

Análisis del significado que tiene el Tamarindo para productores y consumidores a través de su cultivo en el municipio de Santa Fe de Antioquia

Paula Andrea Álvarez García

Juan Sebastián Astaiza Muñoz

Línea de Cultura material

Universidad Pontificia Bolivariana

Diseño industrial

Medellín

2013-02

Análisis del significado que tiene el tamarindo para productores y consumidores a través de su cultivo en el municipio de Santa Fe de Antioquia

Paula Andrea Álvarez García

Juan Sebastián Astaiza Muñoz

Asesor

Coppelia Herrán

Juliana Cuervo

Trabajo de grado para optar el título de diseñador industrial

Universidad Pontificia Bolivariana

Diseño industrial

Medellín

2013-02

Nota de Aceptación

Presidente del Jurado

Jurado 1

Jurado 2

Medellín

2013

Resumen

El presente trabajo se enfoca en el análisis del significado que tiene el tamarindo para productores y consumidores a través de su cultivo en el municipio de Santa Fe de Antioquia; ha sido reconocida como monumento histórico nacional por su arquitectura colonial. Esta investigación quiere resaltar la valiosa labor de cultivar y producir tamarindo, el estudio es cualitativo por que permite la recolección de datos para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación. Se le conoce también como interpretativo y etnográfico. La finalidad de este tema es entender el significado, los valores, y las tradiciones que se establecen junto al tamarindo como producto transformado en la localidad. La cual se obtiene a partir de sus diferentes procesos, además de que generan un alto impacto en la zona al comercializarlo, por la satisfacción para todos los cultivadores. La investigación se desarrolló mediante el análisis de variables que dieron como resultado en el logro de los objetivos planteados, por medio de materiales, técnicas de estudio, conocimiento de la región, tradición y costumbres de los pobladores, los cuales se analizaron junto con los conceptos previamente investigados para obtener la respuesta a las inquietudes propuestas en la problemática diseñada al inicio del estudio.

Tabla de Contenido

	Pág.
1 Introducción	7
2 Planteamiento y formulación del problema	9
2.1 Descripción del problema	9
2.2 Formulación del problema	10
3 Elementos del problema	10
4 Objetivos de la Investigación	11
4.1 Objetivo General	11
4.2 Objetivos Específicos	11
5 Justificación.....	12
6 Marco Teórico	14
6.1 Origen y trayectoria del tamarindo	14
6.2 Diseño conceptual	16
6.3 Tamarindo como fruto y sus características.....	18
6.4 Cultura de consumo del tamarindo	23
6.5 Valor del tamarindo	24
6.6 Identidad que refleja en la región.....	25

7	Metodología	28
7.1	Tipo de investigación.....	28
7.2	Técnica de recolección de datos	29
7.3	Población y muestra.....	29
7.4	Instrumentos de análisis de información	31
7.5	Diagnóstico del estudio del tamarindo en Santa Fe de Antioquia	31
7.6	Cronograma	33
7.7	Pre-campo y Campo.....	34
7.8	Definición de actividades - Recolección de datos	34
8	Clasificación de información	36
8.1	Conocimiento y tradición.....	36
8.2	Comercialización y consumo de tamarindo.....	39
8.3	Comercialización de tamarindo	44
8.4	Valores y significados.....	47
8.5	Identidad que refleja en la Región	48
9	Análisis de resultados.....	51
10	Conclusiones.....	55
11	Referencias	61
12	Anexos.....	63

1 Introducción

El tamarindo tiene como nombre científico “*Tamarindus indica*”, es una fruta cultivada en el occidente antioqueño, es una de las principales fuentes de ingreso desde hace aproximadamente unos 90 años (Así lo confirman los cultivadores, consumidores y pulperos de la misma población); por esta razón es importante para los investigadores preguntarse cómo se ha transformado la tradición a través de los años en esta zona.

Este estudio es cualitativo, porque trata de cumplir con la finalidad de entender la técnica de transformación, el uso de materiales, la trayectoria de lo vivido por medio de este oficio. El desarrollo del trabajo se basa en cuatro conceptos fundamentales, tradición, cultura, identidad y consumo (definidos en la metodología); son estas las palabras claves, por medio de las que se les da cumplimiento a la profundidad de la investigación, lo cual permite dar respuesta a lo planteado en el objetivo general proyectado para el alcance del mismo.

Dentro de las consultas realizadas del tema se entrevistaron a unos cultivadores y pulperos que permiten llegar a unos análisis, con los que se determina cómo ha cambiado el proceso del tamarindo a través del transcurso de los años, lo cual es una tradición acerca de la transformación de la pulpa en la localidad. Esta investigación está apoyada en información que dan las siguientes personas (Manuel Sarmiento Fradera estudio de la alcaldía de la localidad; Ramiro Tafur Reyes Director Nacional Plan Frutícola Nacional de la Gobernación de Antioquia del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural; Universidad de Antioquia - Gobernación de Antioquia del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural;

Sandra P. Benítez – investigadora que hace un estudio de la Universidad Nacional de Colombia y Tita Maya Directora General – tiempo de hacer Emprendimiento).

2 Planteamiento y formulación del problema

2.1 Descripción del problema

La forma de llegar a analizar el significado que tiene el tamarindo para productores y consumidores a través de su cultivo en el municipio de Santa Fe de Antioquia, conduce en adentrarse en aspectos importante de la manera de vivir de los pobladores de esta región y a su vez de los turistas que frecuentemente o esporádicamente lo visitan. El tamarindo es una fruta que nace de forma silvestre en lugares cálidos, por ello en Santa Fe de Antioquia se cultiva, es una planta que se procesa en diferentes presentaciones y que desde hace décadas viene generando bienestar económico a muchos hogares de la región; el tamarindo es culturalmente muy representativo dentro de la tradición y cultura de la región, esta fruta se produce de forma alternativa, ya que su cosecha se da en un año, por lo que como no es muy constante se debe tener muchos árboles para que su producción y comercialización sea atractiva en el plano económico. Los recolectores, pulperos y distribuidores a su vez tienen en sus fincas o parcelas otras plantas que complementan la actividad del cultivo de fruta para tener una buena supervivencia.

Lo bueno de la recolección y la producción de la pulpa de tamarindo, es que muestra al municipio como un destino turístico y a su vez se ve como la vitrina, no solo de esta maravillosa fruta sino de la tradición de sus pobladores y de la estructura colonial de toda la localidad. Por el oficio de la producción y comercialización de esta fruta en sus diferentes presentaciones artesanales se celebran en esta parte del departamento de Antioquia las

fiestas en honor a su nombre, es decir las fiestas del tamarindo en donde llegan muchos turistas nacionales y extranjeros al visitar el municipio. Esto genera un alto nivel de importancia para cultivadores, recolectores, pulperos y comercializadores de este magnífico producto.

2.2 Formulación del problema

¿Qué significado tiene la pulpa de tamarindo para quienes la producen y consumen en Santa Fe de Antioquia?

3 Elementos del problema

- **Consumo del tamarindo en Santa fe de Antioquia:** los tipos de presentación de la pulpa de tamarindo transformada.
- **Tradición en las técnicas para elaborar el tamarindo:** procesos y materialidades que componen las técnicas actuales y las pasadas para transformar el tamarindo.
- **Identidad del tamarindo en Santa Fe de Antioquia:** el tamarindo se muestra como un referente importante del municipio, por el cual se reconoce la cultura y tradición de sus fiestas.

4 Objetivos de la Investigación

4.1 Objetivo General

Analizar el significado que tiene el tamarindo para productores y consumidores a través de su cultivo en el municipio de Santa Fe de Antioquia, como impacto de la identidad cultural y agrícola de la región.

4.2 Objetivos Específicos

- Identificar las técnicas que se emplean para la transformación de la pulpa del tamarindo y los cambios con el paso del tiempo.
- Identificar los tipos de presentación, el consumo y la comercialización de la pulpa del tamarindo en Santa Fe de Antioquia.
- Analizar cuál es el valor y significado que pulperos y consumidores tienen hacia el tamarindo.
- Investigar de qué manera la fruta transformada se refleja en la identidad de la región.

5 Justificación

Esta investigación busca encontrar el significado de la fruta y la pulpa del tamarindo para quienes la producen y consumen en Santa Fe de Antioquia, al igual que se pretende relacionar la existencia entre las técnicas artesanales de transformación y la identidad que este proceso genera en los pobladores y productores de la pulpa en la región. La manera de trabajar con este producto, es un referente de los procesos de la fruta a través de la tradición y de las costumbres, que se orientan en la selección, y transformación para una posterior comercialización y consumo.

Desde la cultura material, se considera importante esta investigación, porque ayuda a comprender tradiciones y costumbres de una trayectoria específica, con la que se emplean unas técnicas artesanales de transformación de la pulpa de tamarindo, y que con ello se emplean herramientas y materialidades que aquí intervienen para así entender los hábitos que se llevan a cabo en este trabajo.

Con esto se piensa que desde el diseño industrial es importante esta investigación ya que dependiendo de cada cultura, la apropiación, modificación y/o uso, que se le da a las materialidades mencionadas, al igual que su diferenciación ante las demás culturas. Tal investigación lleva a diferentes conclusiones que hablan de elementos empleados con el fin de transformar la pulpa de tamarindo artesanalmente rescatando de algún modo esta técnica mencionada ya que esto puede representar un valor agregado tanto para la región como para el producto.

Con esta investigación se desea conocer el significado del proceso de la fruta para los pulperos y comprender a fondo acerca de las técnicas empleadas para la transformación del tamarindo en Santa Fe de Antioquia y así poder encontrar la relación entre estos procesos de transformación de la fruta y los consumidores teniendo en cuenta elementos culturales, tradicionales y de consumo.

6 Marco Teórico

La teoría utilizada para el análisis de esta investigación se basó en los conceptos de Cultura, Tradición, Valores, Comercio, Consumo e Identidad. Los cuales sirven de soporte para entender la conducta y comportamiento de los grupos sociales analizados, productores y consumidores de tamarindo. Y esta se compone de los siguientes conceptos.

6.1 Origen y trayectoria del tamarindo

El tamarindo es una fruta exótica originaria del África tropical, su explotación se dio en la India desde hace siglos y hoy día es uno de sus productos de exportación de este país. Se le ha dado diversos usos, como alimenticios, textiles o curativos dependiendo la comunidad (León, 2010). En América fue introducido en el siglo XVI, y es cultivado en las zonas tropicales en donde su uso principal es para la preparación de refrescos. La Pulpa del tamarindo es considerada muy acida y esto la hace ser muy deseada en América, África y Asia (Díaz, 1985). La planta de tamarindo se propaga por semilla y comienza a dar frutos a los 5 años de haber sido plantada.

En Colombia, el consumo se da en su mayoría en Antioquia y en la región Caribe. De acuerdo a datos del Plan Frutícola Nacional, el área destinada para su cultivo es de solo 5 ha, el 0,002% del área nacional, y aunque según el Plan Frutícola Nacional para Antioquia, su consumo es muy bajo tanto a nivel nacional como en el departamental, se ha visto una tendencia al crecimiento de su consumo en el país de un 11% entre 2005 y 2010.

Según un informe presentado por la revista New AG International, “el país se enfoca en la producción de solo 6 cultivos de frutas: cítricos, piña, banano, naranja, mango, papaya y aguacate, ya que estos son los rubros más consolidados, aunque en otros cultivos como los del tamarindo se presente uno de los mejores comportamientos en la dinámica de crecimiento a nivel nacional.”

Por otro lado esta fruta es conocida en Santa fe de Antioquia (municipio del occidente antioqueño), por sus diversos tipos de presentación artesanal para la venta, sus métodos de procesamiento y empaque, además de los puestos de venta, algunos de los cuales llevan casi un siglo surtiendo del tamarindo a la población (véase Imagen 1). El periódico El Colombiano muestra el caso de Doña Rosa Cartagena, una señora de 95 años de edad de los que ha dedicado más de 80 a la transformación del tamarindo para su venta, “ella misma lo prepara en casa; compra bultos bien escogidos, sin gorgojos para no llegar a espantar los clientes, y empaca los mejores frutos en bolsas plásticas para venderlas enteras”.



Imagen N°1. Tamarindo empacado en sus diferentes presentaciones. C. Munera (2011).

“Todas las manifestaciones culturales elaboran una misma forma de pensar que termina siendo acatada por un grupo social, en el que la elaboración de alimentos está ligada con la estructura de su pensamiento y con la manera en que perciben el mundo” según cuenta el antropólogo Marvin Harris (1994). Es por esto que el tamarindo guarda una relación con las personas que lo trabajan y con las que lo consumen; sin embargo, en nuestra actualidad es casi imposible escapar a los procesos de globalización que modifican constantemente el mundo entero, y aunque el municipio de Santa Fe de Antioquia mantenga la imagen de un pueblo de la colonia surge un interés en saber si ha sido posible que sus tradiciones y costumbres más específicamente para la transformación del tamarindo se mantengan sin modificación alguna o si por el contrario han cambiado recientemente con respecto a las tradicionales.

6.2 Diseño conceptual

- **Tradicición:** Esta palabra significa, la costumbre que se tiene de hacer, practicar o realizar algo; de allí que la tradición de producir tamarindo en Santa Fe de Antioquia es un procedimiento que se hace con mucha frecuencia, lo cual sirve como un medio de sustento económico, artesanal y turístico de la localidad.
- **Cultura:** Es lo más representativo y que particularmente es la práctica de algo que siempre se hace por periodos repetitivos y específicos con la misma frecuencia y con los mismos detalles; por eso en Santa Fe Antioquia se tiene como algo representativo el tamarindo en diferentes presentaciones.

- **Identidad:** Es la imagen que se tiene o que se reconoce de un lugar, de una persona, de una cosa o de un producto; por ello es que se identifica a los productos derivados del tamarindo como la imagen representativa del municipio de Santa Fe de Antioquia.

- **Consumo:** Se reconoce con el uso, abastecimiento, utilización y degustación de un producto o de una bien. Por consiguiente el consumo y la venta de tamarindo es una práctica de mucha representatividad en el municipio de Santa Fe de Antioquia y en generar se extiende a otros lugares del departamento y de algunas partes de Colombia.



Imagen N°2. Iglesia de Santa Fe de Antioquia como representación del parque donde se vende el tamarindo.



Imagen N°3. Proceso del producto de tamarindo en Santa Fe de Antioquia

6.3 Tamarindo como fruto y sus características

El tamarindo es un árbol de copa hemisférica que alcanza hasta 25 cm de altura; Su fruto mide de 5 cm a 12 cm de longitud, con dos a seis semillas en los arboles americanos. La pulpa del tamarindo es una de las sustancias orgánicas más ácidas, tienen de 8% a 12% de ácido tartárico; contiene además de 30% a 40% de azúcares. La planta se propaga por semilla y comienza a dar sus frutos a los cinco años de haber sido plantada. El cultivo del tamarindo se extendió de África, de donde es originario, a Asia en tiempos prehistóricos. En países como India ha alcanzado su mayor desarrollo, y en América fue introducido en el siglo XVI. Su uso principal en los trópicos americanos es la preparación de refrescos (León, 2000, p.226).

En Colombia, en el municipio de Santa Fe de Antioquia desde hace unos años se celebran las fiestas con el nombre del tamarindo, en ella se encuentran productores de la

pulpa que llevan casi un siglo transformándola, y que además recurren al reciclaje de empaques de otros productos para empacar el suyo, haciendo que se convierta en una particularidad de esta región, y que haga parte de la cultura alimenticia de la misma.

En estas tierras santafereñas, se realizan anualmente las fiestas del tamarindo el mes de agosto, donde se hacen celebraciones como reinados y se escoge una reina anualmente haciendo honor al tamarindo; hay dos reinas en esta celebración, una escogida por el gremio pulpero y otra joven, donde dicen varios de los pulperos “es una niña de colegio que no debe de tener ni idea que es el tamarindo, la escogen por bonita”. También se ven recorridos por las calles principales del pueblo, con bailes, trajes típicos y representaciones que caracterizan a la región. En estas fiestas participan los habitantes del pueblo y turistas de la región, donde hacen de este ambiente una manera de mostrar sus rasgos culturales. En cuanto a la cosecha y/o el cultivo del tamarindo, estas se dan cada año y así mismo se cultiva de manera artesanal en el territorio, ya que en este el tamarindo no crece con facilidad por sus condiciones y con posición particular de la fruta.

Los interesados en beneficiarse del tamarindo son los pulperos de esta región (Calle, 2012), quienes se ubican en el parque principal de Santa Fe de Antioquia; ellos lo obtienen a través de unos intermediarios que recogen el tamarindo en diferentes fincas aledañas que aun poseen arboles con este fruto, los recolectores se encargan de recoger las cosechas de tamarindo que se dan en las fincas, la cual es en un periodo de un año, entre los meses de

diciembre y marzo; este es recogido en cantidades suficientes para suplir la demanda de los pulperos durante todo ese tiempo.



Imagen N°4. Celebración fiestas del tamarindo en Santa Fe de Antioquia



Imagen N°5. Producto terminado del tamarindo en Santa Fe de Antioquia

5.2 Tradiciones en el trabajo de la fruta

Para determinar cómo se establecen las tradiciones alrededor del trabajo con el tamarindo, fue utilizado el concepto de cultura a partir de las afirmaciones del antropólogo Marvin Harris, cuando dice que “Cultura es el conjunto aprendido de tradiciones y estilos de vida, socialmente adquiridos, de los miembros de una sociedad, incluyendo sus modos pautados y repetitivos de pensar, sentir y actuar (es decir, su conducta)”.

La idea de Marvin Harris (2004) sobre el etnocentrismo como un concepto en el que afirma que las propias pautas de conducta son siempre naturales, buenas, hermosas o importantes, y que los extraños, por el hecho de actuar de manera diferente, viven según modos salvajes, inhumanos, repugnantes o irracionales es necesaria para comprender como la cultura de los pulperos reaccionan cuando se relacionan con otro tipo de costumbres, ya sean del exterior o locales. Para entender como está conformada esta cultura se acudió al concepto de difusión utilizada por el mismo autor la cual es definida como la transmisión de rasgos de la sociedad a otra distinta. Este proceso es tan frecuente que cabe afirmar que la mayoría de los rasgos hallados en cualquier sociedad se han originado en otra.

Una vez se establece una cultura, se debe saber cómo esta se ha mantenido en el tiempo, de manera que se empleó otra afirmación de Marvin Harris (2004) en la que enuncia que “La cultura de una sociedad tiende a ser similar en muchos aspectos de una generación a otra. En parte, esta continuidad se mantiene gracias al proceso conocido como endoculturación. La endoculturación es una experiencia de aprendizaje a través de la cual la

generación de más edad incita, induce y obliga a la generación más joven a adoptar los modos de pensar y comportarse tradicionales” de esta manera se puede entender como ha sido el proceso de aprendizaje y transmisión de los conocimientos acerca de cómo se trabaja el tamarindo en el municipio de Santa Fe de Antioquia.

Se consultaron teorías sobre la oralidad y la tradición a partir de esta, útiles para entender más específicamente el medio utilizado para la transmisión del conocimiento entre los pulperos. El lingüista y filósofo Walter Ong. (1987) Reconoce a la oralidad de tres maneras, una de ellas la primera, la cual afirma es la oralidad de una cultura que carece de todo conocimiento de la escritura o de la impresión, es decir que se transmite mediante la narración y sin el uso de herramientas tecnológicas como la escritura o la impresión y que además estas culturas orales existen porque tienen una historia en común, valores comunes. Partiendo de esto fue necesario el entendimiento de la tradición fundada desde la oralidad, idea que la lingüista Yolanda Suescun (2004) desarrolla al afirmar que este tipo de tradición transmite la conciencia de una comunidad, una herencia que se ha hecho colectiva con el tiempo y que esta y en general la cultura es dinámica, siempre está modificándose, en constante cambio y que de no ser así no se podría expresar la variedad generada por la experiencia de las personas dentro de esta cultura. Cuando se producen cambios en el modo tradicional de preparar la fruta, afirma Marvin Harris (2004), se deben para el incremento de la eficiencia en la producción aunque estas pueden incluso generar una incompatibilidad contradicción entre ellas (las técnicas) por aspectos simbólicos. Aunque estos cambios también se pueden dar por la emancipación y opresión, que se dan la mano en el ejercicio de una libertad ilimitada, los descontentos en la actualidad nacen de la libertad más que de

la opresión, de la libertad de opción a las que las actuales generaciones se ven continuamente confrontadas y forzadas en todos los niveles y estados de su vida afirma el teólogo Diego Bermejo (2011).

6.4 Cultura de consumo del tamarindo

Este punto se basó desde la cultura y conceptos de la economía, la producción y el consumo. Habiendo mencionado anteriormente lo que para Marvin Harris(2004) era la cultura, consultamos acerca del concepto de cultura de consumo como un elemento aportante para conocer cuáles son las motivaciones que hacen que una persona consuma el tamarindo, esta idea que el mismo autor desarrolla pero cita haciendo referencia a lo afirmado por los profesores de Mercadeo de la Universidad de Oregon John W. Schoute y James McAlexander (1995) cuando dicen que esta se refiere a un grupo distintivo dentro de la sociedad que comparte normas, creencias y valores con relación a un producto, una marca o una actividad de consumo. Además el Politólogo y Sociólogo Don Slater de la universidad de Cambridge afirma que las siguientes son características que identifican a una cultura del consumo, es la misma cultura del consumidor, atiende las necesidades del consumidor que, en principio, son ilimitadas e insaciables, es la cultura de las economías de mercado y, por tanto, es capitalista, y es, en principio universal e impersonal. En cuanto a las motivaciones que hacen a una persona consumir un producto en la actualidad el experto en marketing Dagoberto Paramo afirma que estas dejaron de basarse en la satisfacción de

una necesidad, en este caso la del hambre, sino que fueron sustituidas por una reflexión ligada a los deseos y al simbolismo de los productos que se consumen.

De acuerdo a Marvin Harris (2004), una economía es un conjunto de actividades institucionalizadas que combinan recursos naturales, trabajo humano y tecnología para adquirir, producir y distribuir bienes materiales y servicios especializados de una manera estructurada. Esta se consultó para entender de qué manera se organizaba el negocio de la venta de tamarindo y como lo menciona Harris, los componentes de este. Además afirma que las motivaciones para producir, intercambiar y consumir bienes y servicios están moldeadas por las tradiciones culturales. Las diferentes culturas valoran distintos bienes y servicios y toleran o prohíben diferentes tipos de relaciones entre la gente que produce, intercambia y consume.

6.5 Valor del tamarindo

Para entender lo que significa el tamarindo para consumidores y productores es necesario entender el concepto de valor, el cual para Risieri Frondozi los valores son propiedades, cualidades que poseen ciertos objetos llamados bienes y por ser cualidades, los valores son entes parasitarios, no pueden vivir sin apoyarse en objetos reales como en este caso el tamarindo, además son de frágil existencia ya que dependen de este objeto y una vez este sea modificado seguramente su valor cambie con él. El mismo autor clasifica los valores de dos maneras, el primero de ellos son aquellos valores necesarios para la existencia del objeto como el peso y el tamaño, los segundos, son aquellas cualidades que

son sensibles, como el color, el sabor o el olor, el tamarindo, como cualquier otro objeto posee estos 2 tipos de valores, pero el valor que nos interesa es el considerado no como un valor terciario sino más bien un nuevo valor, el cual según Frondozi es aquel generado por vía emocional como por ejemplo la belleza.

En cuanto a las materialidades implícitas en el procesamiento la fruta pueden considerarse, según Domingo José Martínez (2007), en su investigación acerca de los valores y las creencias en cuanto al consumo de comida en los hogares barranquilleros, como objetos que están cargados de un gran significado social, que reflejan patrones culturales diferenciadores e identificadores de roles y responsabilidades sociales como las implícitas en la labor del pulpero.

6.6 Identidad que refleja en la región

La importancia de los alimentos y las particularidades de su uso se observan en ferias y fiestas folclóricas. En estas festividades, características de una comunidad determinada, el ingenio y la creatividad humana se expresan en recetas que mantienen y transmiten la tradición, se da uso a lo que producen sus campos y se manifiesta el ingenio en el arte de la culinaria, afirma la Directora de Extensión cultural de la Universidad de Antioquia María Adelaida Jaramillo (2007). El hecho de que el tamarindo tenga sus fiestas en el municipio de Santa fe de Antioquia refleja la importancia de este mismo.

Para entender la importancia del fruto y por qué este es representativo en el municipio de Santa Fe de Antioquia se consulto acerca de la identidad, este como último punto a consultar nos indicara, después de conocer el valor del tamarindo para productores y consumidores de la región, como se identifica esta con el fruto, cuales son las relaciones entre el producto finalizado de tamarindo, el municipio, y sus productores y consumidores. Ahora, el concepto de identidad esta dado precisamente por los usos y costumbres que conforman la tradición, en todo caso la identidad está compuesto por esta tradición en donde ambas tienen un rasgo característico, la permanencia en el tiempo, afirman los filósofos Marcelino Arias Sandi y, Miriam Hernández Reina, (2010)

Uno de los aspectos más influyentes en la problematización de la identidad es la globalización, esta son los procesos en virtud de los cuales los estados nacionales soberanos se entremezclan mediante actores transnacionales; no hay ningún país ni grupo que pueda vivir al margen de los demás, las formas económicas, culturales y políticas no dejan de entremezclarse, comenta el teólogo y Doctor en Filosofía Diego Bermejo (2011); así se genera una sociedad mundial la cual es entendida como una sociedad percibida y reflexiva, una pluralidad sin unidad, según el mismo autor. Este también afirma que la globalización supone un desafío a la identidad entendida como esencia unitaria de la mismidad y la continuidad personal. Por esto dentro de esta sociedad global es casi inevitable la regeneración de las identidades la cual está ligada la mundialización del capital, efecto de la globalización afirma el antropólogo y sociólogo Díaz Polanco Héctor (2007).

Cuando los procesos globalizatorios modifican la identidad de una comunidad esta deja de ser una identidad tradicional y se convierte en una orientada al consumo. Díaz Polanco (2006) antropólogo y sociólogo.

7 Metodología

7.1 Tipo de investigación

En la metodología de la investigación de Sampieri Fernández (2010) se extrae que, la variable es cualitativa, por que utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación. Se le conoce también como interpretativo o etnográfico. En él existen diversos marcos interpretativos como: el interaccionismo, la etnometodología, el constructivismo, la psicología de los constructos personales, utilizados para efectuar un buen estudio; el cual se desarrolló para este trabajo, permitiendo conocer a través de las actividades, objetos y procesos de transformación, costumbres, valores y actitudes que toman estas 19 personas entrevistadas. Y las siguientes son las variables del estudio:

- **Valores y significados:** Se busca identificar qué tipo de anotaciones y reconocimientos se dan con respecto a la fruta, la técnica de transformación o la tradición para los pulperos y para los consumidores su comportamiento y/o gusto en el resultado final de la pulpa de tamarindo.
- **Conocimiento y tradición:** se presentan las técnicas de transformación, de dónde y quiénes lo aprendieron, y las formas en que lleven a cabo esta actividad.
- **Materialidades y técnicas:** reconocer que tipo de herramientas e instrumentos son utilizados en cada proceso de transformación de la pulpa, porqué y cómo son utilizados en cada una de las técnicas como proceso artesanal.

- **Comercialización y consumo:** La venta y el proceso de empaclado de la pulpa hasta su consumo pasando por la distribución en el sector (parque principal de Santa fe de Antioquia).

7.2 Técnica de recolección de datos

Con el desarrollo de este trabajo, se busca dar respuesta a diferentes interrogantes, a través de la entrevista realizada a 19 personas (Así, 10 pulperos, 1 recolector y 8 consumidores) sobre la importancia que tiene la producción y comercialización de tamarindo en todo el municipio de Santa Fe de Antioquia y la significancia económica y comercial del producto para este estudio, con base en las opiniones que expresan cada una de estas personas, información que permite analizar en detalle el alcance de los objetivos de la investigación, los cuales se clasificaron de acuerdo a la interpretación de: valores y significados, conocimiento y tradición, materialidades y técnicas, y comercialización y consumo con base en las técnicas de recolección de la investigación metodológica de Sampieri; que conduce a una variable cualitativa.

7.3 Población y muestra

Con base en el planteamiento de los objetivos específicos (identificación y análisis de las técnicas de transformación y cultivo de consumo) de la investigación que se desarrolló el trabajo, con el fin de lograr un conocimiento acerca de las realidades que se

viven respecto a las actividades tradicionales en la transformación de la pulpa de tamarindo en Santa Fe de Antioquia; como complemento para este estudio se realizaron diferentes entrevistas con base en una población, Santa Fe de Antioquia tiene una población de 22.903 habitantes según datos del censo 2005 (DANE, Departamento Administrativo Nacional de Estadística), de los cuales 100 personas mayores de edad aproximadamente cultivan el tamarindo, de estos 100, son 25 los que integran la Asociación de fruteros de Santa Fe de Antioquia, (información suministrada por la presidenta de Asociación de Fruteros de Santa Fe de Antioquia Mary Luz Correa), el tamarindo es una fruta que se cosecha de forma alternativa, dada su baja rotación en el proceso de cultivo y recolección en un año, esto indica que las personas que cosechan el tamarindo deben trabajar con otras plantas o frutales para su subsistencia. La muestra fue tomada de las 25 personas que integra la asociación, considerando un margen de error del 10%, un nivel de confianza del 90% y un nivel de heterogeneidad del 50% (ya que no existen estudios anteriores); con base en esto, el tamaño muestral para la entrevista es de 19 (Así 10 pulperos, 1 recolector y 8 consumidores), resultado significativo para la construcción y análisis del trabajo, los cuales permitieron sacar conclusiones a partir de datos en común que surgieron a través de estas.

Con el desarrollo de este trabajo, se busca dar respuesta a diferentes interrogantes, como la importancia que tiene la producción y comercialización de tamarindo en todo el municipio de Santa Fe de Antioquia y la significancia económica y comercial del producto para este estudio, con base en las opiniones que expresan cada una de estas personas, información que permite analizar en detalle el alcance de los objetivos de la investigación, los cuales se clasificaron de acuerdo a la interpretación de: valores y significados, conocimiento y tradición, materialidades y técnicas, y comercialización y consumo con base en las técnicas

de recolección de la Investigación metodológica de Sampieri Fernández (2010); que conduce a una variable cualitativa.

Margen de Error	<input type="text" value="10"/> %
Nivel de confianza	<input type="text" value="90"/> %
Tamaño del universo a encuestar:	<input type="text" value="25"/>
Nivel de heterogeneidad	<input type="text" value="50"/> %
El tamaño muestral recomendado es:	19

7.4 Instrumentos de análisis de información

Con esto se permite profundizar la información por medio de preguntas abiertas realizadas a varias personas como los pulperos, recolectores y entes gubernamentales, obteniendo así información sobre el contexto, cultivos, procesos de transformación de la pulpa de tamarindo, cambios en las materialidades a través de los años y la comercialización de la pulpa de tamarindo.

7.5 Diagnóstico del estudio del tamarindo en Santa Fe de Antioquia

En Santa Fe de Antioquia se identifica como actividad representativa de la zona el cultivo de tamarindo, de ello se puede decir que se producen diferentes tipos de artículos como dulces, artesanías, jaleas, conservas, mermeladas, galletas. A raíz del producto del tamarindo se celebran las fiestas del tamarindo en este municipio, las cuales son consideradas patrimonio histórico nacional. Tiene una cultura y tradición que sus

pobladores no quieren perder. En el parque principal de esta localidad se comercializa de forma tradicional el producto, es una costumbre llegar al parque de Santa fe de Antioquia y encontrar una nutrida variedad de venteros en sus diferentes toldos atendiendo a los turistas con su amplia variedad de presentaciones de esta fruta. El tamarindo, no es la fruta del siglo, ni de la época, pero sí ha dado significativos aportes a la economía, la cultura, la tradición, la identidad y el consumo de los habitantes y visitantes; para sus pobladores es motivo de orgullo todo lo que representa esta fruta para el desempeño económico municipal, departamental y nacional.

7.7 Pre-campo y Campo

Son las Herramientas de investigación de acuerdo a la variable cualitativa que se trabajaron, se diseñó una entrevista semi estructurada, con la siguiente pregunta principal ¿Qué significa la fruta del tamarindo para quienes la producen y consumen en Santa Fe de Antioquia?, la cual fue planteada con base en el logro de los objetivos, esta permitió hacer un análisis de dicha información recolectada para la eficiencia del estudio.

7.8 Definición de actividades - Recolección de datos

- **Observación:** se realizó con el fin de centrar la atención en elementos tales como la comprensión del contexto, de los particulares pulperos y recolectores con base en la actividad que realizan por medio de visitas, que permitieron identificar los espacios utilizados para la venta y/o producción del fruto. En este paso se tuvo en cuenta tanto a los pulperos con sus materialidades, a los consumidores frente al fruto, y el entorno en el que se desenvuelven estas dos actividades (producir y consumir).
- **Observación simple:** Rastreo geográfico de los diferentes lugares donde se llevan a cabo las prácticas de producción, venta y consumo de la pulpa de tamarindo, identificando espacios, materialidades, ubicaciones y comportamientos.

- **Entrevista:** para obtener información relevante del estudio, realizada a 19 personas.

8 Clasificación de información

8.1 Conocimiento y tradición

Las técnicas de transformación de la pulpa de tamarindo en el municipio de Santa Fe de Antioquía han sido en general las mismas desde hace décadas, los pulperos en la actualidad aprendieron a transformarla de sus antecesores, familiares o en algunos casos de sus patrones durante la juventud o infancia, quienes a su vez lo aprendieron de los suyos durante las primeras etapas de su vida, una costumbre que se ha mantenido con el paso del tiempo, convirtiéndose así en una tradición ya que afirma el filósofo Marcelino Arias la principal característica de las tradiciones es la permanencia en el tiempo. El paso de este conocimiento de generación en generación se debe a un proceso conocido como endoculturación, en donde la generación de más edad incita y obliga a la más joven a adoptar sus modos de comportarse y pensar tradicionales (Harris, 1999), en este caso, además de trabajar el tamarindo, a que este sea procesado del modo que siempre se ha realizado, pero además, aquel comportamiento que no es heredado se castiga, no puede ser empleado, esto por un fenómeno de etnocentrismo en el que se cree que las propias maneras de llevar a cabo los procesos son siempre los buenos, mejores o importantes y que los extraños por el hecho de ser diferentes se consideran repugnante o inhumanos (Harris, 1999), ya que se encontró que la mayoría de los pulperos entrevistados fueron obligados en un principio a trabajar con el tamarindo y que con el tiempo se fue aceptando como el modo de vivir propio para una vez más obligar a su descendencia a trabajar con este.

Los pulperos de este municipio, algunos quienes llevan hasta más de 50 años a labor de esta fruta, aprendieron las técnicas para transformar el fruto por medio de la oralidad, transmitida por sus padres, patrones, o en algunos casos otras personas que dispusieron ayudarlos, una oralidad primaria, en donde no participan elementos tecnológicos como la escritura o la impresión y donde la narración es el único medio de transmisión, todos los pulperos entrevistados recibieron las instrucciones para preparar el tamarindo mediante la información que su ascendencia transmitía, un tipo de información que solo se encontraba al interior de su conocimiento, algo que fortalece esta cultura ya que afirma el lingüista y filósofo Walter Ong (1987) que estas existen porque tienen una historia común, valores comunes y hacen parte de la misma cultura. Con el paso de los años esta transmisión oral ayudó a forjar otra tradición, la del trabajo, en la que las técnicas y el valor por la transformación del tamarindo pasadas eran transmitidos a nuevas generaciones e implementados por estas. De igual manera se han presentado algunos cambios en los procesos, como el de panela por azúcar, que es un aditivo en la mezcla de este producto; en tiempos pasados se solía mezclar el tamarindo con panela, pero en la actualidad (quienes ya están a cargo del negocio) prefieren hacerlo con azúcar, ya que según ellos esto permite sentir mejor el sabor del tamarindo porque con la panela se perdía lo cítrico, algo que ahora se quiere resaltar.

En cuanto a las herramientas empleadas para trabajar el tamarindo, se encuentran casos en los que se han cambiado algunas de ellas, como lo fue la piedra para pulverizar la panela por un elemento industrial como un molino eléctrico marca Premier (en algunos de los pulperos entrevistados), que hace todo el trabajo con solo presionar un botón y que

brinda mayor facilidad para llevar a cabo este proceso caracterizado por ser tan largo y repetitivo. A lo mejor el resultado que da el molino no sea exactamente el que se obtenía con el de la piedra por el hecho de que el primero es industrial y acorta los tiempos de procesamiento con respecto al segundo que es artesanal y demora más, pero es algo que no alcanza a modificar los rasgos generales que caracterizan a su técnica, así mismo se ha visto presente el uso de herramientas metálicas como la zaranda a modo de normatividad impuesta por los mismos pulperos debido a las condiciones higiénicas que brinda el material, y al no cumplir con esta norma pueden llegar a ser sancionados por un tiempo definido, a lo que afirma Marvin Harris (2004) que aunque una cultura compuesta por tradiciones, en este caso entendidas como los procesos para la transformación del tamarindo, tenga rasgos de culturas distintas, estas difícilmente llegan a modificar los rasgos generales de la cultura principal, de manera que la técnica para transformar la fruta aún se pueda considerar artesanal aunque se evidencien pequeños cambios dentro de sus procesos.



Imagen N°6. Zaranda industrial.



Imagen N°7. Zaranda artesanal. Fabricada por pulperos de la región.

Todos estos significados compartidos dentro de una misma sociedad, los que aprueban esos modos de actuar ya enseñados y que castigan los que no lo fueron, establecen una cultura (Schneider, 1993), la cultura de los trabajadores del tamarindo conocidos como pulperos. Cultura que comparte la mayoría de sus costumbres y tradiciones, pero que aún no encuentra un modo de organización concreto y beneficioso para sus integrantes.

8.2 Comercialización y consumo de tamarindo

➤ Consumidores de la pulpa de tamarindo

Santa Fe de Antioquia que es sitio turístico por excelencia debido a su clima y por sus antecedentes históricos, es visitada por una gran cantidad de turistas durante los fines de semana y días festivos, se cruzan con el patrimonio cultural y arquitectónico que datan de

tiempos de la colonia, sin embargo el tamarindo es casi un paso obligado para quienes van, quienes lo hacen por primera vez lo prueban por recomendación de alguien que anteriormente lo había probado o por una curiosidad sembrada al acercarse a conocer que es lo que el comercio ofrece.

La mayoría de los consumidores de la pulpa de tamarindo que fueron entrevistados los fines de semana, son personas de la ciudad de Medellín y área metropolitana, aunque suelen haber de otras ciudades y países en algunas épocas del año, estas personas de Medellín suelen ir de paseo y cambiar el ambiente citadino por algo más tranquilo y diferente, por lo general son personas que visitan con frecuencia Santa Fe de Antioquia, además de quienes van por primera vez. Estos consumidores visitan Santa Fe de Antioquia con sus familias o con quien tienen una relación sentimental (noviazgo), su estadía en el municipio es relativa ya que pueden quedarse el fin de semana completo o viajar por un solo día, por otra parte siempre que están en el municipio compran tamarindo. Entre las diferentes presentaciones de pulpa de tamarindo que se ofrecen en Santa Fe de Antioquia, la mayoría de los consumidores opta por comprar la presentación de \$1.000 conocida como las “barritas”, ya que es una forma rápida de pagar la compra y para consumir en el momento en el grupo con el que asisten y estos mismos suelen comprar tamarindo de más para llevarle a familiares y/o amigos, generando compras aproximadas entre los \$5.000 y \$15.000, lo que ha permitido que varias personas que no han visitado el lugar conozcan parte del lugar en relación al tamarindo. De esta manera, el tamarindo llega a ser un souvenir del municipio para quienes lo llevan a otros con la idea de recordar y compartir experiencias del lugar visitado.

Aunque la mayoría de los consumidores entrevistados no conoce acerca de los procesos para transformar el tamarindo, saben acerca de las diferentes presentaciones en las que se encuentra, y lo que más les gusta del tamarindo es poder encontrar en una misma fruta diferentes sensaciones como lo ácido del tamarindo y lo dulce del azúcar. Estas características de consumo es lo que los hace una cultura basada en este mismo precisamente, la cultura de consumo se refiere a un grupo distintivo dentro de la sociedad que comparte normas, creencias y valores con relación a un producto, una marca o una actividad de consumo (Schouten & McAlexander, 1995). Para este grupo de consumidores entrevistados, no puede faltar el tamarindo cada que están en el municipio y aunque no sean constantes sus visitas a este, acostumbran a comprar siempre la misma presentación; estos consumidores conocieron el tamarindo por influencia familiar y de igual manera su descendencia conoce de la fruta y es importante para ellos llevar presentaciones de tamarindo ocasionalmente a sus familiares y amigos cuando regresan a sus lugares de origen.



Imagen N°8. Jalea de tamarindo.



Imagen N°9. Tamarindo con semilla.



Imagen N°10. Tamarindo sin semilla o presentación de \$1.000.



Imagen N°11. Jugo de tamarindo.



Imagen N°12. Pulpa de tamarindo.

Aunque quienes consumen del tamarindo de Santa fe de Antioquia no lo frecuentan mucho, si acostumbran a llevar presentaciones de \$1.000 para regalar a sus allegados, según ellos, esta es una manera de dar una muestra de afecto por medio de un producto deseado por ellos, el tamarindo. Esto los encasilla en una cultura de consumo, la cual se vuelve real en la medida que las personas se identifican con ciertos objetos de consumo y

que a su vez les permite identificarse con otros individuos (Schouten & McAlexander, 1995).

8.3 Comercialización de tamarindo

Según el antropólogo Dalton, una economía es un conjunto de actividades institucionalizadas que combinan recursos naturales, trabajo humano y tecnología para adquirir, producir y distribuir bienes materiales y servicios especializados de una manera estructurada y repetitiva; en Santa Fe de Antioquia, en el proceso de transformación de la pulpa de tamarindo es notorio el uso de recursos naturales, pues es la fuente principal para este tipo de procesamientos, se trabaja de manera artesanal con la presencia de algunas herramientas y/o maquinas con el fin de acelerar y mejorar la producción y aunque es un proceso en su mayoría hecho a mano, se intenta sacar las diferentes presentaciones de manera estructurada y repetitiva ayudándose de las herramientas que ellos mismos han utilizado y con un orden coherente para facilitar la distribución de estos, aparentando ser iguales en cantidad y peso, pero al ser un proceso artesanal no habrá una exactitud en estas características con facilidad.

Debido a la inflación anual en el precio de los insumos para la elaboración de las presentaciones del tamarindo y a la no alza en el precio del producto final, la ganancia de los pulperos ha decrecido ya que el precio ha sido constante por aproximadamente 20 años, lo que ha generado una inconformidad en algunos de los pulperos entrevistados, así mismo, a otros no les interesa subir el precio debido a la competencia que se maneja en el sector, puesto que todos ofrecen los mismos productos diferentes a la pulpa de tamarindo

(semillas, artesanías, variedad de frutas) y su estrategia de venta es la forma de llamar la atención del cliente, además hay quienes revenden el tamarindo, convirtiéndose así en su competencia directa; mientras que para otros pulperos la competencia es de vital importancia ya que se ubican “estratégicamente” en sus casetas y así atraen más clientes, ellos utilizan métodos como hacer rebajas en las ventas, hacen el tamarindo con menos ingredientes para poder venderlo más económico y no perder dinero en las ventas, pero lo que siempre deben de tener es la presentación de \$1.000 ya que esta les permite una venta segura.



Imagen N°13. Punto de venta de tamarindo.

Afirma el filósofo y antropólogo argentino Risieri Frondizi los productos son elementos a los que se les ha incorporado un valor lo que los hacen “cosas valiosas”, este valor son cualidades que poseen los objetos llamados bienes. Todos estos objetos de valor tienen en común tener una forma, la cual se puede considerar como un valor capitalizado y que dentro del contexto del tamarindo en Santa Fe de Antioquia puede ser entendido como el tamarindo después de un proceso de transformación que lo convierte en un producto

terminado con un valor agregado. Los pulperos a pesar de poderse considerar como un grupo cultural que se basa en la producción de un bien capital, es un grupo que no tiene una organización que le genere un orden, sino que por el contrario no hay una organización para que algunos ganen más que otros mediante el desorden producido en el sector.



Imagen N°14. Elementos de venta en las casetas.

Según las motivaciones para producir, intercambiar y consumir bienes y servicios están moldeados por las tradiciones culturales. Las diferentes culturas valoran distintos bienes y servicios y toleran o prohíben diferentes tipos de relaciones entre la gente que produce, intercambia y consume, y por lo que motiva a producir a los pulperos entrevistados en Santa Fe de Antioquia, son los ingresos que este genera en las ventas de las diferentes presentaciones, por esto la mayoría de los pulperos tiene su propia caseta en el parque principal, donde exhiben los diferentes productos a su gusto y facilidad dándole a

conocer al turística la diversidad de estos productos, tanto en las presentaciones de tamarindo como en las demás frutas y semillas que allí se venden.

8.4 Valores y significados

El valor que se genera alrededor del tamarindo, no va ni a los procesos, ni a las herramientas, sino al fruto como tal debido a lo que este les ha proporcionado a través de los tiempos como ingresos económicos y bienes materiales para el mantenimiento en el hogar; los procesos y materialidades solo son un requerimiento para tener un resultado final (fruta transformada en diferentes presentaciones), aunque son conscientes que este fruto ya no es tan rentable como antes y por esto han buscado otras alternativas como fuente de ingresos, ya sea trabajando en otras actividades o abasteciendo su punto de venta con diversidad de productos. Debido a que el fruto de tamarindo ha dejado de ser tan rentable y en la búsqueda de nuevas oportunidades, las nuevas generaciones buscan mejoras a futuro en los estudios que realizan (colegio/universidad), pues dicen que en algunos años el tamarindo no les dará los suficientes ingresos para subsistir, opción que no tuvieron generaciones pasadas ya que se veían obligadas a trabajar con este fruto.

En las herramientas empleadas para la transformación del tamarindo, como la zaranda, son elementos los cuales se les ha incorporado un valor que hacen las “cosas valiosas”, brindando propiedades y cualidades que poseen los mismos objetos llamados bienes como lo afirma el filósofo y antropólogo Risieri Frondizi (1993); con la zaranda ha habido un cambio notorio pues les ha facilitado tanto la labor que esta cumple, como ahorro

en el tiempo que se tarda en hacer todo el proceso, posibilitando mayor producción y al mismo tiempo brindando más seguridad en quienes lo preparan. Al tener conocimiento acerca de las herramientas utilizadas en los procesos de transformación de tamarindo pueden considerarse como objetos que están cargados de un gran significado social, que reflejan patrones culturales diferenciadores e identificadores de roles sociales según Domingo José Martínez con doctorado en psicología, ya que estas herramientas han sido modificadas según su función por quienes las usan, con el fin de mejorar detalles como el agarre y tamaño de la herramienta.

8.5 Identidad que refleja en la Región

El tamarindo como golosina ha sido característico de Santa Fe de Antioquía por sus distintas presentaciones y procesos de transformación artesanal, tanto así que en nombre de la fruta se celebran festividades, en las cuales se hace alusión al nombre de este fruto “fiestas del tamarindo”, en estas fiestas se hacen bailes y desfiles típicos, se exhibe la fruta y se realizan diferentes actividades de diversión y esparcimiento en el municipio; en cuanto a la exhibición de la fruta, se consigue en las casetas del parque las cuales son decoradas de diferentes maneras durante las festividades, con los pulperos, donde se hacen algunos descuentos dependiendo las compras, algunos de los pulperos aprovechan para sacar nuevas presentaciones con el fin de tener la posibilidad de satisfacer más clientes, se incrementa la cantidad de ventas y por ende de producción, donde según los pulperos entrevistados, llega a ser una de las mejores épocas para la venta de esta golosina, donde la importancia de los alimentos y las particularidades de su uso pueden llegar a observarse en ferias y fiestas folclóricas, en estas festividades, características de una comunidad determinada, el ingenio

y la creatividad se expresan en recetas que mantienen y transmiten la tradición (Jaramillo, 2006). Estas recetas varían en la diversidad de presentaciones en las que viene la pulpa de tamarindo, llegando a si a múltiples personas dependiendo sus gustos y/o deseos, con el fin de darse a conocer de diferentes maneras con un mismo fruto y llegar a reflejar esta tradición que ha permanecido durante años en el municipio.

Para el antropólogo Díaz Polanco (2006), cuando los procesos globalizatorios modifican la identidad de una comunidad esta deja de ser una identidad tradicional y se convierte en una orientada al consumo; como se ve reflejado en los procesos de transformación del tamarindo, ya que en el transcurso de los años se han ido implementando y/o modificando las herramientas con el fin de tener una mejor producción y que el trabajo realizado sea menos forzoso, también se han hecho parte de estos cambios elementos necesarios para la higiene (elementos metálicos) tanto del espacio como de los alimentos, cosa que anteriormente no se veía y ya es tomado como una exigencia para quien produzca.

Para el filósofo Diego Bermejo (2011), dos han sido los factores principales que, encadenados, han contribuido a la aparición de este nuevo horizonte: la revolución financiera y la revolución tecnológica; en los procesos de transformación del tamarindo se han presentado diferentes cambios a través de los años, por un lado en la parte financiera y/o económica pues el tamarindo años atrás era rentable para quienes lo producían y vendían, les brindaba la posibilidad de adquirir diferentes bienes materiales y se vendía

para producir pues eran “épocas muy buenas”, actualmente el tamarindo no es tan rentable y aunque aún no genera pérdidas es notorio que cada vez alcanza para menos, pues el precio de venta de este fruto ha estado constante por varios años y por ahora no hay forma alguna de incrementarlo y se produce para vender. En cuanto a la revolución tecnológica, se han visto presentes algunas herramientas y maquinas que facilitan la labor de transformación, aunque costosas para ellos dicen que es mucho mejor pues reducen el tiempo en esta labor y esperan seguir teniendo de este tipo de ayuda por varios años más para diferentes funciones, siempre y cuando les facilite la elaboración de las diferentes presentación de la pulpa de tamarindo.

9 Análisis de resultados

Los resultados obtenidos después de la visita realizada en el municipio de Santa Fe de Antioquia, a los pulperos, recolectores, consumidores y entes gubernamentales de la localidad, se encuentra que el cultivo y consumo de la fruta del tamarindo y de su pulpa, se tiene como un proceso económico que desde años ha nutrido la cultura y la identidad del Municipio.

El proceso de producción de la pulpa de tamarindo se desarrolla con base en los siguientes pasos; primero se almacena la fruta, después se pelan los tamarindos, quitando la cáscara que los cubre, también se les retiran las raíces, luego se separan la semilla buena de las malas para que no quede con un sabor desagradable, después se mezclan (algunos lo hacen con azúcar y otros lo hacen con panela), a continuación se extrae la pulpa la fruta con una malla y un cepillo para sacar lo apropiado del producto, adicionalmente se le colocan los conservantes para su duración, después se seca para empacarlo y almacenarlo y finalmente venderlo. Se dicen que de un árbol de tamarindo se dan 5 bultos de la fruta y un árbol requiere de un año para dar frutos.

Con el resultado del proceso de producción de la pulpa de tamarindo se hacen los siguientes productos:

- Concentrado
- Jalea
- Dulce
- Confite

- Jugo
- Mermelada
- Conservas

Las personas que están involucradas dentro del proceso de la recolección del producto terminado, pasan recolectando la pulpa o los derivados de la fruta, lo almacenan, lo clasifican según su presentación y luego lo distribuyen en una comercialización en diferentes pueblos y regiones cercanas al municipio. Las fiestas del tamarindo se celebran en el Santa Fe de Antioquia en el mes de agosto desde el año 2006, en esta fiesta se realizan actividades que integran a toda la población, estas son;

- Evento con la retreta balcón de la Alcaldía.
- El desfile de inauguración
- Rumba aeróbica con una caravana de Arte en Movimiento (subasta Martillo)
- Desfile de la Banda Show con la participación de los grupos folclóricos y visitantes,
- Muestra de la Banda Show de Medellín,
- Muestras folclóricas en tarima con la presencia de grupos de otros municipios que participan como invitados al evento
- Moda en el desfile en la pasarela AVALON. (Información emanada por la Alcaldía del municipio de Santa Fe de Antioquia).

Lo anterior indica que con la práctica de cultivo, recolección y transformación de la pulpa, al igual que el análisis, se encontró que son pocas las materialidades implícitas y las

técnicas han cambiado a través del tiempo. Las materialidades y pasos de los procesos no son los mismos en el gremio, viéndose algunas herramientas en común y algunos acostumbran a realizar un paso más en la producción. Específicamente no se han visto grandes cambios en los procesos de transformación, pero estos si se evidencian en el uso de las materialidades presentes, debido a que con el tiempo han ido apareciendo nuevas herramientas (industriales para la producción) que les facilitan la forma de realizar el trabajo.

Existen diversas presentaciones las cuales se encuentran por lo general en todas las casetas de los pulperos ubicadas en el parque principal de Santa Fe de Antioquia; entre las presentaciones más consumidas se encuentra la conocida como barra de \$1.000 (este precio es el más atractivo para clientes y comerciantes, porque es asequible a todas las personas), de la que dicen los 10 pulperos entrevistados, que es la que no duda en solicitar diferentes tipos de personas. Además en algunos casos se encontraron productos distintos con el fin de satisfacer diferentes necesidades del cliente y tener una venta fija. Y así también lo afirma la presidenta de la Asociación de Fruteros de Santa Fe de Antioquia Mary Luz Correa y un recolector y pulpero llamado Jorge Iván Ibarra Silva.



Imagen N° 15: Directora General: Tita Maya- Secretos para contar- Tiempo de hacer oficios y emprendimiento. Pág. 11.

El valor y significado que le dan los pulperos al tamarindo se establece por el recuerdo, ya que el tamarindo en décadas pasadas les generaba muchas ganancias económicas y aunque en la actualidad no es tan rentable prefieren seguir trabajándolo esperando si algún día vuelve a mejorar la situación. Aspectos como las materialidades y las técnicas serían cambiadas y modificadas sin problema alguno según los pulperos entrevistados.

Los consumidores no siempre adquieren el tamarindo para comerlo cuando visitan el municipio, sin embargo es más probable que si lo hagan para llevarlo como regalo y/o souvenir para sus personas queridas, haciendo que el tamarindo sea utilizado como un elemento de recordación en el que el consumidor lo utiliza para transmitir esa experiencia vivida en el municipio.

10 Conclusiones

Con el desarrollo de este trabajo sobre el proceso del tamarindo, en analizar y evaluar la importancia de los productores y consumidores a través de su cultivo del tamarindo en el Municipio de Santa Fe de Antioquia, por medio de diferentes productos derivados de la fruta que son lo más representativo en la localidad y que a su vez es un proceso típico de la costumbre y la tradición de consumo y de comercialización en el municipio, con una trayectoria que da una originalidad a sus pobladores y a la región en general.

El tamarindo es utilizado por pobladores y turistas, como un referente que identifica al municipio de Santa Fe de Antioquia, como unión de visitantes y nativos con la cultura de consumo en el disfrute y regocijo familiar para todos. Que permite analizar los resultados de un producto artesanal que se deriva en diferentes presentaciones, que genera una gran aceptación y recordación para el público de otros lugares.

Es importante que el estado y el gremio unan esfuerzos para no dejar que esta tradición desaparezca, el municipio hace bien al organizar las fiestas del tamarindo porque esto le genera publicidad y refleja a los visitantes la importancia del fruto en la población, sin embargo, el tamarindo es un producto artesanal que le confiere un punto a favor para competir, en familia y en diferentes grupos sociales. Todo el proceso llevado a cabo desde que se recoge la fruta hasta que se ubica en la caseta para vender es algo lleno de tradiciones que lo hacen rico culturalmente, algo que le genera más valor en comparación de los que se hacen a gran escala. Lo que hace que la tradición se mantenga viva es la herencia transmitida mediante la oralidad, esa oralidad primaria de la que habla es la única

capaz de transmitir cultura, y una vez desaparecida esa tradición oral, aunque este registrado en libros como se procesa el fruto, habrá desaparecido la cultura de los pulperos.

En cuanto a las materialidades encontradas se puede decir que estas han sido cambiadas y modificadas por procesos globalizatorios (Como las diferentes maquinarias tecnificadas de la época) y las mismas necesidades del pulpero, las nuevas tecnologías que facilitan el trabajo y la necesidad de unos estándares de calidad que ayuden a la comercialización del producto hacen que los pulperos decidan utilizar nuevas herramientas o modificar las pasadas, como máquinas y equipos tecnificados y electrónicos.

Como diseñadores esta investigación ha servido la determinada importancia y el papel que juega el contexto y una cultura en la transformación y comercialización de un producto, teniendo en cuenta elementos como las prácticas, tradiciones y costumbres de una sociedad en un municipio específico. Para entender la relevancia e importancia que tienen las materialidades implícitas en este proceso para este mismo.

El modo en que los consumidores entrevistados valoran la fruta se basa en un símbolo, un recuerdo, un regalo utilizado como medio para darle a un ser querido una parte de la experiencia vivida en la visita a Santa fe de Antioquia. Ir de paseo a este municipio significa descanso, un momento de esparcimiento, significa alegría y felicidad, el estar en un lugar que produce este tipo de emociones hace que quien lo visite quiera compartir este sentimiento con esa persona que no se encuentra presente físicamente en ese momento pero que si está en su pensamiento, la necesidad del visitante por llevar un pedazo de lo que para él representa Santa fe de Antioquia hace que se compre el tamarindo, esa fruta que se

encuentra en abundancia en la plaza central del municipio y que es prácticamente la que más llena los puntos de venta de los llamados pulperos.

Los productores de tamarindo en Santa Fe de Antioquia, conocidos como “pulperos”, son un grupo dentro de una sociedad que han llevado a cabo esta práctica desde hace décadas, aprendieron lo que saben de personas que ya tenían experiencia en el trabajo con tamarindo, su manera de preparar el tamarindo para la venta sigue siendo el mismo que les fue enseñado, los pasos para transformarlo no tienen cambios significativos y las materialidades implícitas aunque son pocas y también poco han cambiado. Los pulperos gustan de trabajar con el tamarindo, según ellos este les ha dado todo, pero afirman también que con el paso de los años ha dejado de ser el negocio lucrativo que desistía muchas ganancias y que por el contrario ahora no genera casi ninguna. Se encontró que lo que hace ahora que los pulperos continúen transformando la pulpa de tamarindo es el recuerdo que conservan de todas las ganancias que en el pasado les dejó el fruto, los pulperos entrevistados comentan con nostalgia los mucho ingresos que el tamarindo les generaba, pero también el haber intentado tener otras entradas de dinero y haber fracasado hizo que el valor de la fruta fuera aún mayor para sus trabajadores, recordar que era esa fruta la que algún día les dio tanto hace que prefieran seguir con ella a tener que correr un riesgo innecesario porque aunque no de ganancias tampoco da pérdidas. Lo que para ellos es no tener otra manera que pueda ayudarlos a crecer económicamente y los antiguos fracasos hacen así que continúen transformando el tamarindo para recibir un ingreso a cambio, aunque sea tardío y poco valorado.

Las costumbre y prácticas que hacen de este grupo una cultura tradicional tienden a desaparecer, en la actualidad los hijos de quienes están a cargo del negocio poco se

involucran en él, la facilidad con la que tienen conocimiento del mundo y la conexión que con el establecen hace que las nuevas generaciones no tengan interés en este trabajo, el ver lo poco que paga a cambio por lo mucho que hay que hacer y las diversas nuevas oportunidades que el exterior ofrece hace que inclusive sus padres decidan y los apoyen a ir en busca de estas. Además de estos factores, la falta de organización en lo que se puede considerar un gremio de pulperos hace que la gran mayoría no crezca y se estanque como negocio mientras que otros pocos aprovechan este desorden para hacer más ganancias, algo de gravedad en la era globalizada que constantemente requiere de una buena administración, organización y agilidad para quien quiera encontrar el éxito si financieramente nos referimos. Estos dos factores hacen que el tamarindo empiece va a quedar rezagado en el tiempo.

Dicen los pulperos no subir el precio del tamarindo porque los clientes están acostumbrados al precio de siempre y también por órdenes de la asociación, quizá en algún modo el que suba el precio de un producto genere inconformidad al momento de realizar la compra por parte del consumidor, pero es algo inevitable, los insumos suben de precio y el producto final por efecto de sumatoria tiene que subir también, pero no lo hace, prefieren utilizar menos tamarindo y en cambio agregar mucha más azúcar para llegar al volumen deseado, pero seguramente la demanda crecería si por el contrario se usara más tamarindo en vez de azúcar ya que eso es lo que más gusta cuando la prueban, el sabor ácido de la fruta. El subir el precio se piensa, no afectaría las ventas, es algo a lo que toda la sociedad está acostumbrada.

El tamarindo, es una fruta que identifica al municipio de Santa fe de Antioquia, dicen sus visitantes que siempre que van al municipio, aunque no coman, llevan algo para el resto de días y por lo general para obsequiar a algún ser querido, quizá no exista un interés muy grande por la fruta que haga que la gente visite al municipio para consumirla, ni el valor que califica a la fruta sea lo suficiente elevando para que esta siempre esté presente en las ganas de consumir de los visitantes, pero si es evidente el hecho de que ir a Santa fe de Antioquia significa tamarindo, por su plaza colmada de este, sus presentaciones y sus técnicas tradicionales de prepararlo.

Es importante que el estado y el gremio unan esfuerzos para no dejar que esta tradición desaparezca, el municipio hace bien al organizar las fiestas del tamarindo porque esto le genera publicidad y refleja a los visitantes la importancia del fruto en la población, sin embargo, debería ayudar directamente a cada uno de los eslabones que hacen parte de la cadena de producción, ya que es muy poca su participación en este proceso y sin un musculo financiero que lo apoye es muy difícil que el gremio salga adelante. Además de apoyar a la cadena de producción para que sea un elemento realmente visible y competitivo de la región sería bueno que resaltaran sus técnicas de preparación así aumentaría su valor. El tamarindo como producto podría llegar a ser muy exitoso comercialmente hablando, el que sea un producto artesanal le confiere un punto a favor para competir, la diferenciación. Todo el proceso llevado a cabo desde que se recoge la fruta hasta que se ubica en la caseta para vender es algo lleno de tradiciones que lo hacen rico culturalmente, algo que le genera más valor en comparación de los que se hacen a gran escala. El producto artesanal tiene la ventaja de estar cargado de cultura, dedicación, trabajo a mano, elementos emocionales que resaltan su diferencia ante el resto de productos industrializados. Lo que hace que la

tradición se mantenga viva es la herencia transmitida mediante la oralidad, esa oralidad primaria de la que se habla es la única capaz de transmitir cultura, y una vez desaparecida esa tradición oral, aunque este registrado en libros como se procesa el fruto, habrá desaparecido la cultura de los pulperos.

11 Referencias

Arias Sandi y, Hernández Reina, (2010) *Interculturalismo y hermenéutica: de la tradición como pasado a la actualidad de la tradición México*.

Bermejo, D. (2011). *La Identidad en Sociedades Plurales*. Barcelon: Anthropos.

Díaz Polanco. (2006). *Antropólogo y sociólogo*. Barcelon: Anthropos.

Fronzozi, R. (1968). *Que son los Valores? Introducción a la Axiología*. México: Fondo de Cultura Económica.

Harris, M. (2004). *Antropología Cultura*. Madrid: Alianza Editorial.

Harris, M. (2004). *Teorias Sobre la Cultura en la Era Posmoderna*. Barcelona: Crítica.

Jaramillo Gonzalez, M. A., & Jaramillo Uribe, A. (2007). *Catedra Abierta. Universidad, Cultura y Sociedad*. Medellín: Universidad de Antioquia.

Jaramillo Gonzalez, M. A., & Jaramillo Uribe, A. (2006). *Ferias y fiestas folclóricas. Universidad, Cultura y Sociedad*. Medellín: Universidad de Antioquia.

Martínez Díaz, D. J. (2007) *Valores y creencias en el consumo de comida en los hogares barranquilleros*. Colombia.

Ong, W. (1987). *Oralidad y Escritura. La tecnología de la palabra*. México: FCE.

- Paramo, D., & Ramírez, E. (2007). *Gerencia Estratégica de Marketing. Un Enfoque Cultural*. Neiva: Editorial Universidad Surcolombiana.
- Roberto vega, D. (2006). El Aprendizaje De La Artesanía Y Su Reproducción Social En Colombia.
- Sampieri R.H., Collado CF., Baptista Ma. P. (2010). *Metodología de la Investigación*. (5^a ed.). Ed. McGRAW-HILL. México DF Adaptado a PPt.MsC. Carmen Rosa Wichtendahl de Naraghi.
- Schneider, S. (1993). *Cross-Cultural: Implications for Management Cultura, Differences, Management, and Economics*. bruselas: Colloquium.
- Schouten, J., & McAlexander, J. (1995). Subcultures of Consumption: An Ethnographic of New Bikers. *Journal of Consumer Research*, 43-61.
- Suescun, Y., & Torres, L. (2004). La oralidad presente en todas las épocas y en todas las partes. *Cuaderno de Lingüística Hispánica*, 35-36.
- <http://www.pueblospatrimoniodecolombia.travel/santa-fe-de-antioquia-antioquia/fiestas-tamarindo-en-santafe-de-antioquia>.
- <http://santafedeantioquia-antioquia.gov.co/index.shtml>.
- <http://nimbosilva.wordpress.com/>

12 Anexos

A continuación aparecen los formatos de las entrevistas planteadas para las personas mencionadas anteriormente.

PRODUCTORES (PULPEROS)



1. Nombre
2. Edad
3. ¿Hace cuánto tiempo trabaja con la pulpa de tamarindo?
4. ¿De quién aprendió el proceso de transformación de la pupa?
5. ¿Cuánto tiempo al día dedica para trabajar la pulpa de tamarindo?
6. ¿Qué cantidad de tamarindo prepara semanalmente?
7. ¿Alguien le ayuda a preparar el tamarindo? ¿Quién?
8. ¿En qué lugar de la casa trabaja la pulpa de tamarindo?
9. ¿Qué herramientas utiliza para transformar la pulpa de tamarindo?
10. ¿Por qué utilizan esas herramientas?
11. ¿Cuánto tiempo le duran las herramientas aproximadamente?
12. ¿Cómo es el proceso de transformación?
13. ¿Cómo miden la cantidad de ingredientes?
14. ¿Es fiel a alguna marca en especial? ¿Por qué?
15. ¿Cómo y con qué empaican las diferentes presentaciones?
16. ¿Dónde consiguen los elementos para empaicar el tamarindo?
17. ¿Ha cambiado la receta alguna vez?
18. ¿Cómo hacían el proceso anteriormente?
19. Las herramientas que utiliza, ¿le facilitan el proceso o era más fácil anteriormente?
20. ¿Qué hacen con los sobrantes del proceso de transformación?
21. ¿Qué tipo de presentaciones manejan?
22. ¿Hace de todas las presentaciones o solo algunas?
23. ¿Cuál es la presentación que más se vende?
24. ¿Qué nombre le dan a cada una de las presentaciones?
25. ¿Todos los pulperos manejan los mismos nombres para estas presentaciones?
26. ¿Por qué trabajan el azúcar como aditivo?
27. ¿Se han visto afectados por los cambios climáticos?
28. ¿Cómo lo contactan para los pedidos de pulpa de tamarindo?
29. ¿Tiene su propia marca para las presentaciones de tamarindo?
30. ¿Todos los pulperos manejan los mismos precios para la venta de tamarindo?
31. ¿Cuáles son los precios que usted maneja?
32. ¿Cómo es la competencia en el lugar?
33. ¿Cómo llama la atención de los compradores?
34. ¿Es rentable el tamarindo?

35. ¿Ha tenido pérdidas de dinero o de pulpa alguna vez?
36. ¿Tiene alguna asociación que controle el mercado del tamarindo?
37. ¿Ha tenido otra fuente de ingreso diferente al tamarindo? ¿Cuál? ¿Por qué?

RECOLECTOR



1. Nombre
2. Edad
3. ¿Hace cuánto trabaja como recolector?
4. ¿Dónde recoge el tamarindo?
5. ¿Siempre recolecta en los mismos lugares?
6. ¿En qué época del año recolecta? ¿Por qué?
7. ¿Cada cuánto recolectan?
8. ¿Cuánto tiempo dedica a la recolección?
9. ¿A qué hora del día hacen el proceso de recolección?
10. ¿Cuántos bultos recolectan aproximadamente?
11. ¿Cuánto tiempo le dura la cantidad de tamarindo que recolectan?
12. ¿Cuándo se le acaban los bultos de tamarindo, que hace?
13. ¿Cuál es el precio mínimo del bulto?
14. ¿Cuál es el precio máximo del bulto?
15. ¿En qué varía el precio?
16. ¿Cada cuánto sube el precio del bulto?
17. ¿Cómo empaca el tamarindo en los bultos?
18. ¿Cuánto trae cada bulto?
19. ¿Cómo es el sistema de venta del bulto de tamarindo?
20. ¿Alguien le ayuda a recolectar?
21. ¿Por qué ha disminuido el cultivo de tamarindo?

ENTE GUBERNAMENTAL



1. Nombre
2. Edad
3. Cargo
4. En esta zona, ¿solo se consigue tamarindo en Santa fe de Antioquia?
5. ¿Se encuentran cultivos tecnificados de tamarindo?
6. ¿De dónde consiguen los pulperos el tamarindo?
7. ¿Tiene conocimiento de quien procese y/o comercialice el tamarindo?
8. ¿Existen estadísticas/datos acerca del comercio del tamarindo?
9. ¿Hay épocas en las que se note la ausencia de este fruto?
10. ¿Qué ha afectado la perdida de los cultivos de tamarindo?

	A que viene	Cada cuanto viene	Con quien vino	Consume tamarindo siempre que viene	Cual es la presentacion que mas gusta	Que es lo q mas le gusta del tamarindo	Hace cuanto consume tamarindo	Como conocio el tamarindo	Lo compra en otra parte ademas de Sta Fe	Porque	Compra en distintas casetas	Compro solo para ud en este momento o lleva para alguien mas	Por ud alguien consume tamarindo	Conoce como se prepara	Que tipo de presentaciones conoce	Cuanto acostumbra a gastar en tamarindo
1	Paseo	2 anos	Familia	Si	Barrita	Acido	Siempre	Familia	Si medellin	Facilidad	Si	Para mi ya	No	No	Barritas	Mil
2	Paseo	5años	Familia	No	Barrita	Acido	10años	Mama	Medellin	Facilidad	Si	Para mi ya	No	No	Barrita	Mil
3	Paseo	5años	Familia	Si	Barrita	Acido	20años	Amigos	No	-	Si	Si compañeros	Hijos	No	Barra	5mil
4	Paseo	1año	Novio	No	Barrita	Azucar	Siempre	Mama	No	-	Si	Para mi ya	No	No	Bolita barra fruta	5mil
5	Paseo	Año	Familia	Si	Barrita	Acido	Siemprrr	Familia	Medellin	Facilidad	Si	Para la casa	Amigos, hijo	No	No	40mil
6	Paseo	1año	Familia	si	Barra con semilla	Mas pulpa	Siempre	Familia	Medellin	Facilidad	Si	Si regalar	Hijos amigos	No	Pulpa barrita concentrado cascara jugo	5mil
7	Paseo	1 mes	Familia	Si	Barra con semilla	Acido	Siempre	Mama	Medellin donde sea	Facilidad	Si	Si para desps familia	Hijo	No	Entero barrita mermelada	5mil
8	Paseo	Primera vez	Novia	si	Barra con semilla	-	-	Familia	No	-	Si	S para familia desps	-	No	Tarrito grandes	5mil
9	Paseo	1 año	Familia	Si	Pulpa fruta	Azucar	Siempre	Fam	No	-	Si	S lleva regalo	Hijos	Si	Fruta barritas	15mil
10	Paseo	1 año	Familia	Si	Pulpa fruta	Azucar	Siempre	Fam	No	-	Si	S lleva regalo	Hijos	Si	Fruta barritas	15mil