



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
Artesanías de Colombia S. A.
Unidad de diseño

**Fortalecimiento empresarial y comercial del sector artesanal
en el departamento del Atlántico**

Desarrollo de imagen corporativa
Trabajo del totumo en Tubará,
Tejeduría en palma de iraca en Usiacurí
y Tejeduría en bejuco en Galapa

Diseñador gráfico
Yimmy Alberto Ortiz Arias

Bogotá, D. C. septiembre de 2005



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
artesanías de colombia s.a.

Oficina de diseño

Fortalecimiento empresarial y comercial del sector artesanal
en el departamento del atlántico

Desarrollo de imagen corporativa
Trabajo del totumo en Tubará,
Tejeduría en palma de iraca en Usiacurí
y tejeduría en bejuco en Galapa

Cecilia Duque Duque
Gerente general

Ernesto Orlando Benavides
Subgerente administrativo y financiero

Lyda del Carmen Diaz
Directora unidad de diseño

Yimmy Alberto Ortiz Arias
Asesor en diseño

Bogotá, D. C. septiembre de 2005

Artesanías de Colombia, consciente del lugar que ocupa en el sector artesanal en la economía del país, busca que el artesano sea cada vez más competitivo en el mercado nacional e internacional por medio de asesorías en tendencias de diseño, manejo de nuevos materiales, rescate de oficios y materiales, innovación y desarrollo tecnológico, manejo de costos, comercialización, identidad gráfica, exhibición de productos y diseño de empaques y embalajes.

En este informe se presenta el desarrollo del proceso de creación de identidad corporativa para los oficios artesanales en los municipios de Galapa, Usiacurí y Tubará. Además del desarrollo de la imagen corporativa de la artesanía en el departamento del Atlántico.

Ninguno de los grupos artesanales tenían ningún proyecto de identidad gráfica desarrollado, razón por la cual el proceso debió iniciarse con la información proporcionada por el Centro de Diseño, incluida en los informes de las diseñadoras textiles e industriales que hicieron el trabajo de campo en los municipios anteriormente mencionados.

La información contenida en ellos y la adicional que se pudo consultar en medios como la internet dieron algunas pautas conceptuales y de diseño que fueron aplicadas a las soluciones finales, como veremos a continuación.

DESARROLLO DE IDENTIDAD GRÁFICA PARA LA TEJEDURÍA EN PALMA DE IRACA EN USIACURÍ



La propuesta gráfica para la representación de este oficio se basó en el arte de la tejeduría y sus diferentes tipos de tejidos (estera, ojo de perdíz, estrellita, flor de nudillo, flor de papaya, tafetán y algunos otros) sin remitirse a ninguno exclusivamente para no centralizar la idea. La propuesta es una síntesis de uno de los tejidos y su posterior esquematización, logrando de esta manera mostrar el entretejido mismo a partir de las tiras de iraca elaboradas por los mismos artesanos, logrando crear un módulo simple que al ser repetido sistemáticamente traerá como resultado las diversas piezas creadas por ellos.

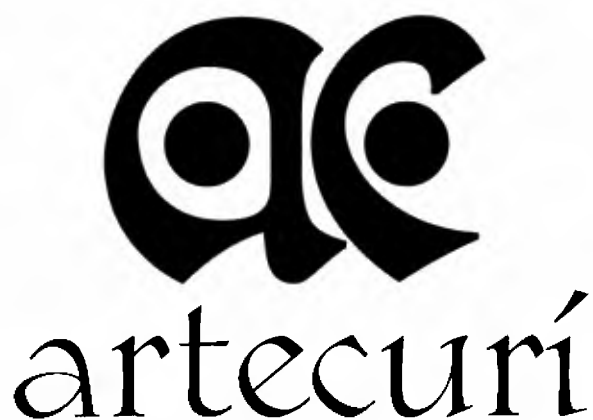
Los colores identifican la iraca en sus estados primitivos y más tradicionales, y no incluye los posteriores tratamientos de tinturado que realizan, pues la gama de colores es muy extensa. El color negro le da realce al color mismo de la iraca y aporta ese punto de tensión necesario para lograr llamar la atención y dar un reconocimiento posterior al logotipo. Además su forma romboide implica tensiones que representan la variedad de productos y el no estancamiento en una sola idea.

El nombre es una alusión directa al municipio y su significado:

Usia: señoría

Curí: nombre del Cacique Curí que dominaba la zona en la época de la llegada de los españoles

La identificación con el pasado de esta cultura nos da una referencia directa de su tradición, logrando de esta manera una identificación toponímica del producto artesanal con una referencia directa que también hará sentir identificados a los artesanos.



Luego de la primera evaluación, el comité de diseño dispuso que la propuesta no era lo suficientemente clara y relacionada con el tema artesanal, razón por la cual se presentó esta propuesta (número dos) totalmente figurativa y que planteaba un juego tipográfico. Esta propuesta no tuvo acogida y se decidió volver a la propuesta número uno, que era mucho más relacionada gráficamente con el producto artesanal.



Con base en las indicaciones del comité, se trabajó nuevamente la propuesta en blanco y negro, sintetizando aún más las formas y logrando una unidad mucho más compacta entre el logotipo (texto) y el imagotipo (figura).

El nombre aún no era del todo del agrado del comité, por lo cual para la siguiente propuesta y final, se optó por la opción más clara y explícita disponible.



La identidad gráfica final, retomó los elementos diseñados desde la primera propuesta. Representando gráfica y esquemáticamente el tejido de los productos y el color natural de la iraca. Se utilizó el nombre del producto mismo por ser el más obvio y claro dentro del contexto. Para dar sentido de pertenencia, se utiliza el nombre de la población como parte activa del logotipo.

El resultado es una imagen compacta y agradable en color y forma que permite una rápida identificación del producto y su procedencia.





Cian: 10
Magenta: 30
Amarillo: 50
Negro: 0



Cian: 30
Magenta: 60
Amarillo: 100
Negro: 0

ITC KABEL

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

0123456789

DESARROLLO DE IDENTIDAD GRÁFICA PARA LA TEJEDURÍA EN BEJUCO EN GALAPA



La investigación realizada nos llevo a la conclusión de que el producto más representativo de esta zona es la cestería, razón por la cual se tomó como base para la identificación gráfica el análisis de proceso de tejido de los canastos desde su inicio hasta su finalización. Bajo estos parámetros se halló una constante en el inicio del proceso, consistente en un entretejido simple para luego comenzar un proceso más complejo, que

consiste en dar las diferentes formas al canasto.

De esta manera, se representa el inicio del proceso con una figura simple como es la cruz y el proceso posterior se representa mediante la radiación que representa el proceso de formación del producto en sí.

Se contempló que los colores que se manejan son muy básicos hasta ahora, razón por la cual se manejan los dos tonos presentados: el color café que representa al bejuco como se viene trabajando hasta ahora y el negro que implícitamente representa las posibilidades de color alternas.

El nombre del producto fue hallado mediante la investigación del significado de el nombre del municipio:

su nombre significa "sobre el agua arenosa", pero este significado viene de el vocablo mexicano xalapan.

La referencia que se buscó con relación a lo investigado, es la misma constante que se ha manejado con las otras identidades; una referencia que identifique la tradición y el antepasado cultural de sus pobladores.

La tipografía cursiva nos saca un poco de la rigidez misma tanto del logotipo como del producto tejido en sí. Añadiéndole además, la connotación del trabajo hecho a mano.



El concepto del comité respecto a la primera propuesta fue considerada demasiado dispersa en concepto y algo confusa en la presentación. Se optó manejar una propuesta más esquemática del concepto inicialmente manejado, optando por manejar el nombre de la población como elemento identificativo del producto artesanal. Esta segunda propuesta se consideró demasiado abstracta por lo cual se presentó la siguiente propuesta.



Una presentación estilizada de la letra g, simulando dos tiras de bejuco sobrepuestas. Se trabajó directamente con el nombre de la población para no generar confusiones con respecto a vocablos y se remata con la frase "diseño en bejuco" para no cerrar tanto el trabajo de los artesanos a sólo la cestería. Con esta propuesta se pretende llegar más al concepto manual del trabajo artesanal, permitiendo una visión más orgánica, estilizada y dinámica



La identidad gráfica final, fué una composición a través de los elementos y conceptos de las propuestas anteriores. Se mantuvo la tipografía de la segunda propuesta por considerarse mucho más dinámica, pero conservando rasgos clásicos, asimilando las propuestas de cestería de los artesanos. Se hizo un juego gráfico, intentando representar la tira de bejuco y el movimiento que toma la misma en el momento de tejer el canasto, envolviéndose y entretejiéndose con sus similares. Se conservó también la frase "Diseño en bejuco", conservando el concepto inicial planteado en la propuesta anterior. El color también hace alusión al color natural de la tira de bejuco.

galapa

Diseño en bejuco

galapa

Diseño en bejuco





Cian: 10
Magenta: 30
Amarillo: 50
Negro: 0



Cian: 50
Magenta: 70
Amarillo: 100
Negro: 0

GILL SANS

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

0123456789

DESARROLLO DE IDENTIDAD GRÁFICA PARA EL TRABAJO DEL TOTUMO EN TUBARÁ



Se plantea en este caso una representación abstracta del totumo y la nueva aplicación propuesta por la diseñadora quien hizo el trabajo de campo.

Generalmente, el totumo se ha trabajado sólo dividiéndolo en mitades. De esta forma se representa también la nueva manipulación que se le da a las láminas de totumo y sus múltiples aplicaciones en diversos elementos.

Se plantea una contraposición formal del volumen por medio de segmentos pero sin llegar a negar su concavidad. A partir de la descomposición del volumen en módulos rectangulares, contratándolos con

lo lineal del material complementario (madera) o en la oposición de formas cóncavas y convexas. La tipografía se encuentra muy relacionada con la materia prima en su estado natural, conservando el planteamiento gráfico de las formas curvas propias del totumo. El contraste de color se logra mediante la asimilación de tonalidades del totumo en su estado maduro (con una tonalidad roja) y el interior del mismo después de trabajado por el artesano (una tonalidad crema), además del juego de alto contraste propuesto en las piezas elaboradas por los artesanos tanto en las nuevas piezas contemporáneas, como en las clásicas de carnaval.

Se mantiene la tendencia de las anteriores en manejar el nombre del producto y de la población como elementos identificativos.



A pesar de que la línea de productos desarrollados por la diseñadora Angela Carrillo son totalmente de uso contemporáneo y sacados del contexto popular, para llevarlos a un contexto más especial como lo es la oficina, el comité evaluador consideró la anterior propuesta como equivocada pues no representaba la cultura como tal. Se decide proponer una solución gráfica con el referente directo no del producto sino

de la cultura que lo elabora y sus raíces precolombinas.

La figura de la cigarra representa para el habitante de Tubará el anuncio de las lluvias y por ende los beneficios de ella sobre la tierra (fertilidad). De esta manera, esta figura se ha vuelto como un símbolo de identidad para ellos.

Sus antepasados (de la tribu Mocana) tenían un lugar sagrado en donde plasmaban sus vivencias y creencias en enormes piedras (petroglifos), ese lugar tiene como nombre Kamás-hjorhu, vocablo indígena que significa: “es tranquila la esquina de Hu”. De la descomposición de esta palabra se obtienen los siguientes significados:

kamássh: eterno, duradero, tranquilo

hor: rincón, esquina

hu: sagrada, divinidad

De este vocablo, se decidió tomar el nombre de nuestro producto kamássh, que transmite la conservación de una parte de la cultura de su población, logrando de esta forma que ellos se sientan identificados no solo de manera visual sino también logrando una identificación toponímica.

La figura se presenta dentro de una figura circular, logrando una identificación esquemática de la materia prima que representa al totumo en sus fases, no solo la del fruto sino también dentro del proceso de tratamientos por la elaboración de sus artesanías. El contraste fondo forma representa esa transición no solo de la artesanía como tal sino también del nuevo contexto en el que se desean colocar.

La identificación cromática se logra manejando los colores del totumo en diversas etapas y procesos realizados sobre el mismo: el color negro (además de ser una alusión directa a los modelos propuestos por la diseñadora), es consecuencia de algunos procesos que se realizan al trabajar el totumo, como lo son el pirograbado y el quemado. El color rojo representa esa amplia gama de color que maneja el artesano en el momento de decorar sus artesanías, sobretodo aquellas elaboradas para el época del carnaval (uno de los puntos picos en ventas) en la que se manejan tonalidades vivaces y alegres. Y el color amarillo claro, es una alusión al tono del totumo sin tratamiento.

De esta forma se presenta esta solución gráfica como la identidad de la artesanía en totumo en el municipio de Tubará, esperando lograr cubrir todas las expectativas planteadas para el caso.

KAMÁSSH
TOTUMO - TUBARÁ

La anterior propuesta no tuvo acogida pues se consideró que la figura de la cigarra no era una buena opción para representar la cultura y sus artesanías. La palabra kamássh fue considerada como confusa y la tipografía daba connotaciones orientales. Por esta razón se presentó esta propuesta con la opción netamente tipográfica, sin embargo tampoco representaba ni el valor cultural de su gente ni el valor artesanal de sus productos.



**TOTUMO
TUBARÁ**
ARTESANÍAS

Una nueva propuesta se generó desde cero, cambiando el concepto, adentrándose hacia el concepto de hecho mano y haciendo un juego gráfico que involucraba la mano con el totumo en una interacción total.

Esta propuesta tampoco fue aprobada pues se consideró que el recurso gráfico era demasiado común y repetido en su utilización por otras organizaciones. Finalmente y a continuación se presenta la propuesta gráfica aprobada por la gerencia de Artesanías de Colombia.



Tubará
totumo

Se concluyó que la primera propuesta presentada era la más objetiva y la más acertada dentro de las presentadas. Pues se ajustaba al concepto del trabajo del totumo y a sus múltiples posibilidades de manipulación para la elaboración de nuevos productos. Junto con el color y el manejo tipográfico propuesto se definió como la opción más conveniente para la identificación del grupo artesanal de Tubará.





Cian: 30
Magenta: 100
Amarillo: 100
Negro: 0



Cian: 0
Magenta: 10
Amarillo: 40
Negro: 0

BAUHAUS

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

0123456789

DESARROLLO DE IDENTIDAD GRÁFICA PARA LOS ARTESANOS DEL ATLÁNTICO



Esta propuesta gráfica para los grupos artesanos del departamento del Atlántico, está basada específicamente en dos items relevantes:

El primero corresponde a los oficios artesanales realizados en la localidad que comprende el tejido en fibras naturales; representado en el logotipo entretejido de las fibras, con una alusión gráfica directa a la letra M de Mocaná. Y el color amarillo claro es una alusión al color interno del totumo y también al color interno de las fibras en suestado natural después del tratamiento y antes de los procesos de tinturado.

El segundo corresponde a la palabra Mocana, que se maneja en una tipografía alusiva a los petroglifos de la zona del departamento que habitan nuestros tres grupos de artesanos en cuestión y, de la tribu precolombina que habitó el departamento en épocas pasadas. Se maneja en color negro para no hacer alusión a otros tonos que tal vez generen confusión de identidad cromática.

La primera evaluación del comité de diseño vió en esta propuesta inconvenientes de lectura en el logotipo creado para la letra M, pues se llegaba a confundir con el número dos, además; no encontró claro el concepto aplicado acerca de los oficios artesanales.

ARTESANÍAS
MOCANA
 ATLÁNTICO

MOCANA
 Artesanías del Atlántico

Para la segunda propuesta se decidió manejar la misma propuesta, eliminando el imago tipo creado y conservando el resto de la misma. Fortaleciendo el concepto de lectura y manejándolo como un solo objeto.

El comité en esta ocasión no aprobó el uso de la tipografía, pues no la consideraron adecuada ya que no representaba los oficios artesanales y se centraba en el aspecto cultural (objetivo inicial de la propuesta).

La siguiente propuesta y final, tuvo un cambio total en la parte gráfica más no en el concepto que se deseaba plantear desde un comienzo, el cual es no representar físicamente ninguno de los oficios artesanales para no centralizar en ninguno de ellos, sino irse más hacia la parte cultural con la cual se sientan un poco más identificados los artesanos del Atlántico.

Intentando mantener la idea de representar el argot de los petroglifos, se diseñó una tipografía que representara gráficamente este tipo de arte y se conservó la idea de color presentada en la primera propuesta. La palabra Mocaná como nombre propio de el oficio artesanal en el departamento, se ajustó perfectamente a la identidad de todos los grupos artesanales bajo una premisa de identidad general.



Cian: 0
Magenta: 0
Amarillo: 0
Negro: 100



Cian: 0
Magenta: 15
Amarillo: 70
Negro: 0

DESARROLLO DE FOLLETO

Dentro del material para elaborar en el proyecto, se diseñó un folleto con las imágenes de las propuestas de productos artesanales diseñados por cada una de las comunidades involucradas. Los productos presentados, fueron los diseñados dentro de las asesorías prestadas a las comunidades.

El objetivo principal del folleto, es la promoción de cada uno de los grupos y sus productos. Para lograr el objetivo, se presenta información de la ubicación de cada una de las ciudades intervenidas; el objetivo del programa en general y una pequeña descripción de los productos elaborados.

Se imprimieron 3000 unidades del folleto en mención, en un tamaño carta, plegado a 3 cuerpos.

Iraca



Bandejas, individuales y portavasos, contenedores y organizadores constituyen dos líneas utilitarias de productos para el hogar. Tejidos con puntadas delicadas y de vibrantes colores sobre una sólida estructura de alambre, se pueden apilar para facilidad de manejo y transporte. La variación en la tonalidad del color enriquece la textura de la iraca y el acabado de los productos y constituye una alternativa estética y visual, comercialmente apetecible.



Totumo



Nuevos productos para nuevos usos: líneas de mesa, oficina y carnaval, con mucha funcionalidad e identidad. Productos que aprovechan la delicadeza y flexibilidad de la corteza del totumo, con alto diseño y acabados.

- Línea de escritorio contemporáneo: portaplúmes, portapapeles, tarjetero, portaclips, portarrotatos, lámparas.
- Línea de mesa: pasaboceros, portavasos, servilleteros, portavelas, sal-pimentero.
- Línea oval: fruteros, lámparas, bandejas.
- Línea de carnaval: máscaras, bandejas.



Bejuco



Los canastos de formato grande y de formas orgánicas, enriquecidos en su textura con la rusticidad del bejuco y el color, dramatizan paredes y rincones, y dan calidez al ambiente.



MOCANA Artesanías del Atlántico

RETIRO

38 artesanos, mujeres y hombres, organizados en talleres familiares o vinculados a diversas formas de economía solidaria, se comprometieron en sus Municipios y localidades con un trabajo innovador y de calidad, poniendo sus conocimientos técnicos y los materiales que le son familiares, a disposición de las nuevas funciones y formas que responden a las tendencias del mercado de hoy.

La adecuación a las tendencias del mercado de los productos tradicionales hechos artesanalmente en totumo, bejuco e iroca, en Tubará, Paluato (Galapa) y Usiacurí, fue el objetivo del Proyecto financiado por la Gobernación del Atlántico y coordinado por el Comité Mixto de Promoción del Atlántico. Ello se logró a través del diseño aplicado a la artesanía para su innovación y mejoramiento.

El diseño aportó transformaciones a cada pieza y a materiales tradicionales, identificó nuevas aplicaciones, rescató técnicas y creó productos contemporáneos y funcionales para los espacios y ambientes de hoy. Diversas líneas de productos para mesa, cocina, oficina y uso personal despliegan su capacidad de servicio con un manejo práctico, sobrio, de mucha simplicidad, o con nuevas combinaciones de color, capaces de armonizar con muebles y enseres de procedencia industrial. La calidez del material, las gamas de color, la calidad de los acabados, el trabajo y la creatividad de los artesanos particularizan, se expresan y distinguen cada producto, diferenciándolos de su competencia.

Artesanía y MIPYMES

Las nuevas propuestas de productos diseñados que corresponden a los estilos de vida de hoy, constituyen una alternativa complementaria de trabajo e ingresos para las familias de artesanos de Usiacurí, Galapa y Tubará, a partir del aprovechamiento sostenible de algunos recursos naturales de su entorno.



Ubicación

Galapa y Usiacurí distan 8 y 30 km respectivamente de Barranquilla, la capital del Departamento del Atlántico, sobre la vía de la Comuna, y Tubará 23 km por la vía del Magdalena. Son tres municipios de notable actividad turística por su artesanía ancestral (Iroca, Tubará) y tradición cultural de carnaval (Galapa).

Son comunidades y grupo de artesanos cuyos oficios tradicionales en palma de liana, bejuco y totumo tienen como referencia indígena del grupo Mucná. Cabe el uso de algunos de los materiales en el trabajo campesino y en la vivienda de las áreas rurales, como cesterías de lianas o en cubiertas y paredes de casas.

Mayores informes

Usiacurí: Casa de la Cultura Municipal. Tel: (5) 875 5525
Galapa: Casa de la Cultura Municipal. Tel: (5) 308 6882
Tubará: Casa de la Cultura Municipal. Tel: (5) 873 7096

PROYECTO
"FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL
Y COMERCIAL DEL SECTOR ARTESANAL EN
EL DEPARTAMENTO DEL ATLÁNTICO"

NUEVAS
FORMAS
NUEVAS
FUNCIONES
NUEVOS
USOS

