

Rol de las mujeres en la conservación de la cerámica de Cúcota como patrimonio cultural de Norte de Santander, Colombia, en el marco de la economía naranja.

Role of women in the conservation of Cúcota pottery as a cultural heritage of Norte de Santander Colombia within the framework of the orange economy.

Julio César Carvajal-Rodríguez¹, José de Jesús Núñez-Rodríguez, Angélica Alexandra Carrillo-Guecha³
^{1,2,3}Universidad de Santander, Cúcota - Colombia

ORCID: [0000-0003-4517-8817](https://orcid.org/0000-0003-4517-8817), [0000-0002-4120-0215](https://orcid.org/0000-0002-4120-0215), [0000-0002-9319-8399](https://orcid.org/0000-0002-9319-8399)

Recibido: 22 de octubre de 2022.

Aceptado: 13 de diciembre de 2022.

Publicado: 01 de enero de 2023.

Resumen- El objetivo de la investigación fue reconstruir los saberes ancestrales de la cerámica en el municipio Cúcota de Velazco, departamento Norte de Santander, Colombia. El abordaje metodológico se realizó desde el Paradigma Interpretativo utilizando la metodología cualitativa a través de la Investigación Participativa Revalorizadora (IPR) mediante entrevistas semi-estructuradas a una muestra intencional de 7 mujeres artesanas de la comunidad y la grabación de los procesos artesanales de elaboración de los productos cerámicos. La reconstrucción de los saberes cerámicos permitió valorar y visibilizar la participación de las mujeres artesanas las actividades culturales y económicas del municipio en productos de nuevo conocimiento académico y en documentos técnicos para las instituciones relacionadas con el desarrollo de políticas públicas.

Palabras clave: mujeres artesanas, saberes cerámicos, patrimonio cultural, economía naranja.

Abstract— The objective of the research was to reconstruct the ancestral knowledge of ceramics in the municipality of Cúcota de Velazco, department of Norte de Santander, Colombia. The methodological approach was based on the Interpretative Paradigm using qualitative methodology through Participatory Revaluation Research (PRI) by means of semi-structured interviews with an intentional sample of 7 women artisans of the community and the recording of the handicraft processes of elaboration of ceramic products. The reconstruction of ceramic knowledge made it possible to value and make visible the participation of women artisans in the cultural and economic activities of the municipality in products of new academic knowledge and in technical documents for institutions related to the development of public policies.

Keywords: women craftswomen, ceramic knowledge, cultural heritage, orange economy.

*Autor para correspondencia.

Correo electrónico: jcc.rodriguez21@gmail.com (Julio César Carvajal-Rodríguez).

La revisión por pares es responsabilidad de la Universidad de Santander.

Este es un artículo bajo la licencia CC BY (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Como citar este artículo: J. C. Carvajal-Rodríguez, J. J. Núñez-Rodríguez y A. A. Carrillo-Guecha, "Rol de las mujeres en la conservación de la cerámica de Cúcota como patrimonio cultural de Norte de Santander, Colombia, en el marco de la economía naranja", *Aibi revista de investigación, administración e ingeniería*, vol. 11, no. 1, pp. 75-84 2023, doi: [10.15649/2346030X.2984](https://doi.org/10.15649/2346030X.2984)

I. INTRODUCCIÓN

Uno de los retos en los nuevos escenarios que nos impone la globalización y el desarrollo de las tecnologías, es la conservación de los saberes culturales ancestrales y su inserción en el ámbito nacional e internacional, logrando visibilizar el rol de la mujer artesana en el desarrollo y conservación de los saberes ancestrales como un patrimonio cultural que debe ser conservado, a través de estrategias que le permita su permanencia en el tiempo y sea un rubro económico importante que les permita insertarse, en el mercado actual, incorporando esos saberes como un valor biocultural y pedagógico en los procesos de elaboración y comercialización de la cerámica acompañado de unas estrategias que puedan ayudar a la construcción de una política pública para el mercado artesanal contemporáneo en el marco de la economía naranja.

El objetivo de la investigación fue reconstruir los saberes ancestrales de la cerámica en el municipio Cócota de Velasco, departamento Norte de Santander, Colombia, direccionado en los objetivos específicos: Reconstruir los procesos técnicos de elaboración de la cerámica de Cócota; Revalorizar los saberes de los artesanos de la cerámica en la elaboración de los productos cerámicos; Sistematizar los patrimonios tangibles e intangibles en la elaboración de la cerámica y; Proponer estrategias para la incorporación de la cerámica de Cócota en las políticas de la economía naranja. La investigación permite una mayor comprensión del papel preponderante de la mujer artesana [1] y su rol en un Municipio como Cócota, reconocido a nivel nacional como la tierra de los artesanos y; abre nuevas líneas de investigación para revalorizar y visibilizar los biodiversos patrimonios culturales tangibles e intangibles de los territorios rurales del país.

II. METODOLOGÍA Y PROCEDIMIENTOS

La herramienta metodológica a utilizar para revalorizar los saberes de los artesanos de la cerámica se inscribe dentro del enfoque cualitativo de la investigación a partir de la consulta directa de los actores sociales que hacen vida en el tejido social y cultural de las comunidades rurales del Municipio Cócota de Velasco del Departamento Norte de Santander. Específicamente, se tomará la metodología probada por el PRATEC (Programa Andino de Tecnologías Campesinas) y AGRUCO (Centro de Agroecología de la Universidad de Cochabamba) en Perú y Bolivia, respectivamente, denominada por el segundo, Investigación Participativa Revalorizada (IPR). Este proceso revalorizador tiene sus bases en la Investigación Acción, pues parte del principio de la participación activa de los sujetos en estudio a partir de sus propias realidades contextuales, pero se aparta de ella al no pretender transformar la realidad local sino reconstruirla a los fines de su preservación y difusión. AGRUCO define la IPR como el proceso metodológico que “tiene el rol de generar conocimientos en forma participativa y/o revalorizar saberes locales desde la perspectiva de los actores sociales (locales y externos), para la comprensión de la realidad (...) en un determinado contexto espacio-temporal” [2].

Se trabajó con la población de siete (7) mujeres artesanas de la cerámica de todo el municipio de Cócota de Velasco. Los criterios para la selección de las artesanas de la cerámica se enmarcan dentro de los parámetros establecidos para la escogencia de los informantes claves de la Investigación Acción: Comprobada experiencia en el arte u oficio, alta disposición a participar en la investigación y facilidad de comunicación. En el municipio los investigadores por averiguaciones previas con líderes comunitarios irán ubicando a los artesanos, luego, en visitas de reconocimiento se seleccionarán a aquellos informantes que reúnan los criterios básicos establecidos y se procederá a realizar las revaloraciones tecnológicas y las entrevistas a profundidad. La muestra cualitativa se enfocará en tres grupos etarios de artesanas: jóvenes (menores de 30 años), adultos (30-60 años) y mayores (con más de 60 años de edad), indiferentemente del sexo, y en número estará conformada por las siguientes informantes claves:

Tabla 1: Conformación de la muestra cualitativa de artesanas.

Grupos etarios	Informantes claves
Jóvenes	1
Adultos	3
Mayores	3
Total	7

Fuente: Elaboración propia.

El saber tecnológico de la cerámica se reconstruyó directamente con la artesana, en función a sus conocimientos empíricos, sobre la base de los siguientes elementos: nombre de la tecnología, nombre del tecnólogo, edad, años de experiencia con la tecnología, grado de instrucción, ubicación del lugar, antecedentes de la tecnología, descripción de la tecnología, elementos empleados (materia prima, herramientas, equipos), proceso utilizado (a detalle), productos obtenidos, usos de la tecnología y creencias ligadas a la tecnología en estudio.

Adicionalmente a la reconstrucción y validación de las tecnologías tradicionales a cada artesano se le realizó una entrevista a profundidad con las siguientes preguntas abiertas: ¿Dónde aprendió ese arte u oficio? ¿Quién se lo enseñó? ¿Cómo se lo enseñaron? ¿Ha cambiado usted la forma de hacerla? ¿Ha enseñado a otros ese arte u oficio? ¿Se sigue usando en la actualidad? En cada pregunta se profundizó en el cómo y porqué. La entrevista fue grabada en su totalidad y transcrita integralmente en papel. La función de la entrevista fue la de develar los procesos subjetivos dentro de los cuales se constituye el saber y la cosmovisión de los artesanos; su posterior interpretación permitirá encontrar la emergencia de constructos teóricos de orden categorial y conceptual que otorgaron significados a los saberes relacionados con las tecnologías en la elaboración de las cerámicas en el Municipio de Cócota.

En la IPR los procesos son explicados por los sabedores al actor externo (Investigador) quien plasma, mediante la sistematización de la experiencia del artesano, la oralidad en el texto escrito. No obstante, como en ese traspasar de códigos del lenguaje hablado al escrito existen perturbaciones que afectan la fidelidad de la información suministrada el actor externo vuelve al informante, cuantas veces sean necesarias, para lograr la mayor aproximación posible a los procesos empíricos en reconstrucción. Es así, como la metodología exige una integral validación de las tecnologías y saberes, la cual se alcanza mediante el cumplimiento de los siguientes ocho pasos:

- 1- Identificación de tecnologías de la cerámica por el investigador.
- 2- Reconstrucción de los saberes con los artesanos
- 3- Sistematización de las tecnologías
- 4- Corrección y complementación por los tecnólogos

- 5- Validación con diversos actores sociales
- 6- Complementación de la información
- 7- Elaboración de productos bioculturales y pedagógicos
- 8- Devolución a actores sociales.

El proceso de análisis de las entrevistas a las artesanas siguió los requerimientos de los análisis de contenido a partir de los presupuestos de la Teoría Fundamentada de Corbin y Strauss (2002) [3]. Los informantes claves fueron codificados, como se puede evidenciar en la siguiente tabla.

Tabla 2: Codificación asignada a los informantes claves.

Grupos etarios	Informantes claves	Códigos de los informantes
Jóvenes	1	JA1
Adultos	3	AA1, AA2, AA3
Mayores	3	MA1, MA2, MA3

Fuente: Elaboración propia.

Las entrevistas grabadas posteriormente fueron transcritas, editadas, codificadas y categorizadas derivando en seis (6) categorías y sus respectivas subcategorías y que en éste artículo se presentan como resultados en la tabla 3 que a continuación se puede verificar.

III. RESULTADOS

Ese proceso de reconstrucción de los saberes sobre la alfarería y cerámica, para su conservación y permanencia en la cultura cacoteña, y su desarrollo económico en el mercado actual, es pertinente la incorporación de los saberes como valor biocultural y pedagógico en los procesos de elaboración y comercialización acompañado de unas recomendaciones que puedan ayudar en una construcción de una política pública para el mercado artesanal contemporáneo en el marco de la economía naranja. En este proceso emergen las siguientes categorías emergentes:

Tabla 3: Categorías y subcategorías emergentes.

Categorías emergentes	Subcategorías emergentes
Origen de los saberes cerámicos.	<ul style="list-style-type: none"> • Tradición histórica: Ancestros aborígenes. • Familiar.
Procesos de aprendizaje.	<ul style="list-style-type: none"> • Tradición familiar. • Otros artesanos. • Capacitaciones.
Formación como artesano de la cerámica	<ul style="list-style-type: none"> • Industrializar más la actividad. • Compartir entre sí los saberes. • Solo teoría.
Procesos de enseñanza	<ul style="list-style-type: none"> • Enseñanza tradicional. • Innovación. • Incentivos nuevas generaciones.
Mercados para la cerámica Cacoteña	<ul style="list-style-type: none"> • Turismo. • Ferias. • Municipios cercanos
Necesidades del sector de la cerámica de Cacota	<ul style="list-style-type: none"> • Asociarse. • Capacitación. • Recursos. • Nuevos mercados.

Fuente: Elaboración propia.

Categoría emergente

El artículo aquí presentado busca a partir de las categorías emergentes hacer un análisis de lo que ha sido el desarrollo de la cerámica de Cócota a partir de la reconstrucción de los saberes ancestrales y resaltando el rol preponderante de la mujer artesana en el desarrollo de este oficio.

- ***Origen de los saberes cerámicos. Tradición histórica: Ancestros aborígenes***

Nació acá en Cacota, de los indios Cacotas, entonces digamos que esa es la historia de la alfarería (AA2); fueron nuestros ancestros los indios Cacotas los que fueron los que nos dejaron como legado la alfarería (JA1).

Fueron nuestros ancestros los indios cacotas que pertenecía a la familia de los Chitareros [4], los primeros pobladores del lugar y ellos encontraron el barro e iniciaron creando mollas, ollas y tientos como utensilios de cocina. Fueron los primeros alfareros y ellos lo hacían a mano tal como hoy lo hacen los artesanos, siendo ellos los primeros precursores de la artesanía. (AA2). Como fundamentalmente la cerámica estaba destinada a utensilios de cocina, esta tarea era ejercida por las mujeres, ya que los hombres solo ayudaban a aprontar el barro. Al respecto como lo reseña el CLADEM, “gran parte del patrimonio cultural de las comunidades indígenas de la región, incluyendo el conocimiento de la medicina, las propiedades de las plantas, semillas y hierbas medicinales; lo que brinda la vida animal, las tradiciones orales, los diseños que se aplican en las artes visuales, las cerámicas y textiles que incluyen símbolos ancestrales; se ha conservado gracias al esfuerzo de las mujeres” [5], como es el caso aquí en mención con el rol significativo de las artesanas de Cócota. Al igual que nuestros ancestros aborígenes, “las técnicas de alfarería son aprendidas y transmitidas a partir de la práctica con especialistas, quienes en las comunidades indígenas de esta región suelen ser mujeres alfareras quienes transmiten los conocimientos a sus hijas y sus técnicas, por tanto se podría decir que la artesanía es una de las actividades no-agrícolas que parece ser “predestinada para las mujeres rurales”[6], tareas que es muy común en los artesanos de los pueblos de América latina, y que “es promovida con frecuencia como una estrategia de desarrollo rural”[7], [8].

Esta tarea era desde sus orígenes ancestrales ejercida como una tradición familiar, como lo relata (MA1), viene de generación, en generación, y yo voy en la cuarta, y aprendí a mi mamá porque yo la veía trabajar y también me gusto. Me enseñó mi mamá, doña (Giorgina) doña Helena Higuera y después seguí yo. Eso fue hace como 30 años que yo aprendí a hacer tiestos, mallas, yo tengo 54 años. Después yo enseñé a mi esposo (AA3). Como dato curioso la artesanía la ejercían en su mayoría las mujeres, los hombres se dedicaban más a actividades agrícolas o a algunas tareas como alistar el barro pisarlo y las quemas.

Es un proceso de aprendizaje se inicia desde la niñez, sobre todo como una actividad lúdica, en cuanto los niños al cuidado de sus progenitoras jugaban con el barro que ellas utilizaban como insumo en la creación de sus objetos cerámicos y de esta forma se entretenían mientras las mujeres madres trabajaban en sus talleres estaban ubicados en sus casas hacer las ollas de barro para la cocción de los alimentos, las moyas para la chicha y algunos utensilios como los tiestos tasas y platos para servir los alimentos. Hoy la mayoría de los artesanos siguen conservando esa tradición. Este trabajo de aprendizaje de los oficios artesanales se caracteriza por ser autoaprendizaje informal en talleres de propiedad familiar y/o en talleres de terceros e iniciativa propia [9].

Hoy no son más de tres los hombres dedicados a este oficio, ya que son las mujeres las encargadas de transmitir estos saberes ancestrales a las generaciones más jóvenes, que a criterio de los informantes claves ya no muestran interés por este oficio, lo que representa a futuro que este patrimonio cultural desaparezca, preocupación manifestada por (AA1): mi hija está estudiando, está haciendo noveno, ella dice que todo lo que es estudio nada de cerámica, a ella no le gusta embarrarse; mi familia toda era artesana y de pronto se va a terminar la tradición con migo (AA1).

Los *procesos de aprendizaje* hoy son una tarea de las mujeres; la cerámica me lo enseña mi madre ya que mi abuela era ollera y era una tradición de familia y de niño me llevaba a la casa de la mi abuela y yo miraba como hacia las ollas de barro, que vendía en la feria de la virgen de los dolores en Cacota. (JA1).

La tradición se ha mantenido viva gracias a los saberes que han sido transmitidos de generación en generación, primero fueron las abuelas las que enseñaron a las hijas y estas a sus hijos. Cuando tenía como unos 6 años empezaba a hacer muñequitos de barro, a los 10 años ya empecé a hacer vasijas y ella me las componía y decía mire como le están quedando de bonitas (...) entonces tengo más o menos un tiempo de 40 años en el trabajo de alfarera (AA1).

Para AA2: yo le aprendí, íbamos a traer el barro de la mina, yo la acompañaba a traer el barro, todo lo traíamos en bestias en ese entonces. Y se trae, se echa en agua y se deja unos ocho días en remojo, no mojado mazacotudo, sino que vaya humedeciendo, y después le echa una piel de res y con un pisón se va pisando. Eso tiene punto, se le revuelve harina de piedra molida, esa piedra se trae también de una mina, se muele y se le echa al barro.

AA3 afirmó que a la fecha no hay una reconstrucción histórica de los artesanos ya que en el pasado se podían mal contados unos cincuenta (50), y hoy no pasan de nueve (9) lo que puede evidenciar que la tradición está a punto de extinguirse y la ciudad de los testers solo será un recuerdo, ya que las nuevas generaciones no muestran un interés por el oficio al no representar un ingreso significativo para mejorar su condición de vida. Las nuevas generaciones se van del municipio a estudiar otras carreras. En general, el oficio de la alfarería se está perdiendo debido a la poca remuneración económica que genera y, principalmente, debido al incremento del uso de recipientes plásticos, metálicos y de porcelana en el diario vivir de la gente de las ciudades y comunidades indígenas. Solo la vasija tipo tiesto o tostador tiene una mejor acogida en los mercados locales y en las ciudades, a veces como elemento decorativo o como utensilio para la preparación de tortillas de maíz. Otras formas, como ollas, jarros, platos y fuentes, se han perdido por la falta de demanda en los mercados. [10].

La *formación como artesanas de la cerámica*, es una necesidad sentida por las mujeres, quienes manifiestan la necesidad de un plan de formación que les permita ser innovadoras en los procesos y que las vuelva competitivas en los diferentes mercados nacionales e internacionales.

Es importante resaltar que los informantes entrevistados coincidieron que es de vital importancia la industrialización de la actividad es decir que se debe innovar y contar con la tecnología que permita producir más, ya que aquí todo es a mano y los tiempos en que se demora la elaboración de un producto lo hace más costoso y no se puede competir con otros artesanos del país. Para (AA1) introducir por ejemplo un trompo no es la solución, se debe, capacitar a los artesanos en su manejo (..) yo lo compré en Ráquira, fui a ver el trabajo y resulta que eso me parecía muy fácil, pero no es así; me dijo un señor que se necesitaba más o menos unos tres (3) años más o menos para volverse tornero.

Se necesitan hornos no se recuperan aquellos que en alguna época se utilizaban para hacer tabletas y ladrillos y que están abandonados, ya que los hornos a gas son más costosos, unos hornos que puedan ser comunitarios, pero para eso hay que organizarnos a través de una asociación para gestionar recursos (AA2).

Se puede trabajar con moldes para sacar productos en serie, pero para eso hay que hacer otros productos innovar como materos, pero se debe tener apoyo de algún laboratorio como el de la Universidad Francisco de Paula Santander para que haga pruebas con la arcilla nuestra y se pueda producir otros productos nuevos y que sean resistentes al sol, el agua y el fuego.

Otra necesidad sentida en el *compartir entre sí los saberes*, que permita el fortalecimiento de las actividades de los artesanos de Cacota, es la necesidad de que los saberes que se diferencian entre sí sean compartidos a las nuevas generaciones y así se puedan consolidar productos nuevos y se pueda innovar en el ejercicio de la actividad artesanal. Por lo menos cada artesano trabaja distinto, yo tengo productos diferentes (AA1). Deberíamos cada artesano compartir entre sí los saberes (AA2). Es importante resaltar la disposición de los artesanos a participar en actividades encaminadas a fortalecer en el Municipio este hermoso arte ancestral y su voluntad de participar en las tareas de enseñar a las nuevas generaciones el trabajo de la cerámica ya que ven con preocupación cómo este legado ancestral va desapareciendo. Para lograr éste propósito hay que fortalecer las escuelas de artesanía e implementar en las escuelas y colegios del municipio el trabajo con el barro; para MA2 ellos dicen que, para dar esos cursos, exigen que tengan un título, que sean profesional, que sean del SENA, no nos dan la oportunidad a los artesanos tradicionales de enseñar los talleres lo cual nos excluye del proceso.

Los cursos deben ser prácticos y no *solo teoría*, como lo manifiesta AA1, se recibió una capacitación con un profesor del SENA, pero como yo no soy bachiller a mí no me recibieron, y fue algo que yo no le vi sentido, pero resulta que se mas de artesanías porque tengo una experiencia de más de 40 años, ya no necesito un título de Bachiller para manejar el barro, en ese sentido creo que se ha sido excluyente en el proceso de capacitación de las mujeres artesanas existentes.

JA1 considera que la capacitación con el SENA con un técnico de alfarería y cerámica le permitió aprender diseños y productos matizados y la parte de cocción con hornos a gas y eléctricos lo que permitió montar mi propio taller, a vivir de este oficio y alquilé en el parque un local y empecé a vender los productos elaborados. En este caso el taller fue solo para bachilleres y esto no permitió el ingreso de los mayores, lo que no generó gran impacto ya que solo podemos contar con uno o dos artesanos jóvenes que ya no trabajan como las técnicas ni elaboración de productos tradicionales. En este sentido los saberes ancestrales no son tenidos en cuenta por estos técnicos del SENA que ya vienen con ideas nuevas, dejando lo tradicional fuera de los procesos.

En los *procesos de la enseñanza*, los informantes entrevistados manifestaron que ellos enseñan a las generaciones nuevas o hijos de la manera tradicional como ellos aprendieron de sus padres y abuelos. Para MA1, la familia mía, toda era artesana y de pronto se va a terminar la carrera conmigo (...) se deben crear escuelas para no dejar morir la tradición, ya que nuestra cerámica nos ha dado una identidad y reconocimiento nacional y la gente está dejando morir esta tradición y la nueva generación están enfocadas en otras actividades. Es de resaltar que la familia es uno de los lugares privilegiados para ir fortaleciendo esos primeros saberes o hábitos, siendo el espacio doméstico, en donde los niños desde su primera infancia se enfrentan corporalmente con un conjunto de categorías y valores sociales, [11], [12] y [13]

Para AA1, le enseñaría como yo aprendí, le enseñaría a hacer las cosas que yo sé hacer, hay que tener es mucha idea, porque el barro se vuelve como plastilina, lo que debe tener usted esa idea de hacer cositas, se pueden hacer caballos, se pueden hacer toros, se pueden hacer alcancías, no solamente vasijas, sino se puede hacer una variedad de artesanías. Para los artesanos es importante que este oficio ancestral no se pierda y que se fortalezcan las escuelas pero que sean los artesanos los que capaciten y compartan esos saberes a las nuevas generaciones.

Se debe trabajar en procesos de innovación. Hay que sacar variedad de productos para que el mercado no se reduzca a tres o cuatro cosas (AA2). Para las mujeres artesanas es importante conservar la tradición, pero ven la necesidad de innovar y de esta forma poder ser competitivos en el mercado. Los artesanos ven la necesidad de mantenerse vigentes en el tiempo sin perder por su puesto sus artesanías que los han identificado como son los tiestos, las moyas y las ollas e ir tecnificando la profesión aprender a trabajar con moldes, trompos y variedad de artesanías, lo mismo que ir asociando éstos con la gastronomía propia del lugar. Para AA3, hay que asociarlo con los productos gastronómicos tradicionales como la arepa y la chicha de habas. Hay que cautivar al turismo del municipio y una forma de lograrlo sería la creación de un parque temático de la arcilla.

Se hace prioritario incentivar a las nuevas generaciones, para que no dejen morir la tradición de los antepasados y que no desaparezca una de las herencias más importantes de nuestra identidad cultural. Las escuelas deberían trabajar con los artesanos para que los niños puedan volver a tener ese contacto con el barro de forma lúdica y así, mantener la memoria histórica y cultural heredada de los antepasados, ya que las nuevas generaciones perdieron ese horizonte. “Una forma de incentivar a los jóvenes es buscar nuevos mercados para la cerámica y que esta se convierta en una fuente de ingreso económico” [14].

La búsqueda de nuevos mercados para la cerámica Cacoteña, es una necesidad sentida. AA1 afirmó que aquí la artesanía se le vende al turista, por lo menos aquí yo saco las (mollas), y por ahí cuando me encargan en los otros pueblos voy y llevo (...) la venta fuerte es en la feria de Cacota la fiesta de la virgen de los dolores en la que todos los artesanos sacan sus productos a la plaza y venden y allí se ven los productos tradicionales que han elaborado y preparado para éste gran evento. Es importante resaltar que para los artesanos este es el mercado más importante para ellos ya que allí convergen un gran número de turistas que vienen de diferentes regiones del Departamento Norte de Santander al igual que el retorno de muchos de sus familiares e hijos del pueblo, al igual que de todas las veredas del Municipio dejando un buen balance de ventas. El pueblo se engalana y en el parque principal se pueden exhibir las artesanías más representativas de la cultura artesanal ancestral de los artesanos cacoteños.

“Al igual que de aquel pasado alfarero de la mujer prevalece en sus manos la elaboración de enseres pequeños y medianos —ollas, jarros y cazuelas— esmaltados en negro para decorar ofrendas que se llevan a cabo durante los meses de septiembre y octubre, o para venderlos en la celebración de Todos Santos” [15].

De acuerdo a MA2, algunas artesanías se llevan para otros pueblos vecinos, pues acá viene una que otra, y compra dos (2) o tres (3) docenas de tiestos, se las llevan para la reventa (...) no tiene como una cuota fija de producción, no es algo fijo, por decir vienen hoy y por ahí en unos dos o tres meses vuelven a llevar. Las producciones empiezan es por épocas de enero, febrero en que los artesanos empiezan a preparar las ferias del pueblo y al parque sacan 10, 12 o 13 docenas de cada producto. Las artesanías las vienen a llevar de otros Municipios como Chitaga y Silos. Aquí es importante resaltar que hay que volver a la tradición de los ancestros los testers que viajaban a los municipios y sobre todo a las ferias con sus productos para venderlos ahí.

Necesidades del sector de la cerámica de Cacota

Dentro de ésta categoría emergen unas subcategorías como son la necesidad de asociarse, capacitarse, recursos y la exploración de nuevos mercados.

JA1 establece que es una necesidad urgente crear la asociación de artesanos, pero en el pueblo ha habido muchos intentos, pero cuando llegan las ayudas se han administrado muy mal y son apáticos. Una de las dificultades para que los artesanos de Cápota puedan canalizar ayudas de los entes gubernamentales es la apatía de asociarse ya que existe un escepticismo de parte de los artesanos pues consideran que las ayudas que llegan son mal administradas lo que ha dificultado la creación de la asociación y otro elemento adicional es la falta de unidad de los artesanos. Aquí sería de gran ayuda la implementación del Clúster de la cerámica como una buena estrategia para unir a los artesanos del departamento Norte de Santander en un bloque sólido para de esta forma ser más visibles a nivel nacional e internacional y mejorar su competitividad. Para fortalecer el clúster de la industria cerámica se deberá: a) formar alianzas estratégicas y acuerdos de desarrollo compartido

Rol de las mujeres en la conservación de la cerámica de Cácuta como patrimonio cultural de Norte de Santander, Colombia, en el marco de la economía naranja que deben incluir transferencia de materiales, protocolos y conocimiento, así como las licencias sobre diseños de producto para la industria cerámica, b) generar sólidas relaciones con otros centros de investigación y diseño en la industria cerámica internacionales (España e Italia) y c) fortalecer la cultura emprendedora dentro de los clúster para aumentar el número de competidores. [16].

Capacitación

El artesano identificado como JA1, considera que lo más importante es la transmisión de este oficio ancestral solo quedan entre cuatro (4) o cinco (5) pero son adultos y a sus hijos no les interesa esta actividad tan bonita y por falta de transmisión de conocimiento. Es importante que se fortalezcan las escuelas y capacitaciones a los artesanos para que entre todos exista sin ningún egoísmo un compartir de saberes que permita trabajar en grupo para entrar en nuevos mercados.

Recursos

Según MA1 se necesita que el gobierno nos ayude con una política de incentivar la cerámica de nuestro municipio. Somos unos artesanos abandonados por el municipio por la administración (...) en estos 40 años que yo he tenido, nunca he tenido una ayuda por parte de la administración porque todos trabajamos independientes y cada quien, en su taller, (AA1). Otras de las necesidades son: la faltan de hornos; pero la más importante es la transmisión de este oficio ancestral. A sus hijos no les interesa esta actividad tan bonita y por falta de transmisión de conocimiento. Es importante dicen los artesanos que el gobierno nacional vuelva la mirada sobre estos patrimonios culturales y los incentive inyectándole recurso que permita el fortalecimiento de la actividad de los artesanos.

Nuevos mercados

En opinión de JA1 se deben crear nuevas oportunidades de mercados y se necesita un taller municipal con todos los equipos y herramientas y que sea la asociación la que lo dirija para que la tradición no desaparezca y poder ofrecer al turismo una idea nueva de negocios; igualmente crear asociaciones familiares y alianzas con nuevos entes que permitan ampliar y fortalecer el mercado de la cerámica de Cacota.

IV. ESTRATEGIAS PARA INCORPORAR LA CERÁMICA DE CÁCOTA EN LAS POLÍTICAS DE LA ECONOMÍA NARANJA

Antes de sugerir algunas estrategias para incorporar la cerámica de Cácuta dentro de las políticas de la economía naranja a partir de las categorías emergentes de la investigación aquí realizada es pertinente definir lo que se puede entender por Economía Naranja, ya que no existe un concepto o definición única; la definición está anclada a los propósitos políticos o de los negocios. Para lo único que tienen en común esas distintas definiciones es que todas tienen una zona en común que son:

1. Creatividad, artes y cultura como materia prima; 2. relación con los derechos de propiedad intelectual y 3. función directa en una cadena de valor creativa, como lo define UNESCO, [17] y el Informe sobre la economía creativa [18], “industrias culturales y creativas” puede variar de forma significativa de un contexto a otro. A menudo, las comunidades desafían y buscan rediseñar los modelos vigentes para adecuarlos a la realidad de su contexto, cultura y mercados locales. Los términos están, por tanto, en constante evolución, sobre todo a medida que se van desarrollando nuevos diálogos.

Es de gran importancia tener en cuenta todas estas definiciones debido a que estos conceptos fueron los que tuvo en cuenta el legislador para poder determinar los parámetros establecidos en la Ley 1834 de 2017 como ley marco y en las otras normas para definir y determinar cuáles van a ser las actividades que el Estado considerara como Economía Naranja. Para el Ministerio de Cultura, [19], éste es el marco legal a partir del cual se le puede dar aplicación a una estrategia que ha sido llamada Colombia Crea. Esta estrategia buscará presentar un conjunto de políticas públicas y acciones que apuntan a consolidar la economía naranja como un sector estratégico de la economía colombiana. Ley Naranja: Artículo 1º Objeto. La presente ley tiene como objeto desarrollar, fomentar, incentivar y proteger las industrias creativas. Estas serán entendidas como aquellas industrias que generan valor en razón de sus bienes y servicios, los cuales se fundamentan en la propiedad intelectual. El objeto planteado en la Ley 1834 de 2017 tiene relación directa con la agenda de los ‘Objetivos de Desarrollo Sostenible’ 2030 establecidos por la ONU, con la cual se busca impulsar la adopción, adaptación y apropiación de las industrias culturales y creativas. De este modo, se inaugura la ‘Estrategia Colombia Crea Visión 2030’.

Dentro de este marco conceptual y normativo se pueden decir que la cerámica de Cácuta cumple con los parámetros aquí definidos y se puede hacer un trabajo de articulación con los entes gubernamentales para ser tenidos en cuenta para hacer un trabajo que busque incorporarlos proceso a partir de los resultados encontrados en la investigación y que aquí son un insumo a tener en cuenta en un proceso que busque recuperar y fortalecer esos saberes culturales ancestrales de los artesanos de Cácuta.

Aunque la Economía Naranja se pueda definir de distintas maneras, como lo expresamos anteriormente, ésta puede estar condicionada al contexto en el cual se desarrolle en este caso al de Cácuta, siempre se van a encontrar tres aspectos en su definición que son los encargados de darle el impulso a la economía naranja para que haya un cambio socioeconómico, y que se pudieron evidenciar en el desarrollo de la investigación en el diálogo con los artesanos cacotoños:

1. Innovación: la búsqueda de ideas y proyectos nuevos, o una aproximación con nuevos enfoques a algo que ya existía. Con nuevas perspectivas de creación competitivas. Modelos de emprendimiento personalizado, diferentes a empresas tradicionales. Utilización de nuevos medios: Redes sociales, Tics, (para investigar, comunicar y referenciar). Dentro de éste marco referencial se puede resaltar que en los microactos de habla con los actores locales (Artesanos), se pudo evidenciar la necesidad de innovar con la creación de variedad de productos cerámicos en los que se integren los saberes ancestrales con un nuevo enfoque, que permita el nacimiento de nuevos emprendimientos en los que las tecnologías de la información jueguen un papel importante en la investigación y promoción de la cerámica [20]. Se recomienda en el caso que nos ocupa la creación de un centro de investigación o escuela de la cerámica en la que se pueda hacer transferencia de conocimientos de los artesanos de la región y de igual forma con otros artesanos del interior del país.

La innovación en este sector debe buscar balancear lo tradicional y lo manual bajo una mirada de modernidad para crear nuevas oportunidades económicas. Esto se manifiesta en el trabajo de los emprendimientos artesanales que surgen en la región que cambien la percepción del producto artesanal. La visión es pasar de un objeto decorativo o souvenir a una herramienta para el desarrollo y empoderamiento de las comunidades vulnerables en Latinoamérica. Lo artesanal retoma su valor como propuestas enfocadas en rescatar, preservar y exaltar el patrimonio cultural artesanal. De esta manera se destacan su calidad y origen como parte de una estrategia de marca y planteamiento comercial. El artesano como cocreador, al igual que en el sector de la moda, en el pasado el rol del artesano en el proceso de creación era visto únicamente como mano de obra y la propiedad intelectual de sus ancestros era tomada sin reconocimiento ni compensación justa. Aunque falta mucho por lograr, el artesano y su talento forman parte integral del emprendimiento y la historia de la marca ante el consumidor. La innovación está en aquellos emprendimientos donde existe una colaboración más equitativa en el proceso de creación, centrado en el comercio justo con un fin social. Colaboración y modernización para alcanzar mercados globales.

La reinterpretación de la artesanía se manifiesta en el intercambio del conocimiento entre diseñadores, artistas y artesanos, con el propósito de innovar en el sector y abrir paso a nuevos mercados de exportación [21].

2. Promoción del nuevo talento (artístico y organizacional): formación continua para adaptarse a nuevos medios, modelos de negocio e industrias. Visualización y conexión, a través de nuevas relaciones y networking. Aquí se pudo evidenciar la necesidad de formación del recurso humano que permita el relevo generacional, se hace necesario la creación de eventos e incentivos para la creación de la escuela de la cerámica en Cécota, que permita la formación continua de los artesanos, que les permita adaptarse a nuevos modelos de negocios e incursionar en el ámbito nacional e internacional. Necesidad de motivar a las nuevas generaciones de artesanos con algunas becas para formarse en escuelas o hacer movilidad a otros centros de artesanía o talleres para fortalecer sus conocimientos.

3. Oportunidad de negocio: Nuevas empresas sostenibles (a futuro). Redes de negocio: contactos bilaterales para asegurar el éxito a largo plazo. Al crear una empresa el pronóstico fijo es que va a fracasar. Por lo tanto, debemos proyectar a corto, mediano y largo plazo las metas para evitar que esto suceda. Apoyo en recursos de capital pequeño. Autogestión de los recursos para multiplicarlos; siempre debe existir un plan de reinversión de las primeras ganancias. Para un emprendedor, más en estas industrias, es de suma importancia la formalización de la empresa. Tu idea se debe convertir en un proyecto de vida.

Se hace necesario la creación de una asociación de artesanos que facilite la captación de recurso e impulse los nuevos emprendimientos al igual que la escuela de formación. Estas escuelas deben como lo han realizado algunos países latinoamericanos como México y Costa Rica la intersección de la artesanía y el diseño lo que abre un universo de posibilidades para la creación de piezas únicas que conectan las historias de sus creadores con el consumidor, que en el caso de Cécota se podría articular con los tejedores, reviviendo otra de las tradiciones que ya están en vía de extinción.

De acuerdo con la Unesco, la artesanía es una expresión del patrimonio cultural y la herencia de las tradiciones de sus pueblos. Pero más allá de esto, la artesanía es importante para el desarrollo económico, social y cultural de los países de América Latina y el Caribe. El reto para este sector creativo en el Municipio de Cécota, radica en cómo desarrollarla para mejorar su calidad y comercialización a nivel nacional y global, e integrar a sus creadores de modo transparente, respetando sus tradiciones y su patrimonio.

Las anteriores recordaciones son el resultado de las categorías emergentes de la investigación y que son un insumo importante para la construcción de acciones que permitan la permanencia en el tiempo de esta hermosa tradición ancestral y que es responsabilidad de todos su conservación y promoción. En este aspecto a continuación se presenta en la siguiente tabla algunas experiencias exitosas en Latinoamérica y que pueden ser tenidas en cuenta en la tarea de orientar algunas estrategias que permitan integrar la cerámica de Cécota dentro de las políticas de la economía naranja y asegurar de esta forma su continuidad en el tiempo. Como una estrategia para incorporar estos saberes ancestrales conservados por las artesanas de Cécota, se sugieren en el siguiente cuadro algunas estrategias exitosas implementadas en Perú, México y Costa Rica.

Tabla 2: Estrategias exitosas implementadas en Perú, México y Costa Rica.

	Perú	México	Costa Rica
Estrategias	Crear valor económico en el sector artesanía	La estrategia de manufactura que más aplican los artesanos es la de calidad del producto, lo que les permite mejorar los precios y/o incrementar el volumen de ventas. La estrategia de entrega es la menos utilizada por los artesanos, porque tienen poca relación con sus proveedores y clientes, no han buscado nuevas formas de distribuir sus productos.	Preservar la diversidad cultural apoyando a los pueblos indígenas y etnodiferenciados preocupados por las áreas geográficas priorizadas en la protección de sus sistemas culturales, su artesanía y su patrimonio intangible
	Crear valor social en el sector artesanía	La estrategia de mercadotecnia más utilizada por los artesanos es la estrategia de precio, utilizan mucho el regateo como estrategia de precio para mejorar sus ventas. Finalmente, la estrategia de mercadotecnia menos aplicada por los artesanos es la promoción; de vez en cuando.	Programación de talleres en apoyo a las iniciativas empresariales de producción, distribución y comercialización de productos artesanos.
	Incrementar la competitividad de la artesanía en el mercado	Los artesanos del municipio de Tenango de Doria en el Estado de Hidalgo, deben empezar a realizar contratos de compra/ venta tanto con clientes como proveedores, para analizar los precios, cantidades y tiempo de entrega.	Uso de la televisión como mercadeo directo de tres maneras: - Publicidad de respuesta directa: Informes comerciales de 30 a 60 minutos. - Canales de compras en casa: Canales dedicados a venta de bienes y servicios. - Videotexto y Televisión.
	innovación, calidad y productividad de la oferta de artesanía	Identificar espacios donde los artesanos podrían ofertar sus productos como: venta en museos, hoteles reconocidos en la ciudad de México, Zonas donde existe afluencia de turistas (Hoteles, restaurantes, bares, playas), proyectos de exportación, asistir a ferias especializadas y hacer tarjetas de presentación y folletos.	Espacios diseñados para la colocación de stands (de manera gratuita) para artesanos locales que puedan ofrecer sus productos a los turistas que visitan estos espacios
	Preservación del valor cultural de la artesanía	Usar estrategias de marketing digital, venta en línea o tienda web y redes sociales.	venta de artesanías en su lugar de origen.
	Incrementar en 50% el número de contactos comerciales generados en los eventos de promoción en el quinquenio	El objetivo de la política comercial de esta administración es fortalecer y vigorizar la plataforma exportadora, para lograr una mayor diversificación geográfica de sus ventas al exterior. Para lograr esto la Secretaría de Economía trabaja en cinco agendas estratégicas: 1.-Optimización de la red existente de acuerdos comerciales. 2.-Negociación de nuevos acuerdos. 3.-Convergencia de tratados. 4.-Fortalecimiento del sistema multilateral de comercio. 5.-Defensa legal de los intereses comerciales de México.	En territorios con actividad Agropecuaria: Una modalidad del turismo en espacio rural que además de los atractivos propios del territorio, pone en valor otros recursos presentes, es decir: Gastronomía, producción artesanal, producción agrícola, etc.
	Contribuir a incrementar las ventas de artesanía en las ferias y exposiciones, ventas realizadas para el mercado turístico, en las 8 regiones priorizadas por el Programa T+A Impulsar ventas de artesanías en el 50% de los eventos nacionales de índole cultural (conciertos de música tradicional y folclórica, teatro nacional, ferias, etc.). Realizar un estudio de identificación de compradores del mercado local.		Paseos y malecón comercial para artesanías.

Fuente: Elaboración propia con datos tomados de autores, [22], [23], [24].

La aplicación de las anteriores estrategias en el caso colombiano, requiere de un mayor compromiso de los entes gubernamentales, encargados de incentivar y apoyar las industrias culturales, ya que los artesanos sobre todo de los municipios, carecen de recursos que les permita

desplazamientos a ferias nacionales e internacionales, al igual que apoyo logístico para mejorar los productos lo que permitiría la emergencia de nuevos emprendimientos orientados a preservar el papel de las mujeres artesanas en la conservación de los saberes ancestrales asegurando la permanencia en el tiempo de éste hermoso oficio que les permitirá a la vez un mejor futuro para sus familias [25].

V. CONCLUSIONES

Se reconstruyeron los procesos tecnológicos de la elaboración de la cerámica cacoteña a partir de los saberes empíricos de las mujeres artesanas, evidenciando un saber experiencial y generacional preservado de los ancestros en los métodos, materiales y creencias, con escasa variación ante las nuevas ofertas y demandas del sector.

El estudio evidencia la utilización de tecnologías artesanales con aprovechamiento de los recursos endógenos de la comunidad en la elaboración de los productos cerámicos, de uso utilitario y basado esencialmente en los tiestos, moyas y materos.

Existe escasa articulación entre la oferta de productos cerámicos elaborados y la demanda en los mercados regionales y nacionales, al ser colocada la pequeña producción en tiendas de Cacota o elaborados por pedidos de los clientes.

El abordaje permitió develar la invisibilidad de la mujer rural artesana en los espacios académicos y artesanales al ser una actividad considerada de poco relevante en la economía local y en proceso de extinción de estas prácticas y de los saberes artesanales.

Es urgente e importante preservar la cerámica artesanal cacoteña como patrimonio cultural tangible e intangible mediante políticas públicas que promuevan y apoyen la continuidad de los saberes cerámicos que identifican al municipio y como estrategia para fortalecer el sector turístico local.

VI. REFERENCIAS

- [1] CEPAL, “Mujeres indígenas en América Latina: dinámicas demográficas y sociales”, 2013. Disponible: <https://www.cepal.org/es/publicaciones/4100-mujeres-indigenas-america-latina-dinamicas-demograficas-sociales-marco-derechos>.
- [2] AGRUCO, “Proyecto para la revitalización de la biodiversidad y las semillas nativas”. Cochabamba, Universidad Mayor de San Simón, Bolivia, 1998.
- [3] D. Restrepo. La Teoría Fundamentada como metodología para la integración del análisis procesual y estructural en la investigación de las Representaciones Sociales. Revista CES Psicología, 6(I), 122-133. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/4235/423539419008.pdf>.
- [4] S. Pabón, “Los Chitareros: prehispánicos habitantes de la antigua provincia de Pamplona en sierras nevadas. Bucaramanga, Universidad Industrial de Santander UIS, 1992. Disponible: http://historiadecucuta.com/Biblioteca/02_Encuentro-de-dos-Mundos/Los-Chitareros-de-Pamplona%20Silvano.pdf.
- [5] CLADEM, “La participación de las mujeres indígenas en la conservación del patrimonio cultural”. Disponible: CLADEM_sp.pdf (ohchr.org).
- [6] N. Lozada, “Los antiguos del Orinoco: tecnología cerámica prehispánica en el antiguo territorio Colombo-venezolano”. Revista Credencial, 2022. Disponible: <https://www.revistacredencial.com/historia/temas/los-antiguos-del-orinoco-tecnologia-ceramica-prehispanica-en-el-antiguo-territorio>.
- [7] B. Fernández, “Los proyectos de desarrollo rural con mujeres y la medición del impacto desde una perspectiva de género”. En P. Portocarrero (ed.), Estrategias de desarrollo: intentando cambiar la vida, 273-294, 1993. Lima: Centro de la Mujer Peruana Flora Tristán.
- [8] M. Francke, “La participación de la mujer en los proyectos de desarrollo rural”. En P. Ruiz-Bravo (ed.), Detrás de la puerta: hombres y mujeres en el Perú de hoy, 203-219, 1996. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- [9] Artesanías de Colombia, Centro de Investigación y Documentación para la Artesanía –CENDAR, “Diagnóstico del sector artesanal colombiano,” 1998. Disponible: <http://repositorio.artesaniasdecolombia.com.co/handle/001/2479>.
- [10] S. Serrano, “Técnicas de producción cerámica de Imbabura: una reflexión arqueológica y de saberes locales en la Sierra Norte del Ecuador”, Bulletin de l'Institut français d'études andines, 49(1), 63-84, 2020. Disponible: <https://journals.openedition.org/bifea/11634#quotation>.
- [11] P. Bourdieu, “Outline of a Theory of Practice”, Cambridge, Cambridge University Press, 1977. Disponible: <https://books.google.com.co/books?id=4BWZpwAACAAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- [12] A. Giddens, A. “La Constitución de la Sociedad. Bases para la Teoría de la Estructuración”, 1998, Buenos Aires, Amorrortu Editores. Disponible: <https://circulosemiotico.files.wordpress.com/2019/03/giddens-la-constitucion-de-la-sociedad.pdf>.
- [13] J.M. Vaquer, “De vuelta a la casa. Algunas consideraciones sobre el espacio doméstico desde la arqueología de la práctica”. En: Nielsen, A, C. Rivolta, V. Seldes, M. Vázquez y P. Mercolli (Comps.) Procesos Sociales Prehispánicos en el sur Andino: perspectivas desde la casa, la comunidad y el territorio, 11-37, 2007. Córdoba, Argentina, Editorial Brujas. Disponible: [file:///D:/usuario%20dptoeducacion/Downloads/De vuelta a la casa Algunas consideraciones.pdf](file:///D:/usuario%20dptoeducacion/Downloads/De%20vuelta%20a%20la%20casa%20Algunas%20consideraciones.pdf).
- [14] E. Sempere, “La alfarería está condenada a desaparecer: los jóvenes no saben lo que es un botijo”. España: Diario La Nueva España, 16-04-2009. Disponible: <https://www.lne.es/aviles/2009/04/16/alfareria-condenada-desaparecer-jovenes-botijo/746396.html>.
- [15] P. Moctezuma, “La mujer en la alfarería de Tlayacapan, Morelos: retrospectiva etnográfica de un oficio”. Revista pueblos y fronteras digital, 5(9), 223-246, 2010. DOI: <https://doi.org/10.22201/cimsur.18704115e.2010.9.165>.
- [16] J. Sánchez, González, W. Avendaño, “El clúster cerámico: apuesta de desarrollo socioeconómico de Norte de Santander” 1a. ed. -- Cúcuta: Universidad Francisco de Paula Santander; Bogotá: Eco Ediciones, 2019. Disponible: <https://dspace-ufps.metabuscador.org/bitstream/handle/ufps/6502/El%20Cl%C3%BAster%20Cer%C3%A1mico.%20Apuesta%20de%20desarrollo%20socioecon%C3%B3mico%20de%20Norte%20de%20Santander.pdf>.
- [17] UNESCO, “Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas”, 2010. Disponible: <https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/220384s.pdf>.

- [18] UNESCO, “Informe sobre la economía creativa”, edición especial: ampliar los cauces de desarrollo local, 2013. Disponible: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000230576>.
- [19] Ministerio de Cultura, “Estrategia Colombia Crea 2030”, 2019. Disponible: <http://www.mincultura.gov.co/Economia%20Naranja/assets/files/COLOMBIA%20CREA%202030.Pdf>.
- [20] M.T. Pérez, “El papel de las TIC en la construcción de estrategias de comercialización de las artesanías de madera de dzityá, Yucatán desde la perspectiva del comercio justo”, 2021. Disponible: <https://rinacional.tecnm.mx/bitstream/TecNM/4518/1/P%C3%89REZ-21-EL%20PAPEL%20DE%20LAS%20TIC%20EN%20LA%20CONSTRUCCI%C3%93N%20DE%20ESTRATEGIAS.pdf>.
- [21] A. López, J.M. Mella y V. Mella, “La innovación en el sector de la Cerámica Artística”. Revista Atlántica de Economía, 2, 2012. Disponible: [file:///C:/Users/Julio%20C%C3%A8sar%20%20Carvaja/Downloads/Dialnet-LaInnovacionEnElSectorDeLaCeramicaArtistica-4744098%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Julio%20C%C3%A8sar%20%20Carvaja/Downloads/Dialnet-LaInnovacionEnElSectorDeLaCeramicaArtistica-4744098%20(1).pdf).
- [22] D. González. “Plan estratégico regional turístico para la reactivación económica del cantón de limón”. Costa Rica, Universidad de Costa Rica Sistema de estudios de Posgrado, 2021. Disponible: <https://www.kerwa.ucr.ac.cr/bitstream/handle/10669/86440/TFIA%20David%20Gonz%c3%a1lez%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- [23] INSTITUTO CONSTARICENSE DE TURISMO. “sello Costa Rica artesanal” potenciará comercialización de artesanía con identidad. Disponible en: <https://www.ict.go.cr/es/noticias-destacadas/1732-%E2%80%9Csellos-costaricense-artesanal%E2%80%9D-potenciar%C3%A1-comercializaci%C3%B3n-de-artesan%C3%ADa-con-identidad.html>.
- [24] E. Fonseca. “Estrategias de comercialización para fortalecer los canales de distribución de las artesanías del Municipio de Tenango de Doria Hidalgo”. Instituto Politécnico Nacional Escuela de Comercio y Administración sección de estudios de postgrado e investigación Unidad Tepepan”. México D.F., 2015. Disponible en: <https://tesis.ipn.mx/bitstream/handle/123456789/22330/FONSECA%20ORTEGA%20ELIZABETH.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- [25] K. Forstner, “La artesanía como estrategia de desarrollo rural: El caso de los grupos de artesanas en la región de Puno (Perú)”. Cuadernos de Desarrollo Rural, 10 (72), 141-158, 2013. Disponible: <http://www.scielo.org.co/pdf/cudr/v10n72/v10n72a08.pdf>.