

**MINISTERIO DE DESARROLLO ECONOMICO
ARTESANIAS DE COLOMBIA S.A.**

**UNIDAD DE DISEÑO
DESARROLLO DE PRODUCTO**

**CUADERNO DE DISEÑO
OFICIOS DE CESTERIA EN CEPA DE PLATANO
TEJEDURIA, EN CAÑA FLECHA
TALABARTERIA Y CARPINTERIA
CORDOBA, CERETE, SABANAL, RABOLARGO,
TUCHIN, CHINU, CANALETE, SAN ANDRÉS DE SOTAVENTO,
PUEBLO NUEVO**

**RICARDO DURAN RIOS
DISEÑADOR INDUSTRIAL**

**COOPERACION DE
SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE – SENA
Y CORPORACION PARA EL DESARROLLO DE LAS
MICROEMPRESAS**

Santa Fe de Bogotá, D.C. Junio del 2000



**MINISTERIO DE DESARROLLO ECONOMICO
ARTESANIAS DE COLOMBIA S.A.**

**Regional Costa Atlantica
OFICIOS DE CESTERIA EN CEPA DE PLATANO
TEJEDURIA, EN CAÑA FLECHA
TALABARTERIA Y CARPINTERIA
CORDOBA, CERETE, SABANAL, RABOLARGO,
TUCHIN, CHINU, CANALETE, SAN ANDRÉS DE SOTAVENTO,
PUEBLO NUEVO**

Cecilia Duque Duque
Gerente General

Ernesto Orlando Benavides
Subgerente Adm. y financiero

Luis Jairo Carrillo R.
Subgerente de Desarrollo

Lyda del Carmen Díaz López
Coordinadora de Diseño

Maria Gabriela Corradine
Coordinador Regional
Costa Atlantica

D. I. Ricardo Duran Rios
Asesor en Diseño

Comunidades Artesanales Cordoba

Santa Fe de Bogotá, D.C. Abril del 2000

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCION

1. ANTECEDENTES
 - 1.1. Asesorias prestadas por Artesanias de Colombia
 - 1.2. Mapa Localizacion Geografica
(Aspectos Generales del Departamento)
 - 1.3. Sondeo de Mercado

2. PROPUESTA DE DISEÑO
 - 2.1. Importancia cultural del oficio
 - 2.2. Aspectos generales del Departamento
 - 2.4 Aportes de diseño

4. PRODUCCION
 - 4.1. Proceso de Produccion
 - 4.2. Capacidad de Produccion
 - 4.3. Control de calidad
 - 4.4. Proveedores

5. COMERCIALIZACION
 - 5.1. Mercados sugeridos
 - 5.2 Propuesta de empaque - embalage
 - 5.3 Propuesta de Transporte
6. CONCLUSIONES

- 7 ANEXOS

INTRODUCCIÓN

El diagnóstico de la situación artesanal en el departamento de Córdoba, que se presenta a continuación, surge por la preocupación de abordar la planeación del departamento desde una perspectiva cultural viéndola desde el punto de vista del desarrollo de la actividad artesanal como un instrumento de participación ciudadana que conlleva a la consolidación del quehacer cultural como factor estructurante y prioritario del orden social; ya que al largo plazo esta actividad puede llegar a ser un factor reactivante de la economía del departamento.

El departamento de Córdoba posee un gran potencial por desarrollar en el sector artesanal ya que cuenta con una gran variedad de recursos en cuanto a fibras naturales y demás materias primas para la elaboración de artesanías dignas de ser imagen no sólo de la región sino de Colombia en el exterior. Y además por contar con la tradición artesanal de los grupos indígenas y de las diferentes comunidades de la región.

El Fondo Mixto para la Promoción de las Artes y la Cultura de Córdoba a cargo de la Doctora Carolina Patiño Guerra, gracias a convenios celebrados con el Ministerio de Desarrollo Económico por intermedio de Artesanías de Colombia y con algunas alcaldías municipales, se ha preocupado por promover y desarrollar el quehacer artesanal del departamento por medio de asesorías, talleres y diagnósticos realizados en diferentes localidades por todo el departamento.

1. ANTECEDENTES

1.1. ASESORIAS PRESTADAS POR ARTESANIAS DE COLOMBIA.

En el Departamento de Córdoba, Artesanías de Colombia, ha jugado un papel muy importante en la promoción y desarrollo de nuevos productos, gracias a la unidad de diseño, en las localidades asesoradas en esta oportunidad, solo tres tienen una historia artesanal en cuanto a desarrollo de producto con la empresa, estas son Cereté, en la cual, la Diseñadora Industrial Yadira Ivette Olaya Espitia, asesoró en 1999 a los artesanos, en el centro de capacitación 24 de mayo, con el grupo a cargo del señor Domingo Mendoza, aunque éste grupo se dedica básicamente a la fabricación de abarcas y cinturones en cuero, se desarrolló un frutero, una mesa auxiliar, y un revistero, incorporando la forja como aporte externo de diseño, y una mesa auxiliar con estructura en madera.

Además en la parte de dulces, el Diseñador Industrial Juan Carlos Pacheco, asesoró las artesanas en el desarrollo de la imagen corporativa de los productos, diseñándoles la etiqueta en Cereté y el empaque en Sabanal y Rabolargo, generando así, seis propuestas diferentes para el empaque de dulces blandos y dulces rígidos.

En Tuchín y San Andrés de Sotavento, la Diseñadora Textil Aida Ximena Guerrero, desarrolló un taller de tintes y nuevas propuestas formales en el desarrollo de la trenza, y posibles aplicaciones utilitarias en objetos de uso cotidiano.

En cuanto al resto de los municipios, (Canalete, Pueblo Nuevo, y Chinú) la intervención en diseño se hizo por primera vez.

El informe que contempla estos tres municipios, es un anexo por no tener un manejo total de la técnica, lo que por obvias razones no era conveniente desarrollar en ese momento propuestas formales para una producción piloto.

Aunque ésta es una limitante a corto plazo para el desarrollo de producto, ya se dió el primer paso generando la expectativa,

Puesto que el Fondo Mixto de Córdoba ha impulsado la creación de grupos artesanales, mediante talleres de capacitación con maestros artesanos.

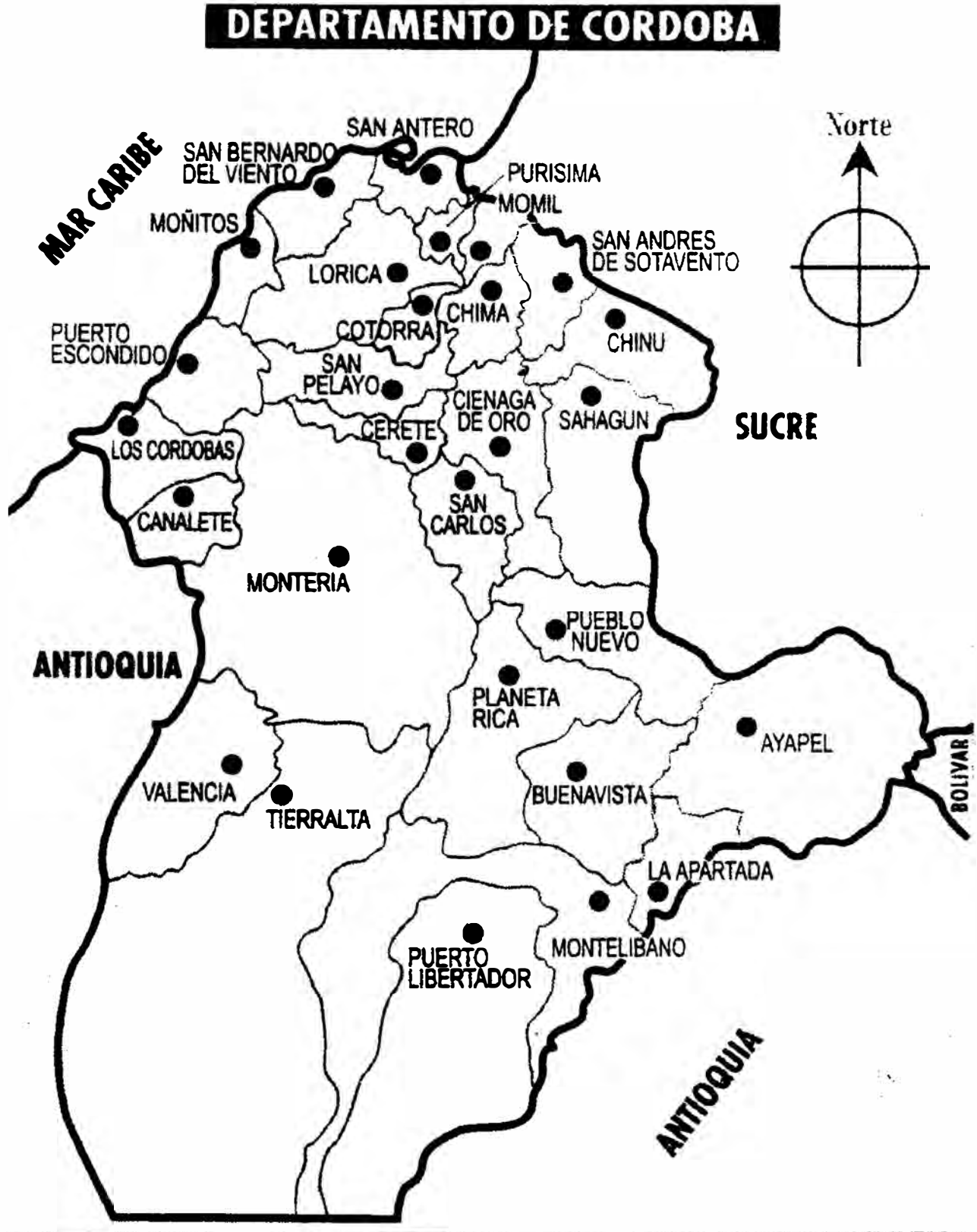
Para que a mediano plazo se generen nuevos núcleos de trabajo encaminados a la artesanía tradicional, y porque no a la contemporánea

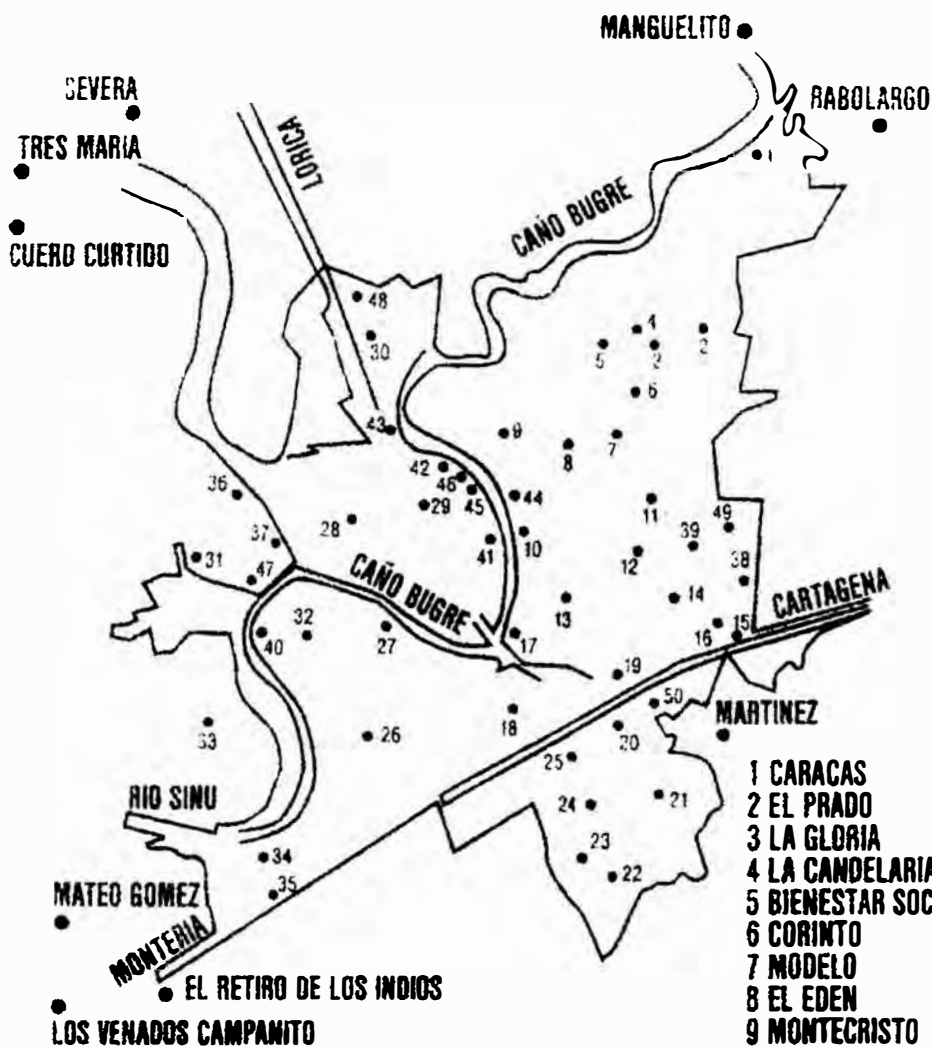


MONTERIA



1.2. MAPA UBICACION GEOGRAFICA





- 16 SAN NICOLAS
- 17 SAN DIEGO
- 18 EL SOCORRO
- 19 NOVA
- 20 LAS MANUELITAS
- 21 LOS CANITOS
- 22 LAS PALMAS
- 23 EL DESCANSO
- 24 MIRAFLORES
- 25 SANTA MARIA
- 26 SANTA TERESA
- 27 SAN JOSE
- 28 LAS AMERICAS
- 29 VENUS
- 30 EL TOTUMO
- 31 WILCHES
- 32 24 DE MAYO
- 33 PLAYA RICA
- 34 LETICIA
- 35 EL QUEMADO
- 36 CHUCHURUBI
- 37 BOTAVEN
- 38 PABLO VI
- 39 LA ESPERANZA
- 40 SAN ALBERTO
- 41 LA FLORESTA
- 42 NUEVO ORIENTE
- 43 ORIENTE
- 44 LAS ACACIAS
- 45 7 DE AGOSTO
- 46 EL JARDIN
- 47 11 DE NOVIEMBRE
- 48 EDUARDO HERRERA
- 49 URB. MA ANGELICA
- 50 EL NOVAL

MUNICIPIO DE CERETE

- 1 CARACAS
- 2 EL PRADO
- 3 LA GLORIA
- 4 LA CANDELARIA
- 5 BIENESTAR SOCIAL
- 6 CORINTO
- 7 MODELO
- 8 EL EDEN
- 9 MONTECRISTO
- 10 EL CENTRO
- 11 SANTA PAULA
- 12 SANTA CLARA
- 13 SAN FRANCISCO
- 14 SAN PEDRO
- 15 EL CHENGAL

1. BONDEO DE MERCADO

Para una mejor comprensión en el estudio de la asesoría técnica a los artesanos se efectuó un estudio de observación participante y se elaboró el siguiente:

DECRETE:

Esta asesoría se desarrolló entre los meses de Noviembre y Diciembre de 1988.

Los artesanos asesorados en este municipio, se dedican a la elaboración de zaparcas (sandalias) y cinturones con grabados realizados con herramientas de golpe.

Los productos desarrollados aunque cumplen con las normas básicas de presentación y acabados, su comercialización es muy pobre, por la falta de innovación en sus propuestas, y el no desarrollo de nuevas alternativas formales y funcionales.

Para su comercialización, se desarrollaron unas vitrinas en la misma sede de la capacitación. Esto conveja a una problemática, en la cual los artesanos no desarrollan la **zapatería** como forma de sustento total, relegando así la técnica y por consiguiente, su evolución como mercaderes de sus mismos productos.

Así pues, el desarrollo y evolución de la técnica, y más aún del oficio, queda relegado en un círculo vicioso, en donde el producto se estanca y por ende los artesanos.

Cabe preguntarse, si es un sitio, en donde ya existió la asesoría de diseño por parte de Artesanías de Colombia, porque no se siguió desarrollando el producto.

Primero que todo, al ser la primera asesoría en desarrollo de nuevos productos, los artesanos apenas están conociendo la posible interacción de nuevos materiales, lo que determina un proceso lógico en

la adaptación de los materiales, la vez que se debe tener en cuenta la comercialización de los productos. En los productos que se elaboran frecuentemente, como es el caso de la zaparcas, se comercializan en el mercado pues los artesanos tienen un producto que apenas se está desarrollando.

Esto a lo que respecta a los artesanos del cuervo.

En cuanto a los artesanos del dulce, su economía es más fundamentada, los productos que desarrollan tienen un mercado definido, los productos (ya sea dulces blandos o rígidos), se comercializan en gran parte del territorio nacional, con promoción anual en las ferias de Bogotá, pero aunque ya están consolidadas, sus productos en el mayor de los casos, se venden sin el empaque, porque esto incrementa en un 100% en costo del producto.

De acuerdo al mercado objetivo al cual las artesanas se dirijan (como es lógico) involucran el empaque con el dulce (caso típico de las ferias realizadas en Bogotá), porque los asistentes tienen mayor poder adquisitivo, y además porque el dulce tiene más impacto visual.

Los Dulces, se comercializan desde dos mil a cinco mil pesos sin empaque, dependiendo del dulce. Los dulces blandos, se venden en frascos tipo compota, y los dulces rígidos, en su presentación natural.

Esto en lo que respecta a los dulces, en cuanto a los empaques la situación es distinta, porque, como son dos grupos diferentes (las productoras del dulce y las artesanas de los empaques) pues, aunque se genera trabajo, los empaques quedaron relegados a la sola exhibición de los productos dejando a un lado la interacción con el dulce como producto final.

TUCHIN :

Aunque inicialmente los artesanos estaban agremiados, las diferencias entre ellos, hicieron que el grupo se disolviera en núcleos aislados, lo que generó, primero la diversificación de la técnica y segundo la tecnificación del oficio, todo esto dando como consecuencia una gran variedad de productos tanto en calidad, composición formal, semiología y equifinalidad, oxigenando así un producto que por sus características tradicionales y su connotación artesanal, se ha posicionado muy bien en los mercados nacionales y extranjeros, tanto así, que los mayores consumidores de los productos realizados en caña flecha, sean Europa y Estados Unidos.

Los sistemas objetuales existentes, sufrieron un vuelco total, puesto que al existir competencia inmediata entre ellos mismos, los principios fundamentales que precedieron el desarrollo de productos en caña flecha, se fueron relegando, tales como, la altísima calidad de la materia prima (caña flecha), un buen desarrollo formal de los productos, y un concepto excelente de acabados en el producto terminado.

Al ocurrir esto, los grupos objetivos a los cuales iba dirigido el producto, se expandieron, es decir, de pensar en un producto con muy buena materia prima que generaba un producto impecable, y que por consecuencia un costo elevado, en donde predomina la calidad antes que la cantidad, también se contempla otro grupo, que por su poder adquisitivo, y su cercanía al producto (como por ejemplo los mismos habitantes de la región), las calidades de los productos varían, desde la materia prima hasta el producto terminado, porque su costo es mas bajo, su proceso de producción mas rápido, lo que da

como resultado un producto con mas "salida" en el mercado, y por consecuencia mas rentable.

Aunque esto ocurre, los artesanos no han descuidado su imagen como gestores de una fama mundial en el desarrollo de productos en caña flecha, trabajan con materia prima producida y trenzada en Tuchín, en donde el metro lineal de la trenza varía entre \$250 y \$400, dependiendo de la "pinta" tradicional. y del acabado en el tejido.



Sombrero Vueltiado

Aunque esto ocurre, los artesanos no han descuidado su imagen como gestores de una fama mundial en el desarrollo de productos en caña flecha, trabajan con materia prima producida y trenzada en Tuchín, en donde el metro lineal de la trenza varía entre \$250 y \$400, dependiendo de la "pinta" tradicional. y del acabado en el tipo de tejido.

Aunque también se consigue trenza hecha en Sampues. su calidad, presentación, calidad en el tejido, uniformidad en el tinturado, y acabado, hacen que los productos decaigan en calidad e imagen, sosteniendo un grupo de intermediarios comerciantes que venden estos productos como de óptima calidad y acabado final.

Básicamente se asesoraron seis grupos artesanales, conformados por núcleos familiares, en donde los productos se especificaban de acuerdo a la técnica o producto manejado; Puesto que los clientes de cada grupo son diferentes, las artesanías ofrecidas tienen características propias de su gestor.

Tales grupos son a saber :

MEDARDO DE JESUS SUÁREZ :

Artesano reconocido a nivel mundial por sus sombreros vueltiados, sus "obras maestras" , tienen como usuarios al Papa Juan Pablo II, y el Presidente de los Estados Unidos Bill Clinton.

Sus productos, son de altísima calidad y presentación, un sombrero vueltiado fabricado por él oscila entre \$70.000 y \$200.000, a excepción del sombrero que está desarrollando en este momento, en el cual los empates entre las trenzas son imperceptibles, generando un producto muy limpio formalmente , y una pieza única de artesanía, este sombrero oscila entre \$200.000 y \$350.000, obviamente siendo un número 21 o 27.

También provee a algunas galerías de la Ciudad de Bogotá con tapetes, cojines, individuales, servilleteros, carpetas, y obviamente sombreros.

MARCIAL MONTALVO

También artesano de gran trayectoria, se especializa en bolsos, tulas, pavas, aunque al igual que don Medardo comercializa también el sombrero vueltiado.

Sus productos son muy apetecidos en Alemania, llegando a exportar hasta quince millones por pedido, en sus obras, utiliza en gran cantidad la "pinta" grano de arroz.

Los productos que mayor demanda tienen son las tulas en diferentes tamaños, llegando a vender cada producto en \$40.000, precio al por mayor, para una vez puestos en Alemania pueden llegar a costar hasta \$100.000.



Medardo de Jesus Suarez

Las pavas, o sombreros para mujer, los vende a \$9000 la unidad, sus productos también están muy bien posicionados por la gran calidad que ofrece, tanto en el tejido de la materia prima como en el producto terminado



pinta grano de arroz

MANUEL FRANCISCO PEREZ ;

Al igual que los artesanos anteriores, su clan artesanal está conformado por la familia, se especializa en producir billeteras, y bolsos de diferente formato, también produce sombreros para hombre y mujer, además comercializa chinchorros, balays, chocos, y catabres, al igual que algunos objetos utilitarios en cepa de platano, también vende al por mayor.

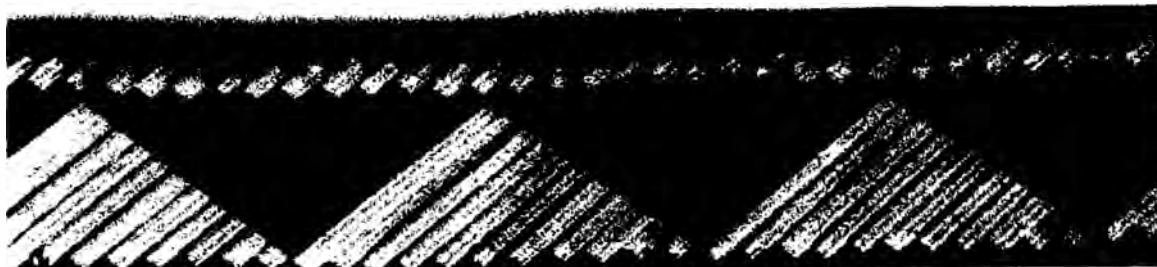
En cuanto a sombreros vueltiados, el que mas produce es el quinciano, al igual que sus compañeros, ya que tiene gran demanda, la materia prima es mas economica, y en el proceso productivo gasta menos tiempo, un sombrero de estas características oscila entre \$35.000 y \$70.000.

También produce pulseras, binchas y

anillos, utilizando la técnica de tejido sobre base.

Los colores mas utilizados, ya sea por tradición, o por demanda del mercado, son el blanco y el negro.

En el sondeo de mercado realizado, se hizo una analogía de precios que manejan entre el kiosko artesanal de San Andres de Sotavento, y los Artesanos de Tuchín, y se extrajo que, manejan el mismo precio en la comercialización, exceptuando los casos especiales como el sombrero 21..



Quinciano

DUBER SANTAMARIA Y MARCOS CARPIO :

No conforman un grupo familiar, aunque manejan bien la técnica del trenzado, se especializan en el "tejido sobre base", técnica denominada así por generar productos partiendo de un eje estructural que conforma la pieza, para luego ser terminada mediante un nodo iterativo, que en el desarrollo de la praxis genera la simbología del producto.

Son los artífices de esta técnica y por su gran majejo desarrollan desde anillos, lámparas, binchas, pulseras, hasta mesas si es el caso, de acuerdo al pedido, se han presentado ya en varias ferias de Bogotá (expoartesanas).

Abastecen en cierto modo al kiosko artesanal de San Andrés de Sotavento.

SALVADORA ESTRADA :

Su grupo artesanal es la familia, genera productos tradicionales al igual que sus compañeros artesanos, sus productos, todavía no tienen la trayectoria de don Medardo y don Marcial, porque la producción como tal está relegada solo a las mujeres, como elemento activo en el desarrollo de artesanías a base de caña flecha.

Los precios que maneja son los mismos de sus compañeros, lo que hace más difícil la comercialización de los productos, porque su demanda en particular es mucho más pequeña, y la capacidad de producción es muy poca, aproximadamente un 20 % comparándolo con los artesanos ya consolidados.

SAN ANDRES DE SOTAVENTO ;

A diferencia de Tuchín, este municipio todavía se conserva reunido en un solo grupo denominado **ASOCIACIÓN DE ARTESANOS DEL RESGUARDO INDIGENA ZENU**, en el cual, la parte de comercialización y congregación se desarrolla en el Kiosko artesanal de San Andrés de Sotavento-

La Asociación está conformada por las áreas de comercialización, de divulgación, y los maestros artesanos (que deciden mediante consenso quienes, y que propuestas tanto formales como conceptuales se deben o no desarrollar, es decir la tendencia del producto), son los "dueños" del conocimiento.

Y allí se comercializan todos los productos ya posicionados en el mercado, la diversidad de productos hace que esta sede sea una especie de "centro cultural", en donde la variedad, la calidad, y la cantidad se conjugan para generar una melodía formal en donde el indígena es el artista.

La gran ventaja que tiene el kiosko

artesanal con respecto a los demás productores de artesanía a base de caña flecha, es la gran capacidad productiva, por el numeroso grupo de artesanos que lo conforma, dando así la posibilidad de la inmediatez del producto por cantidad y calidad.

Trabajan muy poco la técnica de "tejido sobre base", Aunque en la actualidad se organizaron talleres con maestros artesanos que manejan la técnica.

Los precios de los productos, están determinados así:



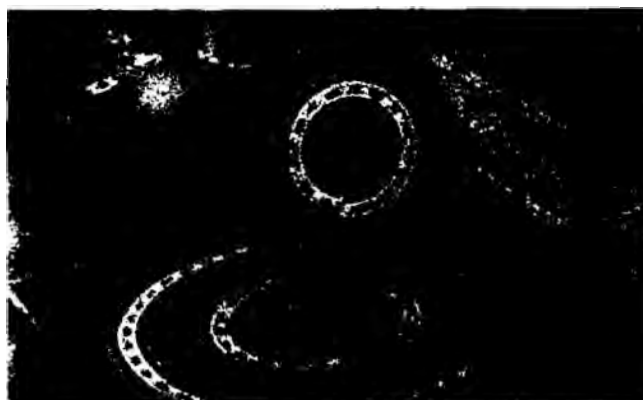
Logotipo resguardo indígena Zenu

Para tener una idea mas precisa de la situación actual del mercado, en cuanto a costos, oferta y demanda, se presenta un cuadro comparativo de todos los productos que actualmente se estan comercializando. Esta relación puede dar una idea aproximada de la rentabilidad economica de los productos artesanales en caña flecha, puesto que como se dijo anteriormente, el metro lineal de la trenza oscila entre \$200 y \$400 dependiendo de la "pinta" tradicional y el acabado en el tejido.

ARTESANIA ZENU



LINEA DECORACION



2. PROPUESTA DE DISEÑO

2.1. IMPORTANCIA CULTURAL DEL OFICIO :

Los objetos en una cultura, juegan un papel muy importante en el reconocimiento tradicional de los pueblos. Estos sistemas objetuales, guardan una memoria intrínseca que evidencia los cambios o transformaciones a los que a sido sometido cada pueblo.

Claro que para definir los objetos, es necesario que exista un gestor, artífice o creador, y aquí es donde juega un papel muy importante el "hacedor de imágenes" que plasma en sus obras los acontecimientos y características que han marcado su vida, convirtiéndolos en obras de arte tangibles y con un acervo cultural muy marcado.

Claro que para desarrollar productos, es necesario el recurso material, sin el cual el objeto no sería perceptible, es aquí, donde, la materia prima se desdobra en un mar de estímulos para que el artesano "lea" sus propiedades y las interprete desarrollando su soporte material.

Para cada actividad, se determinan unos roles, que interactúan entre sí para generar actividades praxológicas, como resultado de su sinergia, estos roles determinan un ordenamiento de conductas que más tarde se convierten en culturas materiales bien estructuradas.

DEFINICIÓN DEL ROL :

Es la suma total de las pautas asociadas a un STATUS particular, de tal modo incluye las actitudes, los valores y la conducta adscrita a la sociedad a cualquiera y a todas las

personas que ocupan ese status. Es el concepto que vincula el subsistema del "ACTOR", como entidad de conducta psicológica, con la estructura distintivamente cultural. Desde el punto de vista del actor, su rol está definido por las expectativas normativas de los miembros del grupo, tal como están formuladas en sus tradiciones sociales.

ESPECTATIVAS NORMATIVAS ;

Es una serie internamente congruente de respuestas condicionadas por un miembro de una situación social, que representa en patrón de estímulos para una serie también internamente congruente de respuestas condicionadas de los otros con esta situación.

SICOLOGÍA- ANTROPOLOGÍA ;

Un rol (por ejemplo un rol social dentro de una sociedad), puede definirse en términos de su función en la sociedad como un todo.

D O N D E P U E D E N E N C O N T R A R S E L A S P R E S C R I P C I O N E S D E U N R O L ;

En la mente de las personas que lo rodean, y en los procesos psicológicos como las expectativas estereotipadas, que él evoca en ellas como maestro, y que se manifiestan en un proceso de interacción como signos de desaprobación en respuestas a conductas que no se conciben como apropiadas.

Es así, como en la generación de objetos utilitarios, las premisas culturales se conjugan para, como en este caso, desarrollar productos con base en un oficio determinado, gracias a un rol definido.

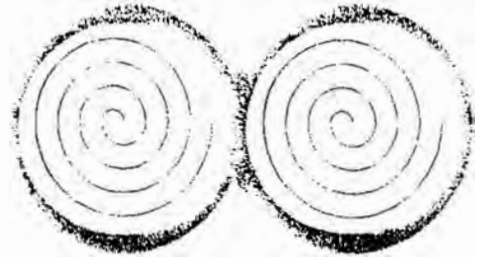
CERETE EMPAQUES PARA DULCES

PROPUESTA DE DISEÑO

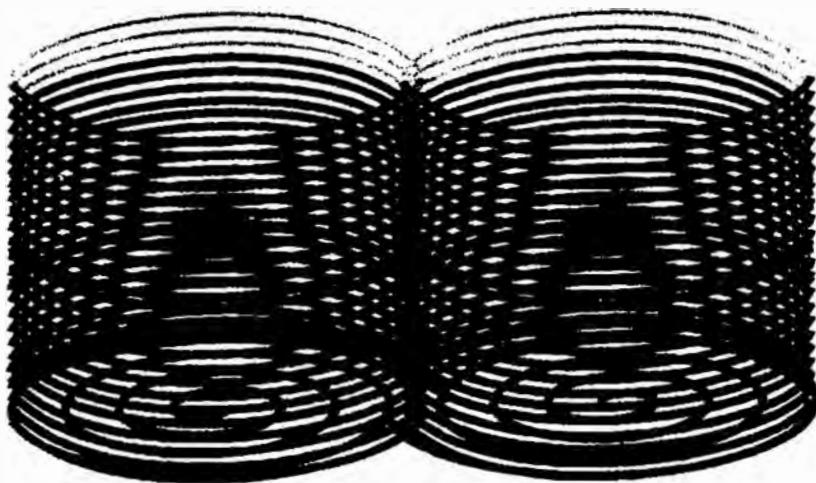
Dentro de las propuestas formales desarrolladas con el grupo de artesanos, se contemplan dos técnicas básicas, tejido en rolo, dentro de éstas dos propuestas encontramos:

PROPUESTA No 1:

Su desarrollo se basa en la prolongación de un nodo iterativo, que genera la espiral estructural del primer contenedor conformando la base inicial que mas adelante se refleja para luego darle crecimiento prolongándolo con un nodo itinerante.



Vista superior del empaque



Detalle de la base del contenedor

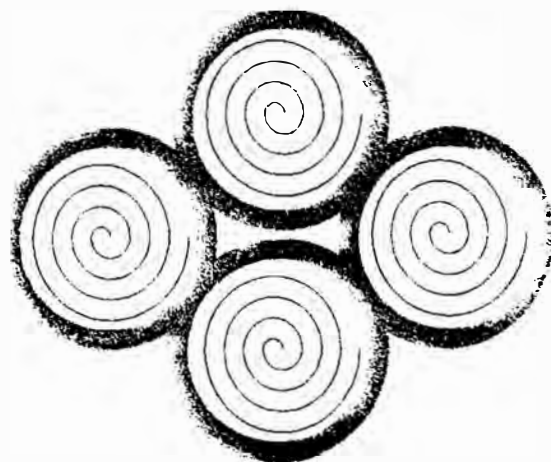
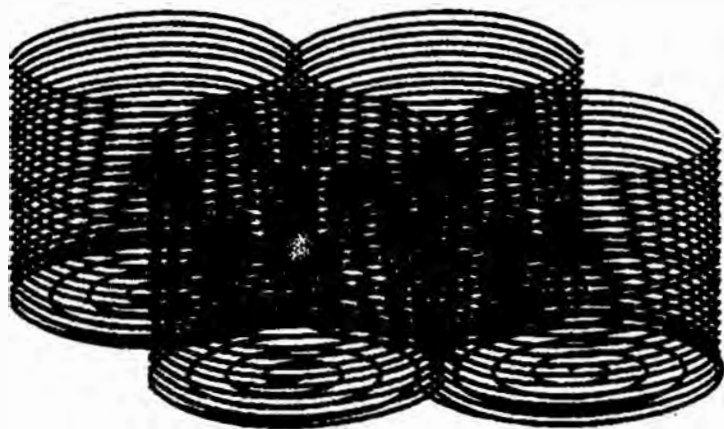
Recorrido, conformación del nodo iterativo

Propuesta No 2

En esta propuesta, se evoluciona el anterior concepto del empaque en ocho (8), para generar un sistema modular de elementos.



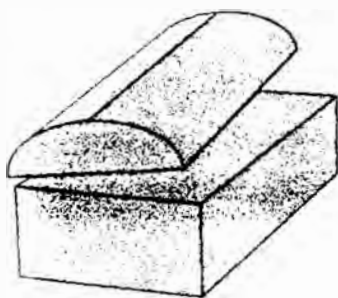
Detalle de la base del empaque para cuatro frascos.



Vista superior del empaque

DULCES
DE LOS
SINUS

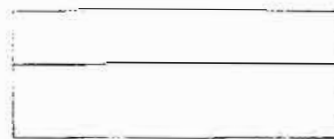
Propuesta No 3



Vista superior



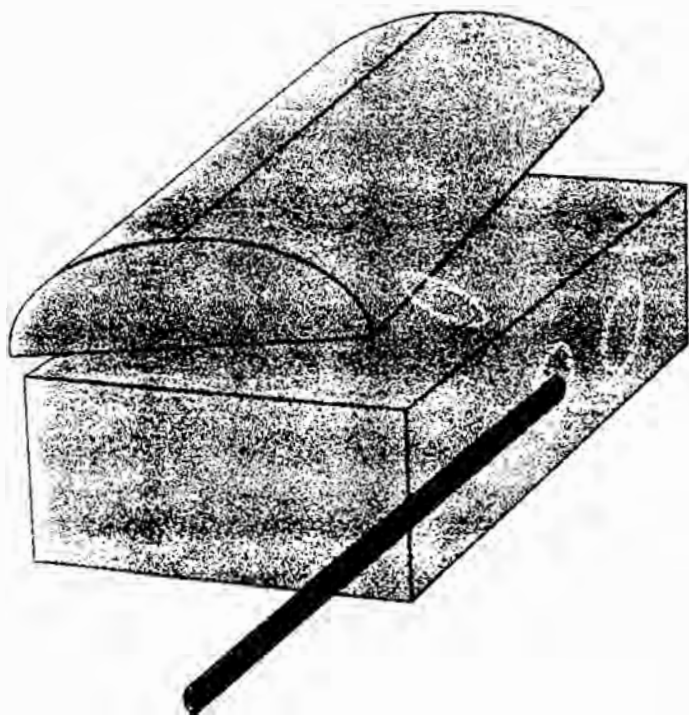
Vista frontal



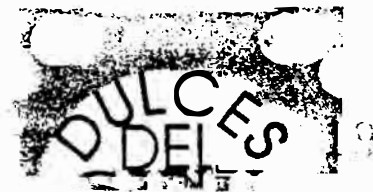
Vista lateral derecha

Empaque para cocadas redondas

Sistema de cierre conformado por pasadores ;



Detalle sistema de cierre



Propuesta No 4

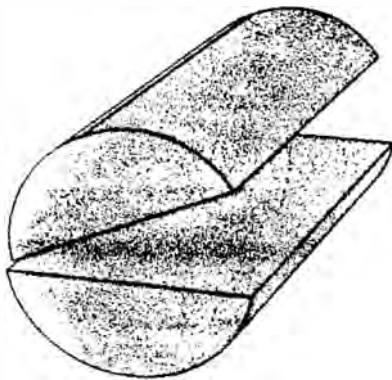
Vista superior



Vista frontal



Vista lateral derecha

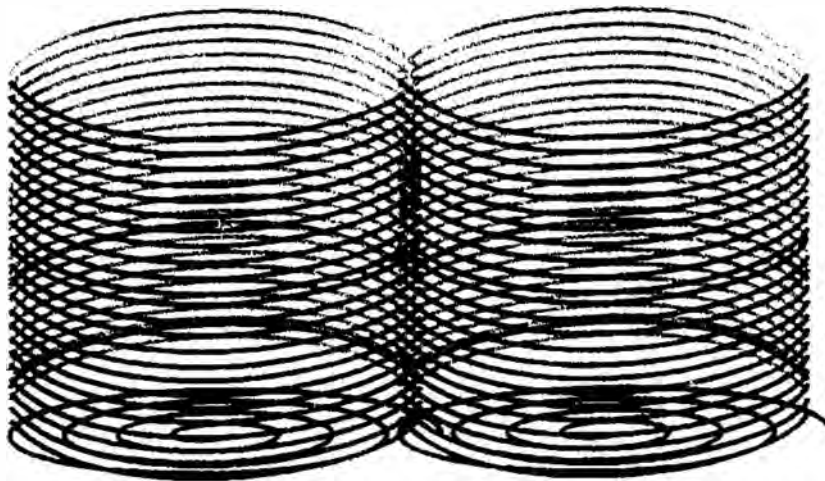


Empaque para cocadas redondas
su forma exterior, evoca el contenido
generando que el producto trascienda
en la memoria del consumidor.



En el desarrollo de diseño de los productos a trabajar, inicialmente, se determinaron las necesidades tanto del producto, como del grupo de artesanos, es decir, el empaque de los dulces, debe ser económico, y a la vez debe tener la capacidad de trascender en tiempo y espacio; Su fin primario, es de recibir y exhibir los dulces, pero a la vez debe evolucionar en un contenedor de tipo utilitario.

La relación de costo producto (dulces) versus costo empaque en este caso es directamente proporcional, por la concepción y desarrollo praxológico en la producción de los empaques, lo que conlleva a plantear la evolución del objeto (empaque), en utilitario.



El desarrollo de la asesoría se basó en el desarrollo de productos utilitarios con integración de nuevos materiales cuero y madera, manejo de imagen corporativa de los productos, diseño y desarrollo de propuestas grupales de grabados y calados, optimización de la técnica y control de calidad.

Los productos nacen al utilizar el cuero como elemento de soporte del diseño, y la madera como elemento estructural del producto;

Los grabados y calados desarrollados, surgen del taller de imagen corporativa realizado con los artesanos, en donde se extractaron los siguientes principios formales;

1. Recorrido perimetral de la pieza; todos los artesanos, en el ejercicio de grabado en las muestras de cuero suministradas, realizaron un grabado en el borde de la pieza, independientemente de la forma

que éste tuviera.

2. Cuadrados y diagonales; Una vez trabajado el perímetro, los artesanos involucran cuadrados con diagonales reales y/o virtuales, generándole movimiento a la pieza, es decir desplazan el cuadrado, convirtiéndolo en figuras romboideas.

3. Evocación de un centro real o virtual ; Al desarrollar el cuadrado, se genera un centro virtual, en donde se cruzan las diagonales del mismo; Y una vez desarrollada la composición formal de la pieza en cuero, los grabados y calados generan una red estricta con anomalía que en este caso en particular es el calado





2.2. ASPECTOS GENERALES DEL DEPARTAMENTO

CORDOBA

- UBICACIÓN :

El departamento de Córdoba se encuentra ubicado en la parte Noreste de Colombia, en la costa del mar Caribe, entre los 7°15' y 9°25' de latitud norte y los 74°55' y 76°30' de longitud oeste de Greenwich.

- LIMITES :

Al norte con el mar caribe, al sur y oeste con el Departamento de Antioquia y al este con el departamento de Sucre.

- EXTENSION :

Tiene una extensión de 25.020 Kilómetros cuadrados la cual corresponde al 2.2% del área total del país distribuida en 26 Municipios, 257 corregimientos y 539 caseríos.

- TOPOGRAFIA :

Su configuración topográfica presenta dos zonas claramente definidas : Una plana y otra montañosa.

La zona plana constituye aproximadamente el 70% de la extensión total del Departamento y comprende los valles de los ríos Sinu y San Jorge, las sabanas y el litoral.

La zona montañosa se encuentra al sur del Departamento, forma parte de la cordillera occidental que llega a Córdoba dividida en tres ramales: Serranías de Abibe, San Jerónimo y Ayapel con alturas cercanas a los dos mil metros sobre el nivel del mar.

- CLIMATOLOGIA :

Su clima se enmarca dentro de la categoría secotropical. Cuenta con dos estaciones bien definidas : Una lluviosa que va de mayo a Noviembre, y otra seca de Diciembre a Abril.

La lluvia total anual varía de 1200 mm en el norte y hasta más de 2000 mm en la parte montañosa sur.

- TEMPERATURA :

La temperatura promedio General es de 28 grados centígrados

- HUMEDAD RELATIVA :

Tiene su promedio de 85 % con algunas fluctuaciones.

- POBLACION :

Su grupo poblacional está conformado por grupos indígenas, y que conforman un 2.5% de la población total del Departamento, localizados en los municipios de San Andrés de Sotavento y tierralta y asentamientos dispersos en Montelibano y puerto Libertador espacialmente. Y por población mestiza, la cual en un 44% Localizada en las cabeceras y el resto en la zona rural. Montería, la capital, cuenta con 350.000 habitantes.

FOLCLOR, ARTESANIAS, ARTE Y CULTURA

Las fiestas populares de Córdoba casi siempre están ligadas a las numerosas tradiciones folclóricas de música y danza, en las que se vibra al ritmo del fandango, la puya, el porro sabanero y pelayero, la gaita, el buillerengue, el mapalé, los cantares de vaquería, las décimas y el grito de monte. En los resguardos indígenas de Tuchin y Cerro y el Alto de San Jorge, se pueden escuchar melodías de claro ancestro prehispánico.

La fiesta que más hace palpitarse al Departamento, la que impulsa un tráfico incesante de personas que llegan a escuchar las auténticas y mejores bandas regionales, música tradicional, es la de El Festival Nacional del Porro que se celebra a finales de Junio en el Municipio de San Pelayo, donde se dan cita decenas de grupos de esta música representativa que se disputan los aplausos del nutrido público y del exigente jurado; durante cuatro días esta pintoresca población goza con los aires de trompetas, clarines, bombardinos y tambores, al ritmo del porro magistralmente interpretado por las bandas de los participantes. Paralelamente se efectúan otros certámenes como exposición regional de artesanías, concursos de danza, y competencias deportivas.

María vanilla, es la muestra más significativa del baile sinuano: es el porro dedicado a exaltar la memoria de la mejor bailadora que ha tenido la región del Sinú y por lo tanto se convierte en aire obligado de todas las festividades.

En el ámbito urbano los desfiles de colegios y bandas de música siguen estilándose, convirtiéndose en muestras de integración cívica. Los desfiles de candidatas en carrozas, ingeniosamente realizadas y comparsas en el reinado Nacional de la Ganadería, también forman parte del acervo folclórico del departamento de Córdoba.

Las corralejas siguen siendo un gran atractivo en Córdoba, sin importar el lugar o población a la que haya que desplazarse, el cordobés vibra emocionado desde un palco cuando el toro hiere a un garrochero o más aún cuando un ganadero ofrece dinero a la persona que se le enfrenta al toro y no sea investido. La plaza se convierte en un solo rugido entre el son de las bandas y los gritos de los espectadores.

Cultura

El hombre y la mujer cordobeses, por su particularidad racial, han creado una cultura mestiza que se manifiesta a través de música, literatura, danzas, artesanías, teatro y artes plásticas, expresiones que no han podido desarrollar a cabalidad por la ausencia de una adecuada infraestructura. Son pocos los municipios que cuentan con Casas de la Cultura, salas de teatro y bibliotecas que brinden un espacio y un servicio cultural a la comunidad.

En el ámbito de las artes, vale resaltar el aporte de algunos de nuestros antepasados Zenúes. Dentro de las colecciones que exhibe "El Museo del Oro" del Banco de la República en Bogotá, se encuentran piezas muy importantes de la cultura Zenú que se

Constituyen en una pequeña muestra de la grandeza del arte de esta cultura. Este pueblo creó un estilo propio, que se distingue por la falsa filigrana. Emplearon la técnica de orfebrería que combina hilos fundidos por el sistema de cera perdida o molde de corazón y martillado del metal. Sus obras representan ricamente la fauna de la región: felinos, saurios, ranas, aves, y reptiles. Las narigueras, los pectorales, los pendientes, los alfileres y cabezas de bastón, fueron otros de sus trabajos característicos. Los elementos de oro de esta cultura asombraron a los conquistadores por su exotismo, perfección y cuantía, convirtiéndose en objeto de la primera leyenda de El Dorado.

Artesanías

Córdoba es reconocida como la cuna de los artesanos tradicionales quienes fabrican productos que han ganado reconocimiento en todo el mundo. Los productos del llamado "círculo artesanal", constituido por los municipios de San Andrés de Sotavento, Lórica, Momil, Chinú, Ciénaga de Oro, Sahagún, Chimá, Cereté y Montería, no sólo son abundantes y variados sino además de una gran calidad artística.

En la actualidad muchos orfebres, con sus trabajos en oro, plata, y pedrería, se destacan como dignos herederos de la tradición Zenú. Este arte de la joyería, se ha mantenido por generaciones en la población Ciénaga de Oro.

Es la cerámica, otra de las tradiciones de los Zenúes, que también se ha conservado en Córdoba. Objetos de excelente calidad en barro cocido, tanto para usos domésticos como con fines decorativos, se producen en el Departamento.

La talla en piedra, huso, totumo, madera o coco es un oficio que los artesanos en Córdoba ejercen con sentido artístico e identidad.

La talabartería está muy difundida en este departamento por su vocación ganadera. Las pieles curtidas de res se utilizan para fabricar sillas de montar, zamarros, abarcas, cinturones, bolsos, carteras y muebles de buena calidad.

El tejido de hamacas como las artesanías en general, es un oficio que va en decadencia debido al poco interés de las nuevas generaciones por cultivar este arte, sumándose a esto la carencia tecnológica que permita continuar la tradición y comercializar este producto a una mayor escala. A pesar de todo siempre asiste una delegación del departamento a ferias como Expoartesanías y otras muestras nacionales e internacionales.

El sombrero vueltiao, nombre que alude a las vueltas que en su fabricación se le da a la fibra vegetal, es sin duda la artesanía por excelencia de Córdoba y uno de los símbolos populares más conocidos en Colombia. Se produce principalmente en el resguardo indígena de San Andrés de Sotavento, en corregimientos como Tuchin, Los Vidales, Bellavista y otros. Los dibujos de estos sombreros simbolizan elementos totémicos o religiosos de la cultura Zenú.

El Sombrero Vueltiao



Para poder hablar de Tuchín y San Andrés de Sotavento, es necesario hacer una reseña histórica y praxológica de la consecución del sombrero vueltiao y las generalidades de la caña flecha, cito a continuación unos apartes de investigaciones aisladas al respecto.

El nombre científico de la Caña Flecha, con la que se elabora el Sombrero Vueltiao, aparece distinto en cada uno de los textos transcritos en la reseña, de los que respeté su ortografía original. Como orientación a los lectores, consigné que según el libro Plantas Útiles de Colombia del profesor Enrique Pérez Arbeláez (Editorial Víctor Hugo, Medellín, 1990), el nombre científico correcto de la Caña Flecha es *Gynerium sagittatum* (Aubl.) Beauv.

Pilar Moreno de Angel. Antonio de la Torre y Miranda Viajero y Poblador. Planeta. Santafé de Bogotá. 1993. p.38.

"Cuando don Antonio de la Torre y Miranda realizó su misión congregadora en la zona, ya había desaparecido la tradición de los hábitos orfebres que habían realizado piezas de gran calidad artística.

En cambio sí estaba latente una herencia cultural en artesanías de otro tipo. Se pueden citar algunas de estas actividades que se han mantenido en el tiempo y que actualmente forman una de las bases de la economía familiar en los pueblos costeros colombianos.

El célebre sombrero Vueltaio o sinuano, el cual se usaba desde antes de la conquista española. Elaborado por los indígenas zenúes que habitaban en las cercanías de la ciénaga de Momil en el bajo Sinú. En el Museo del Oro en Bogotá, se encuentran figuras en oro de la cultura Sinú, que muestran personas luciendo en sus cabezas sombreros o diademas de este estilo. Se fabrica utilizando la caña flecha (**gynerun sagittatum**), la cual se blanquea con sustancias vegetales. Las franjas oscuras se elaboran teñidas con hojas bija o achiote (**bixa orellana**); a continuación se meten entre barro con otras hojas y se vuelven a lavar con bija."

Guillermo Valencia Salgado (Compae Goyo). Córdoba Su Gente Su Folclor. Casa de la Cultura. Montería. 1987. p.146:

"En el municipio de San Andrés de Sotavento se realiza el Festival del Sombrero Vueltaio, o Zenú, como dice Benjamin Puche Villadiego.

Casi todas las poblaciones de este municipio elaboran sombreros y otros objetos con la caña flecha (**Gynerium sagittatum**). La hoja de esta gramínea suministra la materia prima para la confección del sombrero de fibra blanda: sombrero. El sanandresano manufactura varias clases de sombreros. El quinciano, el diecinueve, el veintiuno y el veintitrés. Esta diferencia hace relación a la fineza de la trenza, a la destreza manual y a la experiencia tradicional de estos artesanos indígenas cuya cultura responde a un mestizaje Zenú-Cunas."

El Compae Goyo
Escritor, escultor y folclorólogo

Albio Martínez Simanca. Córdoba Escudos Bandera Himnos Logosímbolos. Fincor. Montería. 1986. pp. 43-44:

"Junto al boxeo, el café y el ciclismo, el sombrero vueltaio Zenú se ha convertido en un símbolo nacional que expresa la creatividad artística del hombre colombiano. El sombrero vueltaio es una manifestación cultural de la antigua comunidad indígena Zenú, cuyos últimos reductos tienen su asiento en las sabanas de Córdoba y Sucre, fundamentalmente en las poblaciones de Tuchín, Cerro Vidales, El Campano, Sampués, Chinú, La Cruz del Guayabo, Villanueva y Comején entre otros. Su origen se remonta a la llegada del maíz desde México y mesoamérica.

Para elaborar el sombrero, se utiliza como materia prima la fibra sacada de las hojas de la gramínea llamada Caña Flecha (**Gynerium Sagittatum**). La nervadura central se aísla del resto del limbo mediante el raspado. Estas fibras se seleccionan, de tal forma que algunas son sometidas al proceso de teñido en barro alcalino y cocción con leguminosas ricas en grupos cromóforos hasta conseguir el color negro. Con los pares blancos y negros se elabora la trenza, la que se distingue por la armoniosa combinación en la obtención de figuras geométricas que **simbolizan elementos religiosos y totémicos de la cultura Zenú.**

[Nota de pie de página] 2. Puche Villadiego Benjamín. El Sombrero Vueltiao Zenú. (Montería 1983), 13. Este investigador dedujo la fórmula $2(N+1)+1=X$ que rige la identificación de la trenza del sombrero. N es el número de rombos a través de la trenza y sobre la zona de dibujo, X es el número de pares de fibras de la trenza. Los valores que toma X en la sucesión se adoptan como nomenclatura empírica en el mercado del sombrero: Para X=15 (quinciano); para X=19 (diecinueve), etc. Al sombrero se le denomina Vueltiao por las vueltas que da la trenza."

Córdoba - Colombia - Guía Turística. Oficina de Fomento y Turismo de Córdoba. Mayr & Cabal. 1987. p.27:

"El "sombrero vueltiao" es sin duda la artesanía por excelencia de Córdoba (también del vecino departamento de Sucre) y uno de los símbolos populares más conocidos de Colombia. En él se aprecian claramente sus orígenes precolombinos y por ello no resulta extraño que su principal zona de producción sea el resguardo indígena Zenú de San Andrés de Sotavento (en corregimientos como Tuchín, Los Vidales, Bellavista, El Contento, La Cruz del Guayabo y Comején).

La trenza del sombrero se originó hace muchos siglos en las labores de cestería aborígen y la materia prima con la que se confecciona es la "caña flecha", planta autóctona de la que en varias partes de Córdoba hay cultivos de cientos de hectáreas. Luego de un complejo proceso de raspado, pulimento, clasificación, deshidratación, cocción y coloración de las fibras, los artesanos proceden a trenzar el "vueltiao", combinando de manera armónica las fibras negras y blancas para formar figuras geométricas ("pintas"), las cuales simbolizan elementos totémicos de la cultura Sinú y llevan nombres pintorescos como "flor de cocorilla", "ojo de sardina", "mariposa", "granito de arroz", "flor de limón", "corazón de abanico" etc. La calidad de los sombreros se determina por la cantidad de "pares" de fibra que se empleen en su fabricación. Así, los hay de 7, 11, 15, 19, 21 y hasta 27 pares."

Augusto Amador Soto. Cultura del Porro. Su Identidad Folclórica. Grafisinú, 1997.

Hace parte de las manualidades de estas regiones y encabeza nuestras "Artesanías"; identifica plenamente al cordobés y al sucreño.

Es una necesidad y una ornamentación para el hombre trabajador de estas tierras. Nació de la necesidad de protegerse de los ardientes rayos del sol en las labores de campo.

Inicialmente el sombrero vueltiao era de un solo color, blanco crema; le decían "Sombrero de vueltas", o "sombrero Indiano". El sol y la lluvia lo familiarizaron con el campo, especialmente en la "Vaquería". Luego evoluciona y aparece el color negro, perfeccionando su trenzado.

Augusto Amador Soto
Periodista, locutor y folclorólogo

Hoy en día el sombrero vueltiao recorre todos los estratos sociales. Desde el más humilde campesino, el ganadero. El comerciante. El político. El diplomático, el dirigente nacional, hasta los ministros y el presidente de la república cuando llegan a esta geografía.

Los términos "De vueltas", "Vueltiao", vienen del recorrido en espiral que hace la trenza en su constitución. Lo de "Indiano" por ser de origen indio. La costumbre de llamarle "Indio" al nativo se refleja en su trabajo. "Sombrero Indiano" se deriva de la manufactura indígena"; hoy los estudiosos del Folclor le han colocado otro nombre "Sombrero Zenú" en honor a la raza "Zenú", aglutinante de los tres imperios: "Finzenú", "Panzenú" y "Zenúfana". Las zonas de donde sale el sombrero vueltiao, San Andrés, Tuchín, Carretos, Sampués, hacen parte de "Finzenú" considerado el más desarrollado de los tres.

De Qué se Fabrica el Sombrero Vueltiao

De la hoja de la Caña Flecha mediante el "Trenzado" de su fibra.

Se toma la hoja de la Caña Flecha criolla; se le saca la nervadura, se raspa con un cuchillo hasta obtener una fibra limpia; se pone a secar al sol, luego se cocina para darle consistencia y elasticidad. En el cocimiento se utiliza la caña agria, naranja agria y limón. Logrado ese tratamiento se clasifican las fibras blancas y las oscuras. Las manchadas se alcalinizan en el barro para darle la base, y finalmente se tiñen con barro negro, jagua, hoyeto, bija y hoy día se está aplicando dividivi.

Ese proceso puede durar tres días, incluyendo el secado natural.

La Trenza

Viene el trabajo para obtener la fibra; de la "Nepa" ordinaria salen las fibras para el sombrero de menor calidad, y de la fina, consistentes y flexibles, salen las del sombrero fino. Con las fibras ordinarias que no resisten mayor división, se confecciona la trenza de quince pares correspondiente a treinta fibras; es el sombrero "Quinceano". Si a la encopadura se le logra incluir un trenzado mejorado saldrá el sombrero "Quinceano

Cotejao" o "Machi-hembriao", que ya se vende por un mejor precio. Los comerciantes inescrupulosos al descuido lo meten por diecinueve.

Con la "nepa" más fina se logran fibras más finas colocando 19 fibras encima y 19 abajo para un total de treinta y ocho fibras (38); a ese sombrero se le llama "diecinueve"; colocando en el trenzado las cuarenta y dos fibras (42), veintiuna arriba y veintiuna abajo, sale el sombrero "Veintiuno" el más fino y el más costoso.

Hoy en día se está hablando de sombreros 'Veintitres y veintisiete', pero si se mira con detenimiento el tejido, se da uno cuenta que es muy difícil colocar en una trenza cuarenta y seis fibras, y peor todavía cincuenta y cuatro. Dejaría de ser fibra y se convertiría en hilo. Yo pienso que el tejido más fino en la caña flecha puede alcanzar al sombrero "Veintiuno". Este sombrero se presta para ser doblado, reducido su tamaño para cargarlo en cualquier espacio. Al momento de soltarlo vuelve a su tamaño y forma inicial. Eso indica su calidad.

PARTES DE UN SOMBRERO VUELTIAO

La Plantilla Empieza en lo alto del sombrero con un botón tejido en diferentes figuras concéntricas; es el centro superior el "cogollito" del sombrero, la horma o molde.

A partir de la plantilla siguen bajando las vueltas alternando los colores, blancos y negros, hasta la vuelta de copa que es blanca.

La Copa o Encopadura Tiene la forma de la cabeza; baja hasta el ala. Cuatro vueltas con pintas geométricas hasta la quinta final que debe ser blanca. Es la encargada de proteger la cabeza del humano. El campesino malicioso relaciona esta parte del sombrero con la cabeza del pene, por lo que, atacado por sus compañeros por una chanza pesada responde con una frase de reproche "¡La Copa!".

El Ala Abre la configuración del sombrero a partir de la encopadura; tiene un promedio de doce vueltas. Hay sombreros más alones que otros. El Sabanero, especialmente los montadores de caballo, gozan con el sombrero alón y le colocan un cordón negro que lo sostiene de la barba, llamado "Barbuquejo o Barboquejo"

El Ala arranca con una vuelta negra, alternando los dos colores hasta llegar al Ribete.

El Ribete Es la parte final del sombrero vueltiao. Contra él se estrella todo el trabajo por lo que se utiliza una trenza reforzada color negro. Con el ribete se modela el sombrero. El trenzador de Tuchín es experto en aplicarle elasticidad al ribete; esa elasticidad es lo que permite darle la expresión que uno quiera. De esa expresión sale la identificación del caballero que lo lleva. Ahí se conoce al hombre "piquetero", al hazañoso; antes de ponerse su sombrero, primero lo horma dándole la expresión de su forma de ser.

En cambio, el sombrero sampuesano saca un ribete demasiado fijo, poco dócil para darle esa expresión; tiene forma de totuma.

Para unir las trenzas entre sí, el artesano utiliza una máquina de coser de esas de pedal Singer. El trabajo de coser el sombrero, o unir el trenzado es lento y cuidadoso.

La Correa del Sombrero Vueltaio Es un adorno picaresco que se constituye en el acabado del sombrero. Es una correita corta del ancho de la trenza, hecha de charol en fondo negro con vivos blancos entrelazados, terminando con una hebillita para cinchar o aflojar la encopadura.

Con esa correita se adapta la copa del sombrero al tamaño de la cabeza del usuario. También puede ser esa correita de color marrón, pero le luce más la correa negra con blanco por su afinidad con los colores de la trenza.

El Barbuquejo O Barboquejo. es un cordón de zapato largo anudado a ambos extremos de la encopadura pasando por la barba para sostener el sombrero. Es de gran utilidad entre los vaqueros y montadores de caballo fino; asegura el sombrero en las velocidades. Por lo general cuando el caballo adquiere velocidad el sombrero se le va a la espalda del montador sosteniéndose del barbuquejo que también se baja a la garganta.

Los Dibujos del Trenzado Son figuras geométricas en rombos, triángulos, rectángulos, pirámides, cilindros. El confeccionador de sombreros nunca ha pensado en geometría para adornar su trabajo. Él habla de pintas y las bautiza de acuerdo con el entorno: La flor de azahares, la flor del limón, ojos de Santa Lucía, Cruz Grande, Cruz Chiquita, pecho de tigrillo, la mano del gato, la espina del pescado, la trompa de la babilla, dientes de ñeque, la araña, el ojo de la sardina, pata de rana, huella del perro, huella del tigre, ojo de buey, la pluma de la cocá, y otros.

Colocación del Sombrero Expresa la costumbre, la idiosincrasia, el origen, el trabajo y la región donde se levantó quien se lo coloca. Lo horma o coteja antes de ponérselo haciendo un quiebre en la parte delantera y uno en la parte posterior.

También puede expresar el sombrero vueltaio el poder económico de quien lo lleva. Un sombrero quinceano identifica al pobre; ya un diecinueve habla de ricos o de gente de gusto.

El hombre sinuano usa el sombrero jalao en la parte trasera con quiebre en la unión. En la parte delantera. quiebre abajo y alas hacia arriba.

El Sabanero lo usa jalao en la parte trasera pero sin quiebre; le busca la forma de un tubo.

El hombre avispaio, dinámico, despierto, usa el sombrero con el frente en alto hacia un lado, como queriendo decir "dispuesto para lo que sea" ; el hombre enamorado levanta ambas alas de los lados del sombrero, hay quienes cuando el sombrero pierde la erección de las alas las cosen para que permanezcan levantadas indicando juventud, energía. Las cosen a la encopadura. Una ala levantada y otra baja también es manifestación de hombre enamorado.

Alas abajo en redondo es el prototipo de los ordeñadores, el hombre madrugador. Los garrocheros levantan el ala izquierda del sombrero y le bajan la parte trasera.

En cambio los sacerdotes se colocan el sombrero de cualquier manera, sin expresión: con las alas abiertas, más bien planas. El político de ciudad usa el sombrero con el frente jalao hacia adelante, y el ejecutivo del interior tiende a colocárselo al revés, con la unión hacia adelante.

Hay personas que no resisten ver un sombrero mal colocado, o mal repartido; le piden el sombrero al propietario y se lo acomodan: "Así se usa el sombrero".



CERETE

El municipio de Cereté se encuentra ubicado aproximadamente a 18 Kilómetros del noroeste del municipio de Montería. Sus territorios están divididos en dos regiones principales: La primera, al occidente, relativamente montañosa, cuyo relieve pertenece a las estribaciones orientales de la serranía de Abibe, en la que se encuentran alturas inferiores a los 300 m.s.n.m ; y la segunda, plana, baja y cenagosa, regada por las aguas del Río Sinú, que en esta zona se divide en el brazo de Lara y caño Bugre. Por su topografía, solamente se encuentra el piso térmico cálido.

La población inicial fue fundada por los señores Francisco Velázquez, Francisco Bravo, Juan Ramos y algunas familias, principalmente indígenas, en año de 1740. En el año de 1740, fue erigido el pueblo como parroquia. Su poblamiento y desarrollo sólo se vinieron a consolidar hacia finales del siglo XIX, para que ya en 1923 le fuera otorgada su calidad de municipio.

Económicamente el municipio de Cereté depende de sus producciones de ganadería de cría, levante y ceba de vacunos y de la agricultura, con sus cultivos de algodón, maíz, sorgo, plátano, ajonjolí y frijol.

C E R E T E

FUNDACIÓN:	1721
FUNDADOR:	Francisco Velázquez, Francisco Bravo, Juan Ramos y otros
	1923
ERECCION DEL MUNICIPIO:	19 m.s.n.m
ALTITUD:	28°C
TEMEPERATURA MEDIA:	Agricultura y ganadería.
ACTIVIDAD ECONOMICA:	" festival Campesino Y festival de la Cumbiamba."
FIESTAS Y EVENTOS:	Avenida del Río: parroquia San Antonio de Padua y Centro Cultural "Raúl Gómez Jattin"
ATRACTIVO:	

SAN ANDRES DE SOTAVENTO

El municipio de San Andrés de Sotavento se encuentra localizado aproximadamente a 110 kilómetros al noroeste de la capital del departamento, Montería. Sus territorios están conformados por undulaciones inferiores a los 150 m.s.n.m que pertenecen a la serranía de San Jerónimo y que por su conformación Topográfica únicamente presentan piso térmico cálido. Los arroyos Bagre, Jején, Mamey y San francisco, a demás de unas corrientes de menor caudal, componen la red orográfica de la jurisdicción.

Antes de la llegada de los conquistadores a la región, en ella se habían establecido algunas tribus indígenas gobernadas por el cacique Mexión, con cuyo nombre era conocido el caserío principal y sobre el cual, don Andrés Méndez Maldonado dio fundación oficial en el año de 1600, bautizándolo con el nombre que lleva en la actualidad. Por su lento desarrollo, sólo hasta el año de 1923 fue elevado a la categoría de Municipio.

San Andrés de Sotavento tiene como sus principales actividades económicas a la agricultura y a la ganadería. Algunos de sus habitantes están dedicados a la confección de artículos de paja como sombreros, abanicos y esteras.

SAN ANDRES DE SOTAVENTO

FUNDACIÓN:	30 de noviembre de 1600
FUNDADOR:	Andrés Méndez Maldonado.
ERECCIÓN DEL MUNICIPIO:	1923
ALTITUD:	110 m.s.n.m
TEMEPERATURA MEDIA:	28°C
ACTIVIDAD ECONOMICA:	Agricultura, ganadería .
FIESTAS Y EVENTOS:	" fiestas de San Andrés"
ATRACTIVO:	arroyo Charcón

2.4. APORTES DE DISEÑO

Para el desarrollo del presente punto, se tratara cada municipio por separado para la comprensión del mismo:

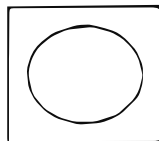
CERETE :

En cuanto al producto "EMPAQUES PARA DULCES" el concepto inicial del simple contenedor de los comestibles, la diacronia del producto, evolucionó generando en cada sincronía un concepto recurrente por la aplicación sistémica del producto, es decir, el fin inicial de simple contenedor, evoluciona para dar paso al objeto utilitario en donde su disposición es aleatoria dependiendo del momento en donde se desenvuelva.

Además la aplicación los dos tipos de nodos (iterativo e itinerante) para generar contenedores que se fusionan en uno solo es una muy buena alternativa generadora de módulos conformando redes estrictas, como se aprecia en los empaques para frascos de vidrio, en donde, al generar crecimientos en "ocho", el producto queda abrazado e integrado en uno solo.

Para la imagen gráfica, de los dulces, se desarrolló una etiqueta de doble faz de forma orgánica, que hiciera juego con las formas predominantes tanto de los empaques como de los dulces que contienen, y los colores, del perfil alegre de sus gentes, por su clima y sus aguas. El producto se llama "DULCES DEL SINU".

En cuanto al desarrollo de productos en cuero, en el centro de capacitación 24 de Mayo de Cereté, las propuestas de diseño, se basaron en la aplicación de nuevos materiales para generar productos utilitarios con mayor valor agregado, es así, como en un recorrido por las diferentes técnicas y propuestas formales, se concluyó que desarrollando objetos en cuero y madera, se podía generar un sistema objetual partiendo de un sitio específico inicialmente, en este caso se tomó como punto de partida el diseño interior y el espacio hogar. Conformando así una **cama, una silla auxiliar, un frutero, y un kankabo (silla para chimeneas)**, aplicando en cada uno de estos grabados y repujados que fueron el resultado de un taller en donde los artesanos, en una sección de cuero, generaban composiciones a su libre albedrío, para después ser evaluadas, dando como resultado la imagen gráfica que fue aplicada en cada uno de los nuevos productos.



En el diseño de las formas se plantea la aplicación orgánica de los elementos, con curvas continuas y remates suaves.

En cuanto a la cama, se retoman conceptos ancestrales, como el tendido en cuero templado, pero con una mejora en la aplicación y la presentación, puesto que se ensambla mediante unos rieles laterales, que hacen que la pieza quede totalmente templada, dando la posibilidad de ser desarmable en su totalidad.

Convirtiéndose en una especie de lego en donde las piezas pueden ser sustituidas en el momento que alguna falle, puesto que el "sistema objetual" no tiene tornillos, puntillas, ni remiendos, solo tarugos del mismo material que se integran al producto en toda su extensión.

TUCHÍN Y SAN ANDRÉS DE SOTAVENTO:

Al igual que Cereté, el concepto de la integración de nuevos materiales, siempre estuvo presente en las propuestas formales desarrolladas en este Municipio, como política fundamental de la unidad de diseño de Artesanías de Colombia.

Tales propuestas, partieron de la búsqueda de nuevas alternativas en cuanto a productos que tuvieran la caña flecha como material base y uno estructural como material aportante.

En cuanto a las premisas iniciales de qué material debía entrar en esta "fusión", la escogencia, no podía ser aleatoria, puesto que esto conlleva, más que una nueva aplicación, es plantear nuevos sistemas objetuales, que lleguen a "oxigenar" el mercado existente, pero dando la posibilidad, no solo de "oxigenar" el mercado, si no la actividad como tal, para que el oficio trascienda a los mismos integrantes de la comunidad.

Es por esto, que en la búsqueda se planteó la aplicación de la madera como material aportante, pero, haciendo un sondeo poblacional en Tuchín, sobre la cantidad, de talleres que trabajaran este oficio, se encontró que sólo una persona se dedicaba a esta labor, y los acabados de los productos que podía ofrecer no manejaban el concepto de muy buenos acabados, haciendo imposible poder desarrollar objetos con este material, (por lo menos en este Municipio directamente) aún así exista la posibilidad de producirlos en otra parte, ya sea Montería, Cereté, Sampues, u otro municipio aledaño. El producto que se pudiera desarrollar así tuviera valor agregado la producción estaría supreditada, primero al precio en la adquisición y segundo al cumplimiento del productor de la madera para responder por una producción determinada.

Aunque la posibilidad de integrar la madera con la caña flecha, es desde el punto de vista comercial y de diseño, inicialmente complicado, la idea se puede trabajar, desglosando los dos grupos, para conformar satélites de producción cosa que se puede hacer, pero teniendo mucho cuidado en no generar un nuevo grupo de intermediarios que mandan producir las partes por separado y ensamblan.

Porque al ocurrir esto, monopolizarían el mercado con productos no solo costosos sino que realmente la persona a la cual se le debe remunerar y reconocer el trabajo artesanal sería relegado totalmente

Es por esto, que al hacer el sondeo nuevamente, ya en el sitio de trabajo (Tuchín) se encontró gran cantidad de producción y oferta de coco y totumo, dando la posibilidad de apropiarse de este material, desarrollando una línea de productos que utilizaran este 'nuevo' concepto como elemento aportante..

Al generar elementos que fusionaran la caña flecha con el totumo o con el coco, se plantea una muy buena posibilidad para los grupos artesanales en desarrollar líneas de producción que apliquen esta materia prima, para dar como resultado diseños totalmente autóctonos, manuales y con un costo muy bajo pero con un gran valor agregado, tanto por diseño, como por identidad cultural.

En la imagen corporativa de los productos, el diseño no podía quedarse atrás, las propuestas gráficas, debían contener la suficiente información para que el artesano explotara sus productos y trascendieran las barreras culturales, porque en la situación actual, los compradores Mayoristas, en algunos casos les daban etiquetas extranjeras para que las colocaran en los productos, haciéndoles publicidad a un grupo de intermediarios, que tienen acaparado el mercado.

Es por esto, que en coordinación con algunos núcleos artesanales, se desarrollaron cuatro propuestas de marca, para ser producidas en serie como tipo maquilla, para darle el reconocimiento directo al artesano, para ser producidas en Bogotá por la calidad en la impresión y el material.

Tras una investigación de mercado, se planteó utilizar "TIBEK" material americano a base de polietileno, con gran resistencia a la tracción, fricción, y calor, además el costo jugaba un papel muy importante en la consecución de dicha propuesta.

Pero haciendo las pruebas iniciales de laboratorio, la parte estética del producto, aunque buena, no daba la presentación ideal de un producto, porque la maquilla necesitaba ser tan limpia sutil y estética, que el producto por si solo se posesionaba como una obra de arte, al ver esto, se planteó el uso de otro material, NYLON AMERICANO que en la practica, resultó ser la propuesta ideal, tanto por presentación como por costos, saliendo cada maquilla entre \$40 y \$50 de acuerdo al tamaño cuadrando una producción por millar de cada propuesta gráfica.

Los núcleos artesanales estuvieron desacuerdo, y la producción ya se está coordinando entre Bogotá San Andrés de Sotavento y Tuchin.

En cuanto a la línea de empaques, Aunque esta parte no está consolidada en los productos de Tuchín y San Andrés de Sotavento, paradójicamente, esto no es problema, porque como los productos son vendidos en su gran mayoría al por mayor, pues la imagen corporativa de los grupos artesanales no es reconocida realmente, y para poder desarrollar esta parte es necesario primero, consolidar las propuestas gráficas y productivas de las etiquetas, situación que ya se está empezando a implementar, una vez con esto, el diseño y producción de los empaques si tendría realmente una razón de ser y vía libre para su aplicación.

Pero en lo relacionado con los embalajes, el problema radica en la pérdida parcial de los productos, porque al empacarlos por cantidad en una caja, las muestras, sufren una compresión, que hace que la caña flecha de parte en un pequeño porcentaje del producto enviado, es por esto, que para solucionar este impase comercial, se diseñó un sistema de ordenamiento teniendo en cuenta el crecimiento formal de las piezas, es decir; De acuerdo a la forma de cada producto, pues la forma de embalaje el empacar grandes cantidades, varía, por la disposición de las fibras (que en este caso es la caña flecha).

En la búsqueda de nuevos materiales para el desarrollo de nuevos productos, y la imagen corporativa, se plantea la posibilidad de utilizar una fibra vegetal del árbol de CAMAJON, puesto que sus características tanto físicas como estéticas brindan una muy buena opción para el desarrollo de empaques de los productos. Aunque la etapa de laboratorio se alcanzó a desarrollar en gran parte, el estudio aún está en proceso, porque todavía falta determinar si existe o no choque ecológico, al extraerle dicha fibra al árbol, y además es necesario hacer un estudio poblacional de los arboles para determinar la capacidad de producción de los empaques.

4. PRODUCCIÓN

COSTOS DE PRODUCCION

En el desarrollo productivo de los diseños realizados, aunque las muestras suministradas, aún están en proceso, el costo de producción se determinó, por el tiempo invertido en la consecución de los productos (solo tiempo activo, los tiempos muertos no entran en el calculo presupuestal), teniendo en cuenta, que la técnica todavía no la manejan totalmente, y que la materia prima (totumo) es un nuevo aporte los costos están determinados así:

4.1. PROCESO DE PRODUCCION:

Como en los capítulos anteriores, para una mejor comprensión del tema, la producción se desglosará por municipios a saber:

CERETE :

En el taller de diseño realizado en el centro de capacitación 24 de mayo, todas las propuestas formales, integraban la madera como material estructural y el cuero como materia prima base, es por esto, que EL FRUTERO, LA SILLA Y EL KANKABO conservan exactamente el mismo orden praxológico en la producción artesanal.

- Selección de la madera.
- Corte de acuerdo a la plantilla.
- Desbaste de aristas vivas.
- Ensamble.
- Lijado
- Aplicación de la brea.

Para esto es necesario disolver en gasolina una fracción de la "piedra" de brea quedando lo suficientemente líquido el compuesto para ser aplicado con una estopa, una vez aplicado, inmediatamente se retira con una estopa limpia, y la pieza va tomando el color que se desea. cabe anotar. que entre mas veces se aplique la brea liquida mas oscuro queda el tono del producto.

- Diseño y corte de la plantilla para el cuero, para esto se utiliza cartulina.
- Una vez hecha la plantilla con la forma y los cortes para el calado y el repujado, se pega con cinta adhesiva en la pieza de cuero para economizar espacio. para luego cortar el cuero, una vez hecho esto, se cose a la estructura de madera con un hilo de cuero de 4 milímetros de ancho por el largo total del cuero por dos.
- Para la cama, el cuero se asegura a los largueros con estoperoles a una distancia de 10 cm entre cada uno.

El acabado es opcional, aunque se recomienda dejar la pieza al natural.

En cuanto a los empaques para dulces, el proceso de producción se sintetiza así:

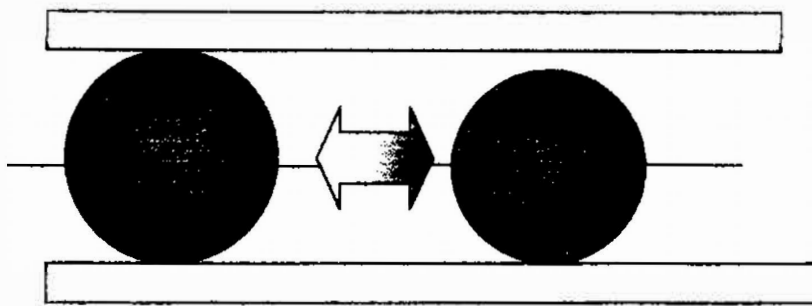
- Selección de la materia prima
- Secado a la sombra
- Elaboración del rollo, teniendo en cuenta que el diámetro sea uniforme en toda su extensión.
- Preparación de la iraca para coser el rollo
- Como la base de los contenedores es circular, se fabrican dos espirales de seis centímetros de diámetro cada una, estas espirales, son continuas y van pegadas, el detalle praxológico se puede consultar en la primera parte de este informe en el capítulo de PROPUESTA DE DISEÑO.

Para las dimensiones de los empaques de dulces blandos, es necesario tener como referente el frasco tipo compota, puesto que el vidrio es el que tiene contacto directo con el dulce.

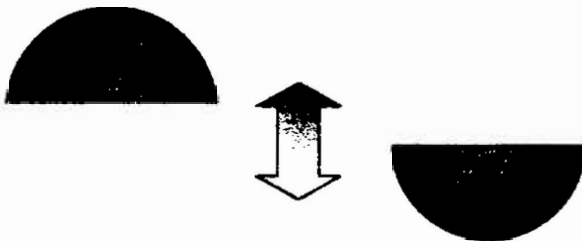
TUCHIN :

En los productos desarrollados en Tuchin el proceso de producción es el mismo.

- Selección y corte por parejas del totumo o coco, teniendo en cuenta que para sacar un contenedor se necesitan dos es decir:



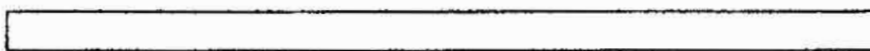
Relación de tamaño entre los dos, (ya sea coco o totumo)



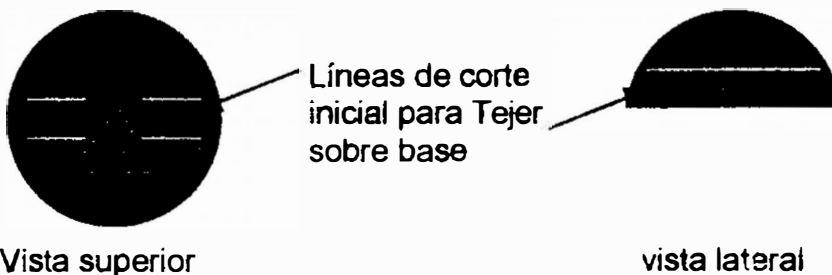
El más grande pasa a ser la tapa y el pequeño, la base.

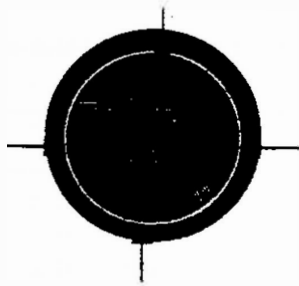
TAPA

BASE



- Corte en canal de los totumos y/o cocos seleccionados

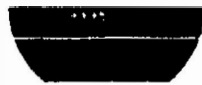




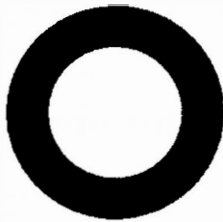
Detalle del corte
Las flechas indican
Los puntos en donde
El corte se interrumpe



Detalle del corte para
Generar la base de
Soporte.
La base se corta y invierte
Para darle equilibrio



Para que el producto conserve el equilibrio, es necesario cortar las secciones que terminan la "cresta" de cada contenedor es decir;



Vista superior



vista frontal del corte



sección del corte para
girarla 180 grados

Tinturado de los totumos y/o cocos; Se sumergen en bija con agua, y se deja hervir para luego introducirlos en el barro durante tres días para que cojan el color negro de humo que los caracteriza; Claro que en el caso de los cocos, también existe el acabado natural que se adquiere solamente lijándolo hasta llegar a la corteza base, para luego brillarlos con un trapo dándole el acabado mate

4.2. Capacidad de Produccion

Marcos Carpio

PIEZA	NOMBRE	FUNCION	LINEA	CALIDAD		ACABADO
				E	B	
Cofre	Cofre Totumo	Utilitaria/Decorativa	de mesa	R	M	
Cofre	Cofre Coco	Utilitaria/Decorativa	de mesa	R	M	

PRODUCCION Y MERCADEO

PRODUCTO	PRODUCCION MES	COSTO	PRECIO EN TALLER	PRECIO POR MAYOR	COSTO EMPAQUE
Juego de Cofres Totumo	15 Juegos x 3	5,000	15,000	10,000	

COMERCIALIZACION	DIRECTA	INDIRECTA	FERIAS	OTRAS

Jose Maria Barrios

PIEZA	NOMBRE	FUNCION	LINEA	CALIDAD		ACABADO
				E	B	
Cofres	Juego de Cofres x 3	Utilitaria/Decorativa	de mesa	R	M	

PRODUCCION Y MERCADEO

PRODUCTO	PRODUCCION MES	COSTO	PRECIO EN TALLER	PRECIO POR MAYOR	COSTO EMPAQUE
Juego de Cofres X 3	10 Juegos	7,000	17,000	12,000	

COMERCIALIZACION	DIRECTA	INDIRECTA	FERIAS	OTRAS

Medardo de Jesus

PIEZA	NOMBRE	FUNCION	LINEA	CALIDAD		ACABADO
				E	B	
Cofres	Juego de Cofres x 4	Utilitaria/Decorativa	de mesa	R	M	

PRODUCCION Y MERCADEO

PRODUCTO	PRODUCCION MES	COSTO	PRECIO EN TALLER	PRECIO POR MAYOR	COSTO EMPAQUE
Juego de Cofres X 4	15 juegos	30,000	45,000	40,000	

COMERCIALIZACION	DIRECTA	INDIRECTA	FERIAS	OTRAS

Cereté, Centro de Capacitación 24 de Mayo

PIEZA	NOMBRE	FUNCION	LINEA	CALIDAD		ACABADO
Cama	Cama	Utilitaria/Decorativa	Mobiliario	E	B	
				R	M	
Silla	Silla	Utilitaria/Decorativa	Mobiliario	E	B	
				R	M	
Banco	Kanisabo	Utilitaria/Decorativa	Mobiliario	E	B	
				R	M	
Frutero	Frutero	Utilitaria/Decorativa	de Mesa	E	B	
				R	M	

PRODUCCION Y MERCADEO

PRODUCTO	PRODUCCION MES	COSTO	PRECIO EN TALLER	PRECIO POR MAYOR	COSTO EMPAQUE
Cama	5	250,000	425,000	300,000	
Silla	10	40,000	56,000	45,000	
Banco Kanisabo	10	10,000	25,000	15,000	
Frutero	20	5,000	10,000	7,000	

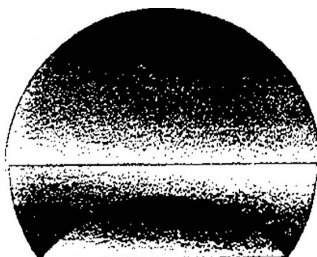
COMERCIALIZACION	DIRECTA	INDIRECTA	FERIAS	OTRAS

4.3. CONTROL DE CALIDAD:

Para el control de calidad, es necesario desglosar las partes de cada producto, entendiéndolos como subgrupos, es decir; la tapa, la base, el tejido, el ensamble, y el acabado.

Como se dijo anteriormente, en el capítulo de proceso de producción, cada cofre está compuesto por dos medias secciones de un coco o un totumo, para esto, cada elemento, debe ser lo mas esférico posible, y teniendo en cuenta que el tamaño entre una y otra de las medias circunferencias debe medirse de forma que una entre dentro de la otra es decir;

Para que una vez cortados, la parte mas grande se convierta en la tapa, generando el ensamble entre las dos medias circunferencias.



En la base, el corte se limita solo a la "cresta" de la sección, y una vez cortada, se invierte 180°, para ser pegada al "ras", sin que se noten los empates.

El acabado de los cofres, inicialmente se desarrolló mate, por el poco manejo de la técnica de los artesanos, aunque, ya se está dando la posibilidad de producirlo brillante.

Para los cofres de forma alargada. el acabado es brillante desde la etapa inicial.

4.4. PROVEEDORES:

Para la materia prima (caña flecha) los proveedores no cambian en absoluto, en cuanto a los totumos y los cocos, por lo general . los encuentran en toda la región a ningún costo. claro que esto es posible que cambie, porque una vez los pobladores se den cuenta que el coco y el totumo, se está utilizando para desarrollar este tipo de cofres que pueden llegar a tener una muy buena salida en el mercado. pues llegarán a ponerle precio.

5. COMERCIALIZACION:

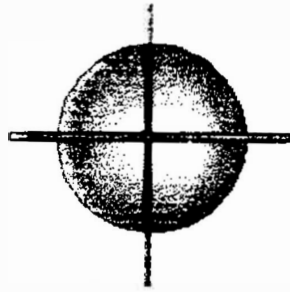
En todos los diseños, la comercialización es directa, puesto que es un producto nuevo, además es necesario hacerles la prueba de mercado, y de todas formas, los artesanos, ya tienen sus clientes establecidos no solo en Colombia sino en el exterior.

5.1. MERCADOS SUGERIDOS:

El producto desarrollado, está dirigido a personas de estrato cuatro (4) en adelante, por la calidad en la manualidad . puesto que implica tiempos de producción en horas hombre. mayores a productos semejantes en el mercado.

Su Exhibición y venta, se plantea para las galerías reconocidas, que tengan un stock de productos ya tradicionales en caña flecha, porque al ser neoartesanía, es bueno que tenga el referente del sombrero Vueltaio y demás productos desarrollados con esta técnica, para así generar un valor agregado.

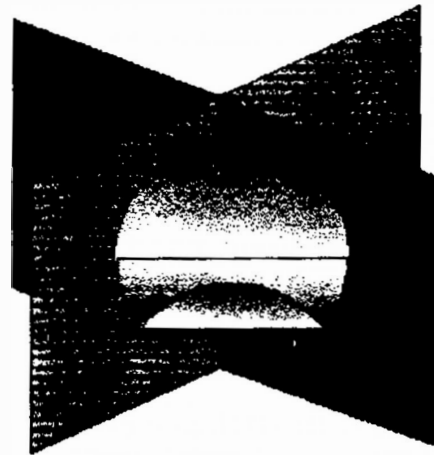
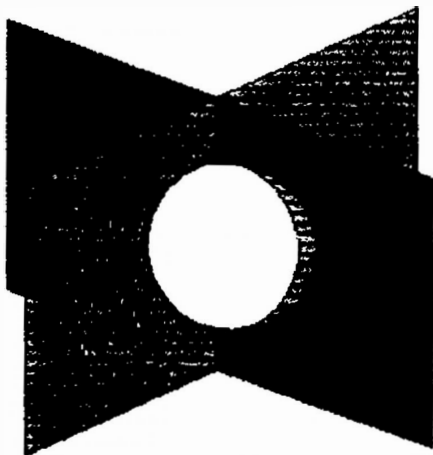
5.2. PROPUESTA DE EMPAQUE - EMBALAJE



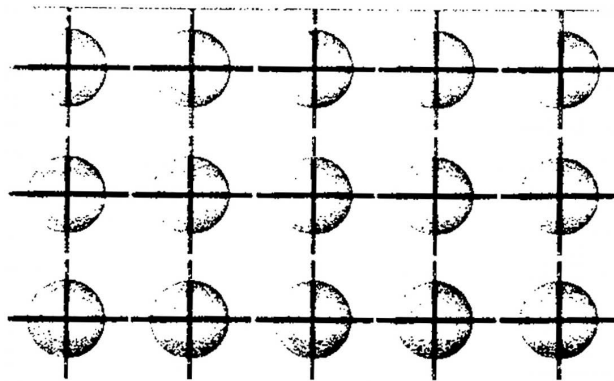
Vista superior



Vista frontal



Se aconseja empaquetar los cofres en una estructura en "equis" X, hecha en cartón corrugado, para darle soporte, y generar una red estricta en la distribución de los productos para ser embalados, como se aprecia en el siguiente gráfico.



En la caja se recomienda empacarlos por docenas.

Y así igual para los cofres en caña flecha teida en trenza.

Cabe anotar, que los productos desarrollados en cuero y madera en el taller de diseño realizado en Cereté, no se contemplan en este capítulo, puesto que en la parte de producción del informe, se desglosó totalmente.

5.3. PROPUESTA DE TRANSPORTE:

Para el transporte de los productos, se recomienda SERVIENTREGA, puesto que el costo es económico y seguro, el kilo inicial de carga está en \$3600, y los kilos adicionales cuestan \$400 cada uno.

CHINÚ ;

CONCLUSIONES DEL TRABAJO

La población que comprende esta localidad es netamente zapatera. los productos que se desarrollan van desde sandalias y habarcas, hasta zapatos tipo "BOSI", aunque tienen en gran número fusión de materiales, tales como la caña flecha, el fique el jean entre otros, su actividad es netamente de microempresa, en cuanto a los acabados es necesario trabajar este aspecto.

Están agremiados, como "AMICHINÚ", sus productos se comercializan en gran parte de la costa.

En cuanto a las actividades de diseño desarrolladas con este grupo, se basaron en el diseño ergonómico de los productos, optimización en los procesos productivos, y análisis de costos, el grupo respondió muy bien a estas asesorías, generando nuevas propuestas que comercialmente equivalían a un 35 a 40% más económicas que las que ellos mismos estaban comercializando, teniendo en cuenta que los procesos productivos se optimizaron en tiempos y movimientos y en materias primas.

También se les asesoró en el diseño y desarrollo de propuestas para el interior del país, es decir, el grupo objetivo que ellos quieren captar (en este caso la capital), exige un tipo de producto mucho más "suave" y delicado, independientemente sea para hombre o mujer, tanto en los materiales utilizados como el acabado final del producto.

Se retomaron conceptos "tradicionales" como la sandalia "romana", la habarca, generando propuestas hechas casi totalmente a mano, con unos acabados óptimos y un precio muy competitivo en el mercado.

RECOMENDACIONES

Es necesario tener en cuenta este grupo de "microempresarios" para el desarrollo de nuevos proyectos encaminados a la reactivación de la economía, puesto que sus productos abastecen gran parte de la costa atlántica. Es necesaria una asesoría en gestión comercial, puesto que solo producen por encargo, y sus productos quedan relegados por que no tienen capacidad de "Vitrina" en las ferias, por su misma forma de trabajo.

Pensar en desarrollar línea de productos, aparte de la zapatería no es conveniente, porque la tradición laboral y el arraigo cultural que manejan es netamente la zapatería, además su carácter de microempresarios lo tienen encaminado a explotar solo la zapatería como forma de sustento, actividad que manejan muy bien.

ESTRATEGIA A PROPONER ;

Como los grupos están ya organizados, y la actividad que manejan está completamente definida, solo sería necesario el desarrollo de programas encaminados a la comercialización de productos, la gestión comercial, y la asesoría continuada en acabados y posible desarrollo de nuevos productos en zapatería, pero dirigidos totalmente a la microempresa.

CANALETE;

DIAGNOSTICO

Es una zona netamente platanera la materia prima que abunda es la cepa, y la iraca.

Aunque no tienen tradición artesanal, el fondo mixto de la cultura de Córdoba, desarrolló unos talleres de capacitación en cepa de plátano, con una maestra artesana, durante tres meses en el mes de septiembre, en esta capacitación, se les enseñó la técnica para el desarrollo de objetos decorativos y utilitarios, aunque estaban organizadas, las artesanas no siguieron con este oficio, lo que hizo necesario retomar este taller con la misma maestra que las capacitó.

Para poder desarrollar productos es necesario un seguimiento paulatino de la técnica en cuanto a acabados, y tiempos de producción.

CONCLUSIONES DEL TRABAJO ;

El potencial de trabajo es total, puesto que la materia prima abunda en la región y la capacidad de producción puede ser importante en la medida que se desarrolle una estrategia de la artesanía como forma de sustento.

En cuanto a desarrollo de productos en diseño, Hay varios factores que juegan un papel importante para esta labor,

1. El manejo de la técnica no es total, aunque manejan buenos acabados en algunos casos los tiempos de producción son muy largos, lo que hace que el producto se encarezca.
2. El seguimiento de las capacitaciones debe ser periódico.

QUE FALTA ;

Lo más importante en la planeación de proyectos encaminados al desarrollo artesanal del grupo, es el seguimiento paulatino tanto de la técnica como del oficio, Canalete es una localidad ávida de conocimiento, lo que pasa es que es necesario generar la expectativa y el deseo de la artesanía como forma de vida y por ende de sustento.

ESTRATEGIA A PROPONER ;

Aunque el grupo como tal estaba conformado. al no existir el seguimiento, pues las artesanas se fueron disgregando. pero, con una convocatoria, el grupo inicial se retomaría e incluso crecería

Si las artesanas manejan la técnica (aunque no en el 100%), la materia prima abunda en la región, y la necesidad de generar una cultura artesanal es palpable. solo es necesario desarrollar proyectos encaminados a la gestión comercial con el carácter artesanal que esto conlleva.

Esto se llevaría a cabo si como lo dije anteriormente, se genera un seguimiento paulatino, para así demostrarles a las artesanas que las posibilidades de comercio con los productos asesorados en diseño si les retribuyen económicamente sus esfuerzos.

Además es necesario capacitarlos en gestión comercial, para que los productos desarrollados trasciendan, generando así a corto, mediano, y largo plazo una cultura artesanal en torno a la cepa de plátano. teniendo en cuenta oferta. demanda costos de producción, y atención al cliente, estrategias de mercado.

COSTOS DE PRODUCCION

Al no manejar la técnica en su totalidad, los productos se encarecen porque el tiempo destinado para cada producto es mayor, claro que esto se soluciona generando el seguimiento que se plantea.

NUEVOS MATERIALES ;

Curiosamente, una de las artesanas asesoradas, vive en una vereda cercana en donde trabajan con la caña flecha, generando productos tradicionales, ésta es una buena posibilidad para hacer un reconocimiento de la situación artesanal en dicha vereda, y ver la posibilidad de integrarlo con los materiales que se consiguen en canaleta.

PUEBLO NUEVO

CONCLUSIONES DEL TRABAJO

Este municipio, está conformado por inmigrantes de otros municipios y departamentos lo que hace que las técnicas y los oficios que se manejan sean muy variadas.

Existen mujeres que hace unos meses, se dedicaron al desarrollo de productos en cepa de plátano, objetos que por su concepción, no constituyen artesanía, porque utilizaban cartón como parte estructuran del producto, así como tela, barniz , hilos dorados y pegantes industriales.

Aunque no siguieron desarrollando objetos en cepa, tienen un conocimiento básico de la materia prima.

Existen además dos personas que trabajan la talla en madera, aunque sólo una lo ejerce, sus productos son de calidad deficiente.

Además trabajan el totumo, pero como grupo aislado.

En si, el trabajo artesanal, todavía no se plasma en los pocos objetos que producen, las técnicas u oficios desarrollados, constituyen tareas aisladas.

No contemplan en su totalidad la artesanía como forma de sustento.

En una vereda vecina (llamada Centro América,aproximadamente a 30 minutos en moto) existe un grupo familiar que trabaja los balais, las esteras, los chocos y los catabres, en bejuco e iraca; Y en otra llamada pueblito, quedan rezagos de mujeres artesanas dedicadas a trabajar la caña flecha, aunque ya no ejercen el oficio en su totalidad, manejan la técnica y estuvieron muy interesadas en reagruparse nuevamente, para recibir asesoría en tejido sobre base y desarrollo de nuevos productos en diseño.

QUE FALTA ;

En la comisión pasada, se hizo un diagnostico de los sistemas objetuales, queriendo determinar la situación artesanal actual; Aunque el grupo a trabajar es numeroso (aproximadamente 35 personas, entre mujeres y hombres), los oficios que manejan son muy variados, lo que determina un buen potencial de trabajo, pero organizándolo en forma sistémica para un solo fin, (la artesanía).

NUEVOS MATERIALES ;

En la zona, abunda es estropajo, y aunque es una buena opción como propuesta formal, los cultivos en la época en que se desarrolló la comisión, no estaban en tiempo de recolección.

ESTRATEGIA A PROPONER ;

Al existir tanta mano de obra sub-utilizada es necesario agrupar los artesanos en sistemas independientes de acuerdo al oficio, la capacidad artística en cuanto a desarrollo de producto es considerable, lo que constituiría a mediano plazo un potencial artesanal de pronto con renombre, claro, esto sujeto al apoyo de las entidades como la casa de la cultura, el fondo mixto de Córdoba y Artesanías de Colombia.

Como segundo paso una capacitación con maestros artesanos, para que los habitantes de Pueblo Nuevo retomen los oficios, y una vez implementado esto, un apoyo en gestión comercial y por último una asesoría en diseño.

TUCHIN ;

CONCLUSIONES DEL TRABAJO ;

Tuchín, por su carácter tradicional, y su acervo cultural indígena, ya está consolidado como "potencia" artesanal , Desafortunadamente los grupos artesanales que alguna vez estuvieron conformados, se disgregaron en células familiares, por diferencias internas.

Esto dio como resultado la diversificación del oficio y el desarrollo de nuevas propuestas en la aplicación de la caña flecha.

Lo que trajo como consecuencia, el trabajo aislado con cada grupo.

En esta localidad se desarrollaron básicamente diseños encaminados al aprovechamiento de los recursos existentes, no solo la caña flecha, sino también del totumo y el coco, materias primas que aunque abundan en la región, un son "explotadas" con carácter artesanal comercial.

El tejido sobre base, fue un muy buen recurso para desarrollar contenedores seriados que conformaban un sistema cerrado, y una propuesta formal muy interesante, para dar como resultado cofres, con propuestas visuales diferentes y atractivas.

Solo existe un "impedimento" inicial en el desarrollo de dichos productos, como la técnica es tan reciente, los acabados de los productos, todavía tienen fallas, pero esto no es impedimento, para seguir desarrollando dichos productos, puesto que a medida que se ejerce la técnica, el oficio se va especializando, generando así muy buenas alternativas en cuanto a nuevos productos.

También se asesoró en el manejo de la imagen corporativa de los productos, dando como resultado la identidad en los mismos para carácter de exportación.

Los artesanos asesorados estuvieron de acuerdo en el arte final de las etiquetas, y en su fase de producción se concluyó que en Santafé de Bogotá era mejor desarrollar dichos productos, por costos y por la calidad de las mismas.

También se desarrollaron nuevas propuestas en tejido sobre base para aplique de iluminación, pero los artesanos con los que se desarrolló dicha propuesta, no alcanzaron a terminar las muestras.

NUEVOS MATERIALES :

El totumo y el coco, como parte estructural de los productos en tejido sobre base. Además en la etapa de exploración de fibras naturales se encontró una muy buena posibilidad en el árbol de "camajón" para desarrollar bolsas tipo empaque en dicha fibra, aunque la propuesta fue planteada, se recogieron las muestras, y tuvo muy buena aceptación por parte de los artesanos, la etapa de laboratorio aún está en proceso, puesto que falta determinar si existe choque ecológico, y además por la cantidad de materia prima a recoger, es necesario hacer un sondeo de los cultivos de este material.

Además se encontró en la región otra fibra que llaman "majagua colorada", que también tuvo aceptación para el desarrollo de productos, pero que todavía está en la etapa de exploración.

ESTRATEGIA A PROPONER ;

Lo más importante hasta el momento, es capacitar con maestros artesanos en tejido sobre base, para que la técnica se difunda, porque éste conocimiento solo lo tiene un grupo muy reducido.

Generar continuidad en las propuestas desarrolladas en esta comisión porque aunque los diseños son muy interesantes, la parte de acabados necesita un refuerzo.

COSTOS DE PRODUCCIÓN ;

Los modelos desarrollados en tejido sobre base, por el poco conocimiento en el manejo de los materiales, por parte de los artesanos, no llegaron a la etapa de prototipos, aunque por su misma concepción, en tiempos y movimientos, oscilaban en un precio de \$30.000 el juego de tres contenedores, valor éste sujeto a modificaciones favorables por la práctica en la técnica, lo que determina un costo aproximado de \$10.000 a \$20.000 en los productos, puesto que algunos solo vienen tinturados con barro y bija.

SAN ANDRES DE SOTAVENTO

CONCLUSIONES DEL TRABAJO

En esta localidad, se trabajó fundamentalmente en el kiosko artesanal, generando también propuestas en la imagen corporativa de los productos, El material a trabajar para las etiquetas, por consenso con los mismos maestros del kiosko, fue el "tyvek" , material a base de polietileno, muy económico y con una altísima resistencia

También se desarrollaron los empaques para tapetes e individuales en cartón corrugado; y en la parte de embalaje, se desarrolló un estudio de fibras, teniendo en cuenta la resistencia y el costo, en donde se diseñó un sistema tubular seriado en donde los tapetes se apilan sin ocupar mayor espacio, con el tallo de la iraca.

QUE FALTA ;

El kiosko artesanal de San Andrés de Sotavento, por su mismo carácter comercial funciona con grupos, independientes, entre sí, es decir, la parte comercial, divulgación, y el grupo de maestros artesanos, que se reúnen y determinan cuándo es posible y como desarrollar nuevos proyectos, lo que hace difícil la labor de desarrollo de producto con dicho grupo.

NUEVOS MATERIALES ;

Como en Tuchín, las nuevas fibras como el camajón y la majagua, están en proceso exploratorio.

NUEVOS PROYECTOS A PLANTEAR

En el desarrollo de la comisión, durante la visita a la localidad de CHINU, por cruces de horarios de trabajo con los "microempresarios", y por su mismo carácter de no artesanos, se planteó, el aprovechamiento de dichas horas programadas inicialmente, en los diferentes municipios del departamento de Córdoba, arrojando en la etapa exploratoria la siguiente información, datos que en coordinación con el Fondo Mixto de la Cultura, gracias al apoyo de la Doctora Carolina Patiño se determinó el siguiente diagnóstico inicial:

POSIBLES MUNICIPIOS A TENER EN CUENTA PARA LOS PROGRAMAS DE ARTESANIAS DE COLOMBIA

AYAPEL ;

Existen talladores en madera. En forma individual, varias personas trabajan figuras de animales propias de la región con residuos de la ciénaga (ramas secas, troncos pequeños, entre otros)

BUENAVISTA ;

Hay mucho potencial que permite se organización, entre ellos se encuentran talladores, y además existen grandes cultivos de plátano y maíz, lo que permitiría elaborar diferentes productos a partir de dichas materias primas.

TIERRALTA ;

Allí se inició hace algunos años un trabajo con la cepa de platano, labor que no tuvo mayor seguimiento.

VALENCIA ;

Es una zona eminentemente platanera, Existe apoyo de la alcaldía y una ONG, para desarrollar proyectos dirigidos a la artesanía.

MOÑITO ;

Están interesados en trabajar con los desechos del mar, aunque no existe organización artesanal, se cuenta con el apoyo de la administración municipal para tal efecto.

SAN BERNARDO ;

Abunda la calceta de platano, y la cascara de maíz, existe un número de personas que se dedican en forma individual a este trabajo.

LOS CORDOBA ;

En este municipio se está adelantando desde el año pasado unos cursos de capacitación que han permitido mantener el núcleo de personas de ambos sexos, reunidos durante cuatro meses, una vez por semana, ya trabajan productos en cepa de platano.

COTORRA ;

La oficina de asuntos sociales de la alcaldía, está dispuesta a ofrecer el apoyo para iniciar un trabajo que permita sacar productos artesanales; Allí se puede implementar el diseño y desarrollo de hamacas en cepa de platano.

SAN PELAYO ;

Este municipio no tiene identidad en el aspecto artesanal, sin embargo, se encuentran en forma aislada personas que elaboran instrumentos musicales, como tambores, flautas con caña guadua y madera, en este municipio se celebre anualmente el festival nacional del porro, motivo fundamental para promocionar estos instrumentos; Aunque desde el punto de vista de diseño se encuentran buenos materiales y oficios para desarrollar sistemas objetuales utilitarios.

CIENAGA DE ORO

Allí se desarrollaron varios cursos en cerámica,, además es un municipio en donde se trabajaba la filigrana.

CHIMA ;

Trabajan el barro.

PLANETA RICA ;

Existe un buen número de personas que trabajan la cerámica, estuvieron organizados, pero ante la desatención de las entidades, esta decayó, existe apoyo institucional, se les capacitó en 1998 durante cuatro meses.