservan en la mente de sus ciudadanos permiten que se sienten arraigados a la identidad cultural, de lo contrario se suscitan sucesos de desculturización</p>
	Características	<ol style="list-style-type: none"> 1. No es un concepto fijo (no es estático) 2. Se recrea individual y colectivamente 3. Se alimenta o permea por lo que la rodea, el exterior (sujeta a permanentes cambios) 4. Solo es posible y puede manifestarse a partir del patrimonio cultural 5. No existe sin la memoria 6. Parte de su identidad está dada por su patrimonio 7. Fomenta una visión de desarrollo territorial que implica la mejora de calidad de vida de su población
	Carácter activo	Que las personas o grupos sociales se reconozcan históricamente en su propio entorno físico y social
	Desarrollo territorial	<p>Para que la I.C. genere desarrollo se necesita</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Voluntad del colectivo 2. Reconocimiento del pasado, de la historia
	Conciencia	<p>La historia orienta nuestros juicios a cada instante, formando nuestra identidad determinando la fuente y toma de conciencia de nuestros valores.</p> <p>La identidad supone</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Reconocimiento 2. Apropiación <p>De la memoria histórica, para que pueda ser CONOCIDO y APROPIADO por todos</p>
	Apropiación	<p>Indicadores</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Valorar 2. Restaurar 3. Proteger <p>Son indicadores claros de la recuperación, reinención y apropiación de una identidad cultural</p>
	Dimensiones	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cognitiva 2. Evaluativa 3. Afectiva 4. Comportamental
	Niveles	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bajo, escaso reconocimiento identitario 2. Alto, fuerte arraigo identitario

	Se puede presentar casos en donde el orgullo identitario sea manifiesto pero el reconocimiento del porqué o de las cosas que integran el patrimonio cultural no sea reconocible
Valoración	La identidad es valorada por los consumidores en un producto, es decir que tiene una función de utilidad En este contexto, la identidad corresponde a calidades específicas no sustituibles, adquiriendo mayor relevancia. Por lo tanto, la identidad puede ser un atributo que puede o no ser valorado en el mercado
PRODUCTOS CON IDENTIDAD	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dimensión que muestra la especificidad de su territorio, relacionada con sus atributos físicos, históricos o culturales 2. Dimensión, que muestra el nivel de identidad, que representa la densidad y amplitud de los arreglos institucionales que permiten dar sentido económico al territorio y a la producción.
TRANSMISIÓN	<ol style="list-style-type: none"> 1. Embullo o estimulación de otras personas 2. Capacitación recibida 3. Transmisión no-verbal, experiencial o activo <ol style="list-style-type: none"> 3.1. Mirar 3.2. Repetir 3.3. Contacto directo con la experiencia 4. Pasivizante o de contenidos
Promoción cultural	Permite analizar, elevar y hacer nuestros los valores culturales a través del proceso de entendimiento para que se pueda participar en ellos de forma consciente y activa. Es un proceso participativo que refiere un vínculo recíproco entre el hombre y su cultura a través del patrimonio. Es un instrumento que responde a las necesidades culturales de un pueblo
Rasgos de apropiación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se siente parte de la cultura 2. Defiende de manera arraigada 3. Ejecuta acciones positivas para mantener viva la cultura

Anexo 6 Tabla categorial 2

CONCEPTO	CITA	COMMENTARY
Estrategias y competitividad de los negocios de artesanía en México		
ASPECTOS DE LA VALORIZACIÓN DE LA artesanía	<p>El Económico, Donde la artesanía es valorizada monetariamente, es la capacidad de generar un ingreso por medio del arte que conocen</p> <p>El Cultural, donde la artesanía es valorada por el contexto cultural y la historia de cada pieza</p>	
CONCEPTO DE VALORIZACIÓN DE LA ARTESANÍA	Es el conjunto de los dos aspectos anteriores, nos permite conocer como la artesanía es recibida hoy en día.	
ECONÓMICA	<p>La realidad es que la innovación en el sector artesanal es un proceso muy lento en contraposición a la rapidez de los cambios en el mercado y al avance en el desarrollo tecnológico nacional e internacional, lo que deja fuera de competencia a este tipo de negocios.</p> <p>Los procesos de producción en la mayoría de los negocios de artesanías son rudimentarios, la mano de obra empleada, en general, es de tipo familiar, lo que no permite obtener volúmenes suficientes de producto y, como consecuencia esos negocios participan en pequeñas porciones del mercado.</p> <p>A pesar del interés del artesano por incrementar sus ingresos, la situación planteada anteriormente no ha cambiado con los años, porque la dependencia tecnológica en el proceso de elaboración de artesanías implica una escasa actividad asociada a la elaboración de nuevos productos.</p> <p>Los artesanos se les dificulta la innovación de sus productos porque no tienen contacto con los clientes para generar ideas, tampoco tienen un área para investigación, con recursos monetarios para concretar sus ideas de innovación, pero lo que sí es un hecho real, es que, si</p>	<p>La valorización económica de la artesanía es uno de los aspectos que más da de que hablar ya que para nadie es un secreto que esta actividad se convirtió en una fuente de ingresos para muchas comunidades de artesanos, pero por muchos factores es el aspecto que en realidad tiene mucha importancia, pero a su vez es el que causa más problemas.</p> <p>La falta de accesibilidad a ciertas tecnologías, estrategias y formas de realizar sus actividades es de los causantes mayores de que la artesanía no pueda ser en muchos casos un negocio exitoso para los mismos artesanos.</p>

	<p>ellos no aprenden a mejorar su producto y comercializarlo, tarde o temprano, otros lo harán.</p>	
<p>INNOVACIÓN</p>	<p>La implementación eficiente de una estrategia de manufactura permite a las empresas mejorar entre otros aspectos la calidad del producto, reducir costos de producción y contar con una mayor flexibilidad, que se ven reflejados en mayor competitividad para la empresa.</p> <p>Se espera que las empresas o en este caso los artesanos tengan la capacidad de innovar para adaptarse a nuevos ambientes porque de lo contrario se verían en desventaja en relación con sus competidores.</p> <p>Las artesanías “por sus características, pertenecen a un segmento de mercado donde los consumidores que buscan variedad, originalidad, no pueden aceptar fácilmente una versión estandarizada del producto y tienden a la exclusividad y a la distinción que se logra cuando los productos son únicos y por lo tanto los consumidores que prefieren productos artesanales tienden a pagar un precio elevado por ellos”. Entonces es de suponer que el cambio tecnológico está entre las acciones más prominentes, que los artesanos deben realizar para enfrentar los embates de la competencia.</p> <p>Con productos de mejor calidad y nuevos diseños, los artesanos podrían ingresar a mercados regionales, nacionales e internacionales, mejorando sus ingresos y por lo tanto elevando su nivel de vida.</p>	<p>En esta parte se habla de lo necesario que es para los artesanos brindar nuevas ideas a sus productos para poder mantenerse relevante para sus clientes en el mercado.</p> <p>a pesar de que muchas personas entienden el trabajo duro detrás de las artesanías no muchas les interesa y simplemente quieren un producto que sea digno de cumplidos.</p> <p>En este documento es muy interesante ver cómo es posible aplicar el modelo de las empresas en negocios de artesanía para así poder potenciar esta actividad económica.</p> <p>Al ser artesanías, se entiende que viene de años atrás las técnicas y formas de hacer los objetos, pero a su vez si se quiere vivir de esto es necesario adaptarse a los cambios que ocurren en la sociedad, sin necesariamente perder la esencia, es cuestión de nuevos diseños, colores, formas y productos</p>

<p>COMPETITIVIDAD Y ESTRATEGIA</p>	<p>No basta con producir un producto de calidad o a bajo costo, sino la empresa debe ser capaz de hacer entender al cliente que está recibiendo el mejor producto, lo mejor de la empresa, donde la mezcla de mercadotecnia juega un papel muy importante.</p> <p>A través de los recursos, una empresa obtendrá una ventaja competitiva sostenible, implementando estrategias que explotan sus fortalezas internas y son capaces de aprovechar las oportunidades del medio ambiente, mientras neutralizan las amenazas de este y evitan las debilidades internas.</p> <p>las estrategias de mercadotecnia (incluyen el conjunto de decisiones sobre producto, precio, plaza y promoción.) permiten a las empresas ser más competitivas. A través de la aplicación eficiente de una mezcla de mercadotecnia las empresas pueden lograr productos más atractivos, crearles cualidades para obtener mejor precio, y colocarlos en los lugares donde son demandados.</p> <p>La empresa debe ser capaz de innovar para poder ofrecer productos novedosos y de manera rápida que le permitan satisfacer las necesidades de los clientes, permitiendo a la empresa continuar en un ambiente caracterizado por los rápidos cambios tecnológicos y de consumo.</p> <p>Son muy pocos los negocios de artesanía en donde se controlan conocen y manejan conscientemente las estrategias de investigación y desarrollo además de las de control y contabilidad, por lo que en este trabajo solo interesa operacionalizar las estrategias de manufactura y de mercadotecnia.</p> <p>La estrategia de manufactura gira alrededor de crear la función de manufactura como un arma competitiva para asegurar en el largo plazo una ventaja competitiva sostenible sobre los competidores</p>	<p>En el caso de las artesanías la competitividad es un tema un poco delicado, ya que sus competencias son personas de la misma comunidad que saben las técnicas de la misma manera, lo que es necesario para los artesanos es encontrar ese aspecto diferenciador y competitivo en el mercado artesanal.</p> <p>Los artesanos aparte de su conocimiento de la técnica de lo que están realizando deberían complementar eso con otros aspectos que les permita innovar, en el texto explican que en realidad son muy pocos artesanos los que tienen bajo control la manera en la que producen y la cantidad que venden para así permitirles saber el precio correcto de cada una de sus artesanías.</p>
<p>Artesanía</p>		

<p>VALOR DE USO</p>	<p>El trabajo artesanal. Se trata de una técnica muy poderosa que da frutos de interpretación del mundo pero que, al estar ligada a formas productivas naturales, formas sensibles y perceptivas, no produce un vuelco en los significantes. Por el contrario, es razón inmediata, que se busca en el presente y no de forma existencial, sino pragmática; produce útiles antes que obras y se encadena al valor de uso de las cosas.</p> <p>La obra artesanal, siempre conmensurable en su uso, sólo se alcanza porque el espíritu llega a esta cosificación extrañado de sí, «ya muerto», y en consecuencia la artesanía no alcanza lo esencial de la obra de arte: el significado.</p> <p>La existencia de la artesanía es un referente análogo de la existencia de los útiles en el mundo o, mejor dicho, de las cosas en tanto útiles. De ahí su permanencia en el tiempo.</p> <p>Justo el valor de uso impide el pleno desarrollo de la magia y la mística que somete la obra de arte.</p> <p>Respecto a la artesanía, debe de desmantelarse, esencialmente, su valor de uso, sólo así se consolida la obra de arte.</p> <p>Definitorio de la artesanía es que su significado se genera en su uso; ahora, este valor de uso se acentúa como acto de resistencia en una sociedad que ha destacado, de manera fundacional y fundamental, los valores que no necesariamente tienen que ver con el uso de las cosas.</p> <p>Existe una permanente desvalorización del estudio de las obras artesanales.</p>	<p>En este documento se respaldan con las ideas de Hegel, por lo tanto, le dan demasiada importancia a todo lo que tiene que ver con la magia y el significado de las obras de arte.</p> <p>Mencionan como la artesanía ha sido víctima del capitalismo y ha dejado que este le quite el verdadero punto de la artesanía, que sería el significado cultural.</p> <p>El valor de uso al ser parte del capitalismo le quita todo ese significado que hay detrás de una artesanía.</p> <p>Por el contrario, debería ser su significado el que le da este valor de uso a las artesanías.</p>
----------------------------	---	--

<p>VALOR ARTÍSTICO y MAGIA</p>	<p>la dialéctica del arte es: inaugurar un proceso de quietud o triunfo del entendimiento sobre la percepción y, a la vez, denotar el fracaso de este triunfo, al recordar al intérprete de la obra que el sentido primordial se alcanza a través de la percepción.</p> <p>la artesanía carece de esa función de sublimación.</p> <p>Como «las abejas construyen sus celdillas», dice Hegel, es como procede el artesano o la artesana. Realiza un trabajo instintivo, donde el espíritu cultural de un pueblo, a través de un demon muy especial y difuso en la red social, el trabajador o trabajadora artesanal, genera objetos necesarios para la comunidad y, de forma secundaria, vacía los aspectos centrales de la cultura en su obra.</p> <p>Esta labor de independencia y conciencia que se genera en las sociedades y que se decanta de manera supina en la elaboración artesanías, tiene su anclaje, en primer lugar, en el valor de uso del trabajo artesanal.</p> <p>El arte se pone al servicio de la magia, es decir, se vuelve útil, sólo después de haber desbordado por la vía de la abstracción y la figuración, la significación estrechamente utilitaria de los objetos del trabajo.</p> <p>el proceso artesanal permanece ajeno a tales procesos por estar ligado al uso de la materia. Por esto, el arte al desarrollarse vuelve a ser un útil para la magia, pero la artesanía, al no dinamizar el proceso de desarrollo interno, no puede ser subsumido por un proceso cultural.</p>	<p>Hablan de la globalización y de cómo la producción masiva de los objetos creativos hace que pierda su magia y su real significado</p> <p>También mencionan sobre como la artesanía es ajena a el arte.</p> <p>El arte pierde su magia cuando es hecha con un proceso lógico, la magia está en la abstracción</p>
---------------------------------------	--	---

La artesanía en cuerno de toro: generación de valor y análisis de costos de producción

<p>CADENA DE VALOR</p>	<p>En la artesanía, el pueblo le habla al pueblo, le atiende sus necesidades materiales y espirituales, elaborando sus materias de una forma que sea ajustada al modo de sentir comprender de la comunidad.</p>	<p>Entienden que la artesanía viene con algo más que simplemente hacer el producto, entienden que viene con un recorrido cultural, desde sus</p>
-------------------------------	---	--

	<p>La artesanía cuando es auténtica es lugar antropológico de encuentro del hombre con los universos que lo constituyen. Por esto es por lo que la artesanía, como quehacer de una comunidad, es un espacio democrático donde el pueblo se encuentra con aquello que lo puebla y que le posibilita poblar.</p>	<p>ancestros y a pesar de que en antes estos objetos tenían significado meramente espiritual y cultural, los tiempos han avanzado y ya son parte de la economía de los artesanos.</p>
<p>IMPORTANCIA económica</p>	<p>Es evidente la necesidad de que el potencial económico y cultural de la artesanía sea reconocido y apoyado por el gobierno y por la empresa privada, para avanzar en una democracia donde la participación sea real y efectiva</p> <p>La artesanía es fuente de riqueza humana a condición de que la sociedad la valore, le dé el apoyo que necesita para ocupar el lugar que le corresponde.</p> <p>La importancia económica y la riqueza que puede derivarse de la actividad artesanal, se ha estudiado su posicionamiento, competitividad y su cadena de valor como factores importantes para su desarrollo.</p>	<p>Según lo dicho anteriormente es necesario ayudar a que los artesanos logren sacar el mejor provecho posible a sus creaciones y puedan hacer que este sea su fuente principal de ingresos, pero además de esto sea un negocio bien establecido que les permita entender de qué manera deberán vender las artesanías.</p>
<p>FACTORES PARA CONSIDERAR PARA UN NEGOCIO DE artesanías</p>	<ol style="list-style-type: none"> 3. <u>Tipo de organización</u>: La estructura de la organización, con el propósito de lograr su máxima eficiencia, establece las relaciones que deben existir entre las funciones, niveles y actividades de los elementos materiales y humanos. El tipo de organización influye en el tipo de canal para determinar su extensión y su funcionamiento 4. <u>Ubicación del negocio</u>: La localización de los sitios de producción es importante para determinar los ingresos y beneficios de los artesanos, por el costo del transporte, la transferencia de bienes en el espacio y en el tiempo, específicamente del lugar de producción al de intercambio y al de uso. 5. <u>Antigüedad del Negocio</u>, La antigüedad del negocio se relaciona con la confianza del consumidor y con el reconocimiento de la comunidad 6. <u>Tipo de producto</u>, La producción artesanal es una de las actividades más importantes para la mayoría de las familias del campo, y representa para ellos su principal fuente de ingreso; Aunque es arte también es un negocio. Hablar de artesanías es hablar de 	<p>Como explica en este documento, la artesanía es arte, pero también es un negocio y es el sustento de muchas familias, para lograr que este sea un negocio óptimo y genere más ingresos que pérdidas es necesario crear unas estrategias en unos factores básicos de las empresas tradicionales que se puedan aplicar al modelo de negocio de las artesanías y permitir que los artesanos crezcan.</p>

	<p>expresiones y de sentimientos creados en objetos por las manos del hombre.</p> <ol style="list-style-type: none"> 7. <u>La producción</u> comprende la reunión de todos los elementos (suministros, equipamientos, profesionales) necesarios para la realización (materialización) de las expresiones culturales. 8. <u>La difusión</u> es hacer llegar al público expresiones culturales, generalmente reproducidas industrialmente o de forma masiva. 9. <u>La promoción/exposición</u> concierne las actividades dirigidas al público para facilitar la comprensión de una obra o los medios de marketing utilizados para aumentar la audiencia. 10. <u>El consumo/participación</u> se refiere al acceso del público a productos culturales y a tomar parte en experiencias culturales, incluyendo las prácticas de aficionados. <p>En la comercialización de las artesanías, como en la de cualquier producto, los estándares de calidad y volúmenes de producción para mantener un mercado hacen que el negocio se preocupe más por los canales que por el producto. El canal en sí es importante por la cantidad de servicios que proporciona al artesano, y que no están a su alcance, como el transporte, la selección de mercados, el empaque, los productos en una línea más amplia, la información sobre mercados, y otros.</p> <p>Conclusiones: En el mundo conectado la generación de plataformas que permitan comercializar las artesanías puede considerarse como un área de oportunidad que debe ser aprovechada por el sector al acortar el canal de ventas, distribución, promocionar y difundir sus creaciones. Un aspecto que valdría valorar es la capacidad de personalización que tienen estas artesanías ya que es lo que el mercado actual busca; de igual forma es necesario para el artesano conocer sus costos de producción, identificar a su competencia y generar alianzas que en el corto plazo ayuden a cumplir grandes pedidos.</p>	<p>Los resultados de este proyecto muestran unas cifras que realmente son preocupantes ya que no muchos no cuentan con los requerimientos mínimos para lograr empezar a construir el negocio.</p>
--	---	---

Caracterización del artesano de la provincia guanentina: ¿quimera o realidad?

<p>artesanía</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Objeto utilitario: Es el que se replica varias veces y llega a ser una elaboración a gran escala. 2. Objeto estético: Es el que es considerado una pieza única. 	<p>Clasifican la artesanía en dos tipos de objetos, esta información puede ser muy útil cuando hablemos sobre la valorización.</p>
-------------------------	---	--

Según la Ley 36 de noviembre 19 de 1984 hay tres tipos de artesanía

- Artesanía Indígena
- Artesanía Tradicional
- Artesanía contemporánea

Se considera artesano a la persona que ejerce una actividad profesional creativa en torno a un oficio concreto en un nivel preponderantemente manual y conforme a sus conocimientos y habilidades técnicas y artísticas, dentro de un proceso de producción.

Trabaja en forma autónoma, deriva su sustento principalmente de dicho trabajo y transforma en bienes o servicios útiles su esfuerzo físico y mental

el artesano incluye aspectos relacionados con la manera en que se concibe el producto, los procesos de elaboración de este,

el manejo que se hace de los materiales implicados en tal elaboración, las herramientas y el manejo que se les da, determinado por la capacidad de elaboración del artesano; esto sin referirse al proceso de diseño mismo.

Si bien el objeto que elabora el artesano es una obra de arte que, por su carácter único, por el oficio manual que genera productos impares, y que además representa el sentir de un pueblo, el devenir de un contexto dado.

Anexo 7 Entrevista 1

ENTREVISTA #1	
<u>Tema:</u> Transmisión de la identidad cultural y valorización de la artesanía	
<u>Objetivo:</u> Describir la incidencia de la Transmisión de la identidad cultural en la valorización de la artesanía	
<u>Dirigida a:</u> Artesanos	
<u>Tiempo estimado de la entrevista:</u> 10 minutos aprox.	
<u>Autoriza el uso de los datos para fines académicos:</u> Si <input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> <u>Autoriza grabar la presente entrevista para fines académicos:</u> Si <input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	
<u>Información personal del entrevistado:</u> <u>Nombre:</u> Adenis María Boscán González <u>Edad:</u> 37 <u>Lugar de residencia:</u> Guajira	
<u>Inicio:</u> Información preliminar	<u>Preguntas:</u> 3. Cuál es el tipo de producto que ofrece: Ofrecemos muchos productos, el del mercado de la guajira en representación de la comunidad estrella, traemos mochilas de una hebra, con diferentes simbologías, colores, todo lo que resalte con su comunidad, todo va enfocado hacia el contexto, hacia la cosmovisión wayuu 4. ¿Primera vez en expo artesanos? ¿Hace cuanto participa? El grupo como tal no, ya había venido otra persona, pero si es mi primera vez en Medellín
<u>categoría 1</u> Transmisión de la identidad cultural	<u>Preguntas:</u> • ¿Desde hace cuando es artesano? Desde los 12 años • ¿Cómo aprendió el saber de la artesanía? Dentro de la comunidad wayuu por medio de consejos, a través de la oralidad, el wayuu no tiene un libro que le explique, la mujer wayuu sienta a las niñas desde temprana edad a hacer unas primeras puntadas, como las basecitas, los cordones, cuando esta tienen su primera menstruación a ellas las encierran para poder transmitir el conocimiento, el aprendizaje para poder transmitir lo que es el tejido, el respeto,

	<p>los valores y resaltar siempre la lengua donde uno vaya.</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es lo que más recuerda de cuándo aprendía el saber artesanal? <p>Lo que más recuerdo son los relatos de mi abuela, cuando ellos están haciendo la orientación ellos van relatando sus historias de como aprendieron, con que color aprendieron, el significado de la simbología y de los colores en las mochilas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Ha compartido todo este saber con otras personas? ¿con quienes? <p>Si, hemos compartido el conocimiento a través de la oralidad con las niñas de la comunidad, con otras mujeres artesanas, porque siempre vivimos transmitiendo el conocimiento.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Para usted, ¿es importante que todo el saber de la artesanía sea transmitido a otras personas? ¿por qué lo considera? <p>Personalmente pienso que es transmitir el significado, la simbología y el conocimiento, pero no el tejido como tal, porque cuando uno no es wayuu, no es alguien nativo, para adquirir todo el saber de la técnica no me parece porque ya no sería un tejido wayuu sino ya sería un tejido occidental, mezclado con otro conocimiento. Para poder respetar un límite es mejor que sea de una misma etnia</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué representa para usted recibir o aprender el saber artesanal o el saber de la artesanía? <p>Representa conocimiento, conocer las raíces es fundamental, es la riqueza fundamental que nos dejaron nuestros ancestros, poder mantener vivo ese conocimiento de generación en generación por muchos años más, es un legado que se debe atesorar día a día con las generaciones que se vienen. Y aparte de esto es que por medio de estas artesanías los vendemos y podemos mantener un sustento para la familia, en el hogar, en la educación y en lo personal.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Actualmente, ¿hay más personas interesadas en aprender o conocer todo el saber artesanal y la historia cultural que hay detrás de ella? ¿quiénes son estas personas?
--	---

	<p>Hoy en día hay muchas personas, inclusive nuevos diseñadores son los que nos han visitado para aprender y conocer más a fondo la técnica, el diseño, los colores y en si como es la tierra, ya que acá en Medellín tienen una vegetación muy hermosa, muy florida, mientras que la de nosotras es un poquito más tierra, más árida, más seca, entonces la vegetación nunca es igual y lo que hace es que hay un contraste de colores, de plantas, simbologías y diseños.</p>
<p><u>categoría 2:</u> Valorización de la artesanía en la actualidad</p>	<p><u>Preguntas:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué representa para usted todo el producto de sus manos, su artesanía? <p>Para mí representa mis sueños, mis esperanzas, en cada artesanía en cada producto, hay historias detrás de ellas, hay una mujer artesana que se levanta a tejer a hilar puntada tras puntada para poder llevar un sustento sus hogares y todo eso representa el conocimiento, los sentimientos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Así como usted ve (en importancia y significado) sus productos y obras, es como el público y las demás personas lo ven? <p>Son muy pocas las personas que lo entienden, son muy pocas las personas que quieren conocer la historia de un producto, digamos tú quieres un bolso pero tú no sabes que hay detrás, quien lo hizo, que manos lo fabricaron, en qué momento, que sintió esa persona al momento de hacer esa creación, al combinar esos colores, estaba enamorada, estaba triste o había sufrido algo, por eso es muy importante para nosotros la historia de cada producto, de cada persona, todas las mujeres artesanas se inspiran por algo, hacia algo y para qué.</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál ha sido la parte más difícil de darse a conocer a otras personas que no están relacionadas con todo el proceso y la historia detrás de sus productos artesanales? <p>Lo más difícil para nosotros es que valoren el producto por su esencia, no por el objeto, es difícil enseñarle a la persona que acabo de</p>

	<p>comprar esa mochila que no es solo para guardar sus objetos, sino que detrás hay una historia, hay un sentimiento y que hay una madre artesana detrás de esa mochila.</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Quiénes son las personas que realmente valoran su producto y la artesanía que ven? <p>Se puede decir que todas las personas de manera generalizada, al momento de tu adquirir un producto tú le das un valor.</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cree usted que estas personas que valoran lo que usted hace y cada pieza, tienen conocimiento de todo lo que le ha tomado a usted y el saber de la artesanía que usted pone en obra? <p>Hay personas que, si lo valoran, personas que saben que hay una historia detrás de esa mochila o que tienen conocimiento de eso y hay otras personas que no, que simplemente lo ven como algo decorativo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cómo considera usted que es la valorización o aprecio de la artesanía actualmente ¿cuál ha sido la parte más complicada? <p>Darle valor a los productos ha sido muy complejo porque hay mucha competencia en el mercado, hay muchas personas que no son wayuu y que ya manejan la técnica y lo hacen pero no con ese amor con el que nosotros lo hacemos, con esa dedicación y es un producto que no nace del territorio, entonces es muy difícil el valor, cuando presentamos el valor en el mercado, como en este momento pero dicen no porque es muy caro, lo consigo en otra parte más económico, pero ellos no saben por qué los consiguen más económico, ellos no saben que hay mujeres wayuu que salen en la mañana, ofrecen una mochila en 20.000 pesos para poder comprar un kilo de arroz o algo parecido, es la necesidad de la persona lo que lo hace económico.</p>
<p><u>Notas finales:</u> Agradecimiento por la participación y aporte a la construcción de este proceso investigativo. Cierre de entrevista.</p>	
<p><u>Observaciones:</u></p>	

Si son pertinentes. Actividad investigativa solamente de fines académicos.

Fecha de realización:
26/09/2021

Anexo 8 Entrevista 2

ENTREVISTA #2	
Tema: Transmisión de la identidad cultural y valorización de la artesanía	
Objetivo: Describir la incidencia de la Transmisión de la identidad cultural en la valorización de la artesanía	
Dirigida a: Artesanos	
Tiempo estimado de la entrevista: 10 minutos aprox.	
Autoriza el uso de los datos para fines académicos: Si <input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	
Autoriza grabar la presente entrevista para fines académicos: Si <input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	
Información personal del entrevistado:	
Nombre: Patricia Hurtado	
Edad: 36	
Lugar de residencia: Misak	
Inicio: Información preliminar	Preguntas: 1. Cuál es el tipo de producto que ofrece: Mi tipo de producto es en lana de ovejo con técnica crochet y telar vertical 2. ¿Primera vez en expo artesanos? ¿Hace cuanto participa? si
categoría 1 Transmisión de la identidad cultural	Preguntas: • ¿Desde hace cuando es artesano? Desde muy niña, desde los 10 años soy artesana • ¿Cómo aprendió el saber de la artesanía? Eso nos lo van transmitiendo en la casa, mi abuelita se lo transmite a mi mamá, mi mamá a mí y yo ya lo voy transmitiendo a mis hijos, entonces viene de generación en generación • ¿Qué es lo que más recuerda de cuándo aprendía el saber artesanal? Los regaños, a uno le cogen las cosas y le dicen “así no es” y le empiezan a desbaratar todo porque tengo que aprender a hacerlo perfecto. • ¿Ha compartido todo este saber con otras personas? ¿con quienes? Si, tengo un equipo en donde aprendemos cada una de cada don, una tiene un don más específico, somos una asociación donde compartimos y reaprendemos

	<ul style="list-style-type: none"> • Para usted, ¿es importante que todo el saber de la artesanía sea transmitido a otras personas? ¿por qué lo considera? <p>Si, porque son legados que tenemos que ir dejando, porque nuestra comunidad no tiene nada escrito, todo es oral, entonces hay que ir transmitiéndolo, peor ya hay muchos que van grabando y haciendo videos, pero si es muy importante que no se apague esa raíz</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es lo más representativo de su región o lugar de origen que este en sus productos? <p>Para nosotros la mochila, la mochila es fundamental ahí es donde cargamos todo lo llevamos a nuestras huertas, lo que traemos de nuestras huertas que es nuestra comida, lo que llevamos ya del intercambio que también ya son cosas diferentes de la comida.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Actualmente, ¿hay más personas interesadas en aprender o conocer todo el saber artesanal y la historia cultural que hay detrás de ella? ¿quiénes son estas personas? <p>Si, estamos en ese proceso de volver a recordar nuestra historia, la juventud de la comunidad esta ya muy adiestrada, muy comprometida con esto, estamos rescatando todo esto que quedo muy atrás.</p>
<p>categoria 2: Valorización de la artesanía en la actualidad</p>	<p>Preguntas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué representa para usted todo el producto de sus manos, su artesanía? <p>Para mi artesanía es vida, contar y recordad siempre esa historia tan bonita que nos dejaron nuestros mayores.</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Así como usted ve (en importancia y significado) sus productos y obras, es como el público y las demás personas lo ven? <p>Son muy pocos la verdad, de verdad que todo esto lo aprecie el público es muy poco, hay otros que en realidad saben que valor tiene un tejido, mientras que hay otros que no, ellos piensan que nosotros hacemos esto porque lo sabemos hacer y porque nos gusta, pero no ven la historia que tiene cada mochila.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál ha sido la parte más difícil de darse a conocer a otras personas que no están relacionadas con todo el proceso y la historia detrás de sus productos artesanales? <p>De pronto hacerlos entender que uno nunca vende un producto, si no una historia</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Quiénes son las personas que realmente valoran su producto y la artesanía que ven? <p>Pues en si valorado, hay un porcentaje mínimo, hay unos jóvenes en donde están encontrando esas raíces, hay unos mayores en donde saben de dónde venimos, y otro porcentaje que ignora totalmente, ellos no tienen raíces y piensan que nadie tiene raíces.</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cree usted que estas personas que valoran lo que usted hace y cada pieza, tienen conocimiento de todo lo que le ha tomado a usted y el saber de la artesanía que usted pone en obra? <p>Pues no tienen todo el conocimiento del oficio en sí, pero si tienen conocimiento de la historia que lleva tras de ella.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cómo considera usted que es la valorización o aprecio de la artesanía actualmente ¿cuál ha sido la parte más complicada? <p>De pronto la parte más complicada es la parte comercial, empezar a cuantificar que tanto tiempo le invertimos y que vale esa historia que estamos contando. Porque, pues las personas que son los clientes buscan mucho descuento, quieren un producto muy bueno que les va a durar mucho tiempo, pero demasiadamente económico.</p>
<p><u>Notas finales:</u> Agradecimiento por la participación y aporte a la construcción de este proceso investigativo. Cierre de entrevista.</p>	
<p><u>Observaciones:</u> Si son pertinentes. Actividad investigativa solamente de fines académicos.</p>	
<p><u>Fecha de realización:</u> 26/09/2021</p>	

Anexo 9 Entrevista 3

ENTREVISTA #3	
Tema: La artesanía, patrimonio material e inmaterial	
Objetivo: Describir la incidencia de la Transmisión de la identidad cultural en la valorización de la artesanía	
Dirigida a Artesanos	
Tiempo estimado de la entrevista: 10 minutos aprox.	
Autoriza el uso de los datos para fines académicos: Si <input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Autoriza grabar la presente entrevista para fines académicos: Si <input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	
Información personal del entrevistado:	
Nombre: Esneider Padernina	
Edad:	
Lugar de residencia:	
Inicio: Información preliminar	Preguntas: 1. Cuál es el tipo de producto que ofrece: Esta en coco, cacho, hueso y madera 2. ¿Primera vez en expo artesanos? ¿Hace cuanto participa? Si
categoría 1 Transmisión de la identidad cultural	Preguntas: <ul style="list-style-type: none"> • ¿Desde hace cuando es artesano? Hace 22 años • ¿Cómo aprendió el saber de la artesanía? Al barrio llegaron un grupo de artesanos, ya el señor José Miguel falleció, yo aprendí el arte y de ahí lo hemos evolucionado, cosa que él no hacía, entonces nosotros los jóvenes lo hacemos • ¿Qué es lo que más recuerda de cuándo aprendía el saber artesanal? Los regaños • ¿Ha compartido todo este saber con otras personas? ¿con quienes? Si, con mis hermanos, amigos • Para usted, ¿es importante que todo el saber de la artesanía sea transmitido a otras personas? ¿por qué lo considera?

	<p>Si, es importante porque, si yo me quedo con eso y fallezco, quien más lo va a hacer por eso es importante</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué representa para usted recibir o aprender el saber artesanal o el saber de la artesanía? <p>Para mí es un orgullo ser artesano y gracias a Dios con esto es el sustento de mi familia, por eso me lleno de orgullo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es lo más representativo de su región o lugar de origen que este en sus productos? <p>El cacho más que todo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Actualmente, ¿hay más personas interesadas en aprender o conocer todo el saber artesanal y la historia cultural que hay detrás de ella? ¿quiénes son estas personas? <p>Si, hay niños de 10 años, van al taller, se quedan viendo. De la misma comunidad</p>
<p>categoria 2: Valorización de la artesanía en la actualidad</p>	<p>Preguntas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué representa para usted todo el producto de sus manos, su artesanía? <p>Para mí que sale un producto hecho por mis manos, me lleno de orgullo porque este producto va a llegar a muchas regiones, entonces al saber que cada persona usa algo que yo he hecho es emocionante.</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Así como usted ve (en importancia y significado) sus productos y obras, es como el público y las demás personas lo ven? <p>Algunos sí, otros no, a veces se asustan con el precio, pero no saben que detrás de esto hay un trabajo muy grande</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál ha sido la parte más difícil de darse a conocer a otras personas que no están relacionadas con todo el proceso y la historia detrás de sus productos artesanales? <p>Cuando uno va a exponer, porque no todos lo cogen con la misma calma</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Quiénes son las personas que realmente valoran su producto y la artesanía que ven? <p>En el camino como vendedor y fabricante, uno va conociendo las distintas clases de personas,</p>

	<p>mas, acá en Medellín muchas personas valoran el trabajo artesanal</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cree usted que estas personas que valoran lo que usted hace y cada pieza, tienen conocimiento de todo lo que le ha tomado a usted y el saber de la artesanía que usted pone en obra? <p>Bueno no todas, uno les cuenta la historia ya ellos verán si le creen o no</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cómo considera usted que es la valorización o aprecio de la artesanía actualmente ¿cuál ha sido la parte más complicada? <p>Si llegas a mi puesto y me dices que lindo, como lo elaboras y yo te explico y lo más complicado es que le comentan a uno de todo y al final no compran nada.</p>
<p><u>Notas finales:</u> Agradecimiento por la participación y aporte a la construcción de este proceso investigativo. Cierre de entrevista.</p>	
<p><u>Observaciones:</u> Si son pertinentes. Actividad investigativa solamente de fines académicos.</p>	
<p><u>Fecha de realización:</u> 26/09/2021</p>	

Anexo 10 Red de Gráficos Manual Whiteboard

