

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,
Diseño industrial, Universidad Pontificia Bolivariana. Medellín, Colombia
Diseño industrial, Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín, Colombia

paulaandrea.alvarez@alfa.upb.edu.co

juansebastian.astaiza@alfa.upb.edu.co

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 naturalista, fenomenológico, 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 se 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.

Abstract.

This work focuses on the analysis of the significance of the tamarind for producers and consumers through its cultivation in the municipality of Santa Fe de Antioquia, has been recognized as a National Historic Landmark for its colonial architecture. This research wants to highlight the valuable work of cultivating and producing tamarind, qualitative study that enables the collection of data to discover or refine research questions in the interpretation process. It is also known as a naturalist, phenomenological, interpretive and ethnographic. The purpose of this subject is to understand the meaning, values, and traditions that are established by the tamarind as product manufactured locally, which is obtained from different processes, in addition to generating a high impact on the area to market it, for the satisfaction for all growers. The research was conducted by analyzing variables that resulted in the achievement of the objectives, through materials, study skills, knowledge of the region, tradition and customs of the inhabitants, which

were analyzed along with the previously investigated concepts for the answer to concerns the problematic proposals designed at baseline.

Palabras Clave: identidad, tradición, comercialización, consumo.

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, como ese expresa en les entrevistas realizadas); 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 poyada 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 METODOLOGÍA

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 planta 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 uno 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.

2.1 Diseño conceptual

- **Tradición:** 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.

2.2 Variables de análisis

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 empaqueo de la pulpa hasta su consumo pasando por la distribución en el sector (parque principal de Santa fe de Antioquia).

2.3 Herramientas de investigación

De acuerdo a las variables cualitativas que se trabajaron, se diseñó una entrevista semiestructurada, con la siguiente pregunta principal ¿Qué significa la fruta del tamarindo para quiénes 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.

2.4 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.

2.5 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. 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.

3 RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En 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 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; eventos 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.

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.

4 AGRADECIMIENTOS

Se agradece a los profesores que hicieron parte de este proceso investigativo a Coppelia Herrán, Juliana Cuervo y Marcela Ceballos por su dedicación y compromiso con el trabajo. De igual manera agradecemos a los diferentes pulperos y a nuestro colaborador Jorge Iván Ibarra Silva “Pirry” por permitirnos conocer a fondo la cultura, tradiciones, prácticas y costumbres que giran alrededor del tamarindo.

5 CONCLUSIONES

Con el desarrollo de este trabajo sobre el proceso del tamarindo, se analizó y evaluó la importancia de los productores y consumidores a través del 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.

6 REFERENCIAS

- Bermejo, D. (2011). *La Identidad en Sociedades Plurales*. Barcelon: Ant hropos.
- Frondozi, R. (1968). *Que son los Valores? Introducción a la Axiología*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Harris, M. (2004). *Antropología Cultural*. 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.
- 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.
- Sampieri Fernández (2010) *Metodología de la Investigación*. (5ª 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://nimbosilva.wordpress.com/>